

Unsere Nachhaltigkeits- reise

Allianz Konzern

Allianz Nachhaltigkeitsbericht 2014

Allianz 

Inhalt

A**Vorwort unseres CEO****B****Globale Herausforderungen**

- 8 Zugang zu Finanzen
- 11 Klimawandel
- 17 Demografischer Wandel

C**Nachhaltigkeitsstrategie**

- 22 Prinzipien und Verpflichtungen
- 24 Strategie zum Klimawandel
- 26 ESG-Ansatz
- 30 Management und Governance
- 33 Stakeholder Engagement und Materialität
- 38 Prioritäten und Erfolge 2014

D**Ansatz und Leistungen in unseren Rollen**

- 41 Vertrauenswürdiges Unternehmen
- 54 Engagierter Corporate Citizen
- 65 Attraktiver Arbeitgeber
- 74 Nachhaltiger Versicherer
- 83 Verantwortungsbewusster Investor

E**Sonderthemen**

- 94 Digitalisierung
- 97 Energiesicherheit
- 101 Ernährungssicherheit
- 104 Palmöl
- 107 Menschenrechte

F**Weitere Informationen**

- 112 Berichtsparameter
- 113 Nachhaltigkeitsratings und Auszeichnungen
- 115 Umweltkennzahlen und Belegschaftsprofil
- 117 Begleitende Erläuterungen
- 123 Bescheinigung des unabhängigen Prüfers KPMG
- 126 Register

Allianz Nachhaltigkeit im Überblick

		2014	2013	2012	Weitere Details auf Seite
Unternehmen					
Gesamtzahl aller Kunden		85 Mio.	83 Mio.	78 Mio.	41
Net Promoter Score – % derer, die Loyalty Leadership in lokalen Märkten erreicht haben	%	32	27	30	
Markenwert	USD	7,7 Mrd.	6,7 Mrd.	6,2 Mrd.	
Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	in Tonnen	65.887	63.801	81.456 ³	
Indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 2)	in Tonnen	135.003	159.308 ³	151.227 ³	
Andere indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)	in Tonnen	121.639	125.553 ³	112.044 ³	
Treibhausgasemissionen gesamt (Scope 1-3)	in Tonnen	322.529	348.661 ³	344.776 ³	
CO ₂ -Reduktion pro Mitarbeiter gegenüber dem Jahr 2006	%	41,3	36,1	35,6	
Kohlenstoffgutschriften aus eigenen Klimaschutzprojekten		4,57 Mio.	4,57 Mio.	1,57 Mio.	
Energieverbrauch gesamt	GJ	2.596.317	3.084.601 ³	3.079.897	
Energiereduktion pro Mitarbeiter gegenüber 2010	%	27,2	18,1	8,3	
Erneuerbare Energien als Anteil des gesamten Energieverbrauchs	%	40,0	38,9 ³	39,2	
Papierverbrauch gesamt	in Tonnen	19.774	18.255 ³	20.193	
Papierverbrauch pro Mitarbeiter		135	125 ³	141	
Reisekilometer gesamt	tkm	963.958	967.210	931.356	
Reisekilometer pro Mitarbeiter		6.568	6.637	6.498	
Wasserverbrauch gesamt	m ³	1.965.612	1.738.547 ³	2.105.701	
Abfall gesamt	in Tonnen	22.277	26.280 ³	28.695	
Corporate Citizen					
Unternehmensspenden	€	20,9 Mio.	18,6 Mio.	20,4 Mio.	54
Anzahl von Schülern, die durch My Finance Coach in Deutschland erreicht wurden		219.070	150.171	105.328	
Arbeitgeber					
Gesamtzahl aller Mitarbeiter ⁵		147.425	147.627	144.094	65
Anteil Frauen ⁵	%	52,5	52,4	52,1	
Anteil Männer ⁵	%	47,5	47,6	47,9	
Frauen in Führungspositionen ⁶	%	23,1	21,2	19,4	
Weibliche Führungskräfte ⁶	%	36,2	35,5	33,9	
Fort- und Weiterbildungsausgaben gesamt	€	91,4 Mio.	85,7 Mio.	93,4 Mio.	
Fort- und Weiterbildungsausgaben je Mitarbeiter ⁶	€	668,5	629,3	707,5 ³	
Durchschnittliche Anzahl der Fort- und Weiterbildungstage, Belegschaft	Tage	3,0	3,0	2,6	
Anteil der Mitarbeiter, die mindestens an einer Fort- oder Weiterbildung teilgenommen haben, Belegschaft	%	63,8	67,1	64,2	
Mitarbeiterfluktuation ⁶	%	16,1	14,9	14,7	
Beschäftigungsdauer, Belegschaft ⁶	Jahre	10,6	10,4	10,4	
Beschäftigungsdauer, Führungskräfte ⁶	Jahre	13,3	13,2	13,1	
Versicherer					
Anzahl grüner Lösungen ⁷		156	150	130	74
Erträge grüner Lösungen	€	1,3 Mrd.	1,2 Mrd.	-	
Anzahl der Versicherten für Mikroversicherung ⁸		44,6 Mio.	26,1 Mio. ³	17,1 Mio.	
Erträge von Mikroversicherung ⁸	€	113,7 Mio.	86,1 Mio.	78,6 Mio.	
Investor					
Investitionen in erneuerbare Energie gesamt ⁹	€	2,0 Mrd.	1,7 Mrd.	1,3 Mrd.	83
Anzahl investierter Projekte im Bereich erneuerbare Energie ⁹		55	42	40	
Sustainable and Responsible Investments AuM, AAM gesamt	€	117,4 Mrd.	95,8 Mrd.	64,4 Mrd.	
Globale ESG-Prüfung					
Geprüfte ESG-Fälle		150	-	-	26

1 Der NPS misst die Bereitschaft unserer Kunden, die Allianz weiterzuempfehlen, und ist unsere zentrale Messgröße für die Loyalität unserer Kunden. Die Werte beinhalten lediglich die Ergebnisse des Top-down-Ansatzes, der jährlich auf Basis globaler, branchenübergreifender Standards gemessen wird und einen Vergleich mit lokalen Wettbewerbern ermöglicht.

2 Quelle: 2014 Best Global Brands Interbrand

3 Zahlen wurden aufgrund von Fehlerkorrekturen oder Methodikänderungen angepasst.

4 Von Investitionen in hochwertige Klimaschutzprojekte

5 Gesamtzahl aller Mitarbeiter mit einem Arbeitsvertrag aller verbundenen Unternehmen (Kerngeschäft und Nichtkerngeschäft)

6 Diese Zahlen beruhen auf der Anzahl der Mitarbeiter im Kerngeschäft der Allianz.

7 Beinhaltet Zahlen & Erträge unserer Vermögensverwaltung.

8 Zahlen beinhalten nicht konsolidierte Einheiten (d. h. Indien).

9 Zahlen für Investitionen unserer Eigenanlagen



Vorwort unseres CEO

2015 blickt die Allianz auf 125 bewegte Jahre ihrer Geschichte zurück. Aus dem Rückblick lernen wir, dass der Einfluss von technologischen und gesellschaftlichen Innovationen stetig zunimmt. Noch dynamischer wachsen Transparenz und Wissen über diese Entwicklungen – und damit unsere Verantwortung. Als Versicherer und Investor müssen wir Trends frühzeitig erkennen und tragfähige Finanzlösungen schaffen. Nur so können wir eine erfolgreiche Zukunft für unsere Kunden und uns sichern.

Dabei prägen langfristiges und ganzheitliches Risikomanagement unsere Sicht. Wir haben den Anspruch, Umweltschutz, soziale Verantwortung und gute Unternehmensführung zu einem festen Bestandteil unseres Handelns zu machen. Der Dialog mit den Stakeholdern hilft uns, die Themen zu priorisieren, in denen wir einen nachhaltigen Nutzen für unsere Kunden und für die Gesellschaft generieren können.

In diesen Dialogen erkennen wir auch, dass uns unsere Stakeholder aus verschiedenen Perspektiven betrachten: Die einen sehen uns als Versicherer und Investor, für die anderen sind wir ein internationaler Konzern oder weltweiter Arbeitgeber. Vor allem aber sind wir ein Teil dieser Gesellschaft. Im aktuellen Nachhaltigkeitsbericht beschreiben wir, wie wir unsere Verantwortung innerhalb dieser verschiedenen Rollen wahrnehmen.

Wie zuvor stehen drei Schlüsselthemen für unsere Kunden und unser Geschäft im Mittelpunkt: der demografische Wandel, der Klimaschutz sowie der Zugang zu Finanzdienstleistungen. Im Berichtsjahr 2014 haben wir dabei folgende Fortschritte erzielt:

Dem demografischen Wandel und dem anhaltenden Niedrigzinsumfeld begegnen wir durch die umsichtige und langfristige Anlage der Altersvorsorgegelder unserer Kunden. Nach innen richten wir unser Augenmerk auf Programme, die der Vereinbarkeit von Familie und Beruf dienen, die Zusammenarbeit in Teams stärken und bei der Stressbewältigung helfen. Weiterhin wollen wir mehr Frauen in Führungspositionen entwickeln. Ende 2014 waren 36,2 Prozent unsererer Führungskräfte weiblich.

Dem Klimaschutz dient der Ausbau unserer Investitionen in erneuerbare Energien ebenso wie eine Vielzahl grüner Produktlösungen. Unsere eigenen CO₂-Emissionen reduzieren wir weiter zielstrebig (um inzwischen 41,3 Prozent im Vergleich zum Basisjahr 2006). Eine wichtige Rolle spielt dabei unser Energieverbrauch. Den konnten wir im Vergleich zu 2010 um 27,2 Prozent senken. Den verbleibenden ökologischen Fußabdruck kompensieren wir durch Investitionen in eigene Klimaschutzprojekte und sind damit seit 2012 klimaneutral.

Den Zugang zu Finanzdienstleistungen ermöglicht die Allianz über 44 Millionen Menschen mit geringen Einkommen in elf Ländern in Asien, Afrika und Südamerika. Diese Mikroversicherungen bieten Schutz vor elementaren Lebensrisiken und ermöglichen Teilhabe an ökonomischen Entwicklungen. Darüber hinaus fördern wir die finanzielle Allgemeinbildung. 2014 haben 720 ehrenamtliche „My Finance Coaches“ über 219.000 Schüler unterstützt, den sicheren Umgang mit Geld zu erlernen.

Mit der Unterzeichnung der Principles for Responsible Investments (PRI) und der Principles for Sustainable Insurance (PSI) der Vereinten Nationen hat sich die Allianz dazu verpflichtet, auch ihre Kunden, Geschäftspartner und Wettbewerber für nachhaltiges Handeln zu gewinnen. Dafür setzen wir uns mit Pilotprojekten und im Dialog mit politischen Entscheidungsträgern und Vertretern der Zivilgesellschaft ein.

Die Zufriedenheit unserer Kunden, Aktionäre und Mitarbeiter sowie profitables und nachhaltiges Wachstum bleiben 2015 Maßstab für unseren Erfolg. Motivation für unseren Einsatz schöpfen wir auch aus der Anerkennung der führenden Nachhaltigkeitsratings. Seit der Gründung des Dow Jones Sustainability Index vor 15 Jahren zählt die Allianz durchgehend zu den führenden Unternehmen.

So sehr uns die Zukunft beschäftigt, auch die Erfahrungen unserer Geschichte teilen wir gern. Wenn Sie Interesse daran haben, lade ich Sie herzlich zum Besuch unserer Website (www.allianz.com/nachhaltigkeit) ein und freue mich, wenn Sie die Allianz weiterhin aktiv begleiten.



Michael Diekmann
Vorsitzender des Vorstands
Allianz SE

B Globale Herausforderungen

8 Zugang zu Finanzen

- 8 Auf dem Weg zu finanzieller Integration
- 10 Finanzielle Allgemeinbildung

11 Klimawandel

- 11 Klimawandel und Finanzdienstleistungen
- 14 Unsere Forschung zum Klimawandel

17 Demografischer Wandel

- 17 Demografische Trends und wirtschaftliche Herausforderungen
- 20 Aufbau und Bereitstellung unserer Expertise

Globale Herausforderungen

Globalen Themen aktiv begegnen – heute und morgen

Als Finanzdienstleister sind wir weltweit in rund 70 Märkten aktiv. Unser Erfolg wird in hohem Maße von einer Vielzahl langfristiger und globaler Entwicklungen beeinflusst.

Aus ihnen erwachsen neue Herausforderungen und Chancen. Um ein nachhaltiges und profitables Wachstum zu gewährleisten, ist es uns wichtig, diese Entwicklungen um uns herum genau zu beobachten, zu analysieren und kurz-, mittel- und langfristig angemessen darauf zu reagieren.

Als Versicherer haben wir naturgemäß eine langfristige Perspektive. Nur auf diese Weise können wir die Versprechen, die wir unseren Kunden heute geben, morgen auch einlösen. Investoren wie die Allianz müssen die laufenden Folgen ihrer Anlageentscheidungen, die sie heute treffen, berücksichtigen. Unsere langfristige Geschäftsstrategie beruht daher auf einer fundierten Kenntnis der Risiken und Chancen von heute und morgen.

Im Rahmen systematischer Zukunftsforschung gewinnen wir voraussichtlich Erkenntnisse über künftige Entwicklungen. Und diese Vorgehensweise wird durch unseren Materialitätsprozess unterstützt. Unser Schwerpunkt liegt dabei auf langfristigen Herausforderungen, Risiken und Chancen, denen sich die Allianz in den nächsten zwei Jahrzehnten gegenübersehen wird. Unser Ziel besteht darin, eine Vorstellung der Zukunft zu entwickeln, auf deren Grundlage wir unsere künftige globale Positionierung diskutieren können. Unsere Trendstudien und -bewertungen beruhen auf einem umfassenden Ansatz, bei dem wir Zukunftsszenarien simulieren und alternative Entwicklungen durchspielen können. Wir erforschen zudem die Folgen und Wechselwirkungen von Themen wie beispielsweise das Verbraucherverhalten, Digitalisierung und Verstärkung, demografischer Wandel und Naturkatastrophen. Diese Trends können nicht isoliert betrachtet werden, da sie häufig miteinander verbunden sind.

Die drei wichtigsten Fragen, die unser Geschäft weltweit beeinflussen, sind: Zugang zu Finanzen, Klimawandel und demografischer Wandel. Auf den folgenden Seiten wollen wir uns diese Themen aus Sicht eines Finanzdienstleisters einmal genauer ansehen und unsere Herangehensweise erläutern.

Zugang zu Finanzen

Auf dem Weg zu finanzieller Integration

Mit Zugang zu Finanzmitteln wird im Folgenden die Verfügbarkeit von Finanzdienstleistungen für Einzelpersonen und Unternehmen beschrieben. Finanzielle Ausgrenzung bedeutet keinen oder nur beschränkten Zugang zu diesen Leistungen. Weltweit sind derzeit rund 2,3 Milliarden Erwachsene im erwerbsfähigen Alter von der Finanz-Infrastruktur abgeschnitten.¹ In manchen Regionen der Welt hat ein Großteil der Bevölkerung keinen Zugang zu Finanzdienstleistungen. In anderen Ländern trifft die Ausgrenzung nur

Weltbevölkerung nach Einkommen¹



Quelle: World Bank Povcalnet (2014); World Bank Population Dataset (2014); Einkommen gemessen an Kaufkraftparität (KPP) pro Person pro Tag.

bestimmte Gruppen. Dazu gehören beispielsweise Frauen, die in abgelegenen Gegenden leben, Minderheiten und einkommensschwache Personen. Schätzungen zufolge müssen 2,7 Milliarden Menschen ihren Lebensunterhalt von einem Einkommen in Höhe von 1,25 bis 4,00 US-Dollar pro Tag bestreiten.²

Für finanzielle Ausgrenzung gibt es viele Gründe. Auf Anbieterseite umfassen sie unter anderem regulatorische Einschränkungen, geografische Hindernisse und einen Mangel an geeigneten Finanzprodukten. Auf der Nachfrageseite zählen Analphabetismus, geringe Finanzkompetenz, körperliche und psychische Behinderungen sowie Sprachbarrieren zu den Hürden.

Von einem verbesserten Zugang zu Finanzdienstleistungen profitieren nicht nur die Schwächsten der Gesellschaft; die finanzielle Integration fördert auch die wirtschaftliche Entwicklung eines ganzen Landes. Finanzielle Integration unterstützt das Wirtschaftswachstum und schützt Menschen vor wirtschaftlichen Risiken, wie zum Beispiel Krankheit, Unfall, Kriminalität und Arbeitslosigkeit.

Zugang zu Finanzprodukten

Wesentlich für die Teilhabe an den pekuniären Möglichkeiten ist das Angebot von geeigneten und leicht zugänglichen Finanzprodukten. Dazu zählen auch Mikroversicherungen. Sie richten sich an all jene, die unter finanzieller Ausgrenzung leiden, insbesondere Menschen in Entwicklungsländern mit geringem Einkommen. Da nur ein Bruchteil der einkommensschwachen Personen weltweit Zugang zu umfassenden staatlichen oder privaten Versicherungen hat, ist die überwiegende Mehrheit von ihnen den Folgen von Naturkatastrophen, Unfällen oder Krankheit schutzlos ausgeliefert.

Hinzu kommt, dass Entwicklungsländer in besonderem Maße mit Herausforderungen wie Naturkatastrophen, demografischem Wandel und Ernährungsunsicherheit konfrontiert sind. Arme Menschen sind den Folgen von Unglücken oft schutzlos ausgeliefert. Ihr Vermögen reicht nicht aus, um sich aus eigener Kraft aus der Not zu befreien. Im Gegenteil. Unvorhergesehene Ereignisse können sie leicht ihrer Lebensgrundlage berauben.

Als nachhaltiger Versicherer entwickelt die Allianz Produkte und Dienstleistungen für Menschen, die von finanzieller Ausgrenzung bedroht sind.

¹ Atkinson, A. and F. Messy (2013), Promoting Financial Inclusion through Financial Education: OECD/INFE Evidence, Policies and Practice, OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions No. 34, p.7

² Swiss Re, 2010, Sigma No 6/2010, Microinsurance – Risk protection for 4 billion people

Mikroversicherungen bieten bezahlbaren Schutz und helfen einkommensschwachen Menschen in Entwicklungsländern, sich besser gegen Risiken abzusichern. Gegenwärtig versorgen wir 44,6 Millionen Menschen mit Mikroversicherungen.

Darüber hinaus haben wir Produkte für spezielle Zielgruppen entwickelt. In Entwicklungsländern stellen Entbindungen nach wie vor ein hohes Gesundheitsrisiko für Frauen dar. Die Allianz Colombia bietet beispielsweise Frauen die Möglichkeit, sich für umgerechnet nur zwei Euro im Monat gegen mögliche Risiken während der Schwangerschaft und bei der Geburt abzusichern.

Die Allianz arbeitet mit Fachorganisationen zusammen, um besonders gefährdeten Gruppen Versicherungsschutz zu bieten. Dazu gehören beispielsweise Menschen mit hohen Gesundheitsrisiken und Behinderte.

So unterstützt die Allianz France mit ihren maßgeschneiderten Versicherungsprodukten Menschen mit schweren gesundheitlichen Problemen, die sich aufgrund der hohen Zuschläge sonst entweder keinen Versicherungsschutz leisten können oder von vornherein keinen erhalten. Dieser Ansatz wurde gemeinsam mit Patientenvereinigungen wie dem französischen Diabetikerverband entwickelt. Allianz France ist auch eine Partnerschaft mit der Organisation Vivre Avec eingegangen, um Patienten den Zugang zu Kreditversicherungen zu erleichtern.

Zusammen mit MyHandicap hat die Schweizer Niederlassung von Allianz Global Assistance eine Reihe von Dienstleistungen und Produkten entwickelt, die speziell auf die Bedürfnisse Behinderter zugeschnitten sind. Die Produkte reichen von spezieller Reiseversicherung bis hin zu häuslicher Pflege- und Rollstuhlversicherung. Die Partnerschaft mit MyHandicap begann im Jahr 2011, als Allianz Mitarbeiter im Rahmen des Social-OPEX-Programms die deutsche Niederlassung von MyHandicap bei der Verbesserung ihrer Organisation und Arbeitsprozesse unterstützt hatten. Erstmals hat so die Förderung einer sozialen Initiative durch das Social-OPEX-Programm zu einer geschäftlichen Partnerschaft geführt.

Dank der Digitalisierung hat sich der Zugang zu Finanzdienstleistungen deutlich verbessert. Dabei spielt keine Rolle mehr, an welchem Ort, in welcher Zeitzone oder in welcher körperlichen Verfassung sich der Kunde befindet. Via Internet und mit Hilfe mobiler Endgeräte ist es für Kunden mittlerweile einfach, Angebote für eine Reihe von Produkten und Services einzuholen.

Verbesserung der finanziellen Allgemeinbildung

Finanzielle Integration bedeutet nicht nur Zugang zu Bankdienstleistungen oder Versicherungsprogrammen, sondern auch die Verbesserung der finanziellen Allgemeinbildung. Sie fördert ein Grundverständnis davon, wie Geld funktioniert – wie es Einzelpersonen verdienen, verwalten und anlegen und wie man sich gegen Verluste schützen kann, zum Beispiel durch Versicherung. Eine solide Allgemeinbildung im Umgang mit Finanzen hilft Einzelpersonen, informierte und relevante Entscheidungen im Hinblick auf die eigenen finanziellen Ressourcen zu treffen. Finanzkompetenz ist sowohl in Entwicklungs- als auch in Industrieländern ein wichtiges Thema, auf das auch die Politik zunehmend aufmerksam wird.

Von Bildungsprogrammen, die die Finanzkompetenz stärken, profitiert nicht nur jeder Einzelne. Fundierte finanzielle Entscheidungen wirken sich auch positiv auf die Finanzmärkte und die Wirtschaft insgesamt aus. Eine der Lehren aus der jüngsten Finanzkrise ist, dass finanzielle Allgemeinbildung einen wichtigen Beitrag zu wirtschaftlicher und finanzieller Stabilität und Entwicklung leistet.¹

Der Zusammenhang wird umso klarer, wenn man bedenkt, dass die Verschuldung der privaten Haushalte 2012 weltweit auf ein Rekordhoch von 32,4 Billionen Euro geklettert ist.² Wer mehr über die Funktionsweise von Finanzen weiß, der kann auch besser mit Schul-

¹ INFE, Financial education and the crisis: Analytical note and recommendation, 2009
² Allianz Global Wealth Report 2013, p. 9

den¹ und Vermögensaufbau² umgehen. Nie war das Verständnis finanziellen Handelns wichtiger als heute. Das gilt vor allem mit Blick auf die Altersvorsorge. Die Eigenverantwortung steigt. Begünstigt wird diese Entwicklung durch den Umschwung vom Leistungsprimat zum Beitragssystem. Damit werden schließlich Anlage- und Langlebkeitsrisiken auf jeden Einzelnen verlagert.

Finanzielle Allgemeinbildung

Als Finanzdienstleister sind wir Experten in Finanzfragen – dies ist unsere Kernkompetenz. Wir setzen uns dort, wo wir ohnehin tätig sind, dafür ein, die Finanzkompetenz aller Altersgruppen durch finanzielle Allgemeinbildung zu verbessern.

Eines der größten Hindernisse für finanzielle Integration – die Teilhabe am Wirtschaftsleben durch ein Verständnis finanzieller Themen und Zusammenhänge – ist mangelndes Verständnis für Finanzprodukte. Diese werden oft als komplex wahrgenommen. Wir betrachten Finanzkompetenz als Brücke zu finanzieller Integration. Die Allianz verfolgt die klare Vision, die stärkste Finanzgemeinschaft aufzubauen. Darum ist uns die Förderung der finanziellen Allgemeinbildung in den Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, so wichtig.

Einige Beispiele für unser Engagement sind:

Gesellschaftliches Engagement

Unsere Mitarbeiter leisten in ihrem lokalen Umfeld einen Beitrag zur Entwicklung und Durchführung finanzieller Bildungsinitiativen, zum Beispiel durch My Finance Coach und die Programme für finanzielle Kompetenz in den USA und in Indonesien. Zudem bietet die Allianz zahlreiche Innovationen an, darunter auch Apps für Mobiltelefone, die insbesondere jungen Menschen beim Verständnis und der praktischen Umsetzung von Finanzplanung helfen. Mit der App „Moneymanager“, die im Rahmen von My Finance Coach

in Deutschland entwickelt wurde, können Jugendliche ihre Einnahmen und Ausgaben managen.

Innovative Produkte und Dienstleistungen

Ein Service, den wir bereits seit 2011 in einer Reihe von asiatischen Ländern anbieten, ist der Allianz Retirement Calculator. Anhand einfacher Fragen können Nutzer ihre wahrscheinliche Versorgungslücke im Alter ermitteln. Zur Berechnung wird ein von der Allianz entwickeltes mathematisches Versicherungsmodell herangezogen. Nutzer, die infolgedessen professionelle Beratung wünschen, können über die App die Website der Allianz aufrufen oder sich an Finanzberater der Allianz wenden.

Fachwissen

Wir teilen unser Fachwissen und Know-how. Beispiele hierfür sind das Magazin Project M, das sich mit Vermögensverwaltung und internationaler Altersversorgung befasst, sowie das von Allianz Global Investors gegründete Center for Behavioral Finance. Das Center for Behavioral Finance fördert den Dialog zwischen Unternehmen, Staat und Hochschulen und liefert Erkenntnisse über die Schnittstelle zwischen verhaltensorientierter Finanzierungslehre und Anlageentscheidungen.

¹ Gerardi, et al., Financial Literacy and Subprime Mortgage Delinquency: Evidence from a Survey Matched to Administrative Data. Federal Reserve Bank of Atlanta, 2010

² Mitchell, O. and Annamaria Lusardi, Financial Literacy: Implications for Retirement Security and the Financial Marketplace, 2011

Klimawandel

Klimawandel und Finanzdienstleistungen

Der Klimawandel aus der Sicht eines Versicherers

Die globale Erderwärmung wird mit hoher Wahrscheinlichkeit zu einem verstärkten Aufkommen extremer Wetterereignisse wie Hitzewellen, Trockenperioden, Überflutungen und Tropenstürmen führen. Die Versicherungsbranche ist den physischen Risiken des Klimawandels überwiegend indirekt durch die Übernahme von Risiken unserer Versicherungskunden ausgesetzt.

Die zehn kostspieligsten Versicherungsschäden des Jahres 2013 waren allesamt wetterbezogen. Der Taifun Haiyan, der im Jahr 2013 eine Spur der Zerstörung auf den Philippinen hinterließ, war einer der stärksten tropischen Wirbelstürme seit Beginn der Wetteraufzeichnung.

Die Versicherungskosten von Extremwetterereignissen sind in den letzten Jahren stark angestiegen. Versicherer haben in den letzten drei Jahren jährlich rund 70 Milliarden US-Dollar für Schäden infolge von Naturkatastrophen bezahlt. In den 1980er Jahren lag diese Zahl im Durchschnitt noch bei 15 Milliarden US-Dollar pro Jahr.¹ In unserem Industrieversicherungsgeschäft werden inzwischen über 40 Prozent der Schäden durch Sturm- und Flutereignisse verursacht.²

Zu einem Teil ist dieser Anstieg auf die allgemeine Zunahme versicherter Vermögenswerte auf der ganzen Welt zurückzuführen – und dieser Trend wird sich aller Voraussicht nach noch fortsetzen. Zudem sind die steigenden Schäden auf sozioökonomische Faktoren zurückzuführen: Gerade in Gebieten, die in besonderem Maße durch Naturkatastrophen gefährdet sind, ist das Wirtschafts- und Bevölkerungswachstum hoch. Dies führt zu einer Zunahme an versicherten Werten genau in diesen gefährdeten Gebieten.

Versicherungsunternehmen tragen auf vielfältige Weise zu Maßnahmen bei, die Schäden durch Naturkatastrophen reduzieren sollen, und bieten finanzielle Unterstützung für den Fall, dass es doch einmal zum Schaden kommt. Steigt jedoch durch den Klimawandel die Häufigkeit und/oder die Intensität von Extremwetterereignissen an, könnten das Auswirkungen auf die Verfügbarkeit von bezahlbaren Versicherungslösungen haben. Dazu kommt, dass die zunehmende Verflechtung der Weltwirtschaft die Einschätzung der Risiken des Klimawandels noch komplexer macht. Hier ist zum Beispiel an Betriebsunterbrechungen infolge von Extremwetterereignissen zu denken.

Stark gefährdete Regionen

Infolge des weltweiten Bevölkerungswachstums und der rasanten Verstädterung leben vor allem in den Schwellenländern immer mehr Menschen in gefährdeten Regionen, wie Küstengebieten und anderen überflutungsgefährdeten Gebieten. In diesen Hochrisikoregionen werden immer mehr Vermögenswerte versichert, die dann potenziellen Gefahren ausgesetzt sind. Heute leben rund 10 Prozent der Weltbevölkerung in unmittelbarer Nähe von Küsten, die maximal zehn Meter über dem Meeresspiegel liegen. Zwar entfallen lediglich 2 Prozent der weltweiten Landfläche auf diese Gebiete, doch die Bevölkerungsdichte ist hier höher als im weltweiten Durchschnitt.³

Der (globale) Meeresspiegel ist seit 1901 durchschnittlich um 19 cm angestiegen. In den letzten Jahren lässt sich ein immer schnellerer Anstieg beobachten. Falls der Emissionsausstoß und damit die Erderwärmung weiter steigt, kann von einem Meeresspiegelanstieg zwischen 45 cm und 82 cm bis zum Ende des Jahrhunderts ausgegangen werden. Infolge eines solchen Anstiegs wären 70 Prozent der Küstengebiete der Welt einem höheren Flutrisiko ausgesetzt.⁴ Zumeist ist in diesen Gebieten der Nutzen von Schutzmaßnahmen vor Überschwemmungen und Landverlust größer als die Kosten. Flut- und Erosionsschutz sind daher für den Großteil der Küstenlinien wirtschaftlich sinnvoll.

¹ Allianz, 2014, Allianz Risk Barometer on Business Risks 2014
² Allianz

³ McGranahan et al., 2007, The rising tide: assessing the risks of climate change and human settlements in low elevation coastal zones
⁴ IPCC, AR5, Synthesis Report, 2014

Wirtschaftliche Verflechtung

Wachsende Mobilität, technologischer Fortschritt und die Entstehung hoch entwickelter Lieferketten haben zu einer zunehmenden wirtschaftlichen Verflechtung in der heutigen globalisierten Welt beigetragen. Naturkatastrophen verursachen nicht mehr nur lokal begrenzte Schäden, sondern lösen Kettenreaktionen in der globalen Logistik aus mit Auswirkungen auf Unternehmen in aller Welt.

Inzwischen sind Betriebsunterbrechungen aufgrund widriger Wetterbedingungen nichts Ungewöhnliches mehr. Im Allianz Risk Barometer von 2014 werden Naturkatastrophen weiterhin als zweitgrößtes Geschäftsrisiko eingestuft. Der Industrierversicherer der Allianz, Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS), schätzt, dass Betriebsunterbrechungen und Verluste in der Lieferkette zwischen 50 bis 70 Prozent (bis zu 26 Milliarden US-Dollar im Jahr) der Industriesachversicherungsschäden in Folge von Naturkatastrophen ausmachen.¹ Ereignisse wie die Flut in Thailand im Jahr 2011 verdeutlichen die weitreichenden Auswirkungen auf die Weltwirtschaft: Infolge der flutbedingten Betriebsunterbrechungen erlitten Elektronikhersteller erhebliche Verluste, selbst wenn sie Tausende von Kilometern von Thailand entfernt ansässig waren, da ihnen wichtige Bauteile fehlten.

Für Unternehmen mit solch komplexen Lieferketten ist Versicherung ein wichtiges Instrument zur Risiko-steuerung. Für die Versicherungsbranche ist deshalb ein besseres Verständnis der Lieferkettenrisiken und der Risikomanagementansätze ihrer Kunden unerlässlich. Weitere Informationen finden Sie in unserer Publikation „[Managing Disruptions: An insurer's perspective on supply chain risks](#)“.

Der Klimawandel aus der Sicht eines Investors

Investoren spielen bei der Finanzierung des Übergangs zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft eine wichtige Rolle. Investitionen in eine emissionsarme Infrastruktur können sowohl den CO₂-Ausstoß verringern als auch das Wirtschaftswachstum ankurbeln. Die Bereitstellung von Kapital für solch neuartige Anlagegüter kann jedoch ganz neue Herausforderungen für Investoren mit sich bringen. Darüber hinaus können neue Vorschriften und technologische Entwicklungen auch einen Einfluss auf den Wert herkömmlicher Anlageklassen haben.

Investitionen in eine klimafreundliche Zukunft

Ein hochrangiges Expertengremium kam im kürzlich veröffentlichten „[New Climate Economy Report](#)“ zu dem Schluss, dass die Investitionsentscheidungen der nächsten 15 Jahre in den Bereichen Städte, Landnutzung und Energiesysteme für die Erfüllung der Klimaziele entscheidend sein werden.

Weltweit müssen bis 2030 ohnehin rund 90 Billionen US-Dollar in die Instandhaltung und den Ausbau bestehender Infrastruktur investiert werden, um sie an die Herausforderungen durch Bevölkerungswachstum, Urbanisierung und Wirtschaftswachstum anzupassen. Verglichen mit dieser Investitionssumme benötigt die Begrenzung der globalen Erderwärmung auf 2 °C kaum zusätzliche Investitionen. Wenn die nötigen klimafreundlichen Investitionen frühzeitig erfolgen, wären insgesamt zusätzliche Investitionen in Höhe von 4 Billionen US-Dollar bis 2030 nötig, 270 Milliarden US-Dollar pro Jahr.

Da ein Großteil der emissionsarmen Infrastruktur effizienter arbeitet und niedrigere Betriebskosten hat, würde sich zumindest ein Teil der Infrastrukturkosten selbst tragen. Diese grünen Investitionen haben zudem noch eine ganze Reihe von weiteren Vorteilen, wie zum Beispiel saubere Luft, verbesserte Gesundheit, Schutz von Pflanzen und Tieren sowie eine Verbesserung der Energiesicherheit.

¹ AGCS-Berechnung, basierend auf einer Swiss-Re-Schätzung der vorläufigen Versicherungsschäden infolge von Umweltkatastrophen in Höhe von 38 Milliarden US-Dollar im Jahr 2013

Die Allianz hat gemeinsam mit 349 anderen institutionellen Investoren aus aller Welt ein „Global Investor Statement“ veröffentlicht, das rasche Veränderungen in den politischen Konzepten fordert, um bessere Rahmenbedingungen für nachhaltige Investitionen zu schaffen.

Zukunftssichere Investitionen

Regulatorische und technologische Entwicklungen wie eine striktere Klimaregulierung und ein bedeutender Preis für Kohlenstoffemissionen, eine deutliche Kostenreduktion der erneuerbaren Energien und eine Steigerung der Explorationskosten fossiler Brennstoffvorkommen können einen wesentlichen Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit von CO₂-intensiven Sektoren haben. Dies kann den Wert von Kapitalanlagen in solchen Sektoren beeinflussen. Dazu kommt, dass die physischen Folgen des Klimawandels die Geschäftstätigkeit und die Wirtschaftlichkeit bestimmter Sektoren beeinträchtigen können.

Daher sind wissenschaftliche Erkenntnisse über die Auswirkungen des Klimawandels und ein Verständnis für mögliche mittel- bis langfristige Regulierungsänderungen von hoher Relevanz für Investitionsentscheidungen. Um diese Informationen jedoch tatsächlich in den Investitionsprozess einfließen zu lassen, müssen Klimarisiken und -chancen zunächst messbar und prognostizierbar sein. Im Abschnitt [„Unsere Forschung zum Klimawandel“](#) werden konkrete Projekte und Initiativen hierzu vorgestellt.

Unsere Forschung zum Klimawandel

Alle Finanzdienstleister stehen vor der Herausforderung, ausreichend detaillierte Daten zum Klimawandel zu erheben und auszuwerten, um sich auf klimabezogene Risiken erfolgreich einstellen zu können. Durch gezielte Forschungsvorhaben arbeiten wir daran, Klimarisiken zu erkennen, zu quantifizieren und zu tarifieren, um uns frühzeitig auf Veränderungen einstellen zu können. Die Ergebnisse unterstützen uns auch dabei, Potenziale für klimafreundliche Investitionen und Produktinnovationen zu erkennen. Es folgt eine Auswahl unserer Forschungsaktivitäten:

Klimatools für Investoren

Der Klimawandel kann zu einer Beeinträchtigung von Vermögenswerten führen, beispielweise wenn bestimmte Wirtschaftsbereiche stärker reguliert werden oder wenn die physischen Auswirkungen des Klimawandels die Geschäftstätigkeit beeinflussen.

Eines der Forschungsprojekte zielt darauf ab, diese Risiken in messbare Kosten- und Investitionsfaktoren umzuwandeln. Die daraus gewonnenen Daten werden so aufbereitet, dass sie für eine strategische Ausrichtung unseres Portfolios in den verschiedenen Anlageklassen wie Anleihen, Aktien oder Immobilien verwendet werden können. Das Projekt wurde am 23. September 2014 bei der jährlichen Konferenz der Prinzipien für verantwortliches Investieren der Vereinten Nationen (UN Principles for Responsible Investment) vorgestellt. Die Allianz zählt zu ihren Unterzeichnern. Mehrere institutionelle Anleger, die zusammengenommen ein Vermögen von 1,5 Billionen US-Dollar verwalten, sind an diesem Projekt gemeinsam mit Mercer Consulting beteiligt. Die Allianz trägt ihre Sichtweise als Investor und Finanzdienstleister zu diesem Forschungsvorhaben bei. Die Erkenntnisse sollen in unsere Geschäftsentscheidungen einfließen.

Darüber hinaus hat die Allianz eine Studie bei der 2° Investing Initiative in Auftrag gegeben. Die Studie untersucht, zu welchen Anteilen bestimmte, von Klimaschutzverordnungen besonders betroffene Sektoren in den großen Aktienindizes wie FTSE oder

DAX vertreten sind und diese somit beeinflussen. Dazu zählen insbesondere die Sektoren Öl und Gas, Energieversorgungsunternehmen und die Automobilbranche. Da institutionelle Anleger wie die Allianz in ihrer Portfoliozusammensetzung oftmals diese großen Indizes nachbilden, können die zu erwartenden Änderungen für die oben genannten Sektoren auch einen erheblichen Einfluss auf die Portfolioentwicklung haben.

Die künftigen Kosten der Stromerzeugung in Deutschland

In der Industrie und bei privaten Stromkunden wächst die Sorge vor steigenden Kosten durch die Energiewende. Eine Untersuchung im Auftrag der Umwelt- und Entwicklungsorganisation Germanwatch und Allianz Climate Solutions zeigt jedoch, dass eine konsequent durchgeführte Energiewende hin zu erneuerbaren Energien nicht wesentlich teurer sein muss; sie kann sogar günstiger sein als eine Stromerzeugung, die auf fossile Brennstoffe setzt. Das wäre insbesondere dann der Fall, wenn Deutschland tatsächlich gewillt ist, seine langfristigen Klimaschutzziele zu erfüllen.

Grüne Städte

Schon heute sind Städte für rund 70 Prozent der globalen Treibhausgasemissionen verantwortlich – Tendenz steigend.¹ Auf Grundlage verschiedener Untersuchungen gehen wir davon aus, dass weltweit jährlich zwei Billionen US-Dollar investiert werden müssen, um die urbane Infrastruktur zu modernisieren und nachhaltiger zu gestalten. Und das über einen Zeitraum von 20 Jahren. Allerdings ist die Lage in den öffentlichen Haushalten fast überall angespannt. Private institutionelle Investoren – auch Versicherer – können helfen, die Investitionslücke zu schließen. Doch obwohl institutionelle Investoren bestrebt sind, ihr Anlageportfolio zu diversifizieren, fließen bislang nur begrenzte Summen in eine nachhaltige städtische Infrastruktur.

¹ Insight: Urbanization, KPMG International, September 2011

Ein Forschungsbericht der Allianz mit dem Titel „Investing in green cities: Mind the gap“, der im Februar 2014 veröffentlicht wurde, befasst sich mit der Frage, wie private Investitionen in eine nachhaltige städtische Infrastruktur gefördert werden können. Der Bericht beschreibt, wie solche Investitionen zu einer Win-win-Situation führen können: für die Städte, das Weltklima und die institutionellen Investoren, die Wert auf langfristig stabile Renditen legen.

Agrarversicherung in Asien

Reis ist das wichtigste Grundnahrungsmittel der Welt. Bei mehr als der Hälfte der Weltbevölkerung steht Reis täglich auf dem Speiseplan. In Asien, wo 90 Prozent des Reises konsumiert werden, ist die Verfügbarkeit von bezahlbarem Reis ausschlaggebend für die Ernährungssicherheit.¹ Allianz Re ist gemeinsam mit der deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), dem internationalen Rice Research Institute, der Schweizer Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA) und dem Schweizer Softwareentwickler sarmap Gründungspartner von RIICE (Remote-sensing based Information and Insurance for Crops in Emerging economies). Das Ziel von RIICE ist, Regierungen und Nichtregierungsorganisationen bessere Informationen zum Reisanbau bereitzustellen. RIICE hilft damit nicht nur, die Ernährungssicherheit zu erhöhen, sondern trägt auch zur Entwicklung und Verbesserung neuer und bestehender Ernteversicherungsprogramme in Südostasien bei.

Unterstützt wird RIICE von der Europäischen Weltraumorganisation ESA, deren Radarbilder die Entwicklung der Ernten aufzeigen. Die Allianz nutzt diese Informationen, um Versicherungslösungen für Landwirte zu konzipieren. Regierungen profitieren ebenfalls von dem Programm. Für die Behörden können die Erntedaten als eine Art Frühwarnsystem dienen. Sobald sich die Anzeichen verdichten, dass die Ernterträge zur Versorgung der Bevölkerung nicht ausreichen, können Regierungen die nötige Vorsorge treffen. RIICE ist derzeit bereits in Bangladesch, Kambodscha, Indien, Indonesien, Thailand, Vietnam und auf den Philippinen aktiv.

Energieeffizienz-Versicherung für kleine und mittelständische Unternehmen

Energieeffizienz sollte im Zentrum heutiger Energiepolitik stehen. Doch noch wird diesem Aspekt, trotz all seiner Vorzüge, zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Das Global Innovation Lab for Climate Finance möchte das ändern. Neben anderen Projekten zum Thema Klimafinanzierung hat das Lab ein Versicherungskonzept entwickelt, bei dem die Kosteneinsparungen, die man sich durch Energieeffizienzmaßnahmen erhofft, garantiert werden. Bei einem Nichteintreten der Kosteneinsparungen kann es zu einer Versicherungsauszahlung kommen. So lohnt sich die Energieeffizienzmaßnahme für den Kunden in jedem Fall. Die Allianz ist im Vorstand des Labs vertreten und an verschiedenen Arbeitsgruppen beteiligt.

Risikomodellierung: Starkregenereignisse in Italien

In Zukunft werden extreme Regenfälle in Europa aller Voraussicht nach mehr Schäden verursachen. Um diese Problematik besser zu verstehen und unsere Risikomodellierungen für Starkregenereignisse zu verbessern, haben wir uns mit dem britischen Met Office und dem World Wide Fund for Nature (WWF) Deutschland zusammengeschlossen. Aus der Arbeit mit unseren Partnern, die 2011 abgeschlossen wurde, gingen Risikomodellierungsverfahren für Regenfälle in Norditalien von bisher ungekannter Qualität und Detailgenauigkeit hervor.

Im ständigen Dialog mit Vertretern aus der Wissenschaft

In einem weiteren Forschungsprojekt hat sich die Allianz mit der Universität Köln zusammengeschlossen. Der Forschungsgegenstand: Windstürme. Nimmt ihre Stärke und Häufigkeit zu? Und welche Auswirkungen hätte ein stürmischer Winter auf das Portfolio der Allianz? Die Antworten auf diese Fragen werden in der gemeinsamen Forschungsarbeit ermittelt.

¹ International Rice Research Institute, 2014

Die Allianz spielte auch eine aktive Rolle in der Arbeitsgruppe zum Klimawandel des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV), indem sie Forschungsvorhaben verschiedener deutscher Institutionen, darunter des Potsdam-Instituts für Klimafolgenforschung, der Freien Universität Berlin und der Universität Köln, finanziert hat.

Allianz Climate Solutions plant eine Reihe weiterer Forschungsprojekte, die den Klimawandel aus einer für unser Geschäft relevanten wirtschaftlichen Perspektive betrachten sollen.

Demografischer Wandel

Demografische Trends und wirtschaftliche Herausforderungen

Alternde Bevölkerungen, weniger Erwerbstätige, zunehmende Verstärkung, Sozialversicherungssysteme unter Druck: Für Finanzdienstleister ist der demografische Wandel Herausforderung und Chance zugleich. Wir begegnen dem veränderten Umfeld mit einem breiten Angebot an strategischen und geschäftsorientierten Lösungen.

Weltweite demografische Trends

Der demografische Wandel stellt Gesellschaften auf der ganzen Welt vor eine Fülle von Herausforderungen. Während die westlichen Industrienationen aufgrund niedriger oder sinkender Geburtenraten und gesteigener Lebenserwartung mit den Folgen einer alternden und schrumpfenden Bevölkerung zu kämpfen haben, hält das Bevölkerungswachstum in weiten Teilen Afrikas und Asiens weiter an.

Diese demografischen Trends haben unterschiedliche Auswirkungen. Was die einzelnen Regionen zur Bewältigung dieser Herausforderung unternehmen, hängt stark davon ab, wie schnell diese Veränderungen geschehen. Die Komplexität der weltweiten Herausforderung ist mit einem von uns entwickelten interaktiven Tool „demographic insights“ nachvollziehbar.

Japans Gesellschaft ist die weltweit älteste, dicht gefolgt von jenen in Deutschland und Italien. In allen drei Ländern sinken die Bevölkerungszahlen. Außerdem werden die Menschen immer älter, so dass sich das Verhältnis zwischen Erwerbsfähigen und Rentnern weiter verschlechtert. Die umlagefinanzierten Sozialversicherungssysteme stehen unter Druck. Damit wächst in den westlichen Industrienationen der Bedarf an zusätzlichen Altersvorsorgelösungen.

Ein typisches Merkmal für den demografischen Wandel ist zunächst Wachstum. Zu beobachten ist diese Entwicklung derzeit in Teilen Asiens: Schnelles Wirtschaftswachstum führt zu einer steigenden Lebenserwartung bei gleichzeitig sinkenden Geburtenraten. Die „demografische Dividende“, wie dieses Phänomen auch genannt wird, hält über einen Zeitraum von

circa 20 bis 30 Jahre an. Beide Folgen erhöhen den relativen Anteil der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter. Die Mehrheit der Bevölkerung arbeitet, verdient und die Kaufkraft erhöht sich, während die Kosten für wirtschaftlich abhängige Altersgruppen (Kinder und Rentner) zurückgehen. Die Leistungsfähigkeit der Gesellschaft legt sprunghaft zu.

Mit der Zeit schwächen sich die Vorteile aber langsam ab. Bleiben die Geburtenraten über mehrere Jahrzehnte hinweg niedrig, tritt nach und nach der gegenteilige Effekt ein: Der Anteil älterer Menschen erhöht sich. Mit der parallel steigenden Lebenserwartung geraten sowohl die Familie in ihrer Funktion als informell-wirtschaftlicher Rückhalt als auch die staatlichen Rentenvorsorgesysteme unter Druck.

Alternde Belegschaft

Der demografische Wandel stellt Arbeitnehmer und Arbeitgeber vor eine Reihe von Herausforderungen, einschließlich sinkender Arbeitnehmerzahlen und längerer Lebensarbeitszeiten. Diesen Herausforderungen muss mit intelligenten, flexiblen Lösungen begegnet werden, die sowohl den Bedürfnissen der Arbeitnehmer wie auch denen der Arbeitgeber gerecht werden.

In zahlreichen westlichen Ländern geht der demografische Trend hauptsächlich hin zu alternden Gesellschaften, in denen die Menschen eine längere Rentenzeit erleben. Folglich erhöhen Regierungen nach und nach das staatliche Renteneintrittsalter, um den auf den staatlichen Rentensystemen lastenden Druck zu bewältigen. Für Arbeitgeber wie für Arbeitnehmer ist es nun wichtig, Lösungen für eine längere Beschäftigung älterer Mitarbeiter zu finden oder flexiblere Möglichkeiten für den Eintritt in den Ruhestand zu bieten als durch das Erreichen des gesetzlichen Rentenalters vorgesehen.

Migration

Naturkatastrophen, wirtschaftliche und politische Instabilität und Rohstoffknappheit begünstigen die Migration, und somit das demografische Bild von Ländern und Städten. Zwar könnte die Migration dazu beitragen, das Problem der rückläufigen Arbeitnehmerzahlen zu lösen, aber die Kapazitäten, größere Zahlen an Einwanderern zu integrieren, sind unter Umständen begrenzt. Auch wenn nicht alle Migranten arm sind, haben sie häufig Schwierigkeiten beim Zugang und/oder der Nutzung von Finanzdienstleistungen. Infolgedessen wächst der Bedarf an formalen Altersvorsorgesystemen – vor allem wenn sich die Migranten entscheiden, dauerhaft im Land zu bleiben.

Urbanisierung

2008 lebte erstmals in der Geschichte die Mehrheit der Weltbevölkerung in Städten. Seitdem ist die Stadtbevölkerung Jahr für Jahr gewachsen; und es wird davon ausgegangen, dass dies auch weiterhin der Fall sein wird. Bis 2030 werden schätzungsweise 60 Prozent der Weltbevölkerung in Städten leben. Für Europa sagen die Forscher bis 2050 sogar einen Anstieg auf 80 Prozent voraus.¹

Die Bevölkerungskonzentration und der Anstieg des versicherten Vermögens steigern auch die Risiken, denen sich Städte zum Beispiel im Zuge von Naturkatastrophen ausgesetzt sehen (siehe dazu auch Abschnitt „Klimawandel und Finanzdienstleistungen“ auf Seite 11). Darüber hinaus sind die Industrieländer von einer Infrastruktur abhängig, die circa 30 bis 50 Jahre alt ist. Dennoch sind die Investitionen der Öffentlichen Hand auf diesem Gebiet allgemein zurückgegangen. Damit die in die Jahre gekommene Infrastruktur den Anforderungen einer wachsenden Bevölkerung standhält, sind jährlich Billionen von Euro notwendig. Das sind Beträge, die die meisten Staaten nicht aufbringen können, insbesondere vor dem Hintergrund demografisch bedingter Mehrausgaben für die sozialen Sicherungssysteme.

Mobile Technologie

Abgesehen von den beschriebenen Trends schafft auch die digitale Revolution ganz neue Gegebenheiten und verändert unsere Kommunikation und letztendlich auch unsere Kaufentscheidungen. Unsere Kunden können unsere Produkte fast überall kaufen – unterwegs per Mobiltelefon, zu Hause, im Büro oder in einer Agentur. Die Grenzen zwischen Online und Offline verschwimmen zusehends. Die Erwartungen der Kunden ändern sich. Darauf müssen sich die Unternehmen einstellen. Und: Der Übergang sollte nahtlos und transparent verlaufen. Darüber hinaus ermöglicht die mobile Technologie auch den Zugang zu Finanzprodukten und -leistungen in Gebieten, die zuvor nur schwer erreichbar waren. So kann in Burkina Faso die Mikroversicherung auch über Mobilgeräte abgeschlossen werden.²

Auswirkungen auf Finanzdienstleister

Für den Finanzdienstleistungssektor sind die Auswirkungen dieser demografischen Trends signifikant: Zum einen steigt die Nachfrage nach formalen und privaten Renten- und Krankenversicherungen weltweit an. Zum anderen werden die Menschen immer älter, was eine neue Strategie im Umgang mit der Langlebigkeitswahrscheinlichkeit erforderlich macht. Arbeitgeber schwenken von leistungsorientierten (defined benefit) Pensionsplänen mit garantiertem Ruhestandseinkommen auf eine beitragsorientierte (defined contribution) Altersvorsorge um. Das heißt: Anlage- und Langlebigkeitsrisiken werden auf den Einzelnen verlagert. Dadurch steigt der Bedarf an Lösungen, die das im Laufe der Erwerbstätigkeit angesparte Vermögen in ein regelmäßiges Einkommen im Ruhestand umwandeln. Die individuelle Verantwortung und Komplexität des Finanzproduktspektrums nehmen zu. Damit wird auch die Rolle der Finanzberater immer wichtiger. Sie müssen Menschen bei ihren Anlage- und Rentenentscheidungen unterstützen.

¹ UN World Urbanization Prospects – 2014 Revision: <https://esa.un.org/unpd/wup/default.aspx>

² Lesen Sie mehr über Investitionsalternativen für kostenträchtige Infrastrukturprojekte in einem Artikel von Michael Diekmann, dem Vorsitzenden des Vorstandes, Allianz SE.

Wirtschaftliche Herausforderungen

Die Staatsschuldenkrise in Europa hat erhebliche Folgen für Privatvermögen und Ersparnisse – und infolgedessen auch für die Altersvorsorge. Die historisch niedrigen Zinssätze wirken sich für Schuldner günstig aus und benachteiligen Sparer. Auch Versicherer verzeichnen bei ihren Anlagen geringere Gewinne, was sich negativ auf die Erträge für unsere Kunden auswirkt.

Unter den gegenwärtigen Umständen müssen die Menschen noch mehr sparen, um im Rentenalter den gewünschten Lebensstandard aufrechterhalten zu können. Leider bietet das gegenwärtige Niedrigzinsumfeld nur wenige Anreize für einen langfristigen Vermögensaufbau. Aufgrund der hohen Verschuldung können viele Staaten ihre Rentenversicherungs- und andere Versorgungssysteme nur in begrenztem Maß unterstützen. Damit steigt die Verantwortung jedes Einzelnen, sich selbst um seine Altersvorsorge zu kümmern.

Aufbau und Bereitstellung unserer Expertise

Forschung und Entwicklung

Die strategischen Entscheidungen unseres Konzerns fußen auf umfangreichen Markt- und Trendstudien. Diese fördern Produktinnovationen und tragen dazu bei, das Bewusstsein für die Auswirkungen wesentlicher demografischer Entwicklungen sowohl auf unser Geschäft als auch die Gesellschaft insgesamt zu schärfen. Unsere Geschäftsbereiche und Tochtergesellschaften bauen Forschungskapazitäten auf lokaler und globaler Ebene aus, um zur Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen beizutragen.

Wir veröffentlichen die Ergebnisse unserer zukunftsorientierten Studien in regelmäßigen Abständen in unserem Newsletter „Demographic Pulse“, auf unserer weltweit zugänglichen Open-Knowledge-Internetseite und über Project M, unser Fachmagazin zum Thema Anlagen und Altersvorsorge. Unsere Geschäftspartner profitieren ebenfalls von unserer Forschung. Ein Beispiel ist unsere Zusammenarbeit mit dem Center for Behavioral Finance in den Vereinigten Staaten. Das Institut verwandelt Forschungserkenntnisse in umsetzbare Ideen und nützliche Instrumente für Finanzberater, Träger betrieblicher Altersvorsorgeeinrichtungen und Pensionsfonds sowie Anleger.

Zudem beteiligen wir uns an öffentlichen Debatten über demografischen Wandel. Im Rahmen des 2011 ins Leben gerufenen Allianz Demografie Forums bringen wir führende Experten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft zu Diskussionen über demografische Fragen und nachhaltige Lösungen für künftige Herausforderungen zusammen. Als global ausgerichtete Plattform will das Forum Impulse für Wandel auf nationaler und internationaler Ebene geben. Weitere Informationen zu unserer Zusammenarbeit mit staatlichen Institutionen finden Sie in dem Kapitel Corporate Citizen auf Seite 54.

Maßnahmen der Allianz

Neben der Förderung von Diskussion und Forschungsaktivitäten im Bereich des demografischen Wandels

konzentrieren wir uns auf die Bereitstellung nachhaltiger Produkte und Lösungen für unsere Kunden und Mitarbeiter.

Eine unserer Stärken besteht darin, dass wir die finanziellen Bedürfnisse über ihren gesamten Lebenszyklus bedienen können, da wir die gesamte Wertschöpfungskette von Marktforschung und Produktentwicklung bis hin zum Kundendienst abdecken. Als integrierter Finanzdienstleister befinden wir uns in einer optimalen Position, um alternden Gesellschaften Lösungen für die Altersvorsorge anbieten zu können. Dank unserer vereinten Expertise aus den Bereichen Vermögensverwaltung und Versicherung können wir der sich wandelnden Gesellschaft ein breites Spektrum maßgeschneiderter Renten- und Krankenversicherungsprodukte anbieten.

Wir entwickeln regelmäßig neue Produkte und Leistungen von eher traditionellen Lebensversicherungen bis hin zu Hybrid-Lösungen. Letztere sind eine Kombination aus Vermögensverwaltungs- und Versicherungsoptionen. Hinzu kommen unsere Mikroversicherungsangebote in den Entwicklungsländern und Dienste in verschiedenen Sprachen für Migranten. Weitere Informationen zur Nachhaltigkeit unserer Produkte und Dienstleistungen finden Sie in den Kapiteln Versicherer auf Seite 74 und Investoren auf Seite 83.

Außerdem ist die Allianz führend, was das Angebot langfristiger Lösungen für die Bewältigung der Infrastrukturkrise und für eine rentable Altersvorsorge angeht. Allerdings ist im politischen Bereich noch einige Arbeit zu leisten, um das Investitionsumfeld stabiler und transparenter für institutionelle Anleger wie die Allianz zu gestalten.

Nicht zuletzt fordert uns der demografische Wandel auch in unserem eigenen Konzern. Wir entwickeln Lösungen, um Einsatzmöglichkeit und Fachkenntnisse unserer Mitarbeiter auf unseren langfristigen Bedarf abzustimmen. Dies geschieht im Rahmen unseres Programms für strategische Personalplanung (Strategic Workforce Planning). Weitere Informationen zu unserem Personalmanagement finden Sie in dem Kapitel Arbeitgeber auf Seite 65 und zur Digitalisierung auf Seite 94.

C Nachhaltigkeits- strategie

22 Prinzipien und Verpflichtungen

24 Strategie zum Klimawandel

26 ESG-Ansatz

30 Management und Governance

33 Stakeholder Engagement und
Materialität

38 Prioritäten und Erfolge 2014

Prinzipien und Verpflichtungen

Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Tätigkeit als Versicherer und langfristig orientierter Investor. Langfristige Planung und ein weiter Entscheidungshorizont charakterisieren das Konzept Nachhaltigkeit. Als Versicherer und Investor nehmen wir naturgemäß eine langfristige Perspektive ein, um Versprechen, die wir unseren Kunden heute geben, in Zukunft erfüllen zu können.

Das Thema Nachhaltigkeit beschäftigt uns nicht erst seit Kurzem. Wir bauen auf einem Fundament auf, das über die letzten 125 Jahre entwickelt wurde. Wir verfügen über etablierte Systeme und Prozesse für eine nachhaltig ausgerichtete Geschäftstätigkeit. Unter Nachhaltigkeit verstehen wir eine langfristige ökonomische Wertschöpfung, verbunden mit dem vorausschauenden Konzept einer guten Unternehmensführung (Corporate Governance), ökologischer Selbstverpflichtung und sozialer Verantwortung.

Wir fördern eine Unternehmenskultur, in der globale Herausforderungen wie die demografische Entwicklung oder der Klimawandel effektiv angegangen werden – nicht nur mit Blick auf die damit verbundenen Risiken, sondern auch hinsichtlich der Chancen, die daraus für ein langfristiges und profitables Wachstum des Unternehmens entstehen.

Prinzipien nachhaltiger Entwicklung

Die folgenden Nachhaltigkeitsprinzipien dienen als Leitlinien für unsere weltweiten Aktivitäten.

- **Durch den Schutz der natürlichen Ressourcen im operativen Geschäftsbetrieb leistet die Allianz einen Beitrag zu einer klimaschonenden Wirtschaft:** Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden angehalten, natürliche Ressourcen zu schützen und sicherzustellen, dass mögliche durch den Geschäftsalltag verursachte Umweltschäden so weit wie möglich vermieden werden.
 - **Aufbau langfristiger und wechselseitig förderlicher Partnerschaften durch gezielte Maßnahmen und den aktiven Dialog mit unterschiedlichen Interessengruppen:** Wir suchen aktiv den Dialog mit unseren Stakeholdern rund um ESG-Themen, um ein besseres Verständnis für ihre Bedürfnisse und Ansprüche zu gewinnen. Damit legen wir die Basis für langfristige Beziehungen.
 - **Vollständige Transparenz in unseren Nachhaltigkeitsleistungen:** Wir geben einmal im Jahr Auskunft über unsere Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit. Dabei halten wir uns an international geltende Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Wir übermitteln entsprechende Daten an Agenturen, die auf Nachhaltigkeitsratings spezialisiert sind. Dadurch haben unsere Stakeholder die Möglichkeit, unsere Leistung an der unserer Mitbewerber zu messen und uns mitzuteilen, in welchen Bereichen wir uns verbessern können.
- **Integration von nachhaltigen Geschäftspraktiken in Produkte und Dienstleistungen der Allianz und Entwicklung innovativer Lösungen zur Bewältigung lokaler und globaler Herausforderungen:** Wir integrieren den Nachhaltigkeitsaspekt in unsere Kerngeschäftsprozesse und verfolgen einen nachhaltigen Ansatz, indem wir ökologische, soziale und Governance(Environment, Social, Governance – ESG)-Aspekte in die Produktentwicklung sowie in das Versicherungs- und Vermögensverwaltungsgeschäft einfließen lassen.

Unsere konzernweiten Selbstverpflichtungen

Unser Nachhaltigkeitsansatz wird durch ein konzernweites Rahmenwerk geregelt, das sich aus Richtlinien und segmentspezifischen Standards für Versicherungen, Investitionen und Vermögensmanagement sowie funktionalen Regelungen und dem Allianz Verhaltenskodex zusammensetzt.¹

Wir erkennen die internationalen Richtlinien und Standards zum Thema Nachhaltigkeit an und haben uns verpflichtet, alle für unser Geschäft relevanten einzuhalten und umzusetzen. Nachstehend finden Sie eine Auswahl der von uns eingegangenen internationalen Verpflichtungen:

Principles for Sustainable Insurance

Anfang 2014 unterzeichnete die Allianz im Rahmen der Finanzinitiative des UN-Umweltprogramms (UN Environment Programme Finance Initiative – UNEP FI) die Principles for Sustainable Insurance (PSI). Diese Initiative fördert ein branchenweites Bekenntnis zur Integration von ESG-Aspekten. Die Zusammenarbeit mit Partnern hat das Ziel, positive Veränderungen beschleunigen.

Als führendes globales Versicherungsunternehmen möchten wir zu dieser Initiative beitragen und andere Unternehmen der Versicherungsbranche ermutigen, ihren Ansatz in Bezug auf ESG-Aspekte weiterzuentwickeln. Wir sind der Auffassung, dass die Versicherungsbranche eine noch wichtigere Rolle für Wirtschaft und Gesellschaft spielen kann, indem sie ESG-Aspekte vermehrt in das Risikomanagement einbezieht.

Als Unterzeichner der PSI sind wir unter anderem verpflichtet, die Fortschritte der Allianz bei der Umsetzung der Prinzipien offenzulegen.²

Principles for Responsible Investment

Die Allianz SE als Vermögensinhaber, PIMCO und Allianz Global Investors als Vermögensverwalter sind Unterzeichner der United Nations Principles for Responsible Investment (UN PRI). Die „Prinzipien für Verantwortliches Investieren“ werden von einer Vielzahl internationaler Investoren unterstützt, welche dabei helfen, die sechs Prinzipien in die Praxis umzusetzen. Das Gesamtvolumen des verwalteten Vermögens beträgt dabei über 45 Billionen US-Dollar. In diesen Prinzipien spiegelt sich die Überzeugung ihrer Unterzeichner wider, dass ESG-Aspekte die Wertentwicklung von Anlageportfolios beeinflussen und folgerichtig gemäß ihrer treuhänderischen Pflichten berücksichtigt werden müssen. Diese Selbstverpflichtung bezieht sich auf das gesamte von der Allianz verwaltete Vermögen.

Deutscher Nachhaltigkeitskodex

Die Allianz unterstützt den Deutschen Nachhaltigkeitskodex seit seinem Inkrafttreten im Jahre 2011. Damit sind wir eines der ersten Unternehmen, das seine Berichte nach diesen Grundsätzen erstellt. Wir haben unsere Prozesse an die Bestimmungen dieses Kodexes angepasst. Das Prinzip der Transparenz ist ein Kernelement dieses Kodexes und wird von uns sehr ernst genommen. Es zählt zu unseren Prinzipien für nachhaltige Entwicklung.

UN Global Compact

Seit 2002 gehören wir zu den Unterzeichnern des UN Global Compact (UNGC). Unser Verhaltenskodex bezieht sich auf den UNGC, dessen Grundsätze im Anhang enthalten sind. Wir informieren jährlich über unsere Fortschritte, die wir bei der Umsetzung der zehn Grundsätze des UNGC in Bezug auf Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung erzielt haben.

¹ Mehr Informationen über unsere Corporate-Governance-Strukturen finden Sie auf https://www.allianz.com/de/ueber_uns/management/corporate_governance/index.html.

² Unser Bericht ist verfügbar auf www.allianz.com/nachhaltigkeit.

Strategie zum Klimawandel

Unterstützung für eine klimaschonende Wirtschaft

Unsere konzernweite Klimastrategie verpflichtet uns, beim Strukturwandel hin zu einer emissionsarmen Wirtschaft mit gutem Beispiel voranzugehen. Wir nutzen unsere Führungsposition als weltweit tätiger Finanzdienstleister und Investor, um klimaschonende Lösungen zu finanzieren und das öffentliche Bewusstsein für die Risiken und Chancen des Klimawandels zu schärfen. Wir selbst arbeiten konstant daran, unsere CO₂-Bilanz zu verbessern. Außerdem entwickeln wir grüne Produkte und Dienstleistungen für unsere Kunden, um die negativen Auswirkungen des Klimawandels abzuschwächen.

Wir sind bestrebt, Vordenker und Vorreiter im Umgang mit dem Klimawandel zu sein. Daher beteiligen wir uns an den internationalen Klimaverhandlungen und engagieren uns in öffentlichen Dialogen und Debatten. Wir sind zudem Mitglied in verschiedenen Brancheninitiativen zum Thema Klimawandel, wie zum Beispiel im Arbeitskreis für den Klimawandel der Finanzinitiative des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP FI), der Munich Climate Insurance Initiative (MCII) und ClimateWise, einer weltweiten Klimainitiative der Versicherungsbranche. Dank dieser Aktivitäten konnten wir unser Wissen in Bezug auf den Klimawandel vertiefen.

Aktivitäten als Unternehmen

Wir reduzieren fortwährend unsere eigenen CO₂-Emissionen und unser Unternehmen ist seit 2012 klimaneutral. Unser Ziel ist es die CO₂-Emissionen pro Mitarbeiter bis 2015 um 35 Prozent gegenüber 2006 zu reduzieren. Wir vermeiden und reduzieren nicht nur den CO₂-Ausstoß, sondern ersetzen bestimmte Emissionsquellen durch CO₂-ärmere Alternativen. Unser Fokus liegt dabei auf den drei Faktoren, die für über 98 Prozent unseres CO₂-Fußabdrucks verantwortlich sind: Energie- und Papierverbrauch sowie Geschäftsreisen. Die verbleibenden Emissionen gleichen wir durch Direktinvestitionen in Klimaschutzprojekte aus. Weitere Informationen über unsere Maßnahmen zur Verbesserung unserer CO₂-Bilanz finden Sie in dem Kapitel Umweltmanagement auf Seite 44.

Aktivitäten als Investor

86 Prozent der weltweiten Investitionen und Finanzströme gehen auf private Investoren zurück.¹ Große institutionelle Investoren wie Versicherungsgesellschaften und Vermögensverwalter spielen als Kapitalgeber für den erfolgreichen Strukturwandel hin zu einer emissionsarmen Wirtschaft eine bedeutende Rolle. Insgesamt müssen erheblich mehr private Finanzmittel mobilisiert werden. Nur so ist eine klimafreundliche Infrastruktur realisierbar. Mit einem jährlichen Anlagevolumen von ungefähr 400 Millionen Euro weiten wir unsere Investitionen im Bereich der erneuerbaren Energien sukzessive aus. Glücklicherweise sind klimabezogene Investitionen, zum Beispiel in erneuerbare Energien, ein attraktiver Wachstumsmarkt, denn sie tragen zu einer stärkeren Portfolio-Diversifizierung bei und streuen somit das Risiko. Das sichert langfristige und stabile Renditen, die in der Regel nicht den Schwankungen der Finanzmärkte ausgesetzt sind. Somit passen die Investitionen in erneuerbare Energien gut zu unserer Anlagestrategie, die kontrollierbare Risiken und attraktive Renditen über Zeiträume von 20 Jahren und mehr verlangt.

Darüber hinaus hat Allianz Global Investors Ende 2012 den Allianz Renewable Energy Fund (AREF) mit einem Volumen von 150 Millionen Euro als ersten geschlossenen Investmentfonds für Erneuerbare-Energie-Projekte in den Markt für institutionelle Anleger eingeführt.

Aktivitäten als Finanzdienstleister

Wir bieten unseren Privat- und Geschäftskunden eine wachsende Anzahl grüner Produkte und Dienstleistungen an. Diese mindern die negativen physischen und wirtschaftlichen Auswirkungen des Klimawandels oder vermindern negative Auswirkungen für die Umwelt. Sie machen einen immer größeren Teil unserer Produktpalette in all unseren Geschäftsbereichen aus. Dazu gehören unter anderem Versicherungs- und Anlageprodukte. Unsere umfassende, konzernweite

¹ UNFCCC, Investment and financial flows relevant to the development of an effective and appropriate international response to Climate Change, 2008, https://unfccc.int/cooperation_and_support/financial_mechanism/items/4053.php

Definition für grüne Lösungen zeigt deren Anteil an unserem finanziellen Gesamtergebnis. Für mehr Informationen hierzu lesen Sie bitte den Abschnitt grüne Lösungen auf Seite 77.

Unsere Kompetenzzentren für Klimafragen

Allianz Climate Solutions

Allianz Climate Solutions (ACS) ist unser konzernweites Kompetenzzentrum für Fragen rund um den Klimaschutz mit dem Fokus auf erneuerbare Energie. Die Tochtergesellschaft wurde 2007 gegründet und ist für die Entwicklung klimabezogener Strategien in der Allianz Gruppe zuständig. Außerdem berät sie sowohl externe Kunden als auch Allianz Einheiten bei der Finanzierung und Versicherung von Projekten im Bereich erneuerbare Energien.

Für mehr Informationen hierzu folgen Sie bitte dem Abschnitt Unsere Expertise zum Klimawandel auf Seite 14.

Allianz Reinsurance

Die Erderwärmung wird sehr wahrscheinlich zu einer Zunahme extremer Wetterereignisse wie Hitzewellen, Trockenperioden, Überflutungen und Tropenstürmen führen. Für die Versicherungsbranche bedeutet dies vermehrte Zahlungen für Schäden und Verluste. Die Kosten von Versicherungsschäden durch Naturkatastrophen sind in den vergangenen zehn Jahren deutlich gestiegen. Daher ist es für uns immens wichtig, Schäden in Verbindung mit Naturkatastrophen noch besser zu verstehen. Die Allianz Rückversicherung (Allianz Re) beschäftigt sich seit dem Jahr 2000 mit unserem Katastrophenrisikomanagement, um die potenziellen Schäden durch Einzelereignisse besser einschätzen zu können. Unsere modellierten Schadenobergrenzen für Risiken durch Naturkatastrophen, wie zum Beispiel Wirbelstürme oder Fluten, werden halbjährlich berichtet und mit dem internen Risikoappetit abgeglichen. Dies ermöglicht eine engmaschige Überwachung der Risiken, die sich in einem stetigen Wandel befinden: zum einen durch neue Geschäftstätigkeiten, zum anderen durch die Veränderung des Klimas.

Überflutungen gehören zu den häufigsten Naturkatastrophen. Deshalb verfeinern wir kontinuierlich unsere Risikomodelle und Simulationen für Flutszenarien. Die Allianz hat einen globalen Datensatz mit Hochwasserkarten erworben, die eine genauere Einschätzung der Risiken sowie die Entwicklung eines konzerninternen Überschwemmungs-Tools ermöglichen. Diese Expertise im Risikomanagement und bei der Modellierung von Katastrophen fließt in die Produktentwicklung ein.

Seit 2007 legen wir erfolgreich Katastrophenanleihen als Alternative zur traditionellen Rückversicherung von Katastrophenrisiken auf. Zudem arbeitet die Allianz nach großen Flutereignissen auch mit der unabhängigen Beratungsagentur PERILS bei der Erstellung aktueller Hochwasserkarten zusammen. Diese Karten ermöglichen es Versicherern und anderen betroffenen Parteien, die Schadensfolgen künftig schneller abschätzen zu können. Schon vor der eigentlichen Flut können so die möglichen Auswirkungen analysiert werden. Dies führt zu einer effizienteren Hochwasserbekämpfung. Weitere Informationen zu unseren diesjährigen Aktivitäten finden Sie in dem Abschnitt Prioritäten und Erfolge 2014 auf Seite 38.

ESG-Ansatz

Verantwortung wahrnehmen bei unserem Versicherungs- und Anlagegeschäft

Als weltweit tätiger Versicherer und Vermögensverwalter ermöglicht uns die Auseinandersetzung mit und das Verstehen von ökologischen, sozialen und Governance (Environment, Social and Governance – ESG)-Aspekten, Risiken beim Underwriting, in der Schadensregulierung und in unseren Investmentportfolios zu verringern. Unser ESG-Ansatz unterstützt nicht nur unsere Kerngeschäftsstrategie. Er stellt auch sicher, dass wir unseren Werten gerecht werden. Wir sind uns unserer Verantwortung bei dem Treffen von Entscheidungen und in der Interaktion mit Interessengruppen aus der Gesellschaft bewusst.

Eine Prüfung unserer Investitionen und Versicherungsprojekte unter ESG-Gesichtspunkten ermöglicht uns, Risiken und Chancen zu identifizieren, die sich in den aktuellen Marktpreisen nicht widerspiegeln. Diese Erkenntnisse können wir zum Vorteil unserer Aktionäre, Kunden und sonstigen Stakeholder nutzen. Gerade für die Allianz, die als Versicherer Risiken über sehr lange Zeiträume übernimmt, ist dies von besonderer Bedeutung.

Die ESG-Kriterien spielen eine wichtige Rolle bei unseren Investmentaktivitäten. Das betrifft sowohl die Anlage der Versichertengelder als auch jene unserer Vermögensverwaltungskunden. Die Verwaltung unserer Versichertengelder¹ wird vom Unternehmensbereich Allianz Investment Management SE (AIM) gesteuert. Die Verwaltung von Vermögenswerten externer Kunden ist Aufgabe von Allianz Global Investors (AllianzGI) und PIMCO. Beide Einheiten sind Tochtergesellschaften von Allianz Asset Management AG (AAM).

Um unser Engagement bei der Integration von ESG-Kriterien zu unterstreichen, haben wir eine Reihe internationaler Standards zur Berücksichtigung von ESG-Themen unterzeichnet und unterstützen diese.

¹ Die von unseren Versicherungsnehmern eingezahlten Prämien werden als Versichertengelder bezeichnet. Die Vermögenswerte unserer externen Kunden hingegen werden von unserem Geschäftsbereich Asset Management verwaltet.

Weitere Informationen dazu finden Sie in unserem Kapitel Prinzipien und Verpflichtungen auf Seite 22.

ESG-Prüfung

Aus dem Dialog mit NGOs und dem Mitwirken verschiedener interner Stakeholder haben wir 2013 einen weltweit gültigen ESG-Prüfungsprozess für unsere Geschäftstätigkeit entwickelt. Dabei identifizieren wir sensible Geschäftsfelder im Versicherungs- und Anlagebereich, die für uns regionen- und spartenübergreifende Risiken aufweisen.

Unser Ziel ist es, kein Geschäft von vornherein auszuschließen, sondern jedes Risiko auf Einzelfallbasis zu analysieren und zu ermitteln, ob und wie die Risiken gemindert werden können. Mit diesem Verfahren möchten wir auch unsere Kunden unterstützen, ein verbessertes ESG-Risikomanagement zu erreichen. Jedem sensiblen Geschäftsfeld ist eine eigene Richtlinie zugewiesen, die die wichtigsten ESG-Aspekte hervorhebt.

Den Umgang mit sensiblen Geschäftsfeldern betrachten wir als einen dynamischen, kontinuierlichen Prozess. Vorgeschlagene Änderungen oder Ergänzungen der ESG-Richtlinien werden regelmäßig durch eine interne ESG-Arbeitsgruppe überprüft und vom Vorstand genehmigt.

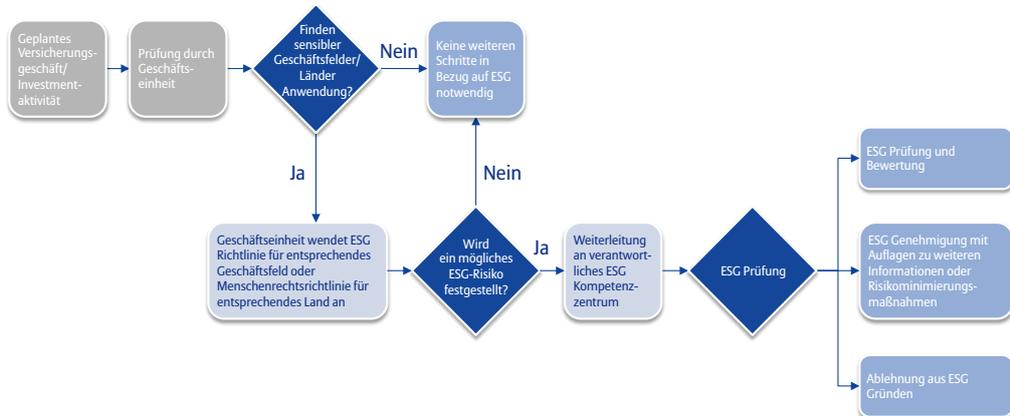
2014 entwickelte die Allianz zudem einen Prozess zur Identifizierung von Ländern, in denen systematisch gegen Menschenrechte verstoßen wird. Unsere Auswahlkriterien basieren auf einer Anzahl von bestehenden Bewertungssystemen zu der Menschenrechtssituation auf Länderebene, die von Konflikten bis hin zum Grad der Korruption reichen. Sofern nicht bereits Sanktionen aktiv sind, unterliegen Geschäfte in diesen Ländern einer allgemeinen Richtlinie zu Menschenrechten. Weitere Informationen zu Menschenrechten finden Sie auf Seite 107.

Die Integration von ESG-Gesichtspunkten in bestehende Kernprozesse ermöglicht unseren Underwritern und Investmentmanagern, die entsprechenden Kriterien leichter und schneller zu implementieren. Im Laufe des Jahres 2014 haben wir die ESG-Richtlinien und die Länder-Kontrollliste in unseren Versi-

cherungsstandards, unseren Investmentstandards für Alternative Investments sowie unserem Risikomanagement-Prozess verankert.

Wird während des Due-Diligence-Prozesses ein ESG-Risiko in einem der sensiblen Geschäftsfelder aufgedeckt, tritt eine obligatorische Prüfung in Kraft. ESG-Experten prüfen die identifizierten Risiken, so dass anschließend auf lokaler und/oder auf Konzernebene fundierte Entscheidungen getroffen werden können. Ein entscheidender Faktor bei der Verankerung der ESG-Richtlinien in die Kernprozesse war, die internationalen Best-Practice-Standards in eine Sprache zu übersetzen, die für unsere Versicherungs- und Anlageexperten leicht verständlich ist.

ESG Prüfungsprozess



Die folgende Tabelle bietet einen Überblick über die sensiblen Geschäftsfelder sowie Beispiele für entsprechende zentrale ESG-Aspekte.

Überblick über die sensiblen Geschäftsfelder sowie Beispiele für entsprechende zentrale ESG-Aspekte

Sensible Geschäftsfelder	Beispiele für kritische Aspekte aus unseren Richtlinien
Landwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> • Kinderarbeit • Unsachgemäßer Einsatz von Düngemitteln, Pestiziden und sonstigen Chemikalien • Abholzung, illegaler Holzeinschlag • Auswirkung auf geschützte Gebiete und Arten • Investitionen in Agrarrohstoffe
Tierversuche	<ul style="list-style-type: none"> • Unnötige Verfahren verbunden mit Stress und Leid • Schlechte Haltungsbedingungen • Verwendung von Menschenaffen
Artgerechte Tierhaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Schlechte Unterbringung und Transportbedingungen • Verstümmelung • Unsachgemäßer Einsatz von Chemikalien und Medikamenten
Glücksspiel	<ul style="list-style-type: none"> • Kriminalität und Geldwäsche • Unzureichender/fehlender Schutz für gefährdete Personen
Klinische Studien	<ul style="list-style-type: none"> • Teilnahme gesundheitlich ungeeigneter Personen • Unzureichende ethische und wissenschaftliche Prüfung • Zustimmung der Probanden ist unklar
Verteidigung	<ul style="list-style-type: none"> • Verstoß gegen internationale Abkommen • Waffenlieferung in Krisengebiete
Menschenrechte	<ul style="list-style-type: none"> • Kinder- und Zwangsarbeit • Zwangsumsiedlung • Schlechte Arbeitsbedingungen
Wasserkraft	<ul style="list-style-type: none"> • Zwangsumsiedlung • Verstoß gegen Land- und Wasserrechte • Prüfung und Management von Auswirkungen auf das Einzugsgebiet sind mangelhaft
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Zwangsumsiedlung • Unsachgemäßes Management der Wassernutzung und Wasserableitung • Schlechte Arbeitsbedingungen • Wettbewerbswidriges Verhalten und Korruption
Bergbau	<ul style="list-style-type: none"> • Zwangsumsiedlung • Mangelhafte Beurteilung und Behandlung gesundheitlicher Folgen • Auswirkung auf geschützte Gebiete und Arten • Schlechte Arbeitsbedingungen
Kernenergie	<ul style="list-style-type: none"> • Schlechte Handhabung/Lagerung von nuklearen Abfällen • Nichtbeachtung von Standards der Internationalen Atomenergie-Organisation (IAEO) • Gefährdung durch Naturkatastrophen • Fehlende Pläne zur Stilllegung
Öl und Gas	<ul style="list-style-type: none"> • Mangelhaftes Katastrophenmanagement, unzureichende Pläne für Umweltsanierung • Bestechung und Korruption • Tätigkeit in Polarregionen, Auswirkungen auf geschützte Gebiete und Arten • Fehlen umfassender Umweltverträglichkeitsprüfungen
Sexindustrie	<ul style="list-style-type: none"> • Menschenhandel • Kinderarbeit • Zwangsarbeit

Kennzahlen 2014

Im Jahr 2014 überprüfte die Allianz eine Reihe von Transaktionen, die als sensibel eingestuft wurden. Insgesamt wurden in unserem Versicherungs- und Anlagegeschäft 150 Vorgänge geprüft. 81 Prozent der Geschäftsvorgänge wurden genehmigt, 10 Prozent erhielten eine bedingte Genehmigung vorbehaltlich weiterer Informationen oder Risikominimierungsmaßnahmen. 9 Prozent wurden abgelehnt.¹

Ergebnis ESG-Prüfungsprozesse 2014

Sensibles Geschäftsfeld	Genehmigt [%]	Genehmigt mit Auflagen [%]	Abgelehnt [%] ¹
Landwirtschaft	87,5	12,5	0
Tierversuche	100	0	0
Artgerechte Tierhaltung	100	0	0
Glücksspiel	0	100	0
Klinische Studien	100	0	0
Verteidigung	92	0	8
Menschenrechte	90	0	10
Wasserkraft	89	11	0
Infrastruktur	84,6	7,7	7,7
Bergbau	78	11	11
Kernenergie	100	0	0
Öl und Gas	55	25	20
Sexindustrie	100	0	0
Sonstige	57	29	14

¹ Transaktionen, die aufgrund von ESG-Risiken oder als Teil der Gesamt-Risiko-Bewertung abgelehnt wurden

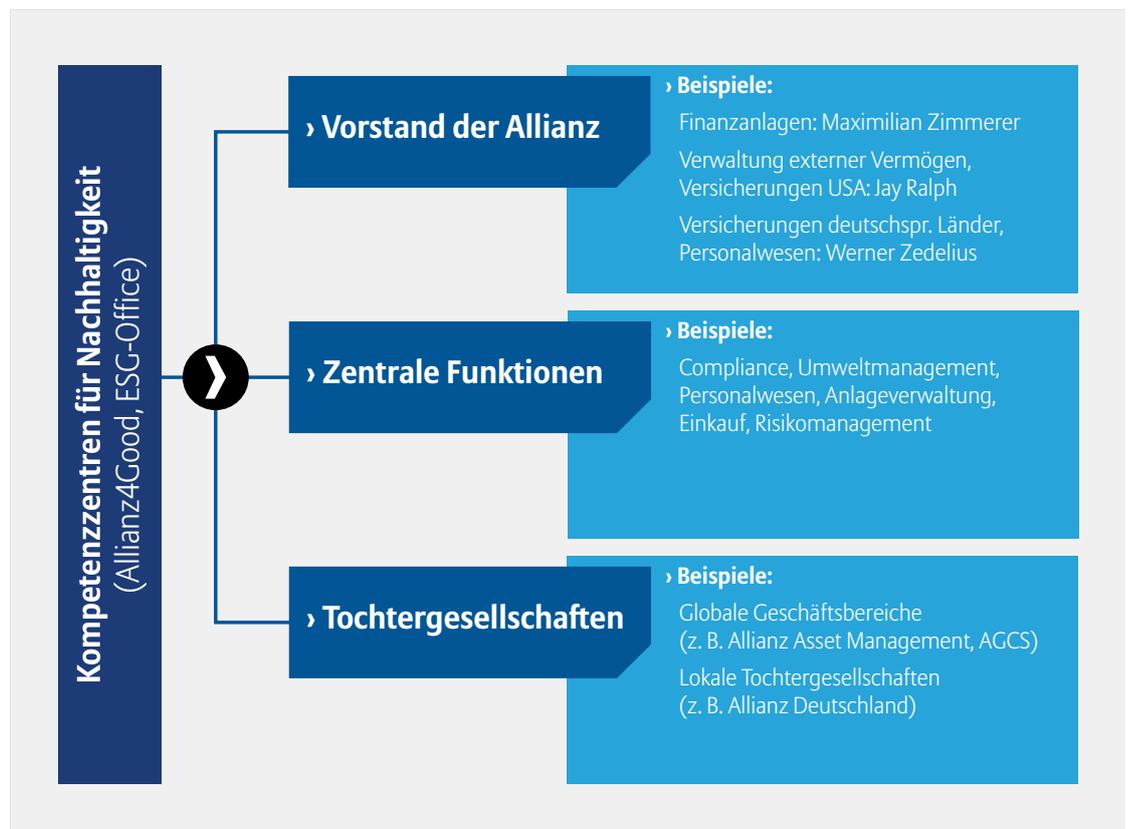
Management und Governance

Nachhaltigkeit ist eine strategische geschäftliche Herausforderung, die einem stetigen Wandel unterliegt. Infolgedessen passen wir unsere Organisations- und Governance-Strukturen sowie den Umgang mit Nachhaltigkeitsthemen im Laufe der Zeit immer wieder an. Das Nachhaltigkeitsmanagement auf Konzernebene arbeitet gemeinsam mit unseren funktionalen Abteilungen an Nachhaltigkeitsthemen, die sich neu entwickeln oder an Bedeutung gewinnen. Sobald neue Themen ausreichend ausgereift sind, möchten wir die Verantwortung für diese Themen und deren laufende Verfolgung an die zuständigen Geschäftsfunktionen übergeben. Dieser Ansatz fördert die interne Zusammenarbeit und gewährleistet, dass Nachhaltigkeitsaktivitäten fest im Kerngeschäft verankert sind.

Nachhaltigkeit integrieren

Mit unserem Nachhaltigkeitsmanagement verfolgen wir einen integrierten Ansatz. Wir befassen uns im gesamten Konzern mit Nachhaltigkeitsaspekten. Wir führen Pilotprojekte durch, regen interne Debatten an, fördern das Engagement von Interessengruppen und bieten einen Nährboden für neue Geschäftsmöglichkeiten. Und vor allem fördern und integrieren wir Nachhaltigkeit in unserem Kerngeschäft. Wir unterstützen zentrale Unternehmensfunktionen, darunter Personalwesen, Risikomanagement und Beschaffung, sowie unsere Tochtergesellschaften bei ihrer operativen Verantwortung für Nachhaltigkeit.

Governance im Bereich Nachhaltigkeit bei der Allianz



ESG Board des Konzerns

Das 2012 gegründete ESG Board trägt die letztendliche Rechenschaftspflicht und Verantwortung für Fragen aus den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (Environment, Social, Governance – ESG). Geleitet wird das ESG Board von Jay Ralph, Vorstandsmitglied der Allianz SE für die weltweite Vermögensverwaltung und das Versicherungsgeschäft (Bereich Lebensversicherung) in den USA. Aufgabe des Board ist die Einbindung und Stärkung von ESG-Aspekten in unser Versicherungs- und Anlagegeschäft. Durch die Arbeit des ESG Board werden Nachhaltigkeitsaspekte konzernweit in unsere Corporate Governance einbezogen. Das ESG Board trifft sich vierteljährlich und berichtet an den Risikoausschuss des Konzerns (Group Finance and Risk Committee), um eine informierte Entscheidungsfindung zu unterstützen.

Vorstandsausschüsse

Neben dem ESG Board spielen verschiedene Ausschüsse unter der Leitung von Vorstandsmitgliedern eine wichtige Rolle bei unserer Entscheidungsfindung.

- **Group Finance and Risk Committee:** Kontrolle der Einhaltung der konzernweiten Kapital- und Liquiditätsplanung sowie der Investmentstrategie; Erarbeitung der Risikostrategie und Gestaltung sowie Steuerung des Risikomanagements und der Risikoüberwachung, einschließlich der Nachhaltigkeitsrisiken, auf Konzernebene. Der Ausschuss trifft auf Grundlage von Analysen und Beratungen innerhalb des ESG Board auch Entscheidungen zu ESG-Themen.
- **Group Underwriting Committee:** Überwachung des Underwriting-Geschäfts, des damit verbundenen Risikomanagements und Entwicklung der Zeichnungspolitik und -strategie.
- **Group Investment Committee:** Überwachung der Anlageaktivitäten der Allianz SE und der Allianz Gesellschaften, um die Investmentstrategie des Konzerns umzusetzen. Der Ausschuss entscheidet für bestimmte Anlagearten auch über konkrete Investitionsrahmen.

Darüber hinaus sind verschiedene Vorstandsmitglieder direkt für spezifische Nachhaltigkeitsthemen verantwortlich. Zentrale Unternehmensbereiche stellen außerdem dem Board regelmäßig aktuelle Informationen zu Nachhaltigkeitsthemen bereit.

Nachhaltigkeit steuern

Unsere auf Konzernebene angesiedelte Nachhaltigkeitsfunktion setzt sich aus zwei Kompetenzzentren zusammen. Das ist zum einen die Abteilung Allianz4Good und zum anderen das ESG Office. Die Leitung von Allianz4Good ist dem Vorstand für Investitionen und ESG-Board-Mitglied Dr. Maximilian Zimmerer unmittelbar unterstellt. Die Leitung des ESG Office untersteht Jay Ralph, Vorstand für die weltweite Vermögensverwaltung und das Versicherungsgeschäft (Bereich Lebensversicherung) in den USA sowie Vorstandsvorsitzender des ESG Board. Zum Tätigkeitsfeld des konzernweiten Nachhaltigkeitsmanagements zählen unter anderem folgende Aufgaben:

- Gestaltung des strategischen Rahmens für konzernweite Nachhaltigkeitsprogramme; Entwicklung und Einführung entsprechender Richtlinien; Unterstützung der operativen Einheiten bei der Einbeziehung des strategischen Konzepts der Allianz.
- Koordination der wichtigsten Nachhaltigkeitsmaßnahmen zwischen den Tochtergesellschaften, den strategischen Funktionen und dem Vorstand der Allianz.
- Weitere Einbeziehung von Nachhaltigkeitsaspekten in bestehende Geschäftsprozesse und -tätigkeiten.
- Sammeln und Weitergeben von Wissen und Förderung des Austauschs bewährter Vorgehensweisen innerhalb des Konzerns.

Außerdem verwenden wir bestehende Geschäftsprozesse wie unser Risikomanagement und unser etabliertes Compliance-System, um Mindeststandards für Nachhaltigkeit einzuführen und ihre Einhaltung zu überwachen.

Allianz4Good

Allianz4Good ist für folgende Aufgabenbereiche verantwortlich:

- **Strategie und Management:** Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie des Konzerns und Unterstützung funktionaler Abteilungen und operativer Einheiten bei der Einbeziehung von Nachhaltigkeitsaspekten in das reguläre Tagesgeschäft.
- **Gesellschaftliches Engagement:** Steuerung und Koordination von bürgerschaftlichem Engagement auf Konzernebene; Entwicklung und Umsetzung weltweiter Programme, die unsere Kernkompetenzen einsetzen, um Lösungen für gesellschaftliche Probleme zu finden; Bereitstellung effektiver Instrumente und Richtlinien für die Landesgesellschaften der Allianz.
- **Umwelt-Management:** Weiterentwicklung der Strategie und Ziele des Konzerns zur CO₂-Reduktion; Leitung des konzernweiten Umweltmanagementsystems zur Überwachung der Auswirkungen des Konzerns auf die Umwelt; Koordination der Umwelt-Aktivitäten der Allianz Landesgesellschaften, Schulungen und Sensibilisierung in Bezug auf umweltfreundliches Verhalten.
- **Ratings und Berichte zur Nachhaltigkeitsentwicklung:** Organisation unserer Teilnahme an weltweiten Nachhaltigkeitsrankings; Austausch mit nachhaltigkeitsorientierten Anlegern, Analysten und Interessengruppen; transparente Kommunikation über verschiedenste Kanäle, insbesondere über unsere Nachhaltigkeits- und Geschäftsberichte.
- **Unterstützung guter Unternehmensführung (Governance):** Regelmäßiger Bericht an den Vorstand über Fortschritte; Unterstützung des Vorstands bei strategischen Entscheidungen in Nachhaltigkeitsfragen.
- **Prozess und Integration:** Pflege des internen globalen Netzwerks, das konzernweite Aktivitäten in Verbindung mit Nachhaltigkeit steuert und den Austausch innerhalb des Konzerns fördert.

ESG Office

Das ESG Office ist für die Einbeziehung von Aspekten aus den Bereichen Umwelt, Soziales und verantwortungsvolle Unternehmensführung in unsere Anlage- und Versicherungstätigkeiten verantwortlich. Seine Aufgabe erstreckt sich auf die folgenden Bereiche:

- **Strategie und Management:** Entwicklung von Standpunkten zu ausgewählten ESG-Aspekten; die Entwicklung wie auch kontinuierliche Weiterentwicklung von ESG-Richtlinien.
- **Unterstützung guter Unternehmensführung (Governance):** Umsetzung von Richtlinien und Entscheidungen des ESG Boards, regelmäßige Berichterstattung an das Board über Fortschritte in allen ESG-relevanten Fragen.
- **Prozess und Integration:** Unterstützung der Geschäftsbereiche (Versicherung und Investitionen) bei der Ausrichtung und Begleitung der Implementierung von ESG-relevanten Prozessen; Unterstützung von Konzernfunktionen wie Risk, Compliance und Legal bei der Einbeziehung von ESG-Überlegungen in bestehende Prozesse.
- **Dialog und Transparenz:** Steuerung des Dialogs mit internen und externen Interessengruppen; Stärkung der Transparenz im Zusammenhang mit ESG-Maßnahmen.

Stakeholder Engagement und Materialität

Im Dialog mit unseren Stakeholdern

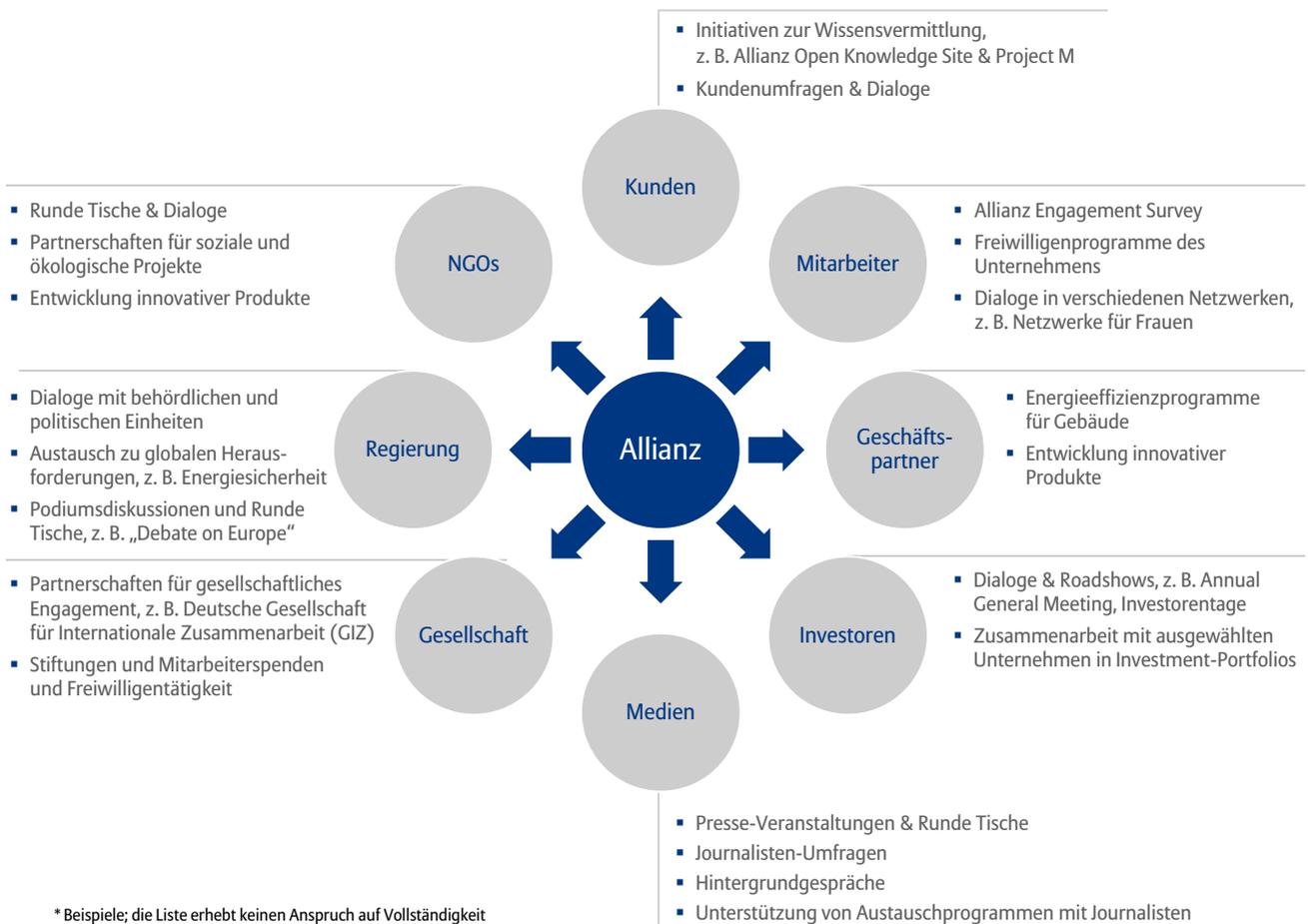
In der Finanzdienstleistungsbranche spielt das Vertrauen der Stakeholder eine besonders wichtige Rolle. Um vertrauensvolle Beziehungen zu den unterschiedlichsten Interessengruppen zu stärken, suchen wir den Dialog mit ihnen auf verschiedenen Ebenen.

Die Stakeholder-Gruppen der Allianz sind sehr vielfältig – Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeiter, Investoren, Regierungen, Nichtregierungsorganisationen (NGOs), Lieferanten und die Öffentlichkeit. Der Austausch mit den Stakeholdern erfolgt auf Konzern- wie auf lokaler Ebene. Wir suchen den Dialog

durch persönliche Treffen, Konferenzen, Workshops, Präsentationen und Umfragen. Wir gehen auf die Bedürfnisse der Interessengruppen ein, führen mit ihnen konstruktive Diskussionen und legen viel Wert auf ein integriertes, transparentes und von Ehrlichkeit geprägtes Verhalten. All das schafft ein von gegenseitigem Vertrauen geprägtes Verhältnis.

Unser Hauptanliegen besteht darin, den Dialog mit unseren Stakeholdern zu intensivieren, um so ein besseres Bild von deren Meinungen, Erwartungen und Vorstellungen zu unserer Geschäftsführung zu erhalten. Im Austausch mit ihnen wollen wir die gegenwärtigen und künftigen globalen Herausforderungen, mit denen sie konfrontiert sind, besser verstehen und sie auf der Suche nach effektiven Lösungen unterstützen.

Stakeholderengagement bei der Allianz*



* Beispiele; die Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit

Konzernweiter Einsatz

Neben dem Austausch mit unseren Stakeholdern und den entsprechenden Aktivitäten, die unsere Organisationseinheiten in den Märkten vor Ort durchführen, setzen wir uns auch auf Konzernebene mit unseren Interessengruppen auseinander. Zu den konzernübergreifenden Veranstaltungen gehören:

- Die „Stakeholder Expectation Survey“ findet alle zwei Jahre statt. Bei der weltweit durchgeführten Befragung werden die verschiedenen Sichtweisen der Stakeholder ermittelt. Die Ergebnisse helfen uns, wirtschaftliche, ökologische, soziale und Governance-relevante Themen zu identifizieren. Diese Themen haben Einfluss auf unsere Nachhaltigkeitsstrategie und unseren Geschäftserfolg. Die Umfrage richtet sich an Politiker, die Medien, NGOs, Wissenschaftler, Unternehmen und unsere eigenen Führungskräfte. Die letzte Umfrage wurde 2014 durchgeführt.
- Beim halbjährlich stattfindenden Global Issues Forum diskutiert und analysiert eine Expertengruppe Entwicklungen und Trends, die für die Geschäftsentwicklung der Allianz aktuell oder künftig von Bedeutung sind. Die aus dem Forum gewonnenen Erkenntnisse helfen uns, Risiken und Chancen für unser Geschäft zu erkennen.
- Das 2011 von der Allianz gegründete Berliner Demografie Forum versammelt jährlich Meinungsführer aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft, um Fragen des demografischen Wandels zu diskutieren und nachhaltige Lösungen für die bestehenden Herausforderungen zu suchen. Das Forum will Impulse für Veränderungen auf nationaler und internationaler Ebene geben.
- Wir haben ein Dialogformat für ökologische, soziale und Governance(Environment, Social, Governance – ESG)-Themen etabliert, das eine Gruppe deutscher und ausländischer NGOs kontinuierlich einbindet. Das Ziel dieses Austauschs ist die Etablierung eines auf Fakten basierenden Dialogs, der von Vertrauen und gegenseitigem Verständnis geprägt ist. So können sich unsere NGO-Partner mit ihren Anliegen direkt an die Allianz wenden, und wir haben Gelegenheit, ihnen zuzuhören und ihre verschiedenen Sichtweisen zu verstehen. Darüber hinaus können wir auf die Expertise von NGO-Partnern zurückgreifen, wenn wir Positionen und

Richtlinien zu ESG-Aspekten formulieren und ihre direkte Erfahrung vor Ort bei verschiedenen Themen einbeziehen. Unser ESG-Dialog ist Teil unseres neuen ESG-Ansatzes für den Allianz Konzern. Mehr über unsere Dialoge im Jahr 2014 erfahren Sie auf Seite 26.

Aktiv für mehr Nachhaltigkeit

Für die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie lohnt es sich, gemeinsam mit Partnern neue Wege zu gehen: Daher engagieren wir uns auf nationaler und internationaler Ebene aktiv in Verbänden, Initiativen und Vereinigungen, die sich für Nachhaltigkeit einsetzen. Wir beteiligen uns an Diskussionen zu ausgewählten Themen wie dem Klimawandel und an breit angelegten Plattformen, die den Dialog und die Diskussion rund um das Thema Nachhaltigkeit fördern. Dabei verfolgen wir unter anderem die folgenden Ziele:

- Austausch von Best Practices und organisatorischen Lösungen
- Förderung von Nachhaltigkeit und Sensibilisierung für dieses Thema
- Entwicklung branchenspezifischer und branchenübergreifender Standards zur Förderung von Nachhaltigkeit
- Strategische Partnerschaften zur Lösungen sozialer Herausforderungen

Die wichtigsten externen Aktivitäten der Allianz im Überblick:

Internationales Engagement und Mitgliedschaften

- Carbon Disclosure Project
- CRO (Chief Risk Officer) Forum
- ClimateWise
- Geneva Association
- Microinsurance Network
- Munich Climate Insurance Initiative (MCII)
- Sustainable Stock Exchange Initiative
- Transparency International
- United Nations Environment Program – Finance Initiative (Finanzinitiative des Umweltprogramms der Vereinten Nationen)
- United Nations Global Compact

- United Nations Principles for Responsible Investment („Prinzipien für verantwortungsvolles Investieren“ der Vereinten Nationen; PRI)
- United Nations Principles for Sustainable Insurance („Prinzipien für nachhaltiges Versichern“ der Vereinten Nationen; PSI)
- London Benchmarking Group

Nationales Engagement und Mitgliedschaften

- Deutscher Nachhaltigkeitskodex, Rat für nachhaltige Entwicklung
- Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft, auch bekannt als „econsense“
- UK Stewardship Code

Partnerschaften

- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ): die erste öffentlich-private Partnerschaft im Bereich der Mikroversicherung (2011–2017)
- Internationales Rotes Kreuz und Internationaler Roter Halbmond: globale Partnerschaft bei der Katastrophenhilfe (seit 2011)
- Volans: seit 2009 Zusammenarbeit im Rahmen des Programms Social OPEX. Volans ist eine zukunftsorientierte Beraterfirma, die an der Schnittstelle von Umweltschutz, Wirtschaft und Innovation tätig ist.
- Internationales Paralympisches Komitee (IPC): Partner seit 2006 und erster „Internationaler Partner“ seit 2011

Materialität

Allianz als facettenreiches Geschäft

Im zweiten Halbjahr 2014 haben wir eine systematische Konsultation von Stakeholdern durchgeführt, um herauszufinden, wie unsere Nachhaltigkeitsberichte wahrgenommen werden. Das Feedback wurde auf drei Arten zusammengetragen: im persönlichen Gespräch mit Vertretern aus unterschiedlichen (internen) Geschäftseinheiten, durch eine Analyse von Wettbewerbern und Partnern sowie über eine Online-Umfrage.

Die Resultate bestätigten, dass die Allianz ein vielseitiges Unternehmen ist, das je nach eingenommener Rolle mit verschiedenen nachhaltigkeitsbezogenen Chancen und Herausforderungen konfrontiert wird. Wir haben dabei fünf der wichtigsten Rollen der Allianz identifiziert: Unternehmen, Corporate Citizen, Arbeitgeber, Versicherer und Investor. Als eine der größeren strukturellen Änderungen haben wir für den aktuellen Bericht entschieden, ihn nach diese Rollen auszurichten. Auf diese Weise möchten wir zeigen, wie wir Nachhaltigkeitsfragen mit der Perspektive unserer Interessengruppen angehen.

Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen

Unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten konzentrieren sich auf Themen, die für unser Geschäft und unsere Stakeholder von wesentlicher Bedeutung sind. Welche Themen das sind, ermitteln wir im Austausch mit unseren Stakeholdern und anhand einer Vielzahl weiterer Quellen.

Die Relevanz der Nachhaltigkeitsthemen ergibt sich aus unserem Geschäftsmodell als weltweit tätiges Versicherungsunternehmen, als institutioneller Anleger und Vermögensverwalter sowie aus den Erwartungen unserer Stakeholder. Vertreter der zentralen Funktionen und Geschäftseinheiten unseres Konzerns suchen regelmäßig den Dialog mit Interessengruppen auf lokaler und globaler Ebene, um ihre Anliegen besser zu verstehen. Weitere Einzelheiten dazu finden Sie unter dem Abschnitt Stakeholder-Engagement. Eine Schlüsselrolle bei der Identifizierung wesentlicher

Themen fällt auch unserem konzernweit integrierten, umfassenden Risikomanagement zu.

Unser Verständnis von Nachhaltigkeit ist geprägt durch internationale Nachhaltigkeitsstandards und -leitlinien, an denen wir uns freiwillig ausrichten. Dazu zählen beispielsweise die Global Reporting Initiative (GRI), Nachhaltigkeits-Benchmarking-Projekte wie das Carbon Disclosure Project und Nachhaltigkeitsratings. Zudem engagieren wir uns in Expertenrunden wie der Finanzinitiative der Vereinten Nationen (UNEP FI).

Auf Konzernebene werden alle Nachhaltigkeitsaspekte, die wir in diversen Dialogen und zentralen Prozessen identifizieren, durch die Fachbereiche für Nachhaltigkeit konsolidiert und abschließend durch das ESG Board validiert.

2014 haben wir unsere Landesgesellschaften direkt in den konzernweiten Materialitätsprozess einbezogen. Wir baten sie, die vorab definierten wesentlichen ESG-relevanten Themen zu priorisieren und zu konsolidieren. Auf Konzernebene führten wir dieselbe Befragung mit den relevanten Geschäftsbereichen durch. Die Ergebnisse haben unsere Nachhaltigkeitsexperten dann mit jenen der Stakeholder-Engagement-Survey abgeglichen und anschließend in einem internen Workshop diskutiert.

Dieser systematische Prozess erlaubte es uns, unsere bestehende Materialitätsmatrix zu aktualisieren. Typischerweise zeigt sie die Geschäftsrelevanz der untersuchten Themen auf der X-Achse und die Bedeutung für die Stakeholder auf der Y-Achse. Die wichtigsten Themen für beide Gruppen werden im oberen rechten Bereich gezeigt.

Materialitätsmatrix

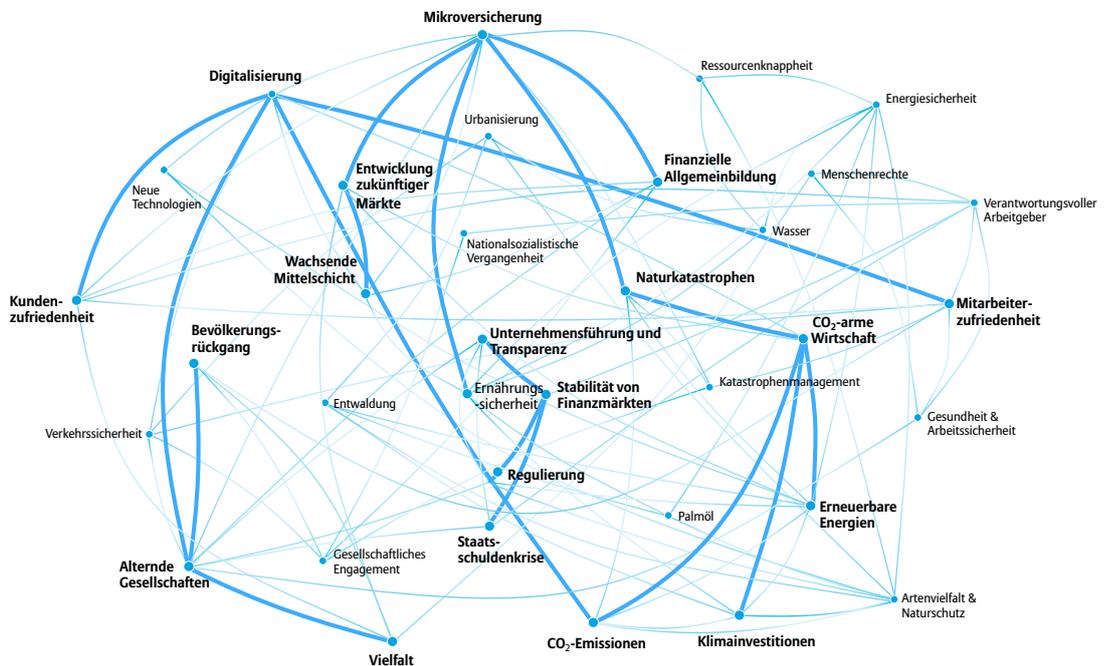


Wir sind der Ansicht, dass Nachhaltigkeitsthemen nicht isoliert betrachtet werden können. Häufig bestehen direkte oder indirekte Verbindungen, die die einzelnen Themen sehr komplex erscheinen lassen. Um diese Verflechtungen darzustellen, haben wir eine Materialitätslandschaft erstellt. Auf diese Weise wollen wir zeigen, welche Nachhaltigkeitsthemen für uns besonders wichtig sind und wie sie zusammenhängen. Wir erhoffen uns dadurch ein besseres Verständnis für das komplexe Beziehungsgeflecht

zwischen den Themen. Zudem können wir sie so von verschiedenen Standpunkten aus betrachten und uns entsprechend flexibel damit befassen.

Wir identifizieren regelmäßig Themen, die für uns von wesentlicher Bedeutung sind, setzen Prioritäten und überprüfen sie. Zudem vermitteln wir unseren Stakeholdern auf transparente Art und Weise, wie diese Fragen sich auf unser Geschäft auswirken und welche Maßnahmen wir ergreifen.

Materialitätslandschaft



Prioritäten und Erfolge 2014

Nachhaltigkeit ist ein ganzheitliches Konzept mit einem breiten Spektrum an Themen. Wir setzen Prioritäten und schaffen Klarheit, indem wir unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen auf Themen von wesentlicher Bedeutung fokussieren. Auf Basis dieser Themen haben wir Prioritäten für die Allianz definiert und sie so gebündelt, dass sie unsere fünf Rollen widerspiegeln: Unternehmen, Corporate Citizen, Arbeitgeber, Versicherer und Investor. Unsere Prioritäten und Erfolge 2014 werden im Folgenden dargestellt.

Unternehmen

Nachhaltige Prioritäten	Erfolge 2014
Bewahrung hoher Integritätsstandards	Wir haben die Effektivität unseres Compliance-Management-Systems weiter gestärkt. Für die Beurteilung von Korruptions- und Betrugsrisiken in unseren Geschäftsbereichen wenden wir unseren allgemeinen Ansatz für operatives Risikomanagement an. Wir führen zusätzliche Bewertungen und Kontrollen vor Ort durch, und zwar in Kombination mit unserem neuen Compliance-Quality-Assurance-Programm. In 2014 haben wir besonderen Fokus auf unsere Programme und Prozesse in den Bereichen Sales Compliance, Datenschutz sowie Sanktionen und Embargos gelegt. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 41.
Profitables Kundenwachstum	Ende 2014 haben wir über 85 Millionen Kunden weltweit versichert. Der Schlüssel zu nachhaltigem Wachstum ist, dass wir die Bedürfnisse unserer Kunden mit den richtigen Produkten und Dienstleistungen erfüllen – und so ihre Vertrauen gewinnen. Der Net Promoter Score (NPS) ist ein globales Messinstrument für Kundenloyalität und erfasst die Bereitschaft unserer Kunden, die Allianz weiterzuempfehlen. In 2014 haben 47 Prozent der Allianz Gesellschaften ein signifikant besseres NPS-Ergebnis erreicht als ihr jeweiliger Marktdurchschnitt. 32 Prozent der Allianz Gesellschaften konnten in ihrem Markt sogar die stärkste Kundenloyalität vorweisen. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 50.
Reduktion des CO ₂ -Fußabdrucks um 35 Prozent pro Mitarbeiter bis 2015	2014 haben wir unsere CO ₂ -Emissionen weiter reduziert und seit 2006 eine Gesamtreduktion von mehr als 41,3 Prozent pro Mitarbeiter erreicht. Da unsere aktuelle Zielperiode 2015 endet, entwickeln wir momentan neue Umweltziele. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 45.
Reduktion des Energieverbrauchs pro Mitarbeiter um 10 Prozent bis 2015	In 2014 haben wir unseren Energieverbrauch seit 2010 um 27,2 Prozent pro Mitarbeiter reduziert. Da unsere aktuelle Zielperiode 2015 endet, entwickeln wir momentan neue Umweltziele. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 45.
Klimaneutral ab 2012	Zusätzlich zu unserem CO ₂ -Reduktionsziel haben wir uns zum Ziel gesetzt, auch nach 2012 klimaneutral zu sein. Dazu investieren wir direkt in erstklassige Klimaschutzprojekte, die Emissionsrechte generieren. So können wir den verbleibenden CO ₂ -Fußabdruck selbst ausgleichen, anstatt Zertifikate am Markt zu kaufen. 2014 haben wir 322.529 Zertifikate, die jeweils einer Tonne CO ₂ entsprechen, aus unseren eigenen Projekten emittiert. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 47.

Corporate Citizen

Nachhaltige Prioritäten	Erfolge 2014
Förderung des öffentlichen Bewusstseins und Verständnisses	Öffentliche Bewusstseinsbildung durch Forschung 2014 veröffentlichten wir zahlreiche Studien zu den Themen Klimawandel und Demografischer Wandel, z. B. den Bericht „Investing in green cities: Mind the gap“, „The future of power generation in Germany“ und andere Project-M-Artikel über Rentenvorsorge und Investitionen. Schaffung von Bewusstsein Wir möchten in der Öffentlichkeit Bewusstsein für Themen wie den Klimawandel, Energie, Gesundheit, den demografischen Wandel und die Zukunft der Mobilität schaffen. Auf unserer Internetplattform Allianz Open Knowledge bieten wir Hintergrundinformationen, Fakten und Neuigkeiten zu diesen Themen und treten über Social Media in den Dialog mit unseren Stakeholdern. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 7.
Förderung des Dialogs mit politischen Entscheidungsträgern und verbundenen Institutionen	Wir engagieren uns in regelmäßigen Dialogen mit Vertretern aus Politik, Wissenschaft und der Gesellschaft zu fundamentalen Fragen und Herausforderungen, die eine strategische Auswirkung auf die Geschäftstätigkeit der Allianz haben können. Zu den für unsere Aktivitäten bedeutsamen Themen 2014 zählen Regulierungs- und Aufsichtsfragen im Zusammenhang mit Solvency II und eine Reihe von neuen Regulierungsmaßnahmen für die als systemrelevant eingestufteten Versicherer (GSILs). Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 54.
Stärkung des sozialen Engagements im Konzern	Unternehmensspenden Wir spenden Geld, um Themen im Bereich Soziales, Umwelt und Kultur zu adressieren, die für die Allianz und die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, Relevanz haben. In 2014 haben wir 20,9 Millionen Euro gespendet, um lokale Einrichtungen zu unterstützen. Außerdem ermöglichen wir unseren Mitarbeitern, sich im Fall von Naturkatastrophen an Spendenaktionen zu beteiligen. Zusätzlich haben wir ein internationales Netzwerk von 14 unternehmensverbundenen Stiftungen. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 63. Freiwilligenprogramme Wir bieten unseren Mitarbeitern diverse Möglichkeiten zur Freiwilligenarbeit in lokalen Einrichtungen. Über die „My Finance Coach“-Stiftung (MFC) beispielsweise vermitteln Allianz Mitarbeiter und die Mitarbeiter unserer Partner Jugendlichen grundlegende Kenntnisse zu Finanzthemen. In 2014 erreichte MFC 219.070 Schüler allein in Deutschland. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 60.

Arbeitgeber**Nachhaltige Prioritäten**

Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen

Erfolge 2014

Wir haben uns das globale Ziel gesetzt, den Anteil von Frauen im Talentpool für Führungspositionen auf 30 Prozent zu erhöhen. Dies bezieht sich auf Positionen der Vorstandsebene bis zu zwei Ebenen unterhalb der Vorstandsebene. Hier hatten wir im Berichtsjahr 23,1 Prozent weibliche Führungskräfte. Ende 2014 waren 36,2 Prozent der Führungskräfte aller Ebenen weiblich. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 68.

Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden unserer Mitarbeiter

Wir leisten einen Beitrag zum Wohlbefinden unserer Mitarbeiter, indem wir ein sowohl produktives als auch gesundheitsförderndes Arbeitsklima schaffen. In 2014 haben wir das „Work Well“-Programm initiiert, das die gängigsten Ursachen für Stress thematisiert. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 70.

Versicherer**Nachhaltige Prioritäten**

Förderung der Integration von Nachhaltigkeit in Produkte und Dienstleistungen

Erfolge 2014

Wir bieten eine Bandbreite von Produkten und Dienstleistungen an, die die negativen ökologischen und ökonomischen Folgen des Klimawandels mindern oder ihnen entgegenwirken sollen. 2014 boten wir 156 „grüne“ Lösungen von der Vermögensverwaltung bis hin zu Versicherungen und Services an. Des Weiteren integrieren wir weiterhin ESG-Aspekte in unsere Versicherungsprozesse. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 77.

Verbesserung des Zugangs zu Finanzdienstleistungen

Im Vergleich zum Vorjahr sind 2014 die Zahl der Versicherten und die Bruttobeiträge weiterhin deutlich gestiegen. Wir versichern nun 44,6 Millionen Menschen mit Mikroversicherungen und erreichen einen Umsatz von 113,7 Millionen Euro. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 78.

Verbesserung unseres Verständnisses für Schaden durch Naturkatastrophen

Die Allianz arbeitet mit der Universität Köln an einem Forschungsprojekt, das unser Wissen über europäische Windstürme verbessern soll. Dieses Verständnis hilft uns dabei, die Wahrscheinlichkeit von Jahreszeiten mit extremen Windstürmen vorherzusagen, die einen potenziellen Einfluss auf unsere Kunden und unser Geschäft haben.

Allianz Rück hat ausgiebige Analysen über die Forderungen durchgeführt, die in Deutschland und Großbritannien während der Überflutungen im Winter 2013/2014 aufgetreten sind. Dies hat uns geholfen, die Anfälligkeit der Grundstücke für Überflutungen besser zu bewerten und unsere diesbezüglichen Modelle zu verfeinern. Die Allianz hat außerdem weitere globale Überflutungsdaten wie Landkarten erworben, die ebenfalls eine genauere Bewertung von Überschwemmungen erlauben. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 78.

Investor**Nachhaltige Prioritäten**

Förderung der Integration von Nachhaltigkeit in Produkte und Dienstleistungen

Erfolge 2014

Wir bieten eine Bandbreite von Produkten und Dienstleistungen an, die die negativen ökologischen und ökonomischen Folgen des Klimawandels mindern oder ihnen entgegenwirken soll. 2014 boten wir 156 „grüne“ Lösungen von der Vermögensverwaltung bis hin zu Versicherungen und Services an. Darüber hinaus belief sich das gesamte verwaltete Vermögen in nachhaltigen und verantwortungsbewussten Investitionen (Sustainable and Responsible Investment, SRI) auf 117,4 Milliarden Euro. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 12.

Förderung der Integration von Nachhaltigkeitsfaktoren in die Eigenanlagen

Ende 2014 hat die Allianz im Bereich erneuerbare Energien Direktinvestitionen von über 2 Milliarden Euro getätigt. Das Allianz Portfolio in erneuerbaren Energien umfasste 48 Wind- und 7 Solarparks in Frankreich, Deutschland, Italien und Schweden. Des Weiteren integrieren wir weiterhin ESG (Environmental, Social, Governance)-Aspekte in unsere Investmentprozesse. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 83.

D

Ansatz und Leistungen in unseren Rollen

41 Vertrauenswürdiges Unternehmen

- 41 Compliance
- 44 Umweltmanagement
- 48 Markenmanagement und verantwortungsvolles Marketing
- 50 Kundenbeziehungsmanagement
- 52 Nachhaltiges Lieferantenmanagement

54 Engagierter Corporate Citizen

- 54 Politisches Engagement
- 60 Soziales Engagement

65 Attraktiver Arbeitgeber

- 65 Personalmanagement
- 65 Unternehmenswerte
- 65 Talentmanagement
- 68 Vielfalt
- 70 Gesundheit, Arbeitssicherheit und Work-Life-Balance
- 71 Nachhaltigkeits- und werteorientiertes Vergütungssystem
- 71 Förderung von Mitarbeiterrechten
- 72 Mitarbeiterengagement

74 Nachhaltiger Versicherer

- 74 ESG in der Versicherung
- 76 Verantwortungsvoll im Umgang mit unseren Kunden
- 77 Grüne Lösungen
- 78 Mikroversicherungen

83 Verantwortungsbewusster Investor

- 83 Nachhaltigkeit bei unseren Eigenanlagen
- 88 Investitionen im Immobilienbereich
- 90 Nachhaltigkeit in der Vermögensverwaltung für externe Kunden

Vertrauenswürdiges Unternehmen

Als Unternehmen treten wir für Transparenz in unserer Geschäftstätigkeit ein und gehen mit Kunden, Mitarbeitern und Partnern fair und ehrlich um. Wir setzen uns dafür ein, die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt so gering wie möglich zu halten, und arbeiten kontinuierlich an der Verbesserung der CO₂-Bilanz unserer Betriebsabläufe.

Compliance

Ziel des Compliance-Management-Systems der Allianz ist es, sicherzustellen, dass international anerkannte Gesetze, Regeln und Vorschriften eingehalten werden. Zudem fördern wir eine Kultur der Integrität, um die Reputation des Unternehmens zu schützen. Die Allianz nimmt eine führende Rolle bei international anerkannten Compliance-Organisationen ein, darunter dem Deutschen Institut für Compliance (DICO) und dem Roundtable für Compliance-Verantwortliche multinationaler Versicherungsgesellschaften. Wir gelten als eines der weltweit transparentesten multinationalen Unternehmen. In 2014 arbeiteten wir weiter daran, die Effizienz dieses Systems zu verbessern. Dazu wurden die Qualitätssicherung, die globale Berichterstattung über Compliance-Risiken sowie unabhängige Prüfungen wichtiger Elemente unseres Compliance-Programms optimiert.

Qualitätssicherung

Das konzernweit eingeführte Qualitätssicherungsprogramm überprüft die Umsetzung und Effektivität unseres Compliance-Managements in der gesamten Allianz-Gruppe. Das Programm berücksichtigt Selbstbewertungen, aber auch Kontrollen und Stichproben vor Ort, und sorgt somit für mehr Transparenz über den Status unserer lokalen Funktionen. Dies bildet die Basis für notwendige Verbesserungen zur Optimierung der Leistungsfähigkeit aller Compliance-Systeme.

Reporting von Compliance-Fällen

Das intranetbasierte Compliance Case Reporting Tool (CCRT) unterstützt Group Legal & Compliance dabei, den Stand der gemeldeten Compliance-Fälle (einschließlich Whistleblowing) zu ermitteln und den Fortschritt der lokalen Ermittlungen zu verfolgen. Seit der Einführung des CCRT auf Konzernebene in 2011

werden die Fälle nun systematischer und standardisierter gemeldet. Das Tool trägt dazu bei, bestimmte Risikobereiche sowie relevante Trends (zum Beispiel des Fallmusters oder der Kommunikationskanäle) nach Art des Geschäfts oder der betroffenen Einheit (lokal, regional oder global) zu identifizieren. Die Ergebnisse werden regelmäßig an das Audit und das Integrity Committee berichtet. Sofern notwendig, wird ein Bericht an externe Prüfer oder Aufsichtsbehörden erstellt. Die Fälle werden einzeln analysiert und in unsere zukünftigen Risikoanalysen sowie Schulungsmodule für Mitarbeiter aufgenommen.

Whistleblowing

Alle Mitarbeiter haben auf die lokalen oder konzernweiten Whistleblowing-Kanäle Zugriff und somit die Möglichkeit, ihre Hinweise anonym zu äußern (sofern lokal keine rechtlichen Beschränkungen gelten). Die Allianz toleriert keine Benachteiligung von Mitarbeitern, die in gutem Glauben Meldung erstatten. Allen Compliance-Beauftragten sowie dem oberen Management steht ein Leitfaden zur Verfügung, in dem erläutert wird, wie mit Meldungen umzugehen ist. Auf Konzernebene wird auf Whistleblowing regelmäßig im Rahmen von Kampagnen hingewiesen, wie etwa bei der internationalen Woche der Betrugsbekämpfung (International Fraud Awareness Week) oder dem internationalen Anti-Korruptionstag (International Anti-Corruption Day).

Anti-Korruptionsprogramm

Die Allianz hat null Toleranz gegenüber Betrug und Korruption. Wir halten uns voll und ganz an lokale und internationale Gesetze zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung. Wir verfügen über wirksame und belastungsfähige Systeme sowie Verfahren und Kontrollen zur Korruptionsbekämpfung. Im Rahmen dieser Verpflichtung unterhält die Allianz seit 2009 ein

Anti-Korruptionsprogramm und hat Mindeststandards auf Konzernebene festgelegt. Dies gilt auch für Vertreter, Joint Ventures und Outsourcing-Partner, wie sie in der Anti-Korruptionsrichtlinie definiert werden.

Strikt verboten sind demnach Angebot, Annahme, Zahlung oder Genehmigung von Bestechungsgeldern sowie jegliche andere Formen von Korruption. Das gilt im Privatsektor ebenso wie im öffentlichen Bereich, beispielsweise im Umgang mit Regierungsbeamten. Transparenz und Integrität werden von der Allianz in allen Geschäftsbereichen aller Ebenen gefordert, um ungebührliches Verhalten seitens der Mitarbeiter oder auch Dritter, mit denen wir in Geschäftsbeziehung stehen, zu vermindern.

Analyse von Geschäftseinheiten im Hinblick auf Korruptionsrisiken

Das operative Risikomanagement der Allianz beurteilt auch Korruptions- und Betrugsrisiken. Alle Geschäftseinheiten müssen jährlich eine Risikobewertung erstellen. Zusätzliche Risikobewertungen, lokale Überprüfungen und Folgemaßnahmen finden im Rahmen unseres Compliance-Qualitätssicherungsprogramms statt. Alle für den Konzern relevanten Risiken werden von einem „Compliance Issue Tracking Tool“ erfasst und weiter verfolgt.

Mitarbeiterschulungen zur Korruptionsbekämpfung

Alle Mitarbeiter absolvieren regelmäßige Compliance-Schulungen. In diesen Schulungen lernen sie, wie sie in Situationen, die möglicherweise zu Interessenskonflikten führen, die richtigen Entscheidungen treffen. Dies kann etwa der Fall sein, wenn es um die Annahme von Geschenken und Einladungen von Geschäftspartnern geht. Seit 2010 führt die Allianz Anti-Korruptionstrainings durch, die für alle Mitarbeiter verpflichtend sind. Diese finden sowohl online als auch in Form von Präsenzveranstaltungen in mehr als 20 Sprachen statt. Im Jahr 2013 wurden bereits Schulungen für über 65.000 Mitarbeiter durchgeführt. Auch im Jahr 2014 haben wir diese Initiative erfolgreich weitergeführt.

Compliance-Programm für den Vertrieb

In unserem Versicherungsgeschäft haben wir erfolgreich ein globales Vertriebs-Compliance-Programm eingeführt. Die große Mehrheit der Gesellschaften, die in das Programm einbezogen wurden, haben die Einführung bereits abgeschlossen. Das Programm umfasst eine stärkere Kontrolle in der Produktentwicklungsphase, erwartet von den einzelnen Allianz-Gesellschaften, dass sie mögliche Interessenskonflikte in ihren Vergütungspraktiken aktiv angehen, und fordert entsprechende Sorgfalt, wenn externe Vertriebspartner verpflichtet werden. Eine der wichtigsten Initiativen 2014 war die Ausweitung der Compliance-Kontrollen in der Phase der Produktentwicklung und -analyse.

Standard für den Schutz von Daten und Privatsphäre

2013 wurde ein neuer Allianz-Standard für Datenschutz und das Recht auf Privatsphäre veröffentlicht. Dieser Standard legt fest, wie mit der Erfassung und Verarbeitung von personenbezogenen Daten im Konzern umgegangen wird, und gewährleistet ein hohes Datenschutzniveau. Wir schützen das Recht auf Privatsphäre – und damit auch unseren Ruf als vertrauenswürdiger Partner. Der Standard beinhaltet sechs Datenschutzgrundsätze: Sorgfaltspflicht, Zweckbindung, sinnvolle Begrenzung, Transparenz und Offenheit, Wahlfreiheit und Einverständnis sowie „Privacy by Design“ (die rechtzeitige Berücksichtigung von Datenschutzaspekten schon bei der Konzeption unserer Prozesse).

Während des Berichtsjahres unterstützte die Abteilung Group Data Protection die Tochtergesellschaften dabei, den Standard für Datenschutz umzusetzen und geeignete Datenschutz-Managementsysteme einzuführen. Dazu stellte die Group Data Protection beispielweise Informationsunterlagen oder Risikobewertungstools bereit. Der wichtigste Schritt ist die Beurteilung aller Prozesse, bei denen personenbezogene Daten erfasst und verwaltet werden. Auf diese Weise wird geprüft, ob die Verfahrensweisen mit gesetzlichen Vorschriften vereinbar und ob spezifische Kontrollmechanismen für die Datensicherheit notwendig sind. Die Wirksamkeit dieser Mechanismen regelmä-

ßig zu testen und zu prüfen, ist ein zentrales Vorhaben im kommenden Jahr.

Sanktionen und Embargos

Die Allianz befolgt die Wirtschaftssanktionen aller Rechtssysteme, in denen wir aktiv sind, einschließlich jener der Vereinten Nationen, der Europäischen Union und der Vereinigten Staaten. Unsere weltweiten Gesellschaften verfügen über zusätzliche restriktive Handlungsvorgaben für Geschäfte, die in Beziehung zum Iran, Sudan, Syrien und Nordkorea stehen. Diese Handelsbeschränkungen werden mit Hilfe unseres globalen Compliance-Programms implementiert. Die damit verbundenen Restriktionen ziehen unter anderem eine fortlaufende Überwachung der Geschäftspartner sowie eine genaue Prüfung der relevanten Geschäftsprozesse, wie die des Underwritings oder Schadensmanagements nach sich.

Wir möchten darauf hinweisen, dass die Allianz auch Kunden versichert, die gelegentlich Geschäfte in sanktionierten Ländern abwickeln. Diese erfolgen jedoch nur im Einklang mit geltenden Sanktionen (zum Beispiel beim Versicherungsschutz für humanitäre Güter). Selbst dann werden diese Geschäfte immer noch genauestens von uns überprüft und durchlaufen ein besonderes Genehmigungsverfahren.

Foreign Account Tax Compliance Act

Die Allianz berücksichtigt die weltweiten Vorschriften zur Vermeidung von Steuerhinterziehung in allen Ländern, in denen wir operieren. Wir haben konzernweite Richtlinien und Prozesse in Übereinstimmung mit dem Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA) etabliert, einschließlich entsprechender nationaler Gesetze und Richtlinien. FATCA ist eine durch den US-Kongress erlassene Verordnung, die der Einhaltung von bestehenden Steuergesetzen dient. Sie bezieht sich auf das Vermögen, welches US-amerikanische Bürger bei Finanzinstitutionen außerhalb der Vereinigten Staaten angelegt haben. Seit dem 1. Juli 2014 verpflichtet FATCA alle nicht US-Finanzinstitutionen ihre US-amerikanischen Kunden dem Internal Revenue Service (IRS) zu melden. Dies geschieht entweder direkt oder durch nationale Steuerbehörden. Darüber hinaus haben sich alle meldepflichtigen Allianz Gruppengesellschaften, die von FATCA betroffen sind, beim IRS registriert.

Kartellrechtsprogramm

Das Kartellrechtsprogramm besteht aus (i) dem Mindeststandard für die Einhaltung des Kartellrechts, der die Compliance-Maßnahmen auf lokaler Ebene festgelegt sowie (ii) einer Reihe von wichtigen Verhaltensregeln für unsere Mitarbeiter (Allianz Kartellrechtskodex), die die relevanten Kartellrechtsrisiko-Bereiche und die Vorgehensweise in bestimmten Situationen erläutern. Dazu zählen der Umgang mit Wettbewerbern, Kunden, Geschäftspartnern oder die Teilnahme an Treffen der Verbände oder andere Branchentreffen. Die im Kodex dargestellten Grundsätze werden in lokalen Schulungsveranstaltungen und einem weltweit eingesetzten E-Learning-Programm erläutert. 2014 wurde das globale E-Learning-Programm circa 37.000 Mitarbeitern der Versicherungsgesellschaften zur Verfügung gestellt. Außerdem fanden Trainings auf lokaler Ebene statt.

Umweltmanagement

Unsere Verantwortung für die Umwelt

Unsere Klimastrategie hat Einfluss auf all unsere Aktivitäten als Finanzdienstleister und Investor sowie auf unseren operativen Geschäftsbetrieb. Sie verpflichtet uns dazu, bei der Entwicklung hin zu einer CO₂-armen Wirtschaft eine Führungsrolle einzunehmen.

Wir verfügen über ein konzernübergreifendes Umweltmanagementsystem (UMS), das zentral von Allianz4Good, der auf Konzernebene angesiedelten Abteilung für Nachhaltigkeit, koordiniert wird. Der Umweltmanager des Konzerns ist für die operative Umsetzung zuständig, während die Verantwortung auf Vorstandsebene bei Maximilian Zimmerer, Mitglied des Vorstands für den Bereich Finance, liegt.

Das konzernübergreifende UMS deckt über 89 Prozent unserer Belegschaft ab und sorgt für die kontinuierliche Verbesserung unserer Umweltbilanz. Es unterstützt die systematische Erhebung und Kontrolle von Umweltdaten sowie die transparente Berichterstattung unserer Leistungen.

Die größten Auswirkungen auf die Umwelt haben unsere operativen Geschäftstätigkeiten in den folgenden Bereichen: Energieverbrauch unserer Gebäude und IT, Geschäftsreisen, Papier- und Wasserverbrauch sowie Abfallerzeugung. Mit Hilfe des UMS können wir diese

umweltrelevanten Felder nicht nur besser überwachen. Das System unterstützt uns auch dabei, den Einsatz von Ressourcen und unsere CO₂-Emissionen zu reduzieren.

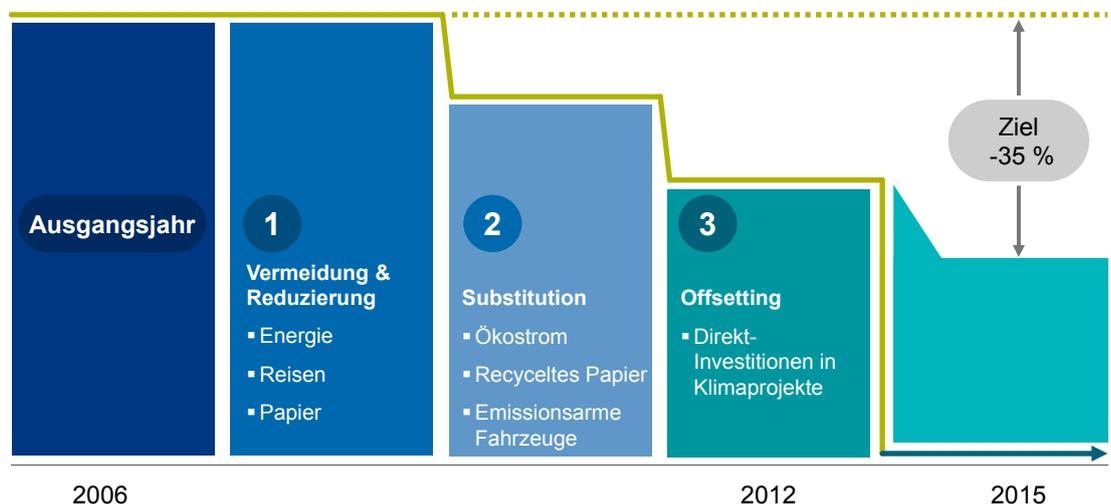
Strategie zur Reduktion von CO₂-Emissionen

Unsere langfristig angelegte Strategie zur Reduktion von CO₂-Emissionen basiert auf einem ganzheitlichen Ansatz. Dabei geht es uns erstens um die Vermeidung und Senkung unserer Emissionen, zweitens um den Übergang zu CO₂-ärmeren Alternativen (zum Beispiel durch den Kauf von Energie aus erneuerbaren Quellen und den Einsatz emissionsarmer Fahrzeuge) und drittens um die Neutralisierung der verbleibenden Emissionen durch Direktinvestitionen in Klimaschutzprojekte – ein charakteristisches Merkmal unserer Klimastrategie.

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, unsere CO₂-Emissionen gegenüber dem Jahr 2006 bis 2015 um 35 Prozent pro Mitarbeiter zu senken. Unser CO₂-Fußabdruck umfasst den Energieverbrauch für Gebäude und IT; Geschäftsreisen mit dem Flugzeug, Auto und Zug; Papierverbrauch sowie Abfall, welcher im Geschäftsalltag produziert wird; und Wasserverbrauch in unseren Gebäuden.

Da der Energieverbrauch den größten Teil unserer CO₂-Emissionen erzeugt, haben wir uns außerdem

Die drei Ebenen unserer CO₂-Reduktionsstrategie

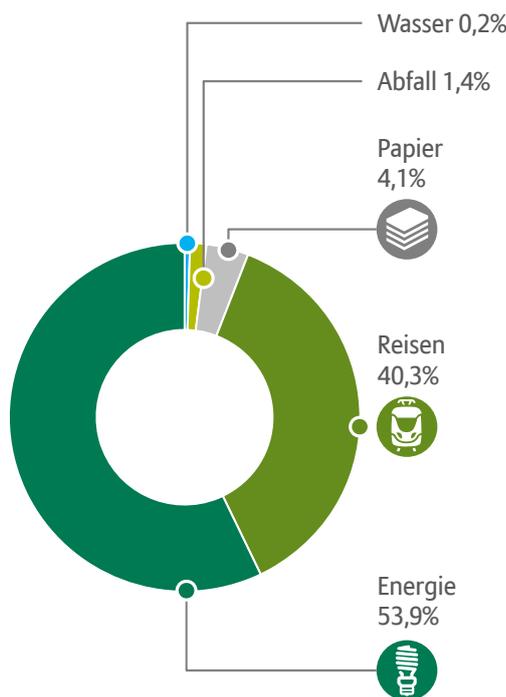


ein Energieziel gesetzt. Bis 2015 wollen wir den Energieverbrauch gegenüber 2010 um 10 Prozent pro Mitarbeiter senken.

Da über 98 Prozent der Emissionen des Konzerns auf Energie, Reisen und Papierverbrauch entfallen, konzentrieren sich unsere Maßnahmen auf diese drei Bereiche:

- **Energie:** Unsere Einkaufsrichtlinie für Green IT stellt sicher, dass nur energieeffiziente Geräte erworben werden. Neu eingekaufte IT-Produkte müssen die Gütesiegel „Energy Star“ oder „EPEAT“ tragen. Dies ist konzernübergreifender Standard. Die Konsolidierung unserer Server-Infrastruktur war ein Schwerpunkt unserer jüngsten Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz.
- **Reisen:** Unsere weltweit geltende Reiserichtlinie legt globale Mindeststandards für die Geschäftsreisen der Mitarbeiter fest. Dadurch sollen unnötige Reisen vermieden und wenn möglich CO₂-ärmere Transportalternativen gefördert werden. So werden beispielsweise Videokonferenzen und die Bahn als Alternativen zu Flugreisen angeboten, um Emissionen zu reduzieren, Kosten zu senken und Zeit zu sparen.

Darstellung der CO₂-Emissionen



- **Papier:** Unsere global geltende Druckrichtlinie senkt den durchschnittlichen Papierverbrauch und reduziert damit Kosten.

Bewusstsein schaffen

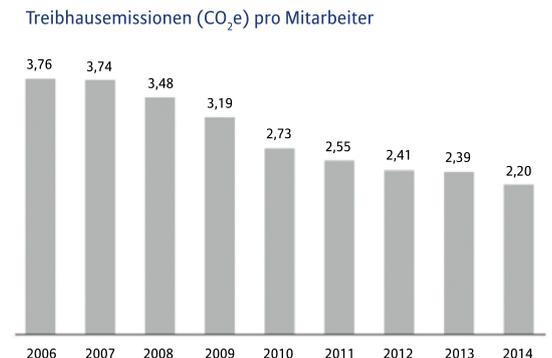
Mitarbeiter im gesamten Konzern beteiligen sich an den verschiedensten Aktivitäten zum Klimaschutz. Diese reichen von Maßnahmen auf Funktionsebene über Aufklärungskampagnen bis hin zur Änderung des individuellen Verhaltens. Wir haben zum Beispiel Kampagnen durchgeführt, die unseren Mitarbeitern bewusst machen, dass der Klimawandel eine wichtige Rolle für unser Geschäft spielt. Hierzu haben wir unseren Mitarbeitern Hintergrundinformationen zum Thema Klimawandel bereitgestellt. Außerdem regen wir Diskussionen an, wie wir dieser Herausforderung begegnen können und welche Verantwortung der Allianz dabei zuteilwird.

Erfolge 2014

Im Jahr 2014 haben wir unsere CO₂-Bilanz weiter verbessert: Im Vergleich zum Vorjahr haben wir die CO₂-Emissionen aus unserer Geschäftstätigkeit um weitere 8,1 Prozent gesenkt. Insgesamt ist es uns gelungen, unsere CO₂-Emissionen seit 2006 um 41,3 Prozent pro Mitarbeiter zu verringern. Ebenso haben wir seit 2010 unseren Energieverbrauch pro Mitarbeiter um 27,2 Prozent gesenkt.

Auch unser CO₂-Reduktionsziel für 2015 (CO₂-Reduktion um 35 Prozent pro Mitarbeiter von 2006 bis 2015) sowie unser Energieziel (Reduktion des Energiever-

CO₂-Emissionen pro Mitarbeiter 2006–2014



brauchs pro Mitarbeiter von 2010 bis 2015 um 10 Prozent) haben wir bereits erreicht. Die Herausforderung wird jedoch sein, unsere CO₂-Emissionen und unseren Energieverbrauch auch bei einer guten wirtschaftlichen Entwicklung entsprechend weiter zu verringern.

Trends 2014

- Die CO₂-Emissionen pro Mitarbeiter sanken um 2,2 Tonnen pro Jahr. Dies ist vor allem auf den geringeren Energieverbrauch und den verstärkten Einsatz erneuerbarer Energien zurückzuführen.
- In 2014 war der stärkste Treiber zur Verbesserung der CO₂-Bilanz die Verringerung des Energieverbrauchs, allerdings stiegen die Emissionen verursacht durch Reisen und Papier leicht an.
- Im Vergleich zu 2013 sank unser Gesamtenergieverbrauch um 15,8 Prozent. Dies spiegelt sich auch in der Reduzierung von 14,2 Prozent unserer durch Energie verursachten Emissionen wider.

Da Energie, Papier und Reisen den größten Anteil (über 98 Prozent) an unseren CO₂-Emissionen ausmachen, konzentrieren wir unsere Maßnahmen auf diese Bereiche.

Investitionen in unsere Gebäude, und besonders die Berücksichtigung von Fragen der Nachhaltigkeit, zum Beispiel Energieeffizienz für Büroräume, spielten eine große Rolle in der Senkung unseres Energieverbrauchs.

Beispiele hierfür sind unsere Büroräume in der Schweiz, insbesondere der Umzug in ein neues Gebäude in Wallisellen, das auch ein Swiss-Minergie-Zertifikat bekommen hat. Insgesamt hat sich der Energieverbrauch aller Gebäude der Allianz Schweiz im Jahr 2014 gegenüber dem Vorjahr halbiert.

Das neue Allianz Global Investor Büro in Frankfurt, das Triton-Haus, ist ein weiteres Beispiel unserer Bemühungen, um ein ökologisch nachhaltiges Portfolio für Bürogebäude zu erzielen. Das Gebäude bekam die Auszeichnung „Gold“ von der DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen) und die Steigerung der Energieeffizienz im Jahr 2014 war beeindruckend.

2014 herrschte ein milder Winter und ein gemäßiger Sommer in weiten Teilen Europas, eine Region, auf die

ein erheblicher Teil der Belegschaft und die damit verbundenen Büros entfallen. Der geringere Nutzungsbedarf energieintensiver Heizung im Winter und Kühlung im Sommer trug zur signifikanten absoluten Reduktion unserer Energie im Vergleich zu 2013 bei. Der Anteil an Energie aus erneuerbaren Quellen in unserem Energiemix blieb mit 40 Prozent weitgehend stabil. Unsere erneuerbaren Energien werden weiterhin vor allem aus Wasserkraftwerken gewonnen und fast die Hälfte (46 Prozent) unserer globalen Einheiten (nach Köpfen) beziehen einen Teil ihres Stroms aus erneuerbaren Energien.

Unsere Geschäftsreisen spiegeln die zunehmende Internationalisierung unseres Geschäfts wider. Während die zurückgelegte Strecke pro Mitarbeiter im Jahr 2014 gegenüber 2013 leicht sank (-1 Prozent), zeigt der längerfristige Trend gegenüber 2006 weiterhin einen Anstieg, der bei 4 Prozent im Jahr 2014 liegt. Autoreisen bleiben der bedeutendste Verkehrsträger (48,5 Prozent), gefolgt von Flug- (44,4 Prozent) und Zugreisen (7,1 Prozent).

Während die Kohlenstoffintensität unserer Geschäftsreisen in allen Verkehrsbereichen im Dreijahresdurchschnitt annähernd gleich geblieben ist (0,135g CO₂e/km, 2012 bis 2014), zeigt der langfristige Trend gegenüber 2006 eine Verbesserung von 20 Prozent, hauptsächlich getrieben von unserem zunehmend effizienten Fuhrpark. Alternativen zu Reisen, etwa IT-basierte Lösungen wie Videokonferenzen, spielen weiterhin eine Schlüsselrolle in unseren Bemühungen, die Kundenbedürfnisse, Geschäftsreisen und unsere Verpflichtungen zur Bekämpfung des Klimawandels auszubalancieren. Die Allianz Deutschland hat beispielsweise durch eine Reihe von Maßnahmen, unter anderem den Ausbau der Videokonferenz-Suiten und die Einführung eines neuen Buchungstools, die Zahl der Teilnehmer der gebuchten Videokonferenzen zwischen 2013 und 2014 mehr als verdreifacht.

Der Papierverbrauch blieb im Fünfjahresdurchschnitt (135 kg pro Mitarbeiter im Jahr 2014) stabil. Die Bedeutung von zertifiziertem, nachhaltigem Papier steigt weiter an und FSC-zertifiziertes Papier macht heute fast ein Drittel (32,2 Prozent) aller Papiere aus, die im Konzern bezogen werden.

CO₂-Neutralisierung

Seit 2012 ist die Allianz klimaneutral. Neben der Senkung unserer CO₂-Emissionen (siehe oben) ist CO₂-Neutralität die zweite Säule unseres Engagements für eine kohlenstoffarme Wirtschaft. Statt einfach Emissionszertifikate auf dem Kohlenstoffmarkt zu kaufen (zusätzlich zu unseren Maßnahmen zur Verringerung der CO₂-Emissionen), investieren wir direkt in hochwertige Klimaschutzprojekte, die Emissionszertifikate generieren. Diese Zertifikate verwenden wir zur Neutralisierung unserer verbleibenden CO₂-Emissionen. Insgesamt haben wir im Jahr 2014 aus unseren eigenen Projekten 322.529 Zertifikate bezogen, die jeweils für eine Tonne Kohlenstoff stehen.

Ausblick

Im Jahr 2015 werden wir unsere Umweltziele für die Zeit nach 2015 (dem Ende des aktuellen formalen Zieljahres) weiterentwickeln. Wir werden auch die Qualität unserer Umweltdaten und die automatischen Berichterstattungsprozesse weiter verbessern. Künftige Entscheidungen über Umweltaktivitäten und -ziele werden wir somit auf Basis einer besseren Datenqualität treffen.



Geprüft ([Bescheinigung des unabhängigen Wirtschaftsprüfers](#))

Markenmanagement und verantwortungsvolles Marketing

Eine starke und nachhaltige globale Marke

Die Marke Allianz spielt eine entscheidende Rolle für das langfristige Wachstum unseres Geschäfts. In Ländern, in denen unsere Marke bereits etabliert ist, werden wir von unseren Kunden als zuverlässiger Partner geschätzt, der ihnen hilft, die richtigen Entscheidungen zu treffen, zu wachsen und ihre Ziele zu erreichen. In neueren Märkten nutzen wir die Stärke unserer Marke, um Marktanteile zu gewinnen und ein erweitertes Interesse an unserem Produkt- und Dienstleistungsangebot zu wecken. Unsere langfristige Markenstrategie ist auf einen einheitlichen Markenauftritt ausgerichtet. Gegenwärtig erzielt unser Konzern 83 Prozent seines Gesamtumsatzes unter dem Markennamen Allianz.

Das weltweite Konzept unserer Markenkommunikation „ONE“ rückt den Kunden in den Mittelpunkt unserer Geschäftstätigkeit und beruht auf echten Erlebnissen und Geschichten von Menschen, die ihre Erfahrungen mit anderen teilen. „ONE“ hilft uns, eine konsistente Markenbotschaft global zu etablieren, unseren Ruf als verlässlicher Partner zu stärken und – unter Berücksichtigung lokaler Marktgegebenheiten und Kundenbedürfnisse – eine authentische Markenerfahrung zu vermitteln.

Wir verfolgen und analysieren die Entwicklung unserer Marke Allianz sehr genau. Denn nur so lassen sich in den jeweiligen Märkten jene Faktoren identifizieren, die schließlich die Stärke unserer Marke ausmachen. Teil unseres globalen Markenmanagements ist ein standardisiertes Marktforschungsverfahren, das die Performance unserer Marke Allianz regelmäßig im Vergleich zu lokalen Wettbewerbern misst. Das Feedback unserer bestehenden und potenziellen Kunden hilft uns dabei, die Stärken und Potenziale unserer Marke entlang des Kaufprozesses zu identifizieren und Ressourcenallokation sowie Markeninvestitionen zu optimieren.

Nachhaltigkeit als integraler Bestandteil unserer Sponsoring-Strategie

Wir verfügen über eine Reihe zentral etablierter Sponsoring-Plattformen, die unsere globale Markenpositionierung unterstützen. Unsere Sponsorships umfassen unser Engagement für die paralympische Bewegung, Golf in St Andrews Links, Partnerschaften in der Formel 1 und mit den Fußballvereinen FC Bayern München und FC Barcelona. Hinzu kommen die Namensrechte für unsere Stadionfamilie in sechs Ländern weltweit. Im Bereich Kunst und Kultur sind wir mit Lang Lang und seiner Stiftung eine globale Partnerschaft eingegangen.

Gesellschaftliche Verantwortung spielt eine wichtige Rolle in unserer Sponsoring-Strategie. Über unsere Formel-1-Partnerschaften und mit unserem „Road Safety“-Programm fördern wir seit mehr als 10 Jahren erfolgreich die Aufklärung über Sicherheit im Straßenverkehr. Seit 2006 unterstützen wir die paralympische Bewegung und fördern dadurch das öffentliche Bewusstsein für das Thema Inklusion. Als erster und einziger globaler Partner von St Andrews Links leisten wir einen Beitrag zum Erhalt der historischen schottischen Küstenlandschaft.

Bei der Prüfung von Namensrechte-Partnerschaften für Stadien folgen wir ausgewogenen Bewertungskriterien. Diese beinhalten zum Beispiel modernste Sicherheitsstandards und Umweltfaktoren des Gebäudes selbst.

Das Allianz Riviera Stadion in Nizza ist ein Best-Practice-Beispiel für ein Architekturprojekt, das ökologische Aspekte berücksichtigt. Technik und Material erfüllen die Anforderungen der Haute Qualité Environnementale (HQE) Performance Standards; das Stadion zeigt sich als transluzente Silhouette, die den Einfall von Licht gestattet; seine Struktur jedoch besteht aus Holz, um den „CO₂-Fußabdruck“ zu reduzieren. Es verfügt außerdem über Photovoltaik-Dachanlagen.

Die Förderung junger Menschen in den Bereichen Bildung und interkultureller Austausch ist ein weiterer Aspekt, den wir bei unseren speziellen Jugendförderprogrammen berücksichtigen. Dazu gehören das Allianz Junior Football Camp mit dem FC Bayern München, das Allianz Golf Camp in St Andrews Links und das Junior Music Camp mit Lang Lang.

Wir engagieren uns auch im Frauensport. Über unsere Markenbotschafterin Beatriz Recari, eine Profgolferin der LPGA-Tour, und als globaler Partner des Solheim Cups 2015, des Pendant zum Ryder Cup im Damengolf, möchten wir dazu beitragen, dem Damengolf das gleiche Ansehen wie dem Herren golf zu verschaffen, und bei jungen Mädchen das Interesse am Golfsport wecken. Im Fußball sind wir zudem einer der Hauptpartner der Damenmannschaft des FC Bayern München.

Compliance-Richtlinien

Die meisten unserer Sponsoring-Plattformen, sowohl auf globaler als auch auf lokaler Ebene, bieten uns die Möglichkeit, Kunden und Geschäftspartner zu bewirten. Die Gastfreundschaft gegenüber Kunden und Geschäftspartnern erfolgt stets transparent, legal und vereinbar mit ethischen Grundlagen.

Jegliche Unregelmäßigkeiten oder potenzielle Konflikte zwischen Repräsentanten der Allianz und deren Verantwortung gegenüber Kunden und Geschäftspartnern müssen angemessen gehandhabt werden. Daher gelten verpflichtende Compliance-Regeln für alle globalen und lokalen Sponsoring-Aktivitäten.

Beispielsweise handeln wir nach einer eigenen Compliance-Richtlinie zu „Sponsoring und Bewirtung“, die im Einklang mit der Allianz-Gruppenrichtlinie zu Geschenken und Bewirtung steht. Darüber hinaus muss das Thema Bewirtung übereinstimmend mit dem Allianz Verhaltenskodex und der Allianz Anti-Korruptionsrichtlinie sowie lokalen Richtlinien und Gesetzen gehandhabt werden. Diese wichtigen Compliance-Informationen werden innerhalb unserer verbindlichen, globalen Sponsoring-Richtlinien kommuniziert. Weitere Informationen zu unseren Compliance-Aktivitäten erhalten Sie auf Seite 41.

Erfolge 2014

Markenwert

Im Interbrand-Ranking der weltweit 100 wertvollsten Marken ist die Allianz weiterhin eine der wachstumsstärksten Marken unter den Finanzdienstleistern. Unser Markenwert legte 2014 erneut zu und stieg um 15 Prozent auf circa 7,7 Milliarden US-Dollar an. Damit kletterte die Allianz im Ranking auf Platz 55, acht Plätze weiter nach oben als noch im Vorjahr.

Ausgezeichnet für Nachhaltigkeit

Der Allianz Park in London, das Heimatstadion des Saracens Rugby Club, erhielt für seinen Nachhaltigkeitsfokus den „Sustainability Award“ bei den The Stadium Business Awards 2014. Diese Awards zeichnen das Management, den Erfolg und die Innovation von Sporteinrichtungen rund um den Globus aus.

Kundenbeziehungsmanagement

Der Kunde steht im Mittelpunkt

Unsere Kunden und die Erfüllung ihrer Bedürfnisse stehen im Mittelpunkt unserer Strategie. Wir haben uns ein klares Ziel gesetzt: Wir möchten die stärkste Finanzgemeinschaft aufbauen und in unserem Kerngeschäft mit Versicherungen und Vermögensanlagen für unsere Kunden ein verlässlicher Partner sein, dem sie vertrauen.

Gesellschaftliche Veränderungen, wie die zunehmende Digitalisierung und Urbanisierung, beeinflussen Einstellung und Verhalten der Verbraucher – auch ihren Zugang zu unseren Produkten und Dienstleistungen. Wir möchten unseren Kunden ein Leben lang zur Seite stehen. Deshalb ist es für uns von entscheidender Bedeutung, sich verändernde Bedürfnisse unserer Kunden zu erkennen und unser Geschäft entsprechend anzupassen.

In der Praxis wird unsere starke Kundenorientierung an der Funktion Marktmanagement deutlich, die für die Organisation und ständige Verbesserung unseres markt- und kundenorientierten Ansatzes zuständig ist. Marktmanagement entwickelt die lokale Marktstrategie beständig auf der Basis von Markt- und Kundeninformationen weiter und verbindet klare Zielvorgaben mit Strategien für Kunden, Vertrieb, Produkte, Service und Marke.

Stärkung der Kundenloyalität

Die Loyalität unserer Kunden ist ein Schlüsselfaktor für nachhaltiges Wachstum. Wir holen laufend Feedback von unseren Kunden ein, um unsere Produkte, Dienstleistungen und Prozesse zu verbessern. Zu diesem Zweck nutzen wir Instrumente wie den Net Promoter Score (NPS), die uns helfen, unseren Kunden zuzuhören, ihre Bedürfnisse zu erkennen und von ihnen zu lernen. Auf diese Weise können wir unsere Produkte, Dienstleistungen und Prozesse darauf ausrichten und optimieren.

Der NPS misst die Bereitschaft unserer Kunden, die Allianz weiterzuempfehlen, und ist unsere zentrale Messgröße für die Loyalität unserer Kunden. Er wird

regelmäßig in rund 40 Allianz Konzerngesellschaften weltweit ermittelt, die für insgesamt rund 90 Prozent der gebuchten Bruttobeiträge stehen.

- Der Top-down-NPS wird jährlich von unseren lokalen Tochterunternehmen mithilfe externer Forschungsinstitute gemessen. Die Zusammenarbeit mit externen Instituten stellt Glaubwürdigkeit und Objektivität sicher. Er folgt globalen, branchenübergreifenden Standards und ermöglicht einen Vergleich mit lokalen Wettbewerbern.
- Der Bottom-up-NPS ist ein zertifiziertes Tool, das die Kundenloyalität im Anschluss an wichtige Kundenkontakte, wie zum Beispiel Beratung oder Schadenbearbeitung, misst. Mit der Bitte um direktes Feedback nach wichtigen Kundeninteraktionen können wir die Erwartungen unserer Kunden besser verstehen und auch überprüfen, ob unsere Verbesserungsmaßnahmen Wirkung zeigen und ob wir unsere Serviceanforderungen erfüllen.

Zusätzlich zum NPS nutzen wir noch verschiedene andere Feedback-Quellen, um weitere Erkenntnisse zu gewinnen, wie wir unseren Kunden einen hervorragenden Service bieten können. Dazu gehören Beschwerde-Management, Mystery Shopping, Social-Media-Management und Exit Survey. Bei Letzterem handelt es sich um die Befragung von Kunden, die sich entschließen, ihren Vertrag zu kündigen.

Erfahrungsgemäß ist vor allem das Feedback von Mitarbeitern, die gleichzeitig Kunden sind, besonders wertvoll für uns. Sie können oft am besten erklären, wie man eine negative in eine positive Kundenerfahrung verwandelt. Natürlich tragen sie auch zur Verbesserung unserer Produkte und Dienstleistungen bei. Schließlich nehmen sie diese selbst in Anspruch.

Um die Beziehung zu unseren Kunden weiter zu festigen und zu vertiefen, bieten wir in immer mehr Ländern Kunden-Loyalitäts-Programme an mit verschiedensten Vorteilen, wie zum Beispiel Nachlässe, kleine Geschenke und die Möglichkeit, die Teilnahme an exklusiven Events zu gewinnen.

Bezahlbare, verständliche und flexible Lösungen

Wir beziehen die Anforderungen und das Feedback unserer Kunden bereits in die Produktentwicklung ein – angefangen bei der Konzeptentwicklung bis hin zu Produkttests, Preisgestaltung und der Bewertung des Kundennutzens. Eine Reihe von Tools zur Produktforschung und -entwicklung sind so konzipiert, dass sie Kunden direkt einbinden.

Zu diesen Instrumenten zählen Co-Creation, digital unterstütztes Crowd-Sourcing und Panels.

Wir versetzen uns in die Lage unserer Kunden und können somit Produkte anbieten, die genau auf bestimmte Bedürfnisse zugeschnitten sind. Dazu zählen Altersvorsorge genauso wie Mobilität oder Sicherheit für zu Hause. Außerdem passen wir unsere Angebote an bestimmte Lebensphasen und -situationen der Kunden an, wie maßgeschneiderte Lösungen für Familien oder junge Menschen.

Der effiziente Einsatz moderner Technologien bei unserer modularen Produktgestaltung sorgt für die nötige Flexibilität, um unseren Kunden bedarfsgerechte Lösungen bereitzustellen. Zum einen bieten wir einen modularen Deckungskatalog an, aus dem Kunden ihr gewünschtes Produktpaket zum jeweiligen Preis zusammenstellen können. Zum anderen bieten wir Versicherungspakete mit Basis-, Komfort- oder Premiumschutz an.

Neben offiziellen und branchenspezifischen Qualitätsparametern, die durch unabhängige Prüfinstitute in unseren lokalen Märkten erhoben werden, bewerten auch wir selbst regelmäßig kundenbezogene Leistungsindikatoren. Dazu zählen wahrgenommene Produktqualität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Fairness und Transparenz. Auf diese Weise können wir uns kontinuierlich verbessern und bewährte Vorgehensweisen ermitteln, die wir im Rahmen der spezifischen lokalen Anforderungen auf unsere weltweite Geschäftstätigkeit übertragen.

Verantwortungsvoll im Umgang mit unseren Kunden

Der Ruf der Allianz beruht auf dem Vertrauen unserer Kunden, Aktionäre, Mitarbeiter und der Öffentlichkeit in unsere Integrität. Weitere Informationen finden Sie auf Seite 76.

Erfolge 2014

In 2014 haben 47 Prozent der Allianz Gesellschaften eine signifikant höhere NPS-Performance erreicht als ihr Marktdurchschnitt und 32 Prozent der Allianz Gesellschaften konnten in ihrem Markt die stärkste Kundenloyalität vorweisen. Wir haben uns in vielen Märkten verbessert, so auch unsere lokalen Wettbewerber. Durch die Umsetzung erfolgreicher Initiativen zur Verbesserung der Kundenerfahrung erwarten wir für 2015 einen höheren Anteil an Allianz Gesellschaften mit einer stärkeren NPS-Performance als ihr Marktdurchschnitt.

Nachhaltiges Lieferantenmanagement

Nachhaltigkeitsstandards im Lieferantenmanagement

Transparenz und Integrität im Umgang mit unseren Geschäftspartnern sind seit vielen Jahren Maximen in unserem Nachhaltigkeitsmanagement. Sie bilden die Grundlage unseres Bestrebens, Nachhaltigkeitsstandards bei der Auswahl und beim Management unserer Lieferanten zu setzen und so langfristig Nachhaltigkeit bei Lieferanten zu fördern und verbessern. In unserer Branche sind die mit den Lieferanten verbundenen ökologischen und sozialen Risiken begrenzt. Dennoch ist es unser Ziel, Nachhaltigkeitsstandards in unserer Lieferkette zu fördern. Unsere globale Einkaufsabteilung spielt hier eine Schlüsselrolle, indem sie diese Standards sowohl bei derzeitigen als auch möglichen zukünftigen Lieferanten setzt.

In der Praxis stellen wir sicher, dass unsere Lieferanten die ökologischen, sozialen und Governance-Standards der Allianz einhalten. Diese sind im Verhaltenskodex der Allianz (Code of Conduct) sowie in den Einkaufsrichtlinien verankert. Beide Richtlinien berücksichtigen die Vorgaben der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und die Grundsätze des UN Global Compact (UNGC) und decken somit die Themen Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung ab.

Beurteilung des Lieferantenrisikos

Wir haben ein konzernweit einheitliches, integriertes Risikomanagementsystem. Auf diese Weise gewährleisten wir, dass Risiken anhand eines standardisierten Verfahrens identifiziert und bewertet werden. Dazu gehören auch Risiken im Zusammenhang mit unseren Lieferanten. Unsere Analyse hat ergeben, dass sie im Vergleich mit anderen Risiken begrenzt sind. Obwohl Lieferantenrisiken nicht unter die größten Risiken für unser Geschäft fallen, haben wir dennoch kritische Aspekte identifiziert, die wir nach ihren potenziellen Auswirkungen entsprechend managen. Die meisten Produkte und Leistungen beziehen wir aus

den folgenden Bereichen: IT-Hardware und -Software, Bürobedarf, Gebäudemanagement, Beratung und Reise (einschließlich Fluggesellschaften und Hotels). Seit 2011 führen wir eine globale Datenbank, in der sämtliche im Rahmen unseres konzernweiten Auswahlverfahrens beurteilten Lieferanten aufgeführt sind. Diese Datenbank unterstützt den Einkauf, die mit unseren Lieferanten verbundenen Risiken besser zu verstehen. Sämtliche Einkaufsabteilungen können auf die Datenbank zugreifen und einsehen, in welche Risikokategorie (niedrig, mittel oder hoch) Lieferanten in Bezug auf spezifische Risiken eingeordnet wurden.

Lieferantenmanagement

Wir kontrollieren unsere Nachhaltigkeitsstandards sowohl auf globaler als auch lokaler Ebene: Während unsere zentrale Einkaufsabteilung für den globalen Einkauf von Produkten und Dienstleistungen verantwortlich ist, kümmern sich die Einkaufsabteilungen unserer Tochtergesellschaften um die Auftragsabwicklung auf lokaler Ebene. Unsere globale Einkaufsrichtlinie regelt die Zusammenarbeit zwischen unseren Tochtergesellschaften und der Konzernzentrale. Unsere globalen Beschaffungsrichtlinien für IT, Non-IT und für das Kerngeschäft definieren die Grundsätze für die Beschaffung sowie die Zusammenarbeit zwischen dem lokalen Einkauf und Konzern-Einkauf.

Unsere Standards für Lieferanten

Ein zweistufiges Verfahren soll die Einhaltung unserer Nachhaltigkeitsstandards durch Lieferanten gewährleisten:

- Im Rahmen des globalen Lieferantenauswahlprozesses werden die Umwelt- und Sozialstandards potenzieller Lieferanten geprüft. Die Lieferanten müssen einen Nachhaltigkeitsfragebogen ausfüllen, der auf die spezifischen Risiken der jeweiligen Branche zugeschnitten ist.
- Als Teil des allgemeinen Lieferantenauswahlprozesses findet vor jeder Auftragsvergabe eine eingehende, standardisierte Integritätsprüfung der einzelnen Anbieter (Vendor Integrity Screening) statt. In diesem Rahmen wird untersucht, welchen Ansatz die Zulieferer hinsichtlich Governance und Regelkonformität verfolgen. Um eine umfassende Über-

prüfung sicherzustellen, werden die Angaben der Unternehmen durch eigene, unabhängige Untersuchungen validiert. Diese Prüfungen erfolgen über die Einkaufsabteilungen vor Ort mit Unterstützung der jeweiligen Allianz Compliance-Abteilungen.

Die Integritätsprüfung und die Nachhaltigkeitsfragebögen kommen als Teil unserer Ausschreibungen sowie bei Vertragsverlängerungen zum Einsatz. Da Lieferverträge im Durchschnitt eine Laufzeit von drei Jahren haben, ist eine regelmäßige Überprüfung gewährleistet.¹ Unsere Lieferanten sind zudem verpflichtet, uns über Geschäftsbeziehungen zu informieren, die unserem Verhaltenskodex widersprechen. Alle Verträge mit Lieferanten enthalten eine Klausel, die sie zur Einhaltung unserer Nachhaltigkeitsstandards verpflichtet. Stellt sich heraus, dass ein Lieferant der Allianz (oder dessen Mitarbeiter oder Subunternehmer) gegen diese vertragliche Verpflichtung verstoßen hat, ermitteln wir im direkten Dialog mit dem betreffenden Lieferanten Art, Umfang und Schwere des Verstoßes. Je nach Ergebnis dieses Dialogs wird der Vertrag entweder gekündigt oder bis zum Abschluss weiterer Untersuchungen ausgesetzt. Der Vertrag bleibt bestehen, wenn der Lieferant gewährleistet, dass es zu keinen weiteren Verstößen kommt.

Mindeststandards für verantwortungsvollen Einkauf

Derzeit wird ein Verhaltenskodex für Lieferanten definiert, der die Lieferanten dazu verpflichtet, sich an bestimmte vom Allianz Konzern vorgegebene Auflagen zu halten. Der Verhaltenskodex behandelt Themen wie die verantwortungsbewusste Nutzung von Anlagen der Allianz, Datenschutz, Korruptionsprävention, Geldwäsche, Terrorismus-Finanzierung, Sanktionsbrüche, Respektierung von Menschenrechten und Gleichbehandlung, faire Arbeitsbedingungen und Umweltschutz. Sobald der Verhaltenskodex für Lieferanten veröffentlicht ist, tritt er für neue Verträge und Vertragsverlängerungen des gesamten Konzerns in Kraft und ersetzt die aktuelle Auflage, dem (inter-

nen) Verhaltenskodex für Business-Ethik und Compliance zu entsprechen. Die Veröffentlichung ist für Ende 2015 geplant.

Energieeffiziente Beschaffung

Unser Energieverbrauch erzeugt den Großteil unserer Treibhausgasemissionen, wir sprechen hier von mehr als 50 Prozent. Um unseren Ausstoß von Treibhausgasen nachhaltig zu senken, konzentrieren wir uns daher auf die Reduzierung unseres Energieverbrauchs.

- Seit 2011 ist eine Einkaufsrichtlinie für umweltfreundliche IT-Hardware in Kraft, die für sämtliche Neuanschaffungen gilt und die Nutzung energieeffizienter Geräte gewährleistet. Energy Star und EPEAT wurden als konzernweite Mindeststandards für die Beschaffung neuer IT-Hardware festgelegt.
- Im Jahr 2014 haben wir einen neuen Gruppenvertrag ausgehandelt, der allen Allianz Gesellschaften die Möglichkeit bietet, mögliche lokale Verbesserungen zum Thema Energieverbrauch im Büro zu identifizieren. Dieser Vertrag wurde mit Siemens Building Technology geschlossen, Spezialist für Standortinfrastruktur und Energieeffizienz, die diesen Service global anbieten.

¹ Bei allen globalen und lokalen Lieferanten mit einem Auftragswert über einer bestimmten (lokal definierten) Schwelle in Übereinstimmung mit den Allianz Gruppenstandards für die Beschaffung

Engagierter Corporate Citizen

Wir nehmen unsere gesellschaftliche Verantwortung ernst und fördern die Gemeinschaft an den Standorten, an denen wir tätig sind. Als globales Unternehmen sind wir uns unserer Rolle in der Gesellschaft sehr bewusst. Wir engagieren uns vor Ort für das Allgemeinwohl und unterstützen die Entscheidungsfindung auf Regierungsebene im Zuge unserer Vision, die stärkste Finanzgemeinschaft der Welt zu sein.

Politisches Engagement

Dialoge mit staatlichen Institutionen pflegen

Wir suchen den ständigen Dialog mit Regierungen und staatlichen Institutionen zu wesentlichen wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Themen. Wir möchten ein politisches Umfeld schaffen, das die Entwicklung der Allianz und all Ihrer Interessenten unterstützt.

Wir leben in einer Zeit, in der wir mit zahlreichen wirtschaftlichen und politischen Herausforderungen wie der Staatsverschuldung und der Finanzkrise in der Eurozone konfrontiert werden. Die historisch niedrigen Zinssätze sowie die Unsicherheit und die Volatilität der Märkte haben weitreichende Folgen für unser Geschäft und insbesondere für unsere Kunden. Unsere Zusammenarbeit mit staatlichen Institutionen dient vor allem einem Ziel: Wir möchten gemeinsam Lösungen zur Bewältigung dieser Herausforderungen finden und ein stabiles politisches und wirtschaftliches Umfeld schaffen – für unsere Kunden und alle anderen Beteiligten.

Beziehungen zu staatlichen Institutionen

Unsere Abteilung Group Public Policy (GPP) fungiert als Schnittstelle zu politischen Institutionen in aller Welt. Die Abteilung setzt sich mit den Anforderungen der Politik an die Versicherungsbranche auseinander und gibt fachlich fundierte Stellungnahmen zu regulatorischen Vorhaben und deren Umsetzung ab.

Ihren Hauptsitz hat die Abteilung in München. Weitere Niederlassungen befinden sich in Berlin¹, Brüssel, Rom, Washington D.C. und Peking. In anderen Regionen ist GPP über ihre politischen Kontakte, in der Regel Mitarbeiter aus Rechtsabteilungen, aktiv, die die Positionen unseres Konzerns zu Themen vor allem im Zusammenhang mit Europa oder den G20 vertreten.

Der Aufgabenbereich der GPP setzt sich wie folgt zusammen: Aktivitäten der Aufsichtsbehörden und gesetzgebenden Organe beobachten und analysieren, interne Stellungnahmen formulieren und dem gesamten Konzern – bis hin zum Vorstand – das Wissen vermitteln, das nötig ist, um sich am Dialog über grundsätzliche sozio-ökonomische Fragen zu beteiligen. Als Hauptschnittstelle zu den politischen Institutionen organisiert die Abteilung zudem Präsentationen, Meetings und gemeinsame Schreiben von Branchenverbänden und anderen Lobbygruppen zu Themen, die für die Allianz von Bedeutung sind.

Umgang mit politischen Fragestellungen

Für uns ist wichtig, dass wir uns frühzeitig an der Diskussion über grundsätzliche politische und wirtschaftliche Fragen beteiligen. Daher identifizieren, beobachten und priorisieren wir Themen, die für uns und unsere Interessengruppen von unmittelbarer Bedeutung sind. Darüber hinaus verfolgen wir regulatorische Entwicklungen auf globaler, europäischer und nationaler Ebene. Unsere Teilnahme am politischen Geschehen beschränkt sich nicht nur auf die Formulierung und Prüfung neuer politischer Standpunkte, sondern erstreckt sich auch auf die Organisation von Konferenzen und Veranstaltungen, die sich mit bedeutenden gesellschaftlichen Fragen wie Energiesicherheit, demografische Entwicklungen und Klimawandel beschäftigen. Außerdem pflegen wir regelmäßigen

¹ Ab dem 1. Januar 2015 ist die Berliner Repräsentanz dem CEO der Allianz Deutschland unterstellt.

Kontakt mit politischen, wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Organisationen. Mit ihnen tauschen wir uns über grundlegende gesellschaftliche Entwicklungen aus, die Einfluss auf unser Geschäft und unsere Interessengruppen haben könnten.

Lobbying und politische Netzwerke

Lobbyarbeit wird häufig missverstanden: Politische Lobbyarbeit hat bisweilen ein negatives Image, da sie als Versuch der Beeinflussung von politischen Entscheidungen und Gesetzgebern betrachtet wird. Oft wird auch angenommen, dass Lobbying dazu benutzt wird, die Politik zugunsten von wirtschaftlichen Interessen zu ändern oder zu schwächen, ohne dabei die weitreichenderen Folgen für Gesellschaft oder Umwelt im Auge zu behalten.

De facto sind die Beziehungen zwischen Staat und Wirtschaft eine demokratische Notwendigkeit, gerade in einer hochtechnologischen und spezialisierten Welt. Die Beziehung zwischen Staat und Wirtschaft ist keine Einbahnstraße.

Die Arbeit von Regierungen, Parlamenten und Aufsichtsbehörden ist nur dann wirkungsvoll, wenn sie bei der Entwicklung politischer Maßnahmen eine breite Vielfalt von Standpunkten und fachlich fundierte Stellungnahmen berücksichtigt. Die Welt der Wirtschaft ist dabei eine der Quellen fachlicher Expertise. Die Allianz bietet Expertenmeinungen in Bezug auf die komplexen aufsichtsrechtlichen Fragen innerhalb der Finanzdienstleistungsindustrie. Wir erfüllen diese politische Beratungsfunktion nicht, weil wir damit allein unsere eigenen geschäftlichen Interessen verfolgen wollen. Vielmehr interpretieren wir unsere Rolle auf dem politischen Parkett mit Rücksicht auf die langfristigen Interessen der Gesellschaft.

Unsere gesamte Lobbytätigkeit und politische Netzwerkarbeit erfolgt in Übereinstimmung mit dem Lobbying-Verhaltenskodex (Lobbying Code of Conduct). Der Kodex beruht auf einem streng einzuhaltenen Wertegefüge, das ein hohes Maß an Integrität im Umgang mit politischen Institutionen, Parteien und Organisationen sicherstellt.

Wir verpflichten uns zudem zu vollkommener Transparenz bei unserer Lobbytätigkeit und haben uns freiwillig ins Transparenzregister der EU eintragen lassen. Im Zuge der Eintragung haben wir auch den Verhaltenskodex des Transparenzregisters unterzeichnet. Unser Profil finden Sie auf der Website der Europäischen Union.

Unsere Standpunkte

Die folgenden Themen waren für uns 2014 vorrangig:

Wichtige regulatorische Initiativen

Regulierung im Banken- bzw. Versicherungswesen: Die Regulierer scheinen nicht zwischen Bank- und Versicherungstätigkeit zu unterscheiden. Regulatorische Maßnahmen, die die Stabilität des Finanzsystems erhöhen sollen und auf den Bankensektor abzielen, sind nicht ohne Weiteres auf den Versicherungssektor übertragbar.

Die Allianz unterstützt die Entwicklung weltweiter regulatorischer Standards, welche die Finanzstabilität weltweit erhöhen und die Realwirtschaft schützen sollen. Diese müssen jedoch den strukturellen Unterschieden zwischen Banken und Versicherungen Rechnung tragen, um effektiv und effizient finanzielle Notlagen des globalen Finanzsystems lindern zu können.

Banken sind für das Zahlungs- und Kreditsystem zuständig – schöpfen also Geld – und sind in hohem Maße zum Beispiel über den Interbankenmarkt miteinander vernetzt. Versicherer übernehmen von ihren Versicherten Risiken, die dann in großen Portfolios gebündelt werden. Jedoch sind diese Risiken in keinerlei Weise konditionell miteinander vernetzt.

Banken nehmen typischerweise kurzfristige Einlagen entgegen, die dann langfristig investiert werden. Dies setzt sie Liquiditätsmängeln aus, wenn Einlagen in großem Umfang und kurzfristig abgezogen werden. Die Situation verschärft sich, wenn gleichzeitig auch der Interbankenmarkt nicht richtig funktioniert. Versicherungen erhalten Prämien, die im Voraus gezahlt und entsprechend der Fälligkeit der Verbindlichkeiten angelegt werden. Darüber hinaus sind

Risiken in der Sachversicherung nicht mit den Risiken am Finanzmarkt und den damit zusammenhängenden Finanzkrisen korreliert.

Moderne aufsichtsrechtliche Überwachung schützt die Versicherten, indem sie sicherstellt, dass die Versicherer genügend Eigenkapital vorhalten. Außerdem existieren einige Sicherheitsmechanismen, die garantieren, dass Versicherungen stets imstande sind, ihre finanziellen Pflichten einzuhalten.

Die Europäische Bankenunion wurde 2014 mit dem Ziel ins Leben gerufen, den extrem stark vernetzten Bankensektor zu überwachen. Wir sind jedoch der Auffassung, dass eine Europäische Versicherungsunion weder machbar noch notwendig ist.

Weltweite regulatorische Entwicklungen – Globale Finanzregulierung: 2009 entwickelte der Rat für Finanzstabilität (Financial Stability Board – FSB) eine koordinierte Vorgehensweise bei Regulierung, Überwachung und anderen Aspekten des Finanzsektors, um die Finanzstabilität weltweit zu erhöhen. Im Zuge dessen analysierte der FSB die Auswirkung des Versicherungssektors auf die Stabilität des globalen Finanzsystems. Viele der aufsichtsrechtlichen Konzepte, die ursprünglich für das Bankwesen konzipiert wurden, tauchten als Vorschlag für die Regulierung der Versicherungsbranche und der Vermögensverwaltung (für Dritte) wieder auf.

2014 deklarierte der FSB neun Versicherungsgruppen vorläufig als „Global systemrelevante Versicherer“ (GSI), darunter auch die Allianz. Die Verkündung führt zu drei neuen Anforderungen:

- Verstärkte Kontrolle
- Effektive Auflösungsbestimmungen
- Kapitalanforderungen.

Bis Ende 2015 müssen erhebliche Fortschritte in wesentlichen Aspekten erzielt werden; das Meldeverfahren an die Aufsichtsbehörden startet 2015, die erste Veröffentlichung soll 2019 erfolgen.

Diese Anforderungen müssen die Besonderheiten der Assekuranz berücksichtigen und die richtigen Anreize für Versicherer schaffen, um ihre Risikogeschäfte ggf.

systematisch zu reduzieren. Mit weiteren systemischen Regelungen, die auf die Vermögensverwaltung für Dritte abzielen, wird im Laufe des Jahres 2015 gerechnet.

2016 wird Solvency II in Europa eingeführt, wodurch die Liquiditätsanforderungen erstmalig auf dem tatsächlichen individuellen Risikoprofil jeder einzelnen Versicherungsgesellschaft basieren. Nun muss eine ähnliche Strategie auf globaler Ebene geschaffen werden. Die derzeitigen Bemühungen des IAIS sind ein wichtiger Schritt in diese Richtung.

Versicherer sind weiterhin mit Niedrigzinsen konfrontiert und müssen sich daher um alternative Anlageformen bemühen. Versicherer suchen auch nach langfristigen Investitionsmöglichkeiten, die ihre Verpflichtung zum effektiven Risikomanagement unterstützen. Allerdings ist ein entsprechend solides und effektives Investment von Bedingungen wie hinreichende Rechtssicherheit für private Investoren, einfacher Zugriff auf Investitionskapital sowie eine attraktive Projektpipeline abhängig.

Verbraucherschutz bei Versicherung und Vermögensverwaltung: Es existieren zahlreiche EU-Initiativen mit dem Ziel, einen ehrlichen und fairen Vertrieb zu garantieren. Durch die Initiativen sollen Fehldarstellungen vermieden werden. Außerdem soll gewährleistet werden, dass die Produkte die Erwartungen der Verbraucher erfüllen.

Die Allianz unterstützt im Prinzip die rechtlichen Vorhaben und fördert eine angemessene Kostentransparenz für die Verbraucher. Wir haben bereits freiwillig zahlreiche Schritte unternommen, um zu gewährleisten, dass unser Außendienst kontinuierlich qualitativ hochwertigen Service bietet. Weitere Beispiele für die Verpflichtungen der Allianz gegenüber dem Verbraucher sind:

- Wir tragen aktiv zur Verbraucheraufklärung bei und sind ein Gründungsmitglied der My-Finance-Coach-Initiative.
- Die Allianz unterstützt ferner die Verbreitung des Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) sowie der Fortbildungsinitiative der Deutschen Versicherungswirtschaft „Gut beraten“.

- Der jährlich erscheinende Allianz Kundenbericht ist zur Messlatte innerhalb der Sparte geworden.

Zwar engagiert sich die Allianz für den Verbraucherschutz, hegt aber gleichzeitig auch Bedenken, dass die aktuellen EU-Maßnahmen möglicherweise zu weit gehen und für den Verbraucher wirkungslos sind. Im Allgemeinen sind wir der Ansicht, dass die Verbraucherschutzbestimmungen als Benchmark das Verhalten des durchschnittlichen Konsumenten heranziehen sollten.

Erleichterung von Investitionen in eine kohlenstoffarme Wirtschaft

Klimaschutz erfordert einen grundlegenden Wertewandel und eine weltweite Hinwendung zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft. Nach Angaben der OECD greifen die Investitionen in eine klimafreundlichere Infrastruktur deutlich zu kurz. Demnach werden bis 2035 jährlich Investitionen in Höhe von 1 Billion US-Dollar mehr aufgebracht werden müssen, um die weltweit vereinbarten Klimaziele zu erreichen.¹ Ein großer Teil der Investitionen wird daher aus dem Privatsektor kommen müssen. Benötigt werden Investitionen in eine ökologische Stromerzeugung, modernere (und intelligentere) Stromnetze und die Entwicklung einer ausreichend dimensionierten und flexiblen Speichertechnologie, Förderung der Energieeffizienz, Aufbau nachhaltiger Infrastruktur und Schaffung von Innovationsanreizen.²

Mit Investitionen in Solar- und Windenergieprojekte in Höhe von 2 Milliarden Euro seit 2005 ist die Allianz bereits ein bedeutender Investor im Bereich der Stromerzeugung aus erneuerbaren Quellen. Investitionen in diese Art von regulierten Infrastrukturanlagen, die von staatlichen Preis- und Abnahmegarantien für den ins Netz eingespeisten Strom profitieren, können uns aufgrund ihrer langfristigen Stabilität helfen, unseren Kunden attraktive Renditen zu zahlen.

Vor diesem Hintergrund ist es sehr wichtig, dass der Regulierungsrahmen für solche Projekte berechenbar

bleibt und rückwirkende Änderungen, die bereits erfolgte Investitionen in Frage stellen, vermieden werden. Wir sind fest davon überzeugt, dass ein verlässlicher und stabiler Regulierungsrahmen zur Erschließung ergiebigerer Kapitalquellen beitragen kann, da aufgrund des geringeren regulatorischen Risikos geringere Kapitalkosten anfallen. Dies gilt insbesondere für Europa, wo ein integrierter europäischer Ansatz für die Energieinfrastruktur helfen könnte, die Kosten des Übergangs zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft zu senken.

Umgang mit dem demografischen Wandel

Im 21. Jahrhundert wird die Weltbevölkerung nicht nur weiter wachsen, sondern auch zunehmend altern. Die kontinuierlich steigende Lebenserwartung wird zu einem Anstieg auf 10 Milliarden Erdenbürger in 2065 führen, von denen 1,7 Milliarden 65 Jahre und älter sein werden (zum Vergleich: 2013 betrug die Weltbevölkerung 7,2 Milliarden).³ Ein solches Bevölkerungswachstum und die damit verbundenen tiefgreifenden Änderungen in der Altersstruktur bieten auch Chancen und erfordern eine angemessene Vorbereitung. Während die Bevölkerungszahlen in Afrika und Indien stark zunehmen, weisen Industriegesellschaften eine alternde Bevölkerung auf. Um den Wohlstand und persönlichen Lebensstandard dieser alternden Volkswirtschaften aufrechtzuerhalten, sind nachhaltige Sozialsysteme und zunehmend private Vorsorge dringend erforderlich.

Das Berliner Demografie Forum (BDF), das 2011 von der Allianz SE und dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend initiiert wurde, ist eine Plattform für ein breites Fachpublikum. Ungefähr 250 hochrangige Vertreter aus 20 Ländern aus den Bereichen Politik, internationale Organisationen, Wissenschaft, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Medien ermitteln, vergleichen und erörtern neuartige Ansätze, um langfristige Lösungen für diese demografischen Herausforderungen zu finden.

Im Laufe der Jahre hat das BDF erfolgreich eine Reihe von Funktionen für die internationale Debatte über

¹ OECD 2013, Institutional Investors and Green Infrastructure Investments. Selected Case Studies

² New Climate Economy 2014, Better Growth, Better Climate

³ UN World Population Prospect – 2012 Revision – Estimates: Medium Fertility

Demografie geschaffen. So wurde eine internationale Forschungsgemeinschaft zum Thema gegründet, die einige einzigartige Diskussionsbeiträge lieferte und so den Blickwinkel erweiterte. Dazu gehört auch, der jungen Generation der 20- bis 30-Jährigen eine Stimme zu geben sowie ethische Aspekte des demografischen Wandels und dessen lokale Auswirkungen zu berücksichtigen. Auch weiterhin wird das BDF seine wichtige gesellschaftliche Funktion wahrnehmen und die Diskussion über einen der prägenden Trends des 21. Jahrhunderts befeuern.

Dialoge fördern

Mitgliedschaften in Industrieverbänden und Gremien

Wir pflegen einen Dialog mit politischen Entscheidungsträgern auf nationaler und internationaler Ebene, unter anderem durch unsere Mitgliedschaft in folgenden Institutionen: Insurance Europe (IE, vormals European Insurance and Reinsurance Federation – CEA), European Fund and Asset Management Association (EFAMA), Geneva Association, International Insurance Society (IIS). Außerdem nehmen wir regelmäßig an Anhörungen von Ausschüssen des Europäischen Parlaments teil. Gleichzeitig steht GPP in Verbindung mit Kollegen, die uns in ihren lokalen Versicherungsverbänden in verschiedenen europäischen Mitgliedsstaaten repräsentieren. Zudem sind wir auch über unsere US-Tochtergesellschaften in den entsprechenden Industrieverbänden in den Vereinigten Staaten vertreten.

Allianz Forum Berlin

Mit dem 2011 gegründeten Allianz Forum Berlin haben wir eine Initiative geschaffen, über die wir uns in Zusammenarbeit mit Stiftungen, Kooperationspartnern und sonstigen relevanten Organisationen für wichtige Nachhaltigkeitsfragen engagieren. Das Forum bietet Raum für den interdisziplinären Dialog und legt das Hauptaugenmerk auf die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Zusammen mit einer Reihe zivilgesellschaftlicher Organisationen, von denen 30 mit uns das Gebäude als Mieter teilen, suchen wir nach Antworten auf die dringendsten Fragen unserer Zeit, wie:

- Demografie (steigende Lebenserwartung, Gesundheit, Migration, Vielfalt)
- Umwelt und Klimaschutz
- Nachhaltiges Wachstum (Schutz natürlicher Ressourcen, fairer Handel, Armutsbekämpfung)
- Interkultureller Dialog und die Zukunft Europas

Dialoge auf nationaler und internationaler Ebene

Zu den wichtigsten Aktivitäten aus den Bereichen der Öffentlichkeitsarbeit und Regierungsbeziehungen 2014 gehörten etliche Veranstaltungen, die in unserem Allianz Forum in Berlin stattfanden. Dazu zählte auch die Veranstaltung „Reden über Europa“. Nachstehend eine Auswahl weiterer Veranstaltungen:

- In Partnerschaft mit der Europäischen Kommission hat die Allianz im Februar 2014 das Berliner Forum zum Thema „Energiewende aus Perspektive der Anleger“ (Energy transition from investors' perspective) organisiert. Dabei wurden der Stand der Energiewende und mögliche Katalysatoren für weitere Investitionen erörtert. Hauptreferenten waren Rainer Baake, Staatssekretär für Energie im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, und Jos Delbeke, Generaldirektor für Klimapolitik in der Verwaltung der Europäischen Union.
- Im März 2014 organisierten wir die Konferenz „A Soul of Europe“ mit Martin Schulz (Präsident des Europaparlaments), Jean-Claude Juncker (Präsident der Europäischen Kommission) und Manuel Barroso (ehemaliger Präsident der Europäischen Kommission), bei der unter anderem Künstler und Intellektuelle darüber diskutierten, wie Europa auf politischer und anderer Ebene zusammenwachsen könnte.
- Die Allianz Kulturstiftung, Allianz Real Estate und Allianz Digital Accelerator starteten im März 2014 eine „European Startup Initiative“, bei der Bürokratie und fehlendes Risikokapital als Hauptbarrieren für europäische Start-ups ermittelt wurden.
- In Kooperation mit dem Jüdischen Museum Berlin haben wir im März 2014 den Empfang für die Aufführung des Defiant Requiem ausgerichtet. Der Veranstaltung zu Gedenken der Holocaust-Überlebenden wohnten unter anderen der Botschafter Stu Eizenstat, die Staatssekretärin Monika Grütters und der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien bei.

- Die Allianz Kulturstiftung hat im Juni 2014 zusammen mit der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften eine Tagung zum Thema „Demokratieverständnis in Europa und in der Welt“ organisiert. Hauptreferent war Bundestagspräsident Professor Norbert Lammert.
- Im Rahmen der Vignoni-Lectures, deren Ziel die Pflege der deutsch-italienischen Beziehungen und die Vision einer weiteren europäischen Integration ist, fand im Juli 2014 ein Treffen in Anwesenheit des deutschen Finanzministers Wolfgang Schäuble sowie des italienischen Botschafters Elio Menzione statt.
- Ein weiterer prominenter Gast war Professor Jeremy Rifkin. Zusammen mit der American Academy richtete der Star-Ökonom aus den USA im September 2014 eine Auftaktveranstaltung für den „Vision Summit“ aus. Rifkin vertrat die These, dass der traditionelle Kapitalismus durch die sogenannte „shared economy“ ersetzt werden müsse, und forderte die Politik auf, die regulatorischen Voraussetzungen entsprechend anzupassen.

Wir sind der Auffassung, dass vollkommene Transparenz über die Verbindung zwischen Unternehmen und Politik wichtig ist. Da unsere Spenden unterhalb der Meldeschwelle des Deutschen Bundestages von 50.000 Euro liegen, informieren wir über unsere Parteispenden in einer Pressemitteilung.

Außerhalb Deutschlands spielen Parteispenden unserer Tochtergesellschaften keine große Rolle; sie richten sich aber nach den jeweils geltenden nationalen Rechtsvorschriften und Gepflogenheiten.

Parteispenden

Als Unternehmen mit Sitz in Deutschland fällt der Allianz in der Gesellschaft dieses Landes eine verantwortungsvolle Rolle zu. Wir setzen uns für eine lebendige Demokratie ein, die dem deutschen Volk 70 Jahre lang Wohlstand, Freiheit und Gerechtigkeit beschert hat. Daher unterstützen wir alle im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien, die sich zur sozialen Marktwirtschaft bekennen.

2014, wie auch in früheren Jahren, spendeten wir Beträge in gleicher Höhe an eine Reihe deutscher politischer Parteien. Im Einzelnen waren das: Bündnis 90/Die Grünen, CDU, CSU, FDP und SPD. Zur Unterstützung ihrer Aktivitäten während der Wahlen zum Europäischen Parlament im Mai 2014 erhielten diese Parteien eine Spende von je 20.000 Euro. Eine weitere Spende über je 10.000 Euro ging an die Juniororganisationen der Grünen (Grüne Jugend), der CDU und der CSU (Junge Union Deutschland), der FDP (JuLis) und der SPD (Jusos). Wie üblich wird unser Vorgehen für 2015 vor Mitte des Jahres bekanntgegeben.

Soziales Engagement

Ein engagiertes Mitglied der Gesellschaft

Als globales Unternehmen in mehr als 70 Ländern nehmen wir unsere gesellschaftliche Verantwortung sehr ernst. Wir engagieren uns nicht nur durch Spenden, sondern bestärken auch unsere Mitarbeiter, ihre Fähigkeiten in den Dienst der Gemeinschaft zu stellen. Gleichzeitig verfolgen wir das Ziel, die stärkste Finanzgemeinschaft aufzubauen und so integraler Bestandteil der Gesellschaft zu werden.

Soziales Engagement ist für die Allianz ein wichtiger Teil unserer unternehmerischen Verantwortung. Indem wir Know-how, Fachkenntnisse, Erfahrungen und Zeit beisteuern, möchten wir:

- Mitarbeitern die Gelegenheit geben, sich gemeinsam mit der Allianz in der Gesellschaft zu engagieren und einen individuellen Beitrag zu gemeinnützigen Projekten zu leisten
- lokale Gemeinschaften bei der Bewältigung sozialer und ökologischer Probleme unterstützen
- der Allianz helfen, als Unternehmen wahrgenommen zu werden, das gesellschaftliche Verantwortung übernimmt. Das unterstützt unser Ziel, der vertrauenswürdigste Finanzpartner zu sein

Wir sind davon überzeugt, dass die heutigen gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen nur durch Kooperation zu bewältigen sind. Aus diesem Grunde schließen wir sowohl auf lokaler als auch auf globaler Ebene Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen wie Volans, Phineo und dem Roten Kreuz. Wir arbeiten in interdisziplinären Teams, was unseren Wirkungsgrad zusätzlich verstärkt.

Zu unseren sozialen Aktivitäten gehören freiwilliges und ehrenamtliches Mitarbeiterengagement, Spenden (inklusive Katastrophenhilfe) und unser Stiftungsnetzwerk. Externe Experten, mit denen wir im Rahmen unserer Partnerschaften zusammenarbeiten, unterstützen uns bei den verschiedenen Aktivitäten.

Freiwilligenprogramme

Freiwilliges Mitarbeiterengagement (Corporate Volunteering)

Das Ziel von Corporate Volunteering ist es, Beziehungen zu lokalen Gemeinschaften aufzubauen und zu stärken, indem unsere Mitarbeiter ihre Erfahrung und ihr Know-how weitergeben. Auf persönlicher Ebene hilft ehrenamtliches Arbeiten, Fähigkeiten zu entwickeln, von denen die Mitarbeiter auch im Arbeitsalltag profitieren. Die Unterstützung wohltätiger Projekte fördert die Motivation der Mitarbeiter, verbessert die Teamarbeit und hilft, durch den Austausch von Ideen und Erfahrungen neue Perspektiven zu entwickeln. Ehrenamtliches Arbeiten ist immer eine persönliche Entscheidung. Daher können unsere Mitarbeiter zwischen verschiedenen Initiativen wählen. Zusätzlich zu den Programmen auf Gruppenebene bieten unsere Tochtergesellschaften weltweit ihre eigenen Programme entsprechend den örtlichen und gesellschaftlichen Bedürfnissen an.

Um die Mitarbeiter zu ermutigen, sich an Freiwilligenprogrammen zu beteiligen, haben wir eine Plattform für gesellschaftliche Verantwortung entwickelt. Sie wird 2015 als Pilotprojekt in Deutschland erstmals getestet. Damit werden unsere Initiativen nicht nur sichtbar, wir verbessern auch den Zugang für die Allianz Mitarbeiter. Mit dem Start der Plattform verfolgen wir langfristige Ziele. Wie wollen unsere Mitarbeiter motivieren, sich noch mehr einzubringen. Gleichzeitig wollen wir unser Angebot an sozialen Aktivitäten erweitern.

My Finance Coach – Finanzielle Bildung für junge Leute

„My Finance Coach“ (MFC) ist eine gemeinnützige Initiative, die die finanzielle Allgemeinbildung von 10- bis 16-Jährigen auf drei verschiedene Arten verbessert: durch Unterrichtsbesuche ehrenamtlicher Mitarbeiter, mittels Lehrerschulungen sowie außerschulischen Aktivitäten. Die Initiative wird unter anderem von der Allianz, der Deutschen Börse, der Deutschen Kreditbank, der Giesecke & Devrient Stiftung, KPMG, McKinsey & Company und Volkswagen Financial Services begleitet. Insgesamt unterstützen und kooperieren über 60 Unternehmen und Organisationen in verschiedenen Bereichen mit MFC.

Durch MFC konnten im Jahr 2014 circa 219.000 Schüler in ganz Deutschland erreicht werden. Die Vermittlung von Finanzkompetenz erfolgt hauptsächlich über Freiwilligenprogramme, in denen Mitarbeiter der beteiligten Unternehmen in 2014 über 1.660 Klassen in fast 300 Schulen besuchten.

2014 prüfte die Ludwig-Maximilians-Universität München im dritten Jahr in Folge die Effizienz der Initiative und bestätigte erneut die positive Wirkung von MFC. Die Studie untersuchte die Wirkung der MFC-Initiative auf das Finanzwissen der Schüler. Der Schwerpunkt lag auf der mittelfristigen Wirksamkeit der Bildungsmethoden. Die Endauswertung der Studie aus dem Jahre 2014 wird im Laufe des Jahres 2015 erwartet. MFC baute seine Unterstützungsmaßnahmen auch 2014 weiter aus.

- Bei den Lehrerschulungen wurden die bestehenden Partnerschaften mit Klett MINT durch zusätzliche Kooperationen mit Cornelsen, einem anderen wichtigen Schulbuchverlag, sowie mit Bundesbehörden und Universitäten im Bereich der Lehrerausbildung ausgeweitet.
- Da interaktive Elemente und Spiele bei Kindern und Teenagern besonders beliebt sind, hat MFC neben dem „MFC-Geldmanager“ eine zweite Smartphone-App namens „MFC-Quiz-Master“ entwickelt. Diese Anwendung prüft die Kenntnisse Jugendlicher in 13 verschiedenen Kategorien. Dabei gilt es, möglichst viele Fragen richtig zu beantworten.
- Die Projektwoche „Wir machen dich berufsfähig“ fand 2014 zum zweiten Mal statt. Finanziell unterstützt wurde sie ein weiteres Mal vom Europäischen Sozialfonds in Bayern. Auf dem Programm standen theoretische und praktische Einheiten, in denen es darum ging, wie Realschüler im Alter zwischen 14 und 16 Jahren ihre Berufswahl treffen (Realschule Gauting).
- Der 2011 in Deutschland von MFC eingeführte „Bundeswettbewerb Finanzen“ setzte 2014 seine Erfolgsgeschichte fort. Von den mehr als 2.000 Jugendlichen, die sich aus ganz Deutschland beworben hatten, wurden im Juni 48 zur letzten Runde nach Berlin eingeladen. Der Wettbewerb soll Begeisterung für das Thema Finanzen wecken, die Vorteile vielfältiger Teams herausstellen sowie die Fähigkeit zur freien Rede und das Selbstvertrauen

stärken. Nicht zuletzt zielt der Wettbewerb darauf ab, die jungen Teilnehmer fit für ihr Leben in der Marktwirtschaft zu machen.

Auch international wächst die MFC-Initiative weiter. 2014 erreichte MFC mehr als 10.000 Schüler mit 285 Klassenbesuchen in zehn Ländern. Neben Argentinien, Brasilien, Indonesien, Irland, Malaysia, Polen, Thailand und Großbritannien ist MFC nun auch in Singapur und Sri Lanka aktiv. Weitere Länder dürften folgen.

Verantwortlich für die Ausweitung der MFC-Initiativen auf internationaler Ebene waren 2014 aber nicht nur die Klassenbesuche der Finance Coaches. Auch die Lehrerschulungen wurden internationaler. Zum Beispiel bot MFC eine Schulung an, die sich an ein zweisprachiges Lehrerpublikum in Berlin richtete (deutsch/englisch). Das Schulungskonzept vereinte dabei Ansätze und Unterrichtsmaterialien von MFC mit Aflatoun, einem der Partner. Diese Art der Kooperation ermöglichte es MFC, ein größere Gruppe an Lehrern zu erreichen, um dieses Wissen an ein breiteres Schülerpublikum weiterzugeben.

My Finance Coach¹

	2014	2013	2012 ²
Anzahl der Freiwilligen	724	772	549 ²
Anzahl der geförderten Schulen	306	304	208 ²
Anzahl der erreichten Personen			
Anzahl der erreichten Schüler	219.070	155.171	102.530 ²
Anzahl der erreichten Lehrer	692	781	590

¹ Zahlen beziehen sich nur auf Deutschland.

² Korrektur nach konsolidierter Berechnung

Social OPEX

Social OPEX ist das Programm der Allianz für strategischen Führungsstil und gesellschaftliches Engagement. Mit diesem Programm wollen wir sozial engagierte Organisationen unterstützen, indem wir ihnen unser Business-Know-how zur Verfügung stellen. Transportiert wird das Wissen über unsere Mitarbeiter, die sich direkt in die Organisationen einbringen. Bei diesem einzigartigen Format können unsere Mitarbeiter wertvolle Erfahrungen außerhalb unseres Unternehmens sammeln und zugleich Schlüsselkompetenzen und Know-how mit dem sozialen Sektor austauschen.

2014 waren 48 Freiwillige aus 12 verschiedenen Tochtergesellschaften der Allianz an 21 Social-OPEX-Projekten beteiligt. Insgesamt investierte die Allianz über 4.000 Stunden in die Vorbereitung der Teilnehmer und die Projektunterstützung vor Ort.

Die in Zusammenarbeit mit der Universität Hamburg durchgeführte wissenschaftliche Studie zeigte die erheblichen Auswirkungen auf Engagement und Entwicklung der Teilnehmer. Sie sind wesentlich zufriedener mit ihrer Position, engagieren sich vermehrt und ihr Verhalten im Job ist stärker ethisch geprägt.

Social OPEX¹

	2014	2013	2012
Anzahl der Freiwilligen	48	59	49
Anzahl der geförderten Projekte	21	28	16

¹ Die Angaben beinhalten nicht konsolidierte Einheiten (d. h. Indien) für 2013 und 2014.

Unternehmensspenden

Spenden

Spenden gehören für uns zum gesellschaftlichen Engagement dazu. Wir achten darauf, dass unsere Spenden unter transparenten Bedingungen erfolgen und auf einheitlichen Grundsätzen basieren. Das Rahmenwerk für Spenden besteht im Einzelnen aus der Allianz Spendenrichtlinie, der Mitgliedschaft in gemeinnützigen Vereinen (Unternehmensspenden) und den Prinzipien für soziales Engagement.

In diesem Kontext sind auch die Spenden durch unsere 14 Unternehmensstiftungen in die Gesamtzahl der Unternehmensspenden zu zählen. Entsprechende Fakten und Zahlen veröffentlichen wir im jährlichen Rhythmus. Die Daten zu den Unternehmensspenden sind in unser Finanzbuchhaltungssystem integriert.

Unsere Unternehmensspenden beliefen sich 2014 auf insgesamt 21 Millionen Euro (zum Vergleich: 2013 waren es 18,6 Millionen Euro). Außerdem mobilisieren wir über unsere Mitarbeiterfreiwilligenprogramme immer mehr Expertise, Zeit und Erfahrung, um einen positiven Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. Wir sind auch aktiv in Partnerschaften-Sponsoringaktivitäten eingebunden, die nicht unter Unternehmensspenden fallen. Unsere ständigen Verbesserungen bei der Transparenz und im Berichtswesen wirken sich längst auch auf andere Bereiche aus. So war es uns 2014 erstmalig möglich, die Konzernzahlen an die London Benchmarking Group (LBG) zu melden. Die LBG ist ein Netzwerk von führenden Unternehmen, die sich mit dem Messen und dem Benchmarking gesellschaftlicher Verantwortung befassen. Die Kooperation mit LBG ermöglicht es uns, unsere eigene Leistung besser einzuschätzen und uns mit den relevanten Wettbewerbern zu vergleichen.

Katastrophenhilfe

Katastrophenhilfe ist einer der Bereiche, in denen wir mit Spenden aktiv sind. Aus unserer Erfahrung heraus ist im Falle einer Naturkatastrophe die Spendenbereitschaft unserer Mitarbeiter sehr hoch. Wir bieten daher Spendenprogramme für Mitarbeiter an und leisten Unternehmensspenden zur Unterstützung langfristiger Projekte in den betroffenen Gebieten. Dies wird von unseren internationalen Partnern, der Internationalen Rotkreuz- und Rothalbmondbewegung, unterstützt.

Ein Beispiel für unsere Katastrophenhilfe ist die Zusammenarbeit mit der Universität Aachen. In dem gemeinsamen Projekt wird untersucht, welcher Gefahr die Bestandsbauten in Istanbul durch seismische Risiken ausgesetzt sind. Die Versicherungskunden können die Angaben zu ihren Gebäuden in ein eigens dafür entwickeltes Programm eingeben und erhalten eine Vulnerabilitätsbewertung. Die Allianz gewinnt darüber detaillierte Informationen zur seismischen

Gefährdung und kann so das Risiko angemessen bewerten.

Internationale Stiftungsarbeit

Seit vielen Jahren spielen Stiftungen aller Art eine wichtige Rolle in der Gesellschaft, gerade in Zeiten finanzieller Unsicherheit und wachsender sozialer Not. Unser internationales Netzwerk aus 14 mit der Allianz verbundenen Stiftungen und gemeinnützigen Organisationen unterstützt uns dabei, unserer Rolle als sozial verantwortliches Unternehmen gerecht zu werden. Unsere Stiftungen und gemeinnützigen Organisationen arbeiten konzernunabhängig, stehen aber in engem Kontakt und Austausch mit den Allianz Landesgesellschaften in aller Welt. Die nachstehende Weltkarte auf Seite 63 zeigt, wo diese Stiftungen aktiv sind.

Der Anspruch all unserer Stiftungen ist, einen nachhaltigen Beitrag zum Allgemeinwohl zu leisten und in ihrem lokalen Umfeld – je nach Förderschwerpunkt der jeweiligen Stiftung – soziale, ökologische oder kulturelle Belange zu unterstützen.

Management des sozialen Engagements

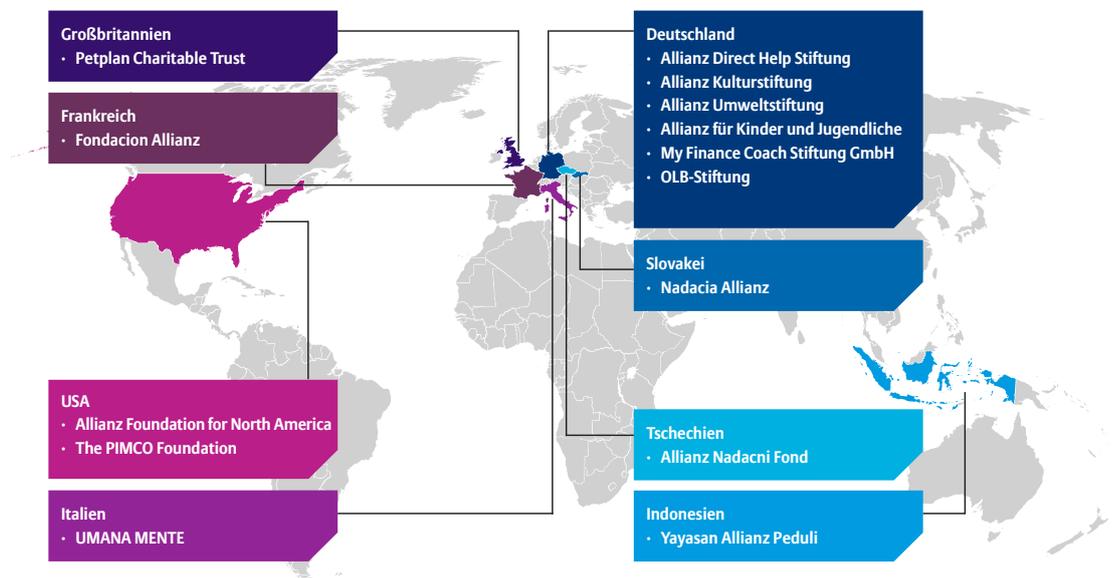
Allianz Prinzipien für soziales Engagement

Unsere gesellschaftlichen Aktivitäten orientieren sich an unseren Prinzipien für soziales Engagement. Wir sind der Überzeugung, dass soziales Engagement und wirtschaftliches Handeln Hand in Hand gehen sollten. Unsere sozialen Aktivitäten orientieren sich daher an sozialen und ökologischen Themen, die auch Teil der Geschäftsstrategien auf lokaler wie auch auf Konzernebene sind.

Transparenz und Messung

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, über all unsere sozialen Aktivitäten auf sämtlichen geschäftlichen Ebenen umfassend zu berichten. Bezogen auf die meisten unserer Spendentätigkeiten und die Aktivitäten unseres Stiftungsnetzwerks herrscht bereits Transparenz. Um auch die Transparenz und Berichterstattung für Aktivitäten wie das Mitarbeiterengagement zu verbessern, ist die Allianz der London Benchmarking Group (LBG) beigetreten. Mit Hilfe des LBG-Modells können wir unser soziales Engagement noch transparenter gestalten. Die Sicht von außen hilft uns aber auch zu verstehen, welchen Einfluss wir mit unseren sozialen Aktivitäten tatsächlich auf Gesellschaft, Mitarbeiter und Geschäft haben und welche Wirkung wir erzielen. Auf Grundlage dieses Modells und des „iooi“-Verfahrens (input, output, outcome, impact) haben

Ein internationales Netzwerk an Allianz Stiftungen



wir damit begonnen, die Transparenz hinsichtlich des sozialen Engagements in der gesamten Allianz Gruppe zu verbessern.

Ergebnisse und Auswirkungen unserer sozialen Aktivitäten messbar zu machen, ist dabei nach wie vor eine unserer größten Herausforderungen. Seit Jahren begleiten Studien unsere sozialen Aktivitäten. Die Untersuchungen geben Aufschluss über Vorgehensweisen und Wirkungen. So haben wir in Deutschland die Effektivität unseres sozialen Engagements mit Hilfe folgender Maßnahmen bewertet:

- Die Wirkungsweise der My-Finance-Coach-Initiative wurde mittlerweile zum dritten Mal untersucht. Die ersten Auswertungen der Ludwig-Maximilians-Universität München deuten auf eine erhebliche Verbesserung der Resultate aus den Klassenbesuchen in Bezug auf ihre mittelfristige Wirkung.
- Weitere Studien der Universität Hamburg, die sich auf unsere Freiwilligenprogramme konzentrieren, bewiesen die positive Auswirkung auf unsere Geschäftstätigkeit sowie auf die Entwicklung, das Engagement und die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter.

Der offene Dialog mit anderen Unternehmen unterstützt unsere Bemühungen um mehr Transparenz. Außerdem ergeben sich daraus neue Möglichkeiten, um unser soziales Engagement zu steigern. Fragen der Nachhaltigkeit diskutieren wir mit anderen deutschen Firmen in vierteljährlich stattfindenden Workshops mit Phineo, einer gemeinnützigen Organisation, die sich für bürgerliches Engagement im Interesse des Allgemeinwohls einsetzt.

Attraktiver Arbeitgeber

Unser Personalmanagement verfolgt das Ziel, die besten Talente zu gewinnen, sie zu fördern und an das Unternehmen zu binden. Wir investieren in das Engagement unserer Belegschaft, die immer vielfältiger wird, und stärken ihre Fachkenntnisse und Führungsqualitäten. Außerdem entwickeln wir langfristige Lösungen, um den zukünftigen Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern zu decken. Denn sie sind es schließlich, die zu unserem Unternehmenserfolg beitragen.

Personalmanagement

Wir beschäftigen weltweit mehr als 147.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in rund 70 Ländern. Unsere Geschäftsstrategie erfordert den Einsatz von Spitzenkräften, die unseren Unternehmenserfolg heute und auf lange Sicht sichern. Wir streben einen konzernweit einheitlichen Ansatz für unser Personalmanagement an, indem wir unsere Tochtergesellschaften mit einem strategischen Rahmen, Prinzipien und Instrumenten in wichtigen Bereichen unterstützen. Dies umfasst zum Beispiel das Talentmanagement, die Vergütung, das Mitarbeiterengagement und das Thema Vielfalt.

Der Chief HR Officer der Allianz verantwortet die konzernweite Personalarbeit und ist dem Vorstand direkt unterstellt.

Unternehmenswerte

Anfang 2015 haben wir einen Wertekatalog auf den Weg gebracht, der den Mitarbeitern der Allianz sowie anderen Interessensgruppen vermittelt, wofür die Allianz steht. Im Zusammenhang mit dem 125-jährigen Firmenjubiläum werden wir darüber berichten, welche Rolle diese Werte in unserem täglichen Arbeitsleben spielen. Die Unternehmenswerte sind:

- Responsible
- Caring
- Connected
- Excellent

Talentmanagement

Unser konzernweites Talentmanagement verfolgt einen einheitlichen, systematischen Ansatz zur

Weiterentwicklung talentierter Mitarbeiter. Um die Qualität und Leistung unserer Mitarbeiter zu fördern, stehen vier Bereiche im Mittelpunkt:

1. Talentförderung und berufliche Weiterbildung

Wir sind davon überzeugt, dass der regelmäßige Dialog zwischen Führungskräften und Mitarbeitern zentral für die Weiterentwicklung von Talenten ist. Im Rahmen dieser Gespräche werden individuelle Kompetenzen und Fähigkeiten, Erfahrungen, die gezeigte Leistung und das entsprechende Potenzial erörtert. Zudem werden Entwicklungsmaßnahmen festgelegt, die den betreffenden Mitarbeiter zu jedem Zeitpunkt seiner Karriere dabei unterstützen, sein volles Leistungspotenzial auszuschöpfen.

Erfolg bedeutet für uns nicht nur das Erreichen quantitativ messbarer Ziele. Ebenso wichtig ist der qualitative Aspekt, wie Ziele erreicht werden. Zum Beispiel misst sich der Erfolg für uns auch am Führungsstil und daran, ob die Verantwortlichen ihrer Rolle als Vorbild gerecht werden. Außerdem legen wir großen Wert auf konstruktives Feedback, das zur Loyalität der Mitarbeiter und Schaffung einer langfristigen Leistungskultur beiträgt.

Leitende Manager sämtlicher Allianz Gesellschaften müssen einen individuellen Entwicklungsplan haben (unabhängig davon, ob diese als Führungskräfte oder Experten tätig sind). Dazu veranstalten wir einmal jährlich Konferenzen, die sogenannten Career Development Conferences (CDCs), auf denen sich das Management über Leistung, Potenzial und Entwicklungsbedarf seiner Mitarbeiter austauscht und über entsprechende Weiterentwicklungsmaßnahmen berät.

Diese Konferenzen ermöglichen es uns, Kandidaten zu identifizieren, die für die nächste Karrierestufe als Führungskraft oder Experte in Frage kommen. Die Karriereplanung hilft uns bei der Suche nach geeigneten Nachfolgern für Schlüsselpositionen. Außerdem wird auf den Konferenzen über die Anforderungen diskutiert, die unsere Mitarbeiter benötigen, um die Geschäftsstrategie des Unternehmens auch in Zukunft erfolgreich umzusetzen.

Wir entwickeln unsere Mitarbeiter mit einer Reihe gezielter Maßnahmen weiter, angefangen von On-the-Job-Aktivitäten über Mentoring, Coaching bis hin zu Weiterbildung in Schulungen, Workshops oder mittels E-Learning. Mehr als die Hälfte unserer Mitarbeiter rund um den Globus nehmen jährlich an mindestens einer Weiterbildungsmaßnahme teil.

Fort- und Weiterbildung

	2014	2013	2012
Fort- und Weiterbildungsausgaben insgesamt [Mio. €]	91,4	85,7	93,4
Fort- und Weiterbildungsausgaben je Mitarbeiter ¹ [€]	668,5	629,3	707,5 ²
Durchschnittliche Anzahl der Fort- und Weiterbildungstage			
Belegschaft	3,0	3,0	2,6
Führungskräfte	3,0	3,2	2,8
Anteil der Mitarbeiter, die mindestens an einer Fort- oder Weiterbildung teilgenommen haben			
Belegschaft [%]	63,8	67,1	64,2
Führungskräfte [%]	73,1	83,9	70,0

¹ Diese Zahlen beruhen auf der Anzahl der Mitarbeiter im Kerngeschäft der Allianz.

² Berichtigte Zahlen für 2012, vernachlässigbare Änderung von 0,5

Der prozentuale Anteil der Mitarbeiter, die mindestens an einer Fort- oder Weiterbildung teilgenommen haben, ist 2014 gesunken, während die Ausgaben für Fort- und Weiterbildung stiegen.

2. Entwicklung von Führungsqualitäten

Das Allianz Management Institute (AMI) ist unsere unternehmenseigene Akademie für Aus- und Weiterbildung. Es unterstützt Mitarbeiter in leitenden Positionen aus dem gesamten Konzern bei der

Entwicklung ihrer Führungsfähigkeiten und veranstaltet Campus-Programme zu strategisch wichtigen Themen. Darüber hinaus bietet das AMI über seine in verschiedenen Ländern ansässigen Akademien Weiterbildungsprogramme, Fach- und Expertenschulungen sowie offene Programme in Zusammenarbeit mit anderen Bildungseinrichtungen an.

Wir motivieren unsere Mitarbeiter ebenso, ihre Führungsfähigkeiten bei ehrenamtlichen Tätigkeiten wie dem Programm Social OPEX einzusetzen. Solche Programme zeigen, dass nicht nur die sozialen Einrichtungen vom Einsatz unserer Mitarbeiter profitieren. Auch die Entwicklung unserer Mitarbeiter wird durch ihr soziales Engagement positiv beeinflusst.

3. Vertiefung von Fachkompetenz

In der Finanzdienstleistungsbranche gibt es einen Mangel an qualifizierten Fachkräften in Expertenfunktionen. Daher verfügen wir über Programme, die sich ausschließlich auf das Anwerben und Qualifizieren von Spezialisten konzentrieren. So richtet sich unser Global Actuarial and Risk Development Programm an erfahrene Aktuar und Risk Manager. Das Programm gibt den Teilnehmern Gelegenheit, in zahlreiche Gebiete tiefer einzutauchen, neben risiko- und versicherungsmathematischen Fragen auch in das Thema Projektmanagement oder Kommunikation. Im Rahmen des Programms rotieren die Kandidaten. Sie arbeiten in Teams angrenzender Fachbereiche und erhalten so wichtige Einblicke in die Arbeit ihrer Kollegen. Ähnliche Programme zur Talent- und Führungskraftentwicklung haben wir auch in anderen Bereichen, wie im Finanzwesen, der Unternehmenskommunikation, dem Marktmanagement oder der Technik (Operations).

3. Strategische Personalplanung

Demografischer Wandel, internationaler Wettbewerb und neue Geschäftsentwicklungen verlangen ein hohes Maß an Flexibilität sowohl von Unternehmen als auch von Mitarbeitern. Unternehmen müssen ihre Strukturen an veränderte Umstände anpassen, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein. Auf Mitarbeiterseite bedeutet das vor allem, Kompetenzen und Fähigkeiten zu stärken und weiterzuentwickeln. Auf

diese Weise erweitern sie auch ihre Beschäftigungsmöglichkeiten im Unternehmen.

Wir nutzen jede Möglichkeit zu betonen, wie wichtig lebenslanges Lernen ist. Das gilt gleichermaßen für Führungskräfte wie für Mitarbeiter. 2012 hat der Vorstand der Allianz zusammen mit dem (europäischen) SE-Betriebsrat eine paneuropäische Vereinbarung über Leitlinien für lebenslanges Lernen unterzeichnet. Sie betrifft alle Allianz Gesellschaften in den EU-Mitgliedstaaten, den Vertragsstaaten des Europäischen Wirtschaftsraums und der Schweiz.

Langfristig werden wir nur erfolgreich sein, wenn wir Mitarbeiter mit den richtigen Qualifikationen zum richtigen Zeitpunkt an der richtigen Stelle einsetzen. Unsere 2009 aufgebaute Einheit für strategische Personalplanung (Strategic Workforce Planning, SWFP) stimmt die Anzahl der Mitarbeiter und das notwendige Qualifikationsprofil auf unseren gegenwärtigen und künftigen Bedarf ab. Durch mittel- und langfristige Prognosen zu wirtschaftlichen, demografischen und soziokulturellen Trends unterstützt SWFP strategische Entscheidungen im Personalbereich.

Vielfalt

Für die Allianz ist eine vielfältige, integrierende (oder: inklusive) Belegschaft aus Mitarbeitern mit unterschiedlichem Hintergrund von besonderer Bedeutung. Wir sind davon überzeugt, dass Vielfalt ein Schlüssel zu unserem Erfolg ist.

Der Allianz Vorstand engagiert sich in hohem Maße für Vielfalt im Konzern. Das seit 2007 bestehende Global Diversity Council wird von Werner Zedelius geleitet, dem Vorstandsmitglied für Personalmanagement und das Versicherungsgeschäft in den deutschsprachigen Ländern. Das Diversity Council ist gemeinsam mit dem Global Diversity Office für den Erfolg unserer Diversity-Strategie verantwortlich.

Im Rahmen dieser Strategie haben wir mehrere Initiativen ins Leben gerufen. Sie konzentrieren sich auf Themen wie Gleichstellung der Geschlechter, ethnische Zugehörigkeit, Alter, Religionszugehörigkeit, sexuelle Orientierung, Behinderung, Bildung und Nationalität. Gemäß unserem Verhaltenskodex tolerieren wir keinerlei Form der Diskriminierung oder Belästigung am Arbeitsplatz.

Frauen in Führungspositionen

Im Jahre 2008 haben wir uns das weltweite Ziel gesetzt, den Anteil der Frauen im Talentpool für Führungspositionen bis 2015 auf 30 Prozent zu erhöhen. Um diesen Wandel voranzutreiben, haben wir eine Reihe von Initiativen auf globaler, regionaler und lokaler Ebene ins Leben gerufen. Neben einem Programm zur Förderung weiblicher Führungskräfte auf Topmanagement-Ebene zielen diese insbesondere auf eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie, etwa durch Teilzeitmodelle oder Arbeitsplatzteilung. Darüber hinaus bieten wir auch Mentoring-Programme und Netzwerke speziell für Frauen an, um den Austausch und Dialog zu fördern. Wir halten weiterhin an unserem Ziel fest, 30 Prozent der Führungspositionen in Deutschland bis Ende 2015 mit Frauen zu besetzen.

Vielfalt im Management¹

	2014	2013	2012
Frauen in Führungspositionen ² [%]	23,1	21,2	19,4
Weibliche Führungskräfte ³ [%]	36,2	35,5	33,9
Anteil der Frauen an der Gesamtbeschäftigtenzahl [%]	52,9	52,8	52,5
In Führungspositionen vertretene Nationalitäten ⁴	62	57	54

¹ Diese Zahlen beruhen auf der Anzahl der Mitarbeiter im Kerngeschäft der Allianz.

² Diese Zahlen beziehen sich auf Frauen in Positionen auf Vorstandsebene und bis zu zwei Ebenen unterhalb der Vorstandsebene.

³ Diese Zahlen beziehen sich auf Frauen, die funktional für anderes Personal verantwortlich sind, unabhängig von der Ebene, z. B. Bereichs- und Abteilungsleiterinnen sowie Teamchefinnen.

⁴ Die Berechnungsgrundlage schließt alle Führungspositionen unterhalb der Vorstandsebene ein.

Mitarbeiter mit Behinderungen

Wir setzen uns auch weiterhin für die Integration von Mitarbeitern mit Behinderungen am Arbeitsplatz ein. Gruppenweite Richtlinien sehen vor, dass Gebäude und Arbeitsplätze für Rollstuhlfahrer barrierefrei gestaltet und Websites auch für Blinde und Sehbehinderte zugänglich sind. Eine Reihe unserer Tochtergesellschaften rekrutiert aktiv Hochschulabsolventen mit Behinderungen für Underwriter-Positionen. Andere stellen Sehbehinderte als Callcenter-Mitarbeiter ein, die im Kundendienst nachweislich ausgezeichnete Leistungen erbringen und auf diese Weise maßgeblich zur Produktivitätssteigerung unserer Callcenter beitragen.

Ausgewählte Maßnahmen in 2014

- Die Allianz bietet Mentoring-Programme für Frauen in Gesellschaften wie der Allianz Holding, Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS), Allianz Global Investors (Allianz GI), Euler Hermes und Allianz Frankreich an.
- Weiterhin gibt es Networking-Initiativen für Frauen, darunter „Allianz Women in Dialogue“, die „Allianz US Women Resource Group“, das „Leadership Excellence at Allianz“ (LEA) Netzwerk und das Euler Hermes „Women's Network“.
- In Deutschland unterstützen wir die Initiative des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen

und Jugend, welche mehr Frauen in Führungspositionen bringen soll. Die Initiative fördert die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. In München haben wir beispielsweise neue Kinderkrippen eingerichtet.

- Unsere Tochtergesellschaften in Frankreich und Deutschland unterstützen ihre Mitarbeiter bei der Organisation des Erziehungsurlaubs. Die Allianz Holding hat ein Kompendium über den Erziehungsurlaub zusammengestellt, das Informationen und Werkzeuge bereitstellt, die vom Beginn der Elternzeit bis zur Wiedereinstieg in das Berufsleben reichen. Des Weiteren werden in diesem Ratgeber positive Erfahrungen der Mitarbeiter, Führungskräfte, aber auch Kollegen geteilt.
- Allianz SE, Allianz Investment Management SE, Allianz Frankreich und Allianz UK haben für Personalleiter und Manager Schulungen eingeführt, um unbewusster Befangenheit und Vorurteilen gegenüber Andersartigen entgegenzuwirken.
- In Italien rekrutiert die Allianz gezielt Hochschulabsolventen mit Behinderungen für Underwriter-Positionen. Allianz Global Assistance in Italien und Allianz in Ungarn haben die Infrastruktur ihrer Callcenter behindertengerechter gestaltet. Die Niederlassungen der Allianz Global Assistance in Brasilien und in Italien haben festgestellt, dass sehbehinderte Mitarbeiter besonders fokussiert im Callcenter arbeiten. Durch ihre exzellenten Leistungen im Kundenservice haben sie dazu beigetragen, die Produktivität in den Callcentern zu steigern.
- Das Allianz Netzwerk der Lesben, Schwulen, Bi- und Transsexuellen (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender – LGBT) „All Dive“ hat in Deutschland einige Informationsveranstaltungen und Aktivitäten durchgeführt, um das Bewusstsein für diese Thematik zu stärken.
- In 2014 hat die Allianz SE die Initiative „AllAbility“ gestartet. Das Netzwerk besteht aus Mitarbeitern aus allen Fachbereichen und hat zum Ziel, die Inklusivität für Menschen mit Behinderungen stärker zu fördern.

Für ihre Fördermaßnahmen im Bereich Inklusion sind die Allianz Gesellschaften in Australien, Kroatien, Italien und Spanien mit Preisen ausgezeichnet worden. Ihre Bemühungen haben weltweit Anerkennung geerntet.

Gesundheit, Arbeitssicherheit und Work-Life-Balance

Die meisten unserer Mitarbeiter arbeiten am Schreibtisch. Auf den ersten Blick scheinen damit keine gravierenden Arbeitsschutzrisiken verbunden zu sein. Wir sind uns allerdings insbesondere potenzieller physischer und mentaler Gesundheitskrisen bewusst, wie sie zum Beispiel durch Stress entstehen können. Die seelische und körperliche Gesundheit unserer Mitarbeiter hat für uns höchste Priorität. Daher möchten wir einen Beitrag zum Wohlbefinden unserer Mitarbeiter leisten, indem wir ein sowohl produktives als auch gesundheitsförderndes Arbeitsklima schaffen.

Wohlbefinden und Stressbewältigung

Das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter ist uns jeher ein wichtiges Anliegen. 2011 haben der Vorstand der Allianz und der (europäische) SE-Betriebsrat eine europaweit gültige Vereinbarung zum Thema Stressbewältigung getroffen. Die daraus hervorgegangenen Leitlinien gelten für alle Gesellschaften der Allianz in den Mitgliedsstaaten der EU, den Vertragsstaaten des Europäischen Wirtschaftsraums und der Schweiz.

Für die Umsetzung der Leitlinien ist jeweils die Führungsebene in unseren europäischen Tochtergesellschaften verantwortlich. Zwei Jahre nach Unterzeichnung der Leitlinie führen bereits 20 Unternehmenseinheiten, darunter vier globale Geschäftsbereiche, entsprechende Maßnahmen durch. Dazu zählen: Risikobewertungen, lokale Sicherheitsgremien, Richtlinien zur Stressvorbeugung, Mitarbeiterhotlines, Beratungsangebote, Schulungs- und Trainingsmaßnahmen sowie die Unterstützung im Anschluss an Rehabilitations- und Wiedereingliederungsmaßnahmen nach schweren Erkrankungen.

Konzernweit bieten wir zudem eine Vielzahl von Aktivitäten, Hilfsmitteln und Materialien an (wie beispielsweise Workshops, Seminare, Broschüren und gesundheitsfördernde Maßnahmen), um die Mitarbeiter dabei zu unterstützen, gesund zu bleiben und mit Stresssituationen besser umzugehen. Aktivitäten dieser Art gibt es in fast allen Tochtergesellschaften. Ihre Umsetzung richtet sich ganz nach den jeweiligen

Gepflogenheiten und Bedürfnissen. Um sicherzustellen, dass das Thema Gesundheit fest in der Unternehmenskultur verankert ist, wurde 2014 ein umfassendes Programm namens „Work Well“ initiiert.

Im Rahmen dieses Programms wurde ein Maßnahmenkatalog entwickelt, der die gängigsten Ursachen für Stress thematisiert. So unterstützen wir unsere Mitarbeiter etwa mit flexiblen Arbeitszeiten, um Berufs- und Privatleben in Einklang zu bringen.

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Trotz der Größe und Vielfalt unseres Unternehmens haben wir konzernweit ein einheitliches Betriebsmodell eingeführt. Demnach ist die Personalabteilung jeder Tochtergesellschaft für die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter zuständig. Die betreffende Abteilung ist unter anderem für die Einhaltung des Arbeitsschutzplans sowie die Entwicklung und Umsetzung projektspezifischer Arbeitsschutzprogramme verantwortlich.

Krankheitsbedingte Fehlzeiten¹

	2014	2013	2012
Durchschnittliche Krankheitstage je Mitarbeiter	7,4	7,0 ²	7,3
Krankheitstage nach Region			
Asien-Pazifik	3,9	3,5	3,4
Osteuropa	5,5	5,6 ²	6,6 ²
Deutschland	11,3	8,6	8,3
Mittlerer Osten und Afrika	4,0	4,0	4,1
Nordamerika	1,2	3,8	3,9
Übriges Europa	7,4	8,1	8,6
Südamerika	2,3	2,5	2,9

¹ Diese Zahlen beruhen auf der Anzahl der Mitarbeiter im Kerngeschäft der Allianz.

² Zahlen wurden aufgrund von Fehlerkorrekturen oder Methodikänderungen angepasst.

Die durchschnittlichen Krankheitstage pro Mitarbeiter sind 2014 im Vergleich zu 2013 größtenteils unverändert geblieben. Die Zunahme der Krankheitstage in Deutschland ergibt sich aufgrund der Einbeziehung von Vertriebsmitarbeitern und Vertretern (Vertriebsmitarbeiter und Vertreter wurden 2013 und 2012 nicht berücksichtigt).

Nachhaltigkeits- und wertorientiertes Vergütungssystem

Unsere Vergütungsstrukturen und Anreizsysteme sind so konzipiert, dass sie nachhaltiges und wertorientiertes Handeln fördern. Sie unterliegen klaren Richtlinien, in denen sich unser Anspruch einer verantwortungsvollen Unternehmensführung widerspiegelt. Unser Vergütungssystem beruht auf folgenden Grundsätzen:

- Das Angebot von transparenten, fairen und ganzheitlichen Vergütungspaketen dient dazu, hoch qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen, zu motivieren und zu binden.
- Die Gesamtvergütung soll in den jeweiligen Märkten wettbewerbsfähig sein.
- Die Vergütung orientiert sich sowohl an der Leistung des Mitarbeiters als auch an der Erreichung der finanziellen und strategischen Ziele des Konzerns („Koppelung von Leistung und Vergütung“).
- Das Vergütungssystem soll flexibel auf unterschiedliche Leistungsszenarien und Geschäftsbedingungen anwendbar sein.
- Das Vergütungssystem belohnt vorausschauendes, risikobewusstes Handeln.

Im Rahmen dieser Grundsätze gewähren wir Mitarbeitern einen angemessenen Mix aus finanziellen und nicht finanziellen Anreizen, wobei wir die jeweiligen Aufgabenbereiche, die Geschäftstätigkeiten, die lokalen Vergütungsgewohnheiten und die regulatorischen Anforderungen berücksichtigen. Je nach Dienstalter können die Mitarbeiter der Allianz – einschließlich der Vorstände und Entscheidungsträger der mittleren Ebene – an einem langfristigen Vergütungsmodell teilnehmen. Im sogenannten Equity Incentive Plan erhalten sie Unternehmensaktien, die erst fünf Jahre nach der Leistungsperiode fällig werden. Damit fördern wir eine Entscheidungskultur, die nachhaltige Ziele avisiert.

2014 bot die Allianz in vielen Ländern zum wiederholten Mal ein Aktienprogramm für Mitarbeiter an, um diese stärker an den Konzern zu binden und ihr Bewusstsein für die Konzernstrategie und die Geschäftsergebnisse zu schärfen. Außerdem nehmen viele

Mitarbeiter Programme zur betrieblichen Altersversorgung sowie andere Vorsorge- und Versicherungsleistungen, flexible Entgeltlösungen und Arbeitszeitregelungen oder weitere Sozialleistungsprogramme in Anspruch.

Vergütung [in Mrd. €]¹

	2014
Löhne und Gehälter	9,0
Sozialversicherungsbeiträge und sonstige Sozialleistungen	1,3
Ausgaben für Renten und sonstige Altersversorgungsleistungen	1,2
Gesamt	11,5

¹ Gesamtzahl aller Mitarbeiter mit einem Arbeitsvertrag aller verbundenen Unternehmen (Kerngeschäft und Nichtkerngeschäft)

2014 zahlte die Allianz Gruppe weltweit Vergütungen in Höhe von insgesamt 9,0 Milliarden Euro an ihre Mitarbeiter. Davon waren etwa 29 Prozent leistungsbezogene (variable) Vergütungen. Für Sozialabgaben, Altersversorgung und sonstige Sozialleistungen wurden 2,5 Milliarden Euro aufgewandt.

Förderung von Mitarbeiterrechten

Wir richten unsere weltweite Geschäftstätigkeit nach den Prinzipien der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte aus. Als Unterzeichner des United Nations Global Compact (UNGC) haben wir die darin formulierten zehn Grundsätze in unseren konzernweiten verbindlichen Verhaltenskodex integriert. Außerdem erkennen wir die Leitsätze für multinationale Unternehmen der OECD (Organization for Economic Co-Operation and Development) an.

Zur Unterstützung von Mitarbeiterrechten haben wir als eines der ersten Unternehmen europaweite Mitbestimmungsstandards geschaffen und einen europäischen Betriebsrat auf Holding-Ebene gemäß der Gesetzgebung zur Societas Europaea (SE) ins Leben gerufen.

Wir sind außerdem Unterzeichner der Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation (International Labor Organisation, ILO), welche die grundlegenden Prinzipien und die Rechte am Arbeitsplatz, einschließ-

lich der Erklärung zur Vereinigungsfreiheit und zum Recht auf Tarifverhandlungen, regelt.

In Ländern, in denen formale Gewerkschaften und Betriebsräte verboten sind, respektieren wir das dort geltende Recht, behindern alternative Arten von Vereinigungen und Verhandlungen jedoch nicht. Wir handeln damit im Sinne der UNGC-Grundsätze.

Mitarbeiterengagement

Finanzdienstleistungen sind ein „People-Business“. Das bedeutet, dass motivierte, engagierte Mitarbeiter entscheidend zu unseren Wettbewerbsvorteilen, wie einer verbesserten Leistungskultur, höherer Integrität und verstärktem Kundenfokus, beitragen. Mit der konzernweiten Mitarbeiterbefragung Allianz Employee Engagement Survey (AES) erfassen wir Rückmeldungen zu einer Reihe von Fragen, die für unsere Mitarbeiter von Belang sind. Dazu zählt beispielsweise die Förderung der Leistungskultur innerhalb der Allianz.

Der Employee Engagement Index zum Beispiel ist eine Messgröße für Zufriedenheit, Loyalität, Empfehlungsbereitschaft und Identifikation mit dem Unternehmen. Die Indexwerte haben sich seit der Einführung der konzernweiten Umfrage im Jahr 2010 stetig verbessert.

Auf der Basis der AES-Ergebnisse haben die Allianz Gesellschaften weltweit Initiativen zur Verbesserung des Mitarbeiterengagements gestartet. Beispiele für solche Maßnahmen sind: der Employment Engagement Day in der Münchner Unternehmenszentrale, der Employee Day in den Benelux-Ländern, Gesprächsrunden bei der Allianz Korea mit allen Mitarbeitern und dem CEO sowie eine Engagement-Woche in Rumänien zu Fragen des Wohlbefindens. Außerdem wurde eine Informationsbroschüre erstellt, die sämtliche weltweiten Aktivitäten zusammenfasst und zum Ideen- und Informationsaustausch genutzt wird.

Ebenso wichtig ist, dass die Führungskräfte die jährlichen Umfrageergebnisse mit ihren Mitarbeitern besprechen und daraus gemeinsam Maßnahmen ableiten, die die Zusammenarbeit verbessern.

Die AES-Ergebnisse haben Einfluss auf die Vergü-

tung des Konzernvorstands. Das führt dazu, dass die Umfrage in stärkerem Maße unterstützt wird und die Erkenntnisse in konsistente Maßnahmen münden.

Employee Engagement Index

	2014	2013	2012
Employee Engagement Index	72	73	70

Einmal im Jahr befragt die Allianz mittels des AES ihre Mitarbeiter, Manager und Vorstände, um das Engagement im Unternehmen zu messen und die wichtigsten Motivationstreiber zu identifizieren. 120.964 Mitarbeiter in 67 Allianz Konzerngesellschaften wurden 2014 zur Teilnahme eingeladen. Die weltweite Beteiligung lag mit 84 Prozent auf Höhe der Beteiligung von 2013.

Mitarbeiterfluktuation¹

	2014	2013	2012
Neueinstellungen, gesamt	21.961	23.477	21.324
Neueinstellungen nach Geschlecht [%]			
männlich	43,2	43,1	42,2
weiblich	56,8	56,9	57,8
Neueinstellungen nach Region [%]			
Asien-Pazifik	16,5	13,4	15,1
Osteuropa	15,6	18,1	21,1
Deutschland	12,7	14,4	13,4
Mittlerer Osten und Afrika	1,9	1,0	0,7
Nordamerika	5,5	5,1	4,8
Übriges Europa	45,5	45,8	41,9
Südamerika	2,3	2,2	3,0
Externe Abgänge, gesamt ²	22.912	21.115	19.815
Externe Abgänge nach Geschlecht [%]			
männlich	42,7	43,7	43,0
weiblich	57,3	56,3	57,0
Externe Abgänge nach Region [%]			
Asien-Pazifik	15,0	13,2	13,8
Osteuropa	25,6	20,7	26,1
Deutschland	11,6	13,6	13,3
Mittlerer Osten und Afrika	0,3	0,6	0,7
Nordamerika	5,6	5,0	5,7
Übriges Europa	40,0	45,0	38,3
Südamerika	1,9	1,9	2,1

¹ Diese Zahlen beruhen auf der Anzahl der Mitarbeiter im Kerngeschäft der Allianz.

² Anzahl der Mitarbeiter, die die Allianz Gruppe während des Berichtszeitraums verließen

Beschäftigungsdauer [Jahre]¹

	2014	2013	2012
Konzern	11,0	10,8	10,5
Führungskräfte	13,3	13,2	13,1
Mitarbeiter	10,6	10,4	10,4

¹ Diese Zahlen beruhen auf der Anzahl der Mitarbeiter im Kerngeschäft der Allianz.

Beschäftigungsdauer nach Region [Jahre]¹

	2014
Asien-Pazifik	6,4
Osteuropa	6,8
Deutschland	14,4
Mittlerer Osten und Afrika	6,2
Nordamerika	8,3
Übriges Europa	11,8
Südamerika	6,7
Allianz Konzern	11,0

¹ Diese Zahlen beruhen auf der Anzahl der Mitarbeiter im Kerngeschäft der Allianz.

Es sind stets verschiedene Entwicklungen in den Regionen zu erkennen, auf globaler Ebene blieben die Fluktuationszahlen 2014 allerdings stabil.

Nachhaltiger Versicherer

Wir zählen zu den weltweit führenden Industrieversicherern und unser Produktportfolio umfasst ein breites Spektrum an Schaden-, Unfall-, Lebens- und Krankenversicherungen für Privat- und Firmenkunden. Als nachhaltiger Versicherer erkennen wir, dass uns die Einbeziehung ökologischer, sozialer und Governance-Aspekte in unsere Risikoanalyse die Chance bietet, die Risiken im Underwriting für uns und unsere Kunden zu mindern. Zudem bieten wir eine Reihe von Produkten und Dienstleistungen an, welche die Entwicklung der Wirtschaft fördern, eine klimafreundliche Wirtschaft unterstützen und den Zugang zu Finanzmitteln bekräftigen.

ESG in der Versicherung

Als ein weltweit führender Industrieversicherer umfasst unser Produktportfolio eine breite Palette an Sach-, Lebens- und Krankenversicherungsprodukten für Firmenkunden. Uns ist bewusst, dass der umsichtige Umgang mit ökologischen, sozialen und Governance-Themen (Environmental, Social, Governance – ESG) für uns und unsere Kunden eine große Chance darstellt, Versicherungsrisiken zu minimieren. Forschung und Risikomanagement tragen wesentlich zum Verständnis und zur Minderung von ESG-Risiken bei.

Unsere ESG-Leitlinien für sensible Geschäftsfelder gelten für das gesamte Versicherungsgeschäft weltweit. Sie finden Anwendung bei allen Verträgen, ganz gleich, ob wir der Hauptversicherer oder Teil eines Versicherungskonsortiums sind. Sie gelten unabhängig davon, ob wir die Risiken für einzelne Projekte oder für gesamte Projekt-Portfolien übernehmen oder komplexe Versicherungsbedürfnisse von globalen Kunden bedienen.

Wir haben die Prinzipien für nachhaltiges Versichern (Principles for Sustainable Insurance – PSI) der Finanzinitiative des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP FI) unterzeichnet. Auf Grundlage dieser Prinzipien entwickeln wir eine Strategie, um bei Firmenkunden das Bewusstsein für ESG-Themen zu wecken. Dies gilt insbesondere für Kunden, bei denen wir die Möglichkeit zur Verbesserung von ESG-Praktiken sehen oder denen wir mit unserer Erfahrung im Risikomanagement zur Seite stehen können. Unsere Engagementstrategie umfasst somit

weit mehr als die schlichte Prüfung von bestehenden Sekundärinformationen zu den entsprechenden Unternehmen. Im Grunde erwächst aus ihr eine engere Kundenbeziehung sowie ein besseres Verständnis aktueller und künftiger Risiken. Unser Ziel für 2015 ist, eine Strategie zu entwickeln, in der unsere Stärken im Versicherungs- und im Anlagegeschäft bestmöglich zum Einsatz kommen. Oft agiert die Allianz bei Unternehmen sowohl als Investor als auch als Versicherer. Wenn wir unsere Kundenbeziehungen aus ganzheitlicher Perspektive, also über alle Geschäftsbereiche hinweg, betrachten, wird sich auch das Risikobewusstsein erweitern. Daraus ergeben sich für die Allianz neue Wege und Möglichkeiten, wie sie ihre Geschäftspartner bei der Integration von ESG-Aspekten unterstützen und sich bei Themen wie dem Klimawandel noch effektiver engagieren kann.

Erfolge 2014

Wir wissen, dass ein umsichtiges ESG-Management uns die Chance bietet, die Risiken beim Underwriting für uns und unsere Kunden zu verringern. Hierbei sind für uns umfassender Research sowie ein effektives Risikomanagement wesentlich für das Verständnis und die Minderung der ESG-Risiken. Wir wenden die ESG-Richtlinien für sensible Geschäftsfelder weltweit im gesamten Versicherungsgeschäft mit dem Fokus Firmenkunden an. Sie gelten für alle Verträge, bei denen wir Hauptversicherer oder Teil eines Versicherungskonsortiums sind, und unabhängig davon, ob einzelne Projekte, mehrere Standorte oder komplexe weltweite Risiken betroffen sind. Zur Unterstützung haben wir 2014 bei unserem Industrieversicherer Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS) eine

Einheit eingerichtet, die sensible Geschäfte prüft, bevor sie an die Konzernzentrale gemeldet werden. Diese Einheit hilft bei Versicherungstransaktionen im Bereich ESG, fungiert als Kompetenzzentrum für Schaden- und Unfallversicherungen und prüft ESG-Risiken von Portfolios. Fort- und Weiterbildungen sind ein Kernelement bei der erfolgreichen Umsetzung unseres ESG-Ansatzes. Im Berichtsjahr haben wir den ESG-Risiko-Eskalationsprozess in die globalen Fort- und Weiterbildungsmodule für Underwriter aufgenommen und eine Reihe von Fort- und Weiterbildungen für unsere Underwriter im Bereich Engineering und Haftpflicht durchgeführt.

Weitere Handlungsempfehlungen werden durch das Risikomanagement und Kommunikationskanäle in Bezug auf Gruppenprozesse in sensiblen Geschäftsbereichen ausgegeben.

Lesen Sie das Kapitel ESG-Ansatz auf Seite 26, um mehr über die Zahlen des ESG-Prüfungsprozesses zu erfahren. Weitere Informationen über unseren Fortschritt bei der PSI-Implementierung finden Sie unter „Principles for Sustainable Insurance Annual Disclosure“, verfügbar auf unsere Website.

Verantwortungsvoll im Umgang mit unseren Kunden

Der Ruf der Allianz beruht auf dem Vertrauen unserer Kunden, Aktionäre, Mitarbeiter und der Öffentlichkeit in unsere Integrität. Dieses Vertrauen ist von der Qualität unserer Produkte abhängig und davon, wie wir unsere Kunden informieren und beraten. Dabei spielen das persönliche Verhalten und die Kompetenz unserer Vertriebsmitarbeiter und Vertreter eine große Rolle.

Wir haben Richtlinien und Verfahrensweisen erarbeitet, die Mitarbeitern Verhaltensgrundsätze für den Kundenkontakt an die Hand geben. Unser weltweit bindender Verhaltenskodex für Ethik und Compliance im Geschäftsleben (Code of Conduct) enthält spezifische Grundsätze für die Vermittlung von Produkten in Bezug auf Informationspflichten und die Beratung unserer Kunden:

- Mitarbeiter der Allianz Gruppe dürfen nicht, weder durch ihr Handeln noch ihre Aussagen, den Markt oder Kunden täuschen.
- Beim Aufbau einer Kundenbeziehung oder der Vermittlung von Produkten gilt es sicherzustellen, dass der Kunde diejenigen Informationen erhält, die er für eine fundierte Entscheidung benötigt. Dies gilt für Informationen, die integraler Bestandteil des Produkts sind, und auch für Informationen, die durch einen Produkthanbieter oder Vermittler zur Verfügung gestellt werden.
- Die Allianz Gruppe muss zeitnah und angemessen sowie fair und in Übereinstimmung mit den geltenden Gesetzen und Vorschriften auf alle Beschwerden von Kunden reagieren.

Zum Wesen des Versicherungsgeschäfts gehört eine langfristige Perspektive. Nur durch sie können Versicherer die Versprechen, die sie ihren Kunden heute geben, auch morgen einlösen. Unsere langfristig ausgerichtete Geschäftsstrategie verpflichtet uns, für unsere Kunden wie auch für die Allianz einen klaren Mehrwert zu schaffen. Zufriedene Kunden sind treue Kunden und eher bereit, unser Unternehmen weiterzuempfehlen.

Die Zufriedenheit unserer Kunden wird mit Hilfe eines

speziellen Bewertungssystems, des Net Promoter Score (NPS), gemessen. Das Verfahren bewertet alle wichtigen Kundendienstleistungen der Allianz. Aus unserer Sicht ist Zufriedenheit ein Anreizsystem mit besonders nachhaltiger Wirkung.

Wir legen Wert darauf, dass die Interessen unserer Kunden bei der Beratung im Mittelpunkt stehen. Vorbildliche Vertriebsmethoden sind für uns von besonderer Bedeutung.

Aus diesem Grund haben wir neue, weltweit geltende Mindeststandards für Compliance im Vertrieb (Global Minimum Standards for Sales Compliance) eingeführt. Sie regeln unter anderem die Produktentwicklung, das Schadenmanagement, die Auswahl und Schulung von Vertriebsmitarbeitern, die Beratung von Kunden im Versicherungsgeschäft sowie die Struktur von Anreizsystemen. Die Verabschiedung der Richtlinie für die Maklervergütung in 2013 unterstreicht auch in diesem Punkt die führende Rolle der Allianz als internationales Unternehmen. Wir nutzen unser Sales-Compliance-Programm, um angemessene, effiziente Prozesse und Kontrollmechanismen zu verwenden, die die Implementierung, Kommunikation und Prüfung dieser Standards gewährleisten.

Beschwerden stellen für uns zudem eine weitere wichtige Quelle für Feedback dar und werden im Hinblick auf Verbesserungspotenzial analysiert. Die Allianz Gesellschaften werden intern zertifiziert, um die Einhaltung konzernweiter Qualitätsstandards im Umgang mit Beschwerden und eine faire Behandlung von Kundeninteressen zu gewährleisten.

Grüne Lösungen

Als Teil unserer Klimawandel-Strategie setzen wir die Einführung weiterer grüner Lösungen in unsere Kundenangebote weltweit fort. Dies hilft den Kunden, sich auf die negativen Folgen des Klimawandels vorzubereiten und die damit verbundenen Risiken abzuschwächen, die Umwelt zu schützen und den Wandel zu einer klimafreundlichen Wirtschaft zu unterstützen.

Für Firmenkunden zählen zu unseren Produkten daher maßgeschneiderte Versicherungen für erneuerbare Energien und spezielle Gebäudeversicherungen, welche Gebäude oder Büros, deren Energieeffizienz durch eine Sanierung gesteigert wurde, abdecken. Im Privatkundenbereich bieten wir Haltern von kraftstoffsparenden Fahrzeugen Sonderrabatte auf ihre Autoversicherung. Dazu kommen Versicherungen für Solaranlagen und Anlageprodukte wie der EcoTrends Fonds, der unseren Kunden Geldanlagen in saubere Technologien ermöglicht.

Wir definieren diese grünen Lösungen mit Hilfe eines Bewertungsinstrumentes, das drei Indikatoren berücksichtigt:

- Unterstützung von klima- und umweltbezogenen Technologien, Entwicklungen oder Märkten sowie Minderung von finanziellen und regulatorischen Risiken für den Kunden
- Fokussierung auf Umweltschutz und Abschwächung des Klimawandels
- Schutz vor Umweltrisiken und Hilfe bei Anpassung an Klimawandelfolgen, insbesondere durch Steigerung von Risikobewusstsein, Motivation zu Risikoreduktion sowie Risikomanagement

Unsere umfassende, konzernweite Definition macht u. a. auch transparent, wie diese Produkte zu unserem finanziellen Gesamtergebnis und der Kundenerreichbarkeit beitragen.

Erfolge 2014

Grüne Lösungen treten langsam aus ihrer Nischenposition heraus und gewinnen weltweit an Bedeutung. Als Teil dieser Entwicklung haben wir 2014 in verschiedenen Ländern eine Reihe neuer Versicherungs- und Anlageprodukte und -dienstleistungen eingeführt, wie zum Beispiel:

- Versicherung von Elektro-Transportern bei der Allianz Netherlands: Das Produkt, das sich an gewerbliche Kunden in den Niederlanden richtet, umfasst Kfz-Haftpflicht, Pannenhilfe und Sachversicherung für private Ladestationen.
- Ökohaus-Versicherung bei der Allianz Mexiko: Das Produkt deckt Systeme zur sauberen Energiegewinnung in Privathaushalten ab und steht nur als papierlose Online-Police zur Verfügung.

Insgesamt haben wir 2014 156 grüne Lösungen angeboten. Das entspricht einem Anstieg von 4 Prozent gegenüber 2013 und erreichte 4,7 Millionen Kunden. Die insgesamt mit grünen Lösungen generierten Erträge beliefen sich auf über 1,3 Milliarden Euro.¹

Grüne Lösungen

	2014	2013	2012
Zahl grüner Lösungen	156	150	130
Aus grünen Lösungen generierte Erträge [Mrd. €]	1,3	1,2 ¹	k.A.
Zahl der erreichten Kunden [Mio.]	4,7	4,3	k.A.

¹ Aufgrund von Fehlerkorrekturen wurden historische Daten des Jahres 2013 angepasst.

Mikroversicherungen

Einkommensschwache Menschen in Entwicklungsländern sehen sich häufig Risiken in Verbindung mit Naturkatastrophen, Unfällen und Krankheiten ausgesetzt. Mikroversicherungen bieten ihnen einen kostengünstigen Weg, sich gegen diese Risiken abzusichern. Die Prämien sind bezahlbar und beginnen bei einem 1 Euro pro Jahr.

Obwohl es sich bei Mikroversicherungen weltweit noch um einen jungen Markt handelt, steckt in ihm ein Prämienpotenzial von schätzungsweise 40 Milliarden US-Dollar pro Jahr. Die Allianz hat bereits Millionen von Mikroversicherungskunden. Und nach unserer Einschätzung wird die Nachfrage weiter steigen. Deshalb erweitern wir unser Geschäft in diesem Bereich. Aktuell bieten wir 44,6 Millionen Menschen Versicherungsschutz, hauptsächlich in Asien, aber zunehmend auch in Afrika und Lateinamerika. Wir unterstützen unsere Kunden dort, wo die Not am größten ist. Unsere Produkte reichen von Lebensversicherungen und Sparplänen bis hin zu Ernteausfallversicherungen.

Mikroversicherungen stiften finanziellen und sozialen Nutzen

Das Mikroversicherungsgeschäft stiftet doppelten Nutzen – finanziellen und sozialen. Sozialer Nutzen ist beispielsweise der Schutz gefährdeter Personen und die zunehmende finanzielle Einbindung. Mikroversicherungen bieten eine Möglichkeit, etwa die Risiken in Verbindung mit zum Beispiel dem Klimawandel, insbesondere Wetterextreme wie Überschwemmungen oder extreme Trockenheit, zu bewältigen. Marktforschungen, die wir 2013 mit unseren Mikroversicherungskunden in der Elfenbeinküste, Indien und Indonesien durchgeführt haben, zeigen, dass die Allianz Mikroversicherung für 75 Prozent der Kunden die erste Versicherung überhaupt ist.

Die Erträge aus Mikroversicherungen sind im Vergleich zu konventionellen Produkten weitaus geringer. Dennoch sind wir davon überzeugt, dass sich unsere Bemühungen mittel- bis langfristig auszahlen werden. Mit dem Zufriedenheitsgrad unserer Kunden steigt auch die Nachfrage. Immer mehr werden vor-

aussichtlich den sozialen Aufstieg in die Mittelschicht schaffen. Dann können sie unsere regulären Allianz Produkte erwerben. Schätzungen zufolge wird die Mittelschicht weltweit von 1,8 Milliarden im Jahr 2009 auf rund 5 Milliarden im Jahr 2030 anwachsen. Dieser Zuwachs wird überwiegend in unseren wichtigsten Mikroversicherungsmärkten Asien, Lateinamerika und Afrika erfolgen.

Die Allianz verfolgt die Philosophie des „gemeinsamen Wachstums mit dem Kunden“. Neben verpflichtenden Lebensversicherungen, etwa bei Aufnahme eines Bankkredits, bieten wir auch zusätzliche freiwillige Optionen an. Dazu zählen Versicherungen, die die Kosten von Krankenhausaufenthalten oder Unfallfolgen decken.

Mikroversicherungen und ihre Herausforderungen

Bevor sich das Potenzial im Mikroversicherungsgeschäft voll entfalten kann, muss eine Reihe von Herausforderungen bewältigt werden.

- **Rentabilität:** Die Prämien für Mikroversicherungen sind gering. Umso gewissenhafter müssen wir daher unser Mikroversicherungsgeschäft verwalten, um letztendlich einen zufriedenstellenden Ertrag erzielen zu können. Mikroversicherungen sind nur profitabel, wenn eine große Zahl standardisierter Produkte über einheitliche Verfahren verkauft werden kann.

Deswegen bieten wir Mikroversicherungen nur in Märkten an, in denen wir effiziente Vertriebspartner und Tochtergesellschaften haben, die unser Mikroversicherungsgeschäft vor Ort verwalten. Derzeit erstreckt sich unser Angebot von Mikroversicherungsprodukten auf elf Länder. Auf Konzernebene ist unser Head Office in Deutschland für die Koordination unserer Mikroversicherungstätigkeiten verantwortlich. Die Zentrale bietet nicht nur Beratungsleistungen an, sondern steuert auch den Austausch von Best Practice. Wichtig für unser Mikroversicherungsgeschäft ist außerdem die enge Zusammenarbeit mit Fachorganisationen. Sie genießen ein großes Vertrauen bei der einkommensschwachen

Bevölkerung und haben eine entsprechend große Reichweite. Zu diesen Organisationen gehören große Mikrofinanzinstitute, Geschäftsbanken, Telekommunikationsanbieter, Einzelhandelsketten und Genossenschaften.

Von besonderer Bedeutung für uns ist die Partnerschaft mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). Die GIZ verfügt über viel Expertise auf dem Gebiet der nachhaltigen Entwicklung. Die öffentlich-private Partnerschaft wurde 2010 geschlossen und stellt seither einen wichtigen Stützpfeiler für unsere Mikroversicherungsstrategie dar. Bis 2017 wird sich die Partnerschaft auf die Marktentwicklung, den Aufbau besserer globaler Datenbanken und das Thema finanzielle Allgemeinbildung konzentrieren.

- **Finanzielle Allgemeinbildung:** Viele, vor allem einkommensschwache Menschen wissen nicht, wie eine Versicherung funktioniert. Auch in Finanzfragen haben sie wenig Erfahrung. Am niedrigsten ist die finanzielle Allgemeinbildung in jenen Ländern, in denen das Mikroversicherungspotenzial am höchsten ist. Um diese Barriere zu überwinden, investieren wir in finanzielle Bildungsarbeit. Das Prinzip der Versicherung wird den Menschen beispielsweise in öffentlichen Veranstaltungen, durch Simulationen, Comics und Videos vermittelt. Finanzielle Aufklärung versprechen auch unsere Bildungsprogramme. In ihnen wird nicht nur die Funktionsweise von Versicherungen behandelt. Auf dem Lehrplan stehen auch Themen wie Sparen und Finanzplanung. Diese Maßnahmen helfen, Vertrauen aufzubauen, und stärken so die Grundlagen für das Wachstum unseres Mikroversicherungsgeschäfts.
- **Aufklärung:** Neben der geringen Kenntnis von Versicherungen ist nur 73 Prozent der Allianz Mikroversicherungsnehmer bewusst, dass sie versichert sind. Das belegen unsere jüngsten Marktforschungen. Grund dafür ist, dass die meisten unserer Mikroversicherungsprodukte als obligatorischer Zusatz zu den Mikrokrediten verkauft werden, die unsere Mikrofinanzvertriebspartner anbieten. Weil der Kredit im Vordergrund steht, wird die Versicherung oft nicht richtig verstanden und somit auch nicht

geschätzt. Noch geringer ist der Prozentsatz, wenn es darum geht, von wem die Versicherung überhaupt stammt. Nur 8 Prozent wissen, dass ihr Versicherungsdienstleister Allianz heißt. Die meisten Kunden denken derzeit, die Versicherung stamme direkt vom Vertriebspartner. Das ist wenig verwunderlich, wenn man bedenkt, dass unser Hauptvertriebsmodell auf externen Anbietern basiert. Unsere 2013 erstellten Videos verdeutlichen die Beziehung zwischen Kunde und Versicherung.

Wir planen, noch mehr freiwillige Versicherungsprodukte auf den Markt zu bringen. Für den Mikroversicherungskunden bedeutet das, dass er sich noch besser über die Vor- und Nachteile einer Versicherung informieren muss. Nur so kann er letztlich eine bewusste Kaufentscheidung treffen. Wir sind sicher, dass wir mit diesem Ansatz zu einem besseren Verständnis von Versicherungen und ihren Vorteilen beitragen.

- **Risikobewertung:** Aufgrund der begrenzten Datenlage gestaltet sich die Risikobewertung in Marktsegmenten mit niedrigem Einkommen für Versicherungsgesellschaften schwierig. Die Marktforschung hilft uns, lokale Märkte und Bedürfnisse besser zu verstehen. Lebensversicherungen lassen sich am einfachsten an lokale Marktanforderungen anpassen. Krankenversicherungen oder Versicherungen gegen Ernteauffälle, Eigentumsschäden oder Naturkatastrophen erfordern jedoch umfangreiche Kenntnisse über die lokalen Märkte. Nur auf diese Weise können wir gewährleisten, dass unsere Produkte kunden- und marktgerecht, einfach zu verwalten und kostengünstig sind.

Mit zunehmendem Wachstum unseres Mikroversicherungsgeschäfts wächst auch unsere Erfahrung auf dem Gebiet. Die Datenlage verbessert sich. In der Summe führt das schließlich zu einer Verbesserung und marktgerechten Preisgestaltung der Produkte. Die Zusammenarbeit mit äußerst erfahrenen Partnern wie der GIZ erweitert ebenfalls unser Risikoverständnis. Wir arbeiten eng mit unseren Vertriebspartnern zusammen, die unsere Produkte verkaufen und tägliche Beziehungen zu unseren Kunden unterhalten.

Mikroversicherungen – unsere Werte

Das breite Fachwissen und die Erfahrung der GIZ haben uns geholfen, unsere vier Leitwerte für die Entwicklung von Mikroversicherungen zu definieren. Sie verlangen von uns:

- 1 ein leidenschaftliches Engagement bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen für den Mikroversicherungsmarkt
- 2 hohe Qualität der Produkte und Dienstleistungen
- 3 Fairness bei der Preisgestaltung und im Umgang mit Kunden
- 4 Transparenz zu unserem Mikroversicherungsansatz gegenüber Versicherungsunternehmen und der allgemeinen Öffentlichkeit.
- 5 Diese Werte gelten für alle unsere Mikroversicherungsprodukte. Wir prüfen regelmäßig, ob unsere Produkte diesen Werten entsprechen.

Definition von Mikroversicherung und Bewertung unserer Produkte

Anfang 2012 haben wir gemeinsam mit der GIZ die erste branchenweite operative Definition für Mikroversicherungen veröffentlicht. Die Definition setzt sich aus vier Kriterien zusammen. Alle müssen von einem Mikroversicherungsprodukt erfüllt werden. Mit Hilfe dieser Definition können wir die Merkmale von Mikroversicherungsprodukten wesentlich besser bestimmen. Außerdem führen die Leitwerte zu einer einheitlichen und transparenten Art der Berichterstattung über die Entwicklung der Produkte. Auf Basis dieser Definition haben wir ein Bewertungsinstrument entwickelt. Es nutzt sieben Qualitätskriterien, um zu ermitteln, inwieweit ein Mikroversicherungsprodukt unseren Werten entspricht.

Mit Hilfe des Wertekatalogs und Bewertungsinstruments überprüfen wir jährlich Qualität und Entwicklung unserer Mikroversicherungsprodukte. Durch die jährlichen Analysen können wir einschätzen, welche Produkte gut funktionieren und welche hinter den Erwartungen zurückbleiben. So können wir entsprechend reagieren.

Messung sozialer und finanzieller Leistung

Im Rahmen unserer Zusammenarbeit mit der GIZ haben wir außerdem eine Reihe von Key Performance Indicators (Leistungskennzahlen – KPIs) entwickelt, mit denen wir die finanzielle und soziale Leistung von Mikroversicherungen messen und besser steuern können. Einer der Indikatoren ist beispielsweise die Schadenquote. Sie zeigt, wie hoch der Anteil der Schadenzahlungen an der Gesamtsumme der eingenommenen Prämien ist.

Eine Schadenquote von 50 bis 60 Prozent gilt gemeinhin als Indikator für ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis aus Sicht der Kunden und bringt uns immer noch eine zufriedenstellende Rendite ein. Je höher die Schadenquote, desto besser für den Kunden. Schadenquoten von über 100 Prozent signalisieren jedoch, dass das Produkt nicht profitabel ist.

Wir haben die Möglichkeiten zur Analyse unserer Mikroversicherungsprodukte noch längst nicht ausgeschöpft. 2014 haben wir deshalb erstmals zwei Vergleichsstudien durchgeführt, die Schadensfälle von mikroversicherten Personen mit einer unversicherten Kontrollgruppe vergleichen. Weitere Anhaltspunkte liefert die systematische Dokumentation des Service-niveaus und der Bildungsmaßnahmen. Dabei wird analysiert, wie schnell Schadenforderungen gezahlt werden, wie viele Kunden von unseren umfangreichen Bildungsmaßnahmen profitiert haben und welche Methoden dabei welche Wirkung entfaltet haben. Wir müssen die Wechselwirkung zwischen unserem Mikroversicherungsgeschäft und der sozio-ökonomischen Entwicklung unserer Kunden noch besser verstehen. Nur so haben wir eine Chance, sie später auch als reguläre Versicherungskunden zu begleiten.

Um die finanzielle und soziale Leistung von Mikroversicherungen messen und steuern zu können, überwachen wir zwei KPIs:

- Anzahl der Versicherten
- Bruttobeiträge

Unsere Leistungen in diesen Bereichen sind transparent. Außerdem veröffentlichen wir die Kennzahlen jedes halbe Jahr auf unserer Website.¹

Erfolge 2014

Mikroversicherungen

Stand 31. Dezember	2014	2013	2012 ¹
Bruttobeiträge (Mio. €)	113,7	86,1	78,6
Davon von nicht konsolidierten Einheiten (d. h. Indien)	89,3	62,5	55,2
Zahl der Versicherten (gerundet) (Mio.)	44,6	26,1 ²	17,1
Davon von nicht konsolidierten Einheiten (d. h. Indien)	39,8	22,7 ²	14,6

¹ Die Angaben und Kennzahlen für 2012 zum Bereich Mikroversicherungen sowie die folgenden Indikatoren wurden von der KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft AG im Rahmen einer betriebswirtschaftlichen Prüfung mit begrenzter Sicherheit verifiziert: Zahl der Versicherten und Bruttobeiträge. Die Allianz führte diese erfolgreiche Sicherung der Mikroversicherungsdaten durch, um festzustellen, wie unsere Mikroversicherungsdaten bei einer externen Prüfung abschneiden. Seitdem habe wir keine weitere Datenverifizierung zur Mikroversicherung mehr vorgenommen, doch unsere Meldeprozesse entsprechen weiterhin denselben und teilweise auch verbesserten Standards. Weitere Informationen zu unseren Mikroversicherungsdaten finden Sie in den begleitenden Erläuterungen.

² Bei den Zahlen von 2013 wurden fehlerbedingte Korrekturen vorgenommen. Nach einer Umgestaltung der Gruppen-Risikolebensversicherung in Indien im Juli 2013 wurden die Neu-Anträge für das alte Produkt, das noch weiterlief, bei den Versichertenzahlen bis zum Ende des Jahres nicht berücksichtigt. 2014 trat dieser Fehler nicht mehr auf. Das Prämienvolumen ist nicht davon betroffen und bleibt unverändert.

2014 haben wir Mikroversicherungen weiterhin in elf asiatischen, afrikanischen und südamerikanischen Ländern angeboten und verzeichneten erneut ein starkes Wachstum in diesem Geschäftsbereich. Die Zahl der Versicherten erhöhte sich um 70 Prozent auf 44,6 Millionen, und die Bruttoversicherungsbeiträge stiegen um 32 Prozent auf 113,7 Millionen Euro. Die Zunahme bei der Anzahl der Versicherten fiel damit größer aus als die der Bruttoversicherungsbeträge, und zwar aus zwei Gründen:

- 1 Die Kategorie Gruppen-Risikolebensversicherung, die besonders geringe Prämieinnahmen von circa 1 Euro pro Jahr erzielt, war für den Großteil des Anstiegs der Versichertenzahlen verantwortlich.
- 2 Ein Produkt in Indien, das Sparen und Versicherung kombiniert, läuft aufgrund regulatorischer Änderungen seit 2013 aus. Es erzielt bei einer Policen-

laufzeit von 5 Jahren relativ hohe durchschnittliche Prämien von 25 Euro pro Jahr. Aufgrund des Ausstiegs aus diesem Produkt gehen die Folgeprämien nach und nach zurück.

Die Zahl der von uns angebotenen Mikroversicherungsprodukte bleibt mit 18 stabil. Es wurden zwei neue Produkte eingeführt: die wetterbasierte Zuwachsversicherung in Indien und die mobile Risikolebensversicherung in Burkina Faso und Madagaskar. Jedoch wurden auch zwei Produkte eingestellt: Unfallversicherung in Kolumbien und mobile Unfallversicherung in Madagaskar.

Die Regionen im Detail:

Asien: Indien war erneut unser wachstumsstärkster Markt. Die Zahl der Versicherten erhöhte sich von 22,7 Millionen auf 39,8 Millionen, was einer Steigerung um 75 Prozent entspricht. Auch die Prämien stiegen mit 43 Prozent von 62,5 Millionen auf 89,3 Millionen Euro beträchtlich. Der Prämienanstieg ging fast ausschließlich auf die Einführung eines wetterbasierten Indexprodukts, das staatlich geförderte sogenannte Weather Based Crop Insurance Scheme (Versicherung gegen wetterbedingte Ernteauffälle), zurück. Indonesien war ebenfalls ein Wachstumsmarkt mit einer Zunahme der Versicherten um 46 Prozent von 2,6 auf 3,8 Millionen. In Malaysia war die Geschäftsentwicklung mit Hilfe unseres einzigen Vertriebspartners, der Malaysia Post, aufgrund der zunehmenden Konkurrenz erneut eine Herausforderung. Dies führt zu einem Rückgang bei der Zahl der Unfallversicherten von 250.000 auf 150.000. Allerdings registrierten die Motorradpolicen als Haupttreiber bei den Prämien in Malaysia weiterhin solide Verkaufszahlen. Die gezeichneten Bruttoprämien stiegen in Malaysia von 9,8 Millionen Euro auf 10 Millionen Euro insgesamt leicht an.

Afrika: Auch in Afrika zeigte die Zahl der Versicherten mit einem Anstieg von 350.000 auf 560.000 ein solides Wachstum, das hauptsächlich der Einführung der neuen mobilen Risikolebensversicherung in Burkina Faso und Madagaskar geschuldet ist. Über 120.000 Anträge gingen in den ersten sechs Monaten ein. Allerdings sanken die gezeichneten Bruttoprämien in Afrika geringfügig von 3,7 Millionen auf 3,6 Millionen Euro, was in erster Linie auf eine reduzierte Koopera-

¹ https://www.allianz.com/de/produkte_loesungen/nachhaltige_loesungen/mikro-versicherungen.html

tion mit einem Hauptvertreiber in der Elfenbeinküste zurückzuführen ist.

Südamerika: Kolumbien verbuchte einen schwachen Anstieg bei den Beiträgen von 9,1 Millionen auf 9,3 Millionen Euro sowie bei der Zahl der Versicherten, und zwar von 260.000 auf 290.000.

Wichtige Aktivitäten 2014

Um mehr über die 44,6 Millionen Mikroversicherungskunden zu erfahren, haben wir 2014 den „Allianz Microinsurance Life Stories“-Preis ins Leben gerufen. Bei diesem Projekt wählten Journalisten- und Fotografenteams Mikroversicherungskunden der Allianz aus, um ihre persönlichen Lebensläufe festzuhalten. Eine Jury wählte dann die besten drei Porträts für den „Allianz Microinsurance Life Stories“-Preis aus.¹

Als Teil unseres Einsatzes, den sozialen Wert von Mikroversicherungen zu bewerten, haben wir 2014 zwei Prüfungen durchgeführt, um die Erfahrung der Kunden im Schadenfall besser nachvollziehen zu können: In Burkina Faso haben wir die indexgebundene Agrarversicherung untersucht, in Indonesien die Kreditlebensversicherung mit zusätzlichen Auszahlungen für die Beerdigungskosten. Beide Studien wurden von der GIZ unterstützt und vom Microinsurance Centre durchgeführt.

Die Untersuchung in Indonesien zeigte, dass die Anspruchsberechtigten der Kreditlebensversicherung nach dem Tod eines Mikrokreditnehmers besser gestellt waren als die Familien von Kreditnehmern, die Schulden ohne Abschluss einer Mikroversicherung hinterließen. Außerdem ergab die Untersuchung, dass die soziale Wirkung noch gesteigert werden könnte, wenn zusätzlich zu den hauptsächlich weiblichen Mikrokreditnehmern auch die Ehemänner versichert wären, denn traditionell sind es noch immer die Männer, die im Wesentlichen für den Broterwerb in Indonesien zuständig sind. Daher entwickelt die Allianz Indonesien derzeit ein Risikolebensversicherungsprodukt auf freiwilliger Basis, mit Hilfe dessen Mikrokreditnehmerinnen auch ihre Ehemänner versichern können.

Darüber hinaus ergab die Studie in Burkina Faso, dass versicherte Landwirte nach einer Dürre in 2012 größere finanzielle Schwierigkeiten hatten als nicht versicherte. Die unabhängigen Forscher kamen jedoch zu dem Ergebnis, dass dies auf die hohe Komplexität des Produkts, fehlende Produktkenntnis und die daraus resultierenden unrealistischen Zahlungserwartungen zurückzuführen war. Die Versicherungsnehmer hatten angenommen, sie seien besser geschützt, als sie es schlussendlich waren. Das hatte auch zur Folge, dass sie ihre Risiken weniger streuten.

Aufgrund dieser Ergebnisse beabsichtigt die Allianz, diese komplexen Produkte in Zukunft an Aggregatororganisationen wie Genossenschaften zu verkaufen, anstatt direkt an die Bauern selbst. Aggregatororganisationen können derart komplexe Produkte effizienter nutzen, beispielsweise um ihr gesamtes Kreditportfolio gegen Wetterrisiken zu schützen. Im Falle von Kreditausfällen aufgrund von Dürre stünde das Geld schnell für die Krediterneuerung oder für Notfallkredite zur Verfügung.²

1 Weitere Einzelheiten zum Preis finden Sie unter www.allianz.com/LifeStories.

2 Den vollständigen Bericht finden Sie unter [Microinsurance Center "MILK project"](#).

Verantwortungsbewusster Investor

Als Investor tragen wir doppelte Verantwortung: Zum einen investieren wir Eigengelder, die die Prämien unserer Versicherungskunden beinhalten; dabei integrieren wir systematisch ESG-Themen. Zum anderen investieren wir im Auftrag von Vermögensverwaltungskunden in unserem Geschäftsbereich Asset Management. Unser Ziel ist es, Produkte, Lösungen und Vertriebsprozesse anzubieten, die genau auf die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten sind. Ferner wollen wir die Marke unserer Tochtergesellschaften im Bereich Asset Management, Allianz Global Investors (AllianzGI) und PIMCO weiter stärken. Außerdem bieten wir vermehrt sogenannte Sustainable and Responsible Investment (SRI)-Produkte an.

Nachhaltigkeit bei unseren Eigenanlagen

Die Anlagenverwaltung ist ein integraler Bestandteil des Versicherungsgeschäfts. Die Beiträge unserer Kunden werden so investiert, dass langfristige Verbindlichkeiten erfüllt werden können. Das Allianz Investment Management SE (AIM) ist verantwortlich für unsere weltweiten Investmenttätigkeiten. Unsere Eigenanlagen in Höhe von über 600 Milliarden Euro sind in einer Reihe unterschiedlicher Anlageklassen, Sektoren und Länder investiert. Zwischen unserem Konzern und anderen Unternehmen, Wirtschaftsbereichen und Volkswirtschaften bestehen Verbindungen, was uns zu einem Teil der globalisierten Wirtschaft macht.

Unsere Aktivitäten

Wir sind bestrebt, in allen Anlageklassen auf nachhaltige Art und Weise zu investieren. Das ist ein ehrgeiziges Ziel. Um es zu erreichen, integrieren wir die ESG (Umwelt, Soziales und Governance)-Faktoren in unsere Investitionsprozesse. Konkret bedeutet das zum Beispiel die Anwendung eines Ausschlussansatzes, intensive Recherche, Unternehmens- und Länderanalysen, Auswahl der Vermögensverwalter, Monitoring und Risikomanagement. Wir sind der festen Überzeugung, dass die Berücksichtigung von ESG-Faktoren bei Kapitalanlagen kein vorübergehender Trend ist, sondern die Wirtschaft maßgeblich verändern wird.

Konzernübergreifende Ausschlüsse

Unter unseren Ausschlussansatz fallen geächtete Waffen.¹ Dieser Ausschluss gilt sowohl für unser Versicherungsgeschäft als auch für das Investment unserer Eigenanlagen. Wir nehmen diese Ausschlüsse sehr ernst. Allerdings variiert die Anwendbarkeit dieses Ansatzes je nach Anlagetyp, so zum Beispiel wenn betroffene Unternehmen in großen Börsenindizes gelistet oder wenn sie Teil von Fondsprodukten anderer Vermögensverwalter sind. Um unsere ESG-Ambitionen auch für indexbasierte Investitionen voranzutreiben, diskutieren wir mit Indexanbietern, wie sich ESG-Aspekte zukünftig in indexbezogene Produkte integrieren lassen.

ESG-Direktive für Investments

Wir haben 2014 eine ESG-Direktive für Investments eingeführt. Sie sieht vor, dass Vermögensverwalter, die im Auftrag der Allianz tätig sind, ESG-Aspekte als integrativen Bestandteil ihrer Investmentprozesse einbeziehen müssen (zum Beispiel bei festverzinslichen Anlagen oder Unternehmensbeteiligungen). Diese Direktive ist seit dem 2. Quartal 2014 offiziell Teil unserer Standardanlagerichtlinien und wird kontinuierlich umgesetzt. ESG-Aspekte werden auch in den Anlageprozessen für Alternative Investments berücksichtigt, etwa bei erneuerbaren Energien, Infrastrukturinvesti-

¹ Waffen, die unter folgende internationale Abkommen fallen:

- Ottawa-Konvention (Antipersonen-Landminen)
- Übereinkommen über das Verbot von Streuwaffen (Streuminen/-bomben; Oslo-Prozess)
- Übereinkommen über das Verbot biologischer und Toxinwaffen (biologische Waffen)
- Chemiewaffenkonvention (chemische Waffen)

tionen und Immobilien. Weitere Informationen dazu finden Sie unter „ESG-Ansatz“ auf Seite 26.

Da wir in eine Vielzahl von Anlageklassen weltweit investiert sind, gibt die Direktive unseren Vermögensverwaltern keine Standard-Richtlinie vor, nach der sie die ESG-Kriterien berücksichtigen müssen. Denn wir sind der Meinung, dass regionale Unterschiede, besondere Eigenschaften der Anlagenklassen sowie unterschiedliche Anlagephilosophien am besten durch individuelle, maßgeschneiderte ESG-Ansätze adressiert werden können. Daher liegt es hauptsächlich in der Verantwortung des jeweiligen Vermögensverwalters, einen geeigneten ESG-Ansatz für ein konkretes Anlageportfolio festzulegen.¹

Wichtige Entwicklungen in 2014

- Auswahl der Vermögensverwalter: Durch die Einführung der ESG-Direktive für Investments ist ESG nun ein wesentlicher Bestandteil bei der Auswahl der Vermögensverwalter für unsere Eigenanlagen. Somit wird von unseren Vermögensverwaltern verlangt, dass sie eine passende ESG-Strategie anwenden.

Diese Anforderung gilt für alle Mandate. Bereits existierende müssen gegebenenfalls aktualisiert werden, damit sie unseren ESG-Vorstellungen entsprechen. Falls noch keine Strategie existiert, besteht die Verpflichtung, eine solche innerhalb eines zuvor festgelegten Zeitraums zu entwickeln.

Unsere erste, weltweit im Jahre 2014 durchgeführte Analyse ergab, dass 92 Prozent unserer Eigenanlagen von Vermögensverwaltern betreut werden, die die in der ESG-Direktive definierten Anforderungen erfüllen (die überwiegende Mehrheit dieser 92 Prozent sind interne Vermögensverwalter). Von den verbleibenden 8 Prozent verlangt die Allianz fortwährend eine systematische Einbeziehung von ESG-Aspekten.

- Schulungen und Kommunikation zum Thema ESG: Wir haben vierteljährliche Telefonkonferenzen zu ESG-Themen mit den Investment Managers von AIM durchgeführt, um die Umsetzung der ESG-Direktive voranzutreiben und sie hierbei zu unterstützen. Demselben Ziel dienen auch Sitzungen und Konferenzgespräche mit unseren internen Vermögensverwaltern. Die Veranstaltungen fanden das ganze Jahr über statt.
- Jährliche Überprüfung: ESG-Themen sind mittlerweile ein fester Bestandteil der regulären jährlichen Bewertungen des Vermögensverwalters. Zusätzlich wurden die Allianz Vermögensverwalter (PIMCO, Allianz Global Investors, Allianz Capital Partners, Allianz Real Estate) 2014 erstmals auf ihre ESG-Politik hin überprüft. Die Prüfung erfolgt jährlich. In den Besprechungen mit den Vermögensverwaltern wurde der Umgang mit ESG-Kriterien diskutiert, wie sie integriert werden können und welche Prozesse dadurch beeinflusst werden.

Kontroversen im Investmentgeschäft

Einige unserer Anlageentscheidungen sind in der Öffentlichkeit umstritten. Die Kritik unserer Stakeholder ist uns bekannt. Und sie ist auch verständlich. Schließlich bewertet jeder die Entscheidungen aus seiner Perspektive. Darüber hinaus sind viele Themen komplex und häufig von kulturellen Einflüssen und individuellen Erfahrungen geprägt. In vielen Fällen sind sie Teil eines Themenkomplexes, was es noch schwieriger macht, einen einfachen oder einheitlichen Standpunkt zu formulieren.

Als großer institutioneller Investor sind wir bestrebt, unser Portfolio über viele verschiedene Branchen und Unternehmen zu streuen. Manche dieser Branchen sind wichtig für den wirtschaftlichen Fortschritt, aber auch anfällig für negative ESG-Auswirkungen. Ein typisches Beispiel sind fossile Brennstoffe. Die steigende Energienachfrage kann nicht ohne die Energiegewinnung aus fossilen Brennstoffen gedeckt werden. Daher werden wir auf absehbare Zeit auf sie zurückgreifen müssen. Bei der Erzeugung erneuerbarer Energien kann es zu Unterbrechungen kommen. Deshalb sind nach wie vor flexible Reserven in Form konventioneller Energiequellen erforderlich.

¹ Weitere Einzelheiten dazu finden Sie in dem PRI Transparency Report der Allianz SE verfügbar auf www.allianz.com/nachhaltigkeit und der UNPRI-Website.

Obwohl wir um die Auswirkungen fossiler Brennstoffe wissen, können wir solche Branchen nicht prinzipiell meiden. Daher investieren wir – trotz eines möglicherweise empfundenen Widerspruchs – sowohl in erneuerbare als auch in nicht erneuerbare Energiequellen. Wir berücksichtigen beide Sichtweisen: Einerseits geht es darum, einen Beitrag zur weltweiten Energiesicherheit und zur wirtschaftlichen Entwicklung zu leisten. Andererseits stehen wir in der Pflicht, eine CO₂-arme Wirtschaft zu fördern.

Allerdings ist auch klar, dass die Energieerzeugung, insbesondere aus Kohle und anderen fossilen Brennstoffen, mit einer ganzen Reihe von ESG-Prinzipien kollidiert. Vor dem Hintergrund dieser klima- und energiebedingten Risiken kündigte der Vorstandsvorsitzende der Allianz Michael Diekmann während der Hauptversammlung im Mai 2014 die Formulierung einer ganzheitlichen Position zum Energiesektor an, die Klima- und Umweltaspekte mit Fragen der Energiesicherheit und der Finanzierung eines nachhaltigen Wirtschaftswachstums kombiniert. Die Ausarbeitung dieser Position war zum Berichtszeitpunkt noch nicht abgeschlossen.

Ein Klick auf die einzelnen Themen führt Sie zu weiteren Informationen zu Energiesicherheit auf Seite 101, Ernährungssicherheit auf Seite 101, Palmöl auf Seite 104 und Menschenrechten auf Seite 107.

Engagement

Wir sehen es als unsere Verantwortung an, für nachhaltige Geschäftspraktiken bei den Unternehmen, in die wir investieren, einzutreten. Das schaffen wir über Dialog. Im Gespräch identifizieren wir die Herausforderungen, die sich aus dem Umgang mit dem Thema Nachhaltigkeit ergeben.

Wir sind momentan dabei, unsere Engagement-Strategie weiterzuentwickeln, um unseren Ansatz für das Engagement mit Unternehmen zu stärken und zu standardisieren. Verschiedene Aspekte des Rahmenwerkes beinhalten:

- Die bereits bestehenden ESG-Engagement-Aktivitäten, die von AllianzGI im Auftrag ihrer Vermögensverwaltungskunden, einschließlich Allianz SE, ausgeführt werden (Details zu diesen Engagement Aktivitäten befinden sich im PRI Report von AllianzGI).
- Unsere Engagement-Aktivitäten im Rahmen der Industrieinitiativen (zum Beispiel PRI, UNEP FI). Beispiele solcher gemeinschaftlichen Engagements sind weiter unten aufgeführt.
- Durch das System bedingte Hürden zur ESG-Integration im Gespräch mit Unternehmen unserer Branche, Regulatoren und anderen Marktteilnehmern zu adressieren. So ist ein solcher Dialog besonders wichtig bei Anlagen oder ganzen Anlageklassen, bei denen sich eine indirekte Verbindung zu kritischen Themen nicht vermeiden lässt. Zum Beispiel orientieren wir uns aufgrund unserer Größe an wichtigen Indizes mit hoher Liquidität. Sie dienen als Benchmark für unsere umfangreichen Kapitalanlagen. Wir benötigen solche Instrumente zu Diversifikations- und Absicherungszwecken, haben aber keinen Einfluss auf ihre Zusammensetzung. Daher sind wir bestrebt, mit den Anbietern solcher Indizes in einen Dialog zu treten, um gemeinsam mit ihnen zu überlegen, wie ESG-Aspekte transparenter berücksichtigt werden können.

Die wichtigsten ESG-Aktivitäten 2014

Im Oktober 2014 haben wir während der Sitzung des deutschen Netzwerks „UN Principles for Responsible Insurance“ (PRI) eine Podiumsdiskussion mit den führenden Index-Anbietern angestoßen. Wir haben intensive Gespräche mit UN PRI geführt, um eine Debatte in der Branche zu dem Thema auszulösen. Allerdings führte das bisher noch zu keinen eindeutigen Ergebnissen.

Um die Offenlegung weltweiter ESG-Standards voranzutreiben, hat sich die Allianz an einem branchenweiten Engagement mit der Internationalen Vereinigung der Wertpapieraufsichtsbehörden (IOSCO) beteiligt. Dieses Engagement erfolgte in Form eines Briefes, der ebenfalls von Allianz Global Investors und PIMCO unterzeichnet wurde.

Im September 2014 veröffentlichten 360 Anleger mit einem verwalteten Vermögen von 24 Billionen US Dollar, darunter auch der Allianz Konzern inklusive Allianz Global Investors, eine Erklärung, in der es um den potenziellen Beitrag der Vermögensverwalter zur Dekarbonisierung und klimaschonenden Investments geht. Dies umfasst zum Beispiel CO₂-arme Investitionen sowie die Bewertung von Klimarisiken. Ferner werden die Regierungen aufgefordert, bis Ende 2015 eine ehrgeizige Zielvereinbarung für den Klimawandel zu entwerfen.

2014 haben wir Partnerschaften mit einigen Forschungsinstituten und Investorengruppen geschlossen. Der Hintergrund: Wir wollen besser verstehen, welchen Einfluss der Klimawandel auf die Wertentwicklung verschiedener Anlagen hat. Diese Projekte zielen darauf ab, sowohl die Risiken, die sich aus einer strikteren Regulierung ergeben, als auch die negativen materiellen Auswirkungen von Klimawandel in messbare Kosten und Investment-Faktoren zu übersetzen und letztendlich in Instrumente für Investoren. Weitere Informationen finden Sie auf Seite 14.

Klimafreundliche Investitionen

Die Sorge über den Klimawandel und das aktuelle Niedrigzins-Umfeld haben die Entstehung interessanter alternativer Anlageklassen begünstigt, insbesondere auf dem Gebiet der erneuerbaren Energien und Klimaschutzprojekte. Wir haben frühzeitig Erfahrungen in diesem Markt gesammelt und profitieren von den Chancen, die er eröffnet.

Gleichzeitig passen diese Anlageformen gut zu unserer Klimastrategie, für die die Förderung einer klimafreundlichen Wirtschaftsentwicklung ein wichtiges Element ist.

Nachstehend finden Sie einige Anwendungsbeispiele, die unser Engagement für eine CO₂-arme Wirtschaft in spezifischen Anlageklassen veranschaulichen:

Investitionen in erneuerbare Energie

Die Allianz investiert seit 2005 direkt in Erneuerbare-Energie-Projekte. Allianz Capital Partners, die interne Investment-Plattform für alternative Investments,

gehört bereits zu den weltweit führenden Investoren auf diesem Gebiet und verfügt über ein starkes Portfolio im Bereich Wind- und Solarenergie in Deutschland, Frankreich, Italien und Schweden. Wir werden unsere Beteiligungen weiter ausbauen, da wir erneuerbare Energien als Anlagechancen mit einem attraktiven Risiko-Renditeprofil erachten. Anlagen in erneuerbaren Energien bieten auf lange Sicht solide Renditen, die gut zu unserer langfristigen Anlagestrategie passen.

Unsere Gesamtinvestitionen in erneuerbare Energien belaufen sich zum Ende des Jahres 2014 auf über 2 Milliarden Euro, was die Position der Allianz als einer der führenden Investoren in diesem Bereich bestärkt. Unser Portfolio an erneuerbaren Energien umfasst bereits 55 Wind- und Solarparks in Deutschland, Frankreich, Italien und Schweden mit einer Stromerzeugungskapazität von über 1.200 Megawatt. 2014 erwarben wir etliche Windparks, z.B. "Calau II D" und "Cottbuser See" in Deutschland (31 und 24 Megawatt), "Forterre" und "Porte de la Cote d'Or" in Frankreich (28 und 54 Megawatt) sowie "Satravallen" in Schweden (52 Megawatt).

Investitionen in Klimaschutzprojekte

Seit 2012 ist die Allianz klimaneutral. Das bedeutet, dass unsere Netto-Treibhausgasemissionen weltweit gleich null sind. Um das zu erreichen, reduzieren wir kontinuierlich die Emissionen unserer eigenen Geschäftsaktivitäten und gleichen die verbleibenden Emissionen durch Direktinvestitionen in Klimaschutzprojekte aus. Wir haben schon früh damit begonnen, in CO₂-Projekte wie REDD (Reducing Emissions from Deforestation and Degradation) zu investieren. Diese Klimaschutzprojekte generieren CO₂-Zertifikate, die wir zum Ausgleich unserer Kohlendioxid-Emissionen verwenden. Die nach dem Ausgleich unserer Treibhausgasemissionen verbleibenden Zertifikate können gewinnbringend auf dem europäischen Markt für CO₂-Zertifikate verkauft werden.

Details zu unseren Projekten:

- **Rimba Raya:** 2013 haben wir in das REDD-Projekt Rimba Raya (zu Deutsch „ewiger Wald“) auf Borneo, Indonesien, investiert. Mit dieser Investition helfen wir, die Entwaldung eines 64.000 Hektar gro-

ßen Waldgebiets zu verhindern. Damit wirken wir der Freisetzung von 90 Millionen Tonnen Kohlendioxid über einen Zeitraum von 30 Jahren entgegen. Im Rahmen des Projekts entsteht zudem eine sichere Grenze für den nahe gelegenen Nationalpark Tanjung Puting, in dem sich ein weltberühmtes Rehabilitationszentrum für die vom Aussterben bedrohten Borneo-Orang-Utans befindet. Das Klimaschutzprojekt Rimba Raya generiert ausreichend CO₂-Zertifikate, um unseren CO₂-Fußabdruck in den nächsten Jahren auszugleichen.

Gleich im ersten Bestehensjahr des Rimba Raya REDD+ Gebietes wurden zwei Pilotprojekte, eines zur Einrichtung von Wasserfiltern und eines zur Bereitstellung von energieeffizienten, rauchfreien Kochherden, erfolgreich abgeschlossen. Die Pilotprojekte wurden sodann auf die gesamte Bevölkerung mit über 2.500 Haushalten ausgeweitet. Ein weiteres Projekt fördert nun die Wiedereinführung und den nachhaltigen Anbau von in Borneo beheimateten Pflanzen zur Gewinnung seltener und hochwertiger ätherischer Öle. Da bereits eine Abnahmevereinbarung mit einem internationalen Händler und Lieferanten von Körperpflegeprodukten vereinbart wurde, können sich die lokalen Gemeinden nun auf ein nachhaltig erwirtschaftetes Einkommen verlassen.

- **C-Quest Capital LLC (CQC):** Die Allianz finanziert ein Energieeffizienzprogramm, das CQC in Indien durchführt und bei dem herkömmliche Glühbirnen in Privathaushalten durch energieeffizientere und langlebigere Kompakt-Leuchtstofflampen (CFL) ersetzt werden. Im Rahmen des Programms können Privathaushalte Energiesparlampen zu einem stark vergünstigten Preis erwerben und somit ihre Energiekosten senken. Dies führt außerdem zur Verbesserung der Energieeffizienz, was in einem Land, das häufig mit Energieknappheit zu kämpfen hat, von großem Wert ist. Über einen Zeitraum von 10 Jahren können mit Hilfe dieses Projekts 3,74 Millionen Tonnen CO₂ eingespart werden.
- **Wildlife Works Carbon LLC (WWC):** Im Jahr 2011 haben wir eine Beteiligung von 10 Prozent an WWC, dem weltgrößten Entwickler von REDD-Projekten, erworben. Mit dieser Investition unterstützen wir Waldschutzprojekte in Kenia und der Demokratischen Republik Kongo. Die von WWC realisierten Projekte erfüllen strenge Nachhaltig-

keitskriterien und gehörten zu den ersten ihrer Art, die CO₂-Zertifikate generieren. Durch die Investition in WWC unterstreichen wir die Attraktivität von REDD-Projekten als Investition, die soziale und ökologische Verantwortung mit wettbewerbsfähigen Renditen für Investoren verbindet. Das Projekt in Kenia generiert während der 30-jährigen Laufzeit durchschnittlich Zertifikate im Wert von 2,7 Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr. Das Projekt in der DR Kongo erzeugt im selben Zeitraum Zertifikate im Wert von 5 Millionen Tonnen CO₂.

Im Laufe des Jahres 2014 wurden die Aktivitäten des WWC auf die Demokratische Republik Kongo ausgeweitet. Das dort begonnene REDD+ Projekt schützt nun fast 300.000 Hektar Tropenwald vor Abholzung. Die circa 50.000 Einwohner profitieren direkt von den Projekteinnahmen mit denen gemeinschaftlich ausgewählte Initiativen, wie der Bau von Schulen und mobilen Krankenhäusern, finanziert werden. Nach dem Erfolg des ersten Projekts in der Demokratischen Republik Kongo kündigte der WWC im September 2014 ein weiteres REDD+ Projekt an, das den Schutz von zusätzlich 9 Millionen Hektar Regenwald im Kongobecken vorsieht.

Investitionen im Immobilienbereich

Die Allianz ist einer der größten Investoren weltweit. Das Unternehmen muss sich auf ein breit gestreutes Anlageportfolio stützen, um ein angemessenes Risikoprofil und relativ stabile Renditen sicherzustellen. Daher sind Immobilien ein wichtiger Teil unseres Bestands. Sie garantieren langfristige Erträge.

Als institutioneller Anleger hat die Allianz ungefähr 33 Milliarden Euro in Immobilien investiert (einschließlich der direkten und indirekten Immobilienanlagen und Kreditvergaben). Diese Zahl wird in den nächsten Jahren voraussichtlich auf circa 40 Milliarden Euro ansteigen. Das gesamte Immobilienportfolio wird von der Allianz Real Estate (ARE) verwaltet.

Nachhaltigkeit ist kein kurzfristiger Trend. Vielmehr wird das Thema das Immobiliengeschäft langfristig prägen. Daher hat die ARE 2010 ein umfassendes Nachhaltigkeitsprogramm ins Leben gerufen. Einerseits unterstützt es die Allianz Gruppe bei ihren Bemühungen, die CO₂-Emissionen zu reduzieren. Andererseits kann das Unternehmen damit der Nachfrage des Marktes nach nachhaltigen Immobilien gerecht werden. Nachhaltigkeitskriterien hatten bisher noch keine wesentlichen Auswirkungen auf den aktuellen Wert von Liegenschaften. Wir gehen jedoch davon aus, dass immer mehr regulatorische Auflagen und die sich wandelnde Nachfrage am Markt, insbesondere seitens der Mieter, Immobilienbesitzer zwingen werden, die Ökobilanz ihres Bestandes künftig zu verbessern.

2014 wurde eine ESG (Environmental, Social, Governance)-Richtlinie für Immobilien eingeführt, um das Nachhaltigkeitsprogramm von ARE noch weiter auszubauen. Im Kern hilft die Richtlinie, ESG-Grundsätze in unserem Immobilienportfolio zu verankern. Dabei orientieren wir uns an der ESG-Direktive für Finanzanlagen und der Verpflichtung, die der Allianz Konzern mit der Unterzeichnung der Prinzipien für Verantwortliches Investieren der Vereinten Nationen (Principles for Responsible Investment, UN PRI) eingegangen ist. Diese Richtlinie wird dazu beitragen, nachhaltige ESG-Aspekte bei bestehenden und neuen

Investitionen im gesamten ARE-Portfolio zu berücksichtigen.

Nachhaltigkeitsprogramm von Allianz Real Estate

Das Nachhaltigkeitsprogramm von Allianz Real Estate konzentriert sich auf Kernprozesse und etabliert Standards zur Bewertung unserer Nachhaltigkeitsbilanz bei Immobilien. Umweltfaktoren, darunter Energieverbrauch und CO₂-Emissionen, sind ein Schwerpunktbereich. Sie tragen nicht nur zur Verbesserung unserer Nachhaltigkeitsbilanz bei, sondern auch zur Senkung der Betriebskosten für die Mieter, darunter viele Konzerngesellschaften der Allianz.

Die Hauptaktivitäten des Nachhaltigkeitsprogramms von Allianz Real Estate sind:

1. Transparenz
 - Einführung einheitlicher Maßstäbe für Nachhaltigkeit bei Immobilien
 - standardisierte Beurteilung und Bewertung des Nachhaltigkeitsstatus des Immobilienportfolios von ARE
 - Einbeziehung von Nachhaltigkeit in die Portfoliobereichterstattung von ARE
2. Anlageverwaltung
 - Einbeziehung von Nachhaltigkeitskriterien in Anlageentscheidungen
 - Prüfung der Nachhaltigkeitsbilanz neuer Immobilieninvestitionen während des Kaufprozesses
 - Einbeziehung von Energieeffizienz und anderer Nachhaltigkeitspunkte in den Due Diligence-Prozess
 - obligatorische Green-Building-Zertifizierung für neue oder sanierte Immobilien (zum Beispiel LEED, BREAM)
3. Vermögensverwaltung
 - Verbesserung der Kommunikation zwischen ARE und den Mietern zur Optimierung der Nachhaltigkeitsbilanz
 - Einbeziehung objektspezifischer Nachhaltigkeitsstrategien in Geschäftspläne
 - Einbeziehung von Energieeffizienz in die Zielsetzung für das Immobilien- und Gebäudemanagement

- Beurteilung des Nachhaltigkeitsstatus einzelner Immobilien anhand der Green-Rating-Methode (siehe unten)
4. Immobilienmanagement
- Messung, Erfassung und Meldung von Gebäudeinformationen anhand von Nachhaltigkeitskennzahlen
 - Umsetzung spezifischer Verbesserungsmaßnahmen bei der Immobilienplanung
 - proaktive Vorschläge für die weitere Optimierung der Nachhaltigkeitsbilanz von Gebäuden

Green Rating Alliance

ARE ist Gründungsmitglied der Green Rating Alliance (GRA), eines europäischen Verbands von Immobilieneigentümern und -investoren, Prüfern, Industriegremien und Technologieanbietern. Die GRA hat das Green-Rating-System entwickelt, mit dem ein einheitlicher Ansatz für die Beurteilung, das Benchmarking und die Verbesserung der Umweltbilanz bestehender Gebäude möglich ist. Das Green Rating deckt sechs Kernbereiche ab: Energie, CO₂, Wasser, Transport, Wohlbefinden und Abfall. ARE hat alle bestehenden verwalteten Gewerbeimmobilien und alle Neuinvestitionen anhand des Green-Rating-Systems beurteilt.

Erfolge 2014

Im Jahr 2014 wurde ein Pilotprojekt von ARE gestartet, um Nachhaltigkeitskriterien zu verfolgen und den Fortschritt unseres Nachhaltigkeitsprogramms zu bewerten. Der erste Pilot in Frankreich erhielt für 6 Gebäude mit 65.000 m² oder 7,8 Prozent der Mietfläche unseres Gewerbeportfolios eine „grüne Zertifizierung für Renovierungsarbeiten“¹ und 5 weitere Gebäude, die 130 000 m² oder 15,6 Prozent Mietfläche unseres Gewerbeportfolios entsprechen, eine „grüne Zertifizierung für Gebäude in Betrieb“.² In Frankreich ist unser Ziel für 2015–2016, die Anzahl der zertifizierten Gewerbeflächen zu verdoppeln.

1 „Grüne Zertifizierungen für Renovierungsarbeiten“ definiert gemäß HQE, BREEAM oder LEED oder DGNB-Umweltzertifizierungssysteme

2 „Grüne Zertifikate für Gebäude in Betrieb“ definiert gemäß HQE Exploitation oder BREEAM In Use oder LEED-Ebom-Umweltzertifizierungssysteme

Nachhaltigkeit in der Vermögensverwaltung für externe Kunden

Allianz Asset Management (AAM) zählt zu den fünf führenden Vermögensverwaltungsgesellschaften der Welt. AAM verwaltet nicht nur das Vermögen externer Kunden, sondern auch die Mehrheit unserer eigenen Kapitalanlagen. AAM besteht aus zwei Vermögensverwaltern: Allianz Global Investors (AllianzGI) und PIMCO – ein weltweit tätiger Multi-Asset-Anbieter.

Diese beiden Tochterunternehmen haben unterschiedliche regionale Schwerpunkte und Anlagestrategien. Was sie eint, ist der Umgang mit ESG-Themen. Beide Unternehmen haben die ESG-Kriterien in ihre Vermögensverwaltungsprozesse integriert. Für externe Kunden steht damit ein breites Spektrum nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung. Im Kern besteht ihre ESG-Strategie darin, den Aufbau von ESG-Research voranzutreiben, den Dialog mit den Unternehmen, in die sie investieren, zu pflegen und ihre Rolle als Aktionäre durch Stimmrechtsvertretung wahrzunehmen.

Allianz Global Investors

Das Ziel von AllianzGI ist, Vorreiter bei der Einbeziehung von ESG-Faktoren in die gesamte Wertschöpfungskette von Geldanlagen zu sein. Dies geschieht 1) durch die Teilnahme an Multi-Stakeholder-Initiativen zur Verbesserung der marktpolitischen Steuerung (Upstream), 2) durch die Einbeziehung von ESG-Faktoren in die Anlageentscheidungen und 3) durch die Förderung besserer Unternehmensführung und gesteigerter Nachhaltigkeitsleistung bei den Unternehmen, in die investiert wird (Downstream).

AllianzGI verfügt über ein eigenes, globales ESG-Team, das für Research, Engagement mit Unternehmen, Stimmrechtsvertretung sowie ESG-Beratungsleistungen verantwortlich ist. Diese Dienste bilden nicht nur die Grundlage für unsere nachhaltigen und verantwortungsbewussten Anlageportfolios (Sustainable and Responsible Investments, SRI). Die daraus gewonnenen Erfahrungen fließen auch in unsere globale Investmentplattform ein.

Um den Wissenstransfer zu fördern und Schulungskonzepte zu entwickeln, haben die Portfoliomanager über unsere interaktive Recherche-Datenbank vollständigen Zugriff auf unseren ESG-Research. In einigen Fällen trägt der ESG-Research auch zur Anlageentscheidung bei. In bestimmten Situationen schließen sich ESG-Team und Portfoliomanager zusammen – zum Beispiel wenn es um die Frage geht, wie wir am besten mit einem Unternehmen zusammenarbeiten. Beide Seiten nehmen dann an Sitzungen der Unternehmensleitung teil. Im Grunde erwarten wir, dass unsere Portfoliomanager voll und ganz mit den ESG-Fragestellungen eines Unternehmens vertraut sind, insbesondere wenn sie möglicherweise wesentliche Auswirkungen auf die Kursentwicklung einer Aktie haben.

ESG-Research

Research ist der Grundpfeiler für die Anlageprozesse bei AllianzGI, wobei die ESG-Gesichtspunkte eine wichtige Rolle spielen und wesentlich zum Wissensschatz beitragen. Wir führen eine eigene, unternehmensinterne qualitative und quantitative ESG-Analyse für Unternehmen, Staatsanleihen, Pfandbriefe, Agenturen und überstaatliche Emittenten aus aller Welt durch. Dabei bedienen wir uns sowohl des quantitativen als auch des qualitativen Ansatzes, um potenzielle ESG-Risiken zu ermitteln. Schließlich bewerten wir die Unternehmen hinsichtlich ihrer ESG-Performance. Darüber hinaus fließen in unsere eigenen Erhebungen auch Informationen externer Forschungsinstitute mit ein. Ihre Beiträge sind allerdings unverbindlich.

Corporate Governance – Stimmrechtsvertretung und Engagement

Das Engagement in Unternehmen und die Stimmrechtsvertretung machen für AllianzGI einen wesentlichen Teil ihrer treuhänderischen Verantwortung gegenüber unseren Kunden aus. Wenn wir uns im Interesse unserer Kunden in Firmen engagieren, achten wir vor allem auf den langfristigen Shareholder Value und die Senkung der ESG-Risiken.

Aus diesem Vorgehen haben wir Leitlinien für das Ausüben des Stimmrechts entwickelt. Diese werden regelmäßig überprüft. Schließlich wollen wir unseren treuhänderischen Pflichten gerecht werden. Unserem Handeln legen wir die branchenweiten Best-Practice-

Erfahrungen zugrunde. Umgekehrt stellen unsere Leitlinien zur Stimmrechtsvertretung sicher, dass auch wir uns an den ESG-Kriterien orientieren. Die Unterzeichnung der UN PRI (Prinzipien für verantwortungsvolles Investieren der Vereinten Nationen) unterstreicht, wie ernst wir uns dem Thema nachhaltige Unternehmensführung widmen.

Das Engagement von AllianzGI mit den Unternehmen, in die wir investieren, erfolgt auf zwei Ebenen. Zum einen kommunizieren wir offen unsere Sichtweise und hoffen dadurch, Verbesserungen zu erwirken. Zum anderen führen wir Untersuchungen durch und dokumentieren die Ergebnisse. Engagement fördert die unternehmerische Verantwortung und damit die Entwicklung des Nachhaltigkeitsgedankens. Dies wiederum senkt die ESG-Risiken unserer Partner-Unternehmen.

Neben der Zusammenarbeit mit einzelnen Unternehmen umfasst unser ESG-Engagement auch die Teilnahme am politischen Dialog sowie an Initiativen von Investoren oder Interessengruppen. Wir denken, dass sich durch die gezielte Zusammenarbeit mit politischen Entscheidungsträgern bei regulatorischen Fragestellungen eine positive Wirkung auf börsennotierte Unternehmen und andere Emittenten erzielen lässt. Die Teilnahme an Initiativen von Anlegern und Interessensgruppen, die sich für mehr Nachhaltigkeit in Bezug auf Regierungspolitik, Kapitalmärkte und Unternehmenspraktiken einsetzen, wird für uns immer wichtiger.¹

PIMCO

Die Aufgabe von PIMCO als Vermögensverwalter ist, Risiken zu steuern und Renditen für unsere Kunden zu erwirtschaften. Um eine solide Grundlage für Anlagestrategien und Entscheidungen zu schaffen, glauben wir, dass eine sorgfältige Prüfung der Anlagerisiken auch eine Analyse von ESG-Faktoren beinhalten sollte. Als Vermögensverwalter müssen wir wissen, wie das Thema Nachhaltigkeit das Wirtschaftswachstum, die langfristige Entwicklung der Kapitalmärkte und die Innovation beeinflusst. Nur wenn wir diese Zusam-

menhänge verstehen, können wir auch eine verantwortungsvolle Investment-Politik betreiben. Die Bedeutung von ESG im Anlagegeschäft nimmt stark zu. Wenn man in Zukunft von Anlagerisiken spricht, sollte damit auch automatisch von möglichen ESG-Risiken die Rede sein. Wir denken, dass ESG-Aspekte den Wert und die Entwicklung von Wertpapieren – Aktien sowie Unternehmens- und Staatsanleihen – erheblich beeinflussen können. PIMCO bezieht ESG-Risikobewertungen systematisch sowohl in die Top-down- als auch in die Bottom-up-Anlageprozesse mit ein.

Unser Top-down-Ansatz berücksichtigt die Bedeutung von langfristigen ESG-Entwicklungen in einem globalen makroökonomischen Umfeld. Dadurch können wir zukunftsweisende Anlagenmöglichkeiten identifizieren. Zusätzlich führen wir eine Bottom-up-Analyse durch. Damit filtern wir die attraktivsten Sektoren am aktuellen Wertpapiermarkt heraus.

Einer der Schwerpunkte in unseren Rechercheaktivitäten rund um die Themen Kreditrisiken, Aktien, Unternehmens- und Staatsanleihen ist die Bestimmung von ESG-Risikofaktoren. Je früher wir die Entstehung von Risiken wahrnehmen, desto stärker können wir möglicherweise dem Verlust von Wertpapieren entgegenwirken. Außerdem können wir Chancen für die Generierung des Alphafaktors identifizieren, indem wir in Sektoren investieren, die von ESG-Trends profitieren dürften.

Gesundes, langfristiges Wachstum und Rentabilität sind eng mit dem Thema ESG verknüpft. Das wissen auch die Kreditanalysten von PIMCO, die aus diesem Grund einen heißen Draht zum oberen Management in den Unternehmen unterhalten. Auf diese Weise findet ein regelmäßiger Austausch über ESG-Themen statt.

Fortbildungen sind unerlässlich, um ein Gefühl für das Thema ESG und die damit verbundenen Risiken, aber auch Chancen zu bekommen. Ein Teil der Einweisung neuer Mitarbeiter widmet sich PIMCOs ESG-Ansatz. Darüber hinaus bieten Ad-hoc-„Teach-Ins“ ein Diskussionsforum für Fachleute und Organisationen aus dem ESG-Sektor. Ein regelmäßig erscheinender Newsletter informiert die Mitarbeiter über wichtige

¹ Weitere Informationen zum Ansatz von Allianz Global Investors finden Sie unter AllianzGI ESG Policy Statement (nur auf Englisch verfügbar).

ESG-Trends innerhalb und außerhalb der Allianz. Selbst die Experten der ESG-Arbeitsgruppe nehmen regelmäßig Schulungsangebote wahr.¹

Erfolge 2014

Nachhaltiges und verantwortungsvolles Investieren

Wir verwalten ein wachsendes Portfolio an nachhaltigen und verantwortungsbewussten Investments (Sustainable and Responsible Investments, SRI). Der Großteil des von AAM verwalteten SRI-Vermögens entfällt auf PIMCO und betrug Ende 2014 insgesamt 95,4 Milliarden Euro (2013: 78,2 Milliarden Euro). Darüber hinaus verwaltete Allianz Global Investors (AllianzGI) SRI-Vermögen in Höhe von 22,0 Milliarden Euro (2013: 17,5 Milliarden Euro).

Dieser Anstieg ist auf mehrere Faktoren zurückzuführen: allgemeine Wertsteigerungen; Mittelzuflüsse von Kunden (darunter auch Neukunden), insbesondere in unsere festverzinslichen und Multi-Asset-SRI-Produkte, unterstützt durch den günstigen EUR/USD-Wechselkurs in 2014 im Vergleich zu 2013 und 2012. Ende 2014 verwaltete Allianz Asset Management (AAM) SRI-Vermögenswerte im Volumen von 117,4 Milliarden Euro, was 7 Prozent des insgesamt von AAM verwalteten Vermögens entsprach.

Nachhaltiges und verantwortungsvolles Investieren

Stand 31.12.		2014	2013	2012
Insgesamt verwaltetes SRI-Vermögen, AAM	in Mrd. €	117,4	95,7	64,4
AllianzGI: Veraltetes SRI-Vermögen	in Mrd. €	22,0	17,5	15,3
PIMCO: Veraltetes SRI-Vermögen	in Mrd. €	95,4	78,2	49,1

Schlüsselaktivitäten im ESG-Umfeld

Auch 2014 waren unsere beiden Tochtergesellschaften an mehreren ESG-Initiativen im Finanzsektor beteiligt.

Zum Beispiel ist AllianzGI Vorstandsmitglied der Extractive Industries Transparency Initiative (Initiative für die Transparenz in der Rohstoffwirtschaft), Mitglied der PRI Investor Working Group on Sustainable Palm Oil (PRI IWG) sowie der Sustainable Stock Exchange Initiative (SSE Initiative).

AllianzGI und PIMCO nehmen auch weiterhin am Sustainability Accounting Standards Board (SASB) teil, um an der Auswahl der Best Practices für integrierte Berichterstattung im Finanzsektor mitzuwirken. Außerdem haben sich AllianzGI, PIMCO und Allianz SE an einem sektorweiten Engagement mit der Internationalen Vereinigung der Wertpapieraufsichtsbehörden (IOSCO) beteiligt, um globale Standards bei der Offenlegung von ESG-Aspekten voranzutreiben.

¹ Weitere Informationen zum Ansatz von PIMCO finden Sie unter PIMCO ESG Investment Policy Statement (nur auf Englisch verfügbar).

E Sonderthemen

94 Digitalisierung

97 Energiesicherheit

101 Ernährungssicherheit

104 Palmöl

107 Menschenrechte

Digitalisierung

Digitalisierung ist eine unserer wichtigsten strategischen Ausrichtungen und wirkt sich auf alle Bereiche der Allianz aus, einschließlich unserer Mitarbeiter, Kunden und Partner. Unsere Initiativen reichen von der Entwicklung neuer modularer Produkte und Zugangskanäle bis hin zur besseren Bedienung bestehender Kunden. Wir entwickeln für unsere Kunden webbasierte interaktive Tools und ermöglichen ihnen diverse, frei wählbare Zugangswege (Multi-Access), um dem sich verändernden Kundenverhalten gerecht zu werden. Gleichzeitig treiben wir auf der operativen Seite die Harmonisierung von Systemen konzernweit voran, um Komplexität zu verringern und Effizienz zu steigern.

Zugang zu unseren Produkten und Dienstleistungen – überall und jederzeit

Die fortschreitende Digitalisierung hat die Art und Weise, wie unsere Kunden Kaufentscheidungen treffen und Versicherungen abschließen, grundlegend verändert.

Die Grenzen zwischen Online und Offline verschwimmen immer mehr.

Unsere Kunden können unsere Produkte fast überall kaufen – unterwegs per Mobiltelefon, zu Hause, im Büro oder über eine unserer Allianz Agenturen. Ob über das Internet oder unseren Allianz Vertreter – unsere Kunden erwarten ein hohes Maß an Einheitlichkeit bei Preisgestaltung, Angebot und Servicequalität, unabhängig davon, auf welchem Weg sie uns kontaktieren. Daher investieren wir in Echtzeit-Interaktion und die entsprechende Technologie, um stets in Verbindung zu bleiben und noch schneller reagieren zu können sowie unseren Kundenservice noch weiter zu verbessern. Datenvertraulichkeit, -sicherheit und -schutz haben dabei höchste Priorität.

Vereinfachte, modulare und digital integrierte Produkte

Ein besonderer Schwerpunkt in unserem Privatkundengeschäft ist der einfache Zugang zu unseren Produkten und Dienstleistungen. Sie sollen sowohl über unsere Vertreter und Partner als auch online leicht gefunden und erworben werden können.

In immer mehr Märkten können unsere Kunden mit nur wenigen Angaben schnell und bequem ein Versicherungsangebot per Internet erhalten und sich entscheiden, ob sie den Abschluss direkt online oder in einer Vertretung tätigen wollen. Dies ist nur durch Vereinfachung der Produkte und einen flexiblen Entwicklungsprozess möglich. Unser innovativer „FastQuote“-Prozess verdeutlicht das Umdenken in der Versicherungsbranche bei Standardprodukten.

Wir wollen noch besser auf unsere Kunden und ihre sich ändernden Bedürfnisse eingehen können. Darum entwickeln wir flexible Lösungen, die sich ihren Lebenssituationen anpassen. Allianz Italien bietet mit „Allianz1“ ein modulares Produktangebot, das es zum Beispiel Familien ermöglicht, ihren Versicherungsschutz selbst zusammenzustellen – ganz nach ihrem individuellen Bedarf und persönlichen Budget.

Mit der Gestaltung digital integrierter und modularer Produkte wenden wir uns auch an neue Zielgruppen und erschließen neue Geschäftsfelder. Ein Beispiel ist die Versicherung gegen Cyber-Risiken, die von Allianz Global Corporate und Specialty (AGCS) seit 2013 angeboten wird. Ein weiteres Beispiel betrifft die Reduktion und Vermeidung von Risiken mithilfe von Sensoren und dem Einsatz von intelligenten Geräten, den sogenannten „smart devices“. Allianz aktiviert mithilfe von Telematik-Lösungen nicht nur Bereitschaftsdienste in Echtzeit, sondern entwickelt im Bereich Fahrzeug-Telematik Pay-How-You-Drive Versicherungslösungen. Damit belohnen wir Kunden für eine vorsichtige Fahrweise.

Soziale und digitale Medien

Die sozialen Medien stellen für uns einen wichtigen Kanal dar, über den wir mit unseren bestehenden und zukünftigen Kunden in Kontakt sind. In mehr und mehr Märkten bieten wir unseren Kunden Service und konkrete Unterstützung über unsere Profile in den sozialen Medien. Auf Twitter oder Facebook zum Beispiel können Kunden allgemeine Fragen zur Allianz, unseren Produkten und Dienstleistungen stellen, sich wegen eines kürzlich eingetretenen Schadens erkundigen oder eine Beschwerde an uns richten. Wir haben begonnen, für unsere Mitarbeiter, die in den sozialen Medien aktiv sind, ein globales

Social-Media-Management-Tool einzurichten, damit sie sich besser vernetzen, Synergien nutzen und sich schließlich noch effektiver unseren Kunden widmen können.

Digitale Medien ermöglichen es uns, die Beziehung zu unseren Kunden zu intensivieren und sie zielgerichtet mit unserem Know-how und unserem Service zu unterstützen, wann und wo dies gerade gebraucht wird. Ein Beispiel hierfür ist „Meine Allianz“ in Deutschland, ein Online-Kundenportal mit „Self-Service“-Funktionen wie zum Beispiel die Abfrage des Bearbeitungsstandes eines Schadens, ein virtueller Dokumentensafe sowie verschiedene Checklisten zur Risikoprävention. Diese Dienste erfordern durchgängig digitalisierte, integrierte Prozesse und ein Datenmanagementsystem, bei dem die Kundenperspektive an erster Stelle steht.

In anderen Märkten, wie zum Beispiel in Frankreich, bieten wir „mobile“ Kundenportale an, die schnellen Zugriff auf den bestehenden Versicherungsschutz via Smartphone-Apps ermöglichen. Diese Anwendungen beinhalten weitere Funktionen, von der schnellen Kontaktaufnahme über schrittweise Unterstützung in Notfällen, Möglichkeiten zur Schadenmeldung und zur Statusabfrage der Schadenbearbeitung bis hin zu Telematik-Funktionen fürs Auto.

Die digitale Interaktion mit unseren Kunden und Partnern überbrückt räumliche Distanzen, Zeitzone und organisatorische Grenzen. Der Übergang von „Papier“ zu digitalen Kundenportalen reduziert Reaktionszeit und verbessert zudem unsere Umweltbilanz. Durch die Kombination digital integrierter und automatisierter Prozesse verringern wir nachhaltig die Kosten für Interaktion.

IT und Big Data: Sicherheit und Anwenderfreundlichkeit

Im Zuge der Digitalisierung werden enorme Datenmengen erhoben. Mit ihnen muss effizient und vor allem verantwortungsvoll umgegangen werden. Dafür setzt die Allianz „Big Data“-Technologien wie Prognosemodelle oder Machine-Learning-Technologien ein. Die sich daraus ergebenden Analysekapazitäten unterstützen Unternehmensentscheidungen in einem sich ständig ändernden Umfeld, steuern automatisierte Prozesse und ermöglichen die Kundendatenverwaltung in Echtzeit.

Der Datenschutz hat bei allen Kundenkontakten im gesamten Allianz Konzern einen hohen Stellenwert und wird mit fortschreitender Digitalisierung immer wichtiger. Der 2013 eingeführte Allianz Standard zu Datenschutz und Datensicherheit schreibt die Vorschriften und Grundsätze für die Erhebung und Verarbeitung personenbezogener Daten im Konzern fest. Mit Allianz oneWeb, unserer globalen Online-Plattform, können wir für jede lokale Website der Allianz dieselbe Technologie, Gestaltung, Benutzerfreundlichkeit und Funktionalität bereitstellen und erfüllen zugleich die höchsten Ansprüche an Sicherheit und Datenschutz.

Die Allianz investiert in die Implementierung einer weltweit einheitlichen IT-Infrastruktur, eines globalen privaten Netzwerks und einheitlicher Business-Plattformen, die gemeinsam genutzt werden können. Die digitale Infrastruktur wird über fünf strategische global verteilte Rechenzentren bereitgestellt werden. Für alle Komponenten gelten die höchsten Standards zu Datenvertraulichkeit und Datensicherheit. Die Konsolidierung der Systeme, zusammen mit integrierten, automatisierten und skalierbaren Prozessen, reduziert die Komplexität erheblich und steigert die betriebliche Rentabilität. Für uns ist es wichtig, in unsere digitale Leistungsfähigkeit zu investieren, unsere IT-Architektur und IT-Prozesse den neuen Geschäftsmöglichkeiten anzupassen und einen weltweiten Austausch der von uns geschaffenen digitalen Ressourcen zu ermöglichen.

Digitalisierung am Arbeitsplatz

Die Digitalisierung verändert die Art und Weise, wie wir zusammenarbeiten, von Grund auf. Digitale Kommunikationskanäle eröffnen neue Möglichkeiten, mit Kollegen weltweit in Kontakt zu treten. Dies verringert nicht nur die Zahl der Dienstreisen und damit auch unseren CO₂-Fußabdruck, sondern erhöht auch die Effizienz der Mitarbeiter, die für uns auf internationaler Ebene tätig sind. Bei der Allianz stehen inzwischen beispielsweise Webinare und Videotelefonkonferenzen auf der Tagesordnung. Soziale Medien unterstützen die Globalisierung und fördern die Vielfalt der Belegschaft. Instrumente wie das Allianz Social Network (ASN) wurden entwickelt, damit Kollegen sich weltweit leichter vernetzen können. ASN ist eine digitale Plattform, die die Zusammenarbeit unter Kollegen durch den Austausch von Ideen, Know-how und Informationen unterstützt.

Mobiles Arbeiten eröffnet eine größere Flexibilität, indem Mitarbeiter mehr und mehr an unterschiedlichen Orten oder mit unterschiedlichen Arbeitsmodellen arbeiten können – dank neuer Technologie, wie die Allianz Private Cloud oder Nutzung eigener Geräte. Allerdings sind wir uns auch der potenziellen Stressquellen bewusst, die durch die tagtägliche Nutzung von digitalen Medien entstehen. Um die potenziell negativen Auswirkungen der digitalisierten Arbeitswelt aufzufangen, haben wir 2014 die „Work Well“-Initiative ins Leben gerufen. Digitalisierung bedeutet Veränderung: Die Mitarbeiter müssen sich immer wieder auf die neuen Technologien einstellen. Um sie dabei zu unterstützen, die notwendigen Fähigkeiten für das digitale Zeitalter aufzubauen, bietet die Allianz verschiedene Trainingsmöglichkeiten an.

Energiesicherheit

Energie ist der Motor moderner Gesellschaften. Der weltweite Energiebedarf wird bis 2035 voraussichtlich um mehr als ein Drittel steigen. Daher ist eine sichere Energieversorgung auch in Zukunft von zentraler Bedeutung. Energiesicherheit wird oft als die uneingeschränkte Verfügbarkeit von Energie zu erschwinglichen Preisen definiert. Für uns umfasst das Thema jedoch weit mehr. Unter anderem beschäftigen wir uns mit Fragen,

- wie sich Energieressourcen und Produktionskapazität sichern lassen,
- wie ein sicherer Transport von Brennstoffen auf dem Seeweg sowie von Strom über Netze gewährleistet werden kann und
- welche Auswirkungen auf Umwelt und Klima zu erwarten sind.

Der globale Energiemix und seine Folgen

In der Vergangenheit waren fossile Brennstoffe wie Kohle und Erdöl reichlich vorhanden und in vielen Ländern günstig verfügbar. Da alternative Formen der Energieerzeugung die derzeitige Nachfrage nicht vollständig abdecken können, bleiben die fossilen Brennstoffe noch viele Jahre ein wichtiger Bestandteil im globalen Energiemix. Daran werden auch der erwartete Rückgang der Ölfördermengen und die nach wie vor hohen Risiken beim Transport über den Seeweg oder Pipelines nichts ändern.

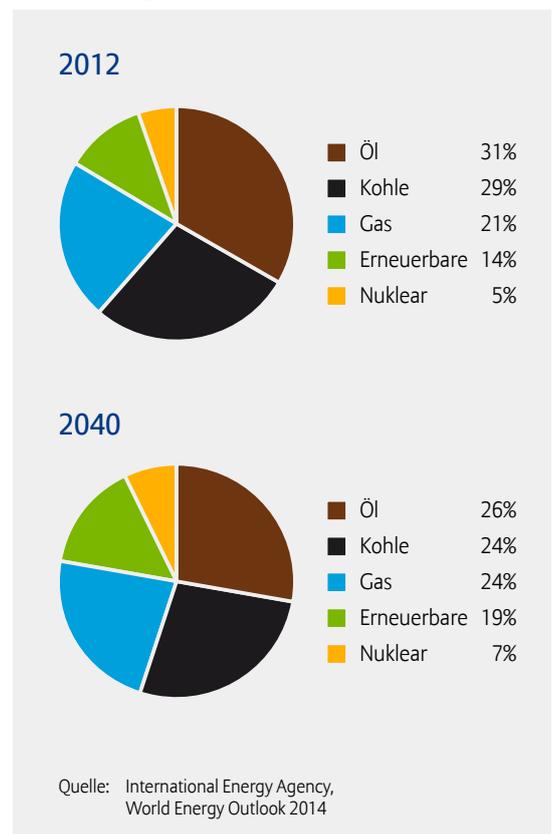
Kohle: Da für CO₂-Emissionen derzeit angemessene Preise kaum zu erwarten sind, bleibt Kohle für viele Länder ein attraktiver Brennstoff. Kohlelagerstätten sind weltweit verbreitet und relativ einfach abzubauen. Daher wird die Nachfrage in Entwicklungsländern bis 2035 voraussichtlich um ein Drittel steigen.

Schiefergas und -öl: Die Förderung von Schiefergas mit Hilfe horizontaler Bohrungen und der Hydraulic-Fracturing-Technologie, kurz „Fracking“, hat die Energielandschaft in den USA maßgeblich verändert. Die Ressourcen sind so enorm, dass die USA zu einem der größten Gaslieferanten werden könnten, wenn schnell genug Flüssiggas-Terminals (Liquified Natural Gas – LNG) gebaut werden. Selbst wenn die Vorräte, wie berechnet, voraussichtlich nur rund ein Jahrzehnt reichen, hätte der Ausbau der Infrastruktur erhebliche

Folgen für den weltweiten Gasmarkt.

Inzwischen hat Gas Kohle als Hauptquelle für die lokale Stromerzeugung in den USA verdrängt. Als Folge wird die Kohle in andere Länder exportiert und führt dort zu einem Überangebot an Kohle. Die Förderung von Schiefergas und -öl hat sich auf die US-Ausgaben für Öl- und Gasimporte niedergeschlagen. Die Energiekosten sanken, was sich positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit energieintensiver Branchen in den USA auswirkte. Doch der Boom hat auch eine Kehrseite. Förderung und Verbrauch fossiler Energieträger bergen erhebliche Umwelt- und Klimarisiken. Stützt sich die künftige wirtschaftliche Entwicklung ausschließlich auf fossile Brennstoffe, sind Investitionen in eine CO₂-arme Infrastruktur und entsprechende Energiequellen weniger attraktiv. Anstrengungen, die darauf abzielen, die Energieeffizienz zu steigern und dadurch die Kosten zu senken, greifen ins Leere.

Globaler Energiemix



Kernenergie: Kernenergie ist zwar kohlenstoffarm, dafür sind die Risiken erheblich. Der Nuklearunfall 2011 im japanischen Fukushima hat uns die Gefahren erst kürzlich wieder ins Gedächtnis gerufen. Von Terrorangriffen ganz zu schweigen. Und dann ist da noch das langlebige und gefährliche Erbe in Form von Atommüll, das die Gesellschaft vor besondere Herausforderungen stellt. Die Regierungen nehmen dabei sehr unterschiedliche Haltungen ein. Einige Staaten sind zum Atomausstieg entschlossen. Die Mehrheit jedoch betrachtet Kernenergie als strategischen Bestandteil im nationalen Energiemix und überlegt, Investitionen in Atomkraft zu steigern.

Erneuerbare Energien: In den letzten Jahren sind die Technologiekosten stark gesunken, und so sind erneuerbare Energien an guten Standorten mittlerweile auf Augenhöhe mit konventionellen Energieformen. Erneuerbare Energien sind CO₂-arm. Sie können dezentral Strom produzieren und schließen damit Versorgungslücken im Stromnetz. Sie bieten so Energieversorgung für Gemeinden, die nicht an das Stromnetz angebunden sind.

Energieeffizienz: Neben den strukturellen Vorteilen von erneuerbaren Energien gibt es zahlreiche Möglichkeiten, die Energieeffizienz im Stromsektor – bei Erzeugung, Übertragung und Verbrauch – zu verbessern. Beim Heizen bestehen insbesondere im Wohnungsbau große Einsparpotenziale, ebenso lässt sich die Energieeffizienz bei Industrieverfahren verbessern. Fortschritte in diesen Bereichen haben eine effizientere Ressourcennutzung sowie eine bessere Energiesicherheit in jeglicher Hinsicht zur Folge.

Herausforderungen für die Energiesicherheit

Eine der größten Herausforderungen spiegelt sich in der Frage, wie sich der wachsende Energiehunger mit den Bemühungen, den Klimawandel abzuschwächen, vereinbaren lässt. Die Förderung und die Verbrennung fossiler Energieträger sind die wichtigste Ursache für die Freisetzung von Treibhausgasen. Die Energieproduktion ist für mehr als 80 Prozent der durch den Menschen verursachten Emissionen verantwortlich. Dabei werden die erneuerbaren Energien fast die Hälfte des voraussichtlichen Anstiegs des Primärener-

giebedarfs abdecken können. Wichtige OECD-Länder haben bereits erfolgreich damit begonnen, CO₂-Emissionen und Wirtschaftswachstum zu entkoppeln. Zugleich gibt es aber zahlreiche Länder, die immer noch stark von fossilen Brennstoffen, insbesondere von Kohle, abhängig sind.

Um die globale Erwärmung auf 2 °C über dem vorindustriellen Niveau – dem wissenschaftlich empfohlenen Höchstwert – zu begrenzen, muss der Übergang zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft beschleunigt werden. Kapital, das bisher in fossile Brennstoffe investiert wurde, muss stattdessen in CO₂-arme Anlagen fließen. Um dafür Anreize zu schaffen, wurde eine Reihe politischer Maßnahmen getroffen. Dazu zählt die Preisbelastung für Kohlenstoffemissionen, wie sie aktuell unter anderem in der EU, Kalifornien und in einigen chinesischen Provinzen praktiziert wird. Oder aber die Festlegung von Emissionsnormen in den USA, der EU und in Großbritannien. Außerdem haben die USA, Großbritannien, die nordischen EU-Mitgliedsstaaten, die Europäische Investitionsbank und die Weltbank damit begonnen, Exportfinanzierungen für emissionsintensive Projekte in Entwicklungsländern einzuschränken. In einigen Ländern hat die Politik verbindliche Ziele für die Erzeugung von Energie aus erneuerbaren Quellen festgesetzt. Außerdem wurde der Weg für Subventionen bereitet, um die Markteinführung dieser Technologien zu fördern.

Dieser Kurs bringt neue Herausforderungen für die Energiesicherheit: Einerseits sind die Regierungen bestrebt, die Kosten für emissionsträchtige fossile Energiequellen zu erhöhen und so deren Nutzung entgegenzuwirken. Allerdings reichen die finanziellen, regulatorischen und technischen Möglichkeiten erneuerbarer Energien derzeit noch nicht aus, um den Energiebedarf komplett zu decken. So ist die Erzeugung von Strom aus erneuerbaren Energien volatil. Daher sind nach wie vor flexible Reservekraftwerke in Form konventioneller Energiequellen erforderlich.

Antwort auf die neuen Herausforderungen

Folgende Sofortmaßnahmen helfen, die oben beschriebenen neuen Herausforderungen zu bewältigen: Die globalen Kapitalmärkte müssen saubere statt konventionelle Energiequellen finanzieren. Entsprechende Stellschrauben könnten neue Finanzinstrumente wie etwa „grüne Anleihen“ oder die Korrektur von Aktienindizes sein, die eher emissionsintensiv sind.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Infrastruktur. Sie muss so gestaltet werden, dass sie das Potenzial neuer Energietechnologie besser ausschöpft und flexibler auf die Nachfrage reagiert. Zu den Anforderungen zählen außerdem der Ausbau hochleistungsfähiger Netze und günstigere, leistungsstärkere Energiespeicher.

Es gibt genug Herausforderungen, die bewältigt werden müssen, um die Energiesicherheit zu gewährleisten. Dazu zählen:

- die Volatilität von Brennstoff- und Energiepreisen und ein sich abzeichnender langfristiger Preisanstieg, der die Frage der Bezahlbarkeit aufwirft,
- der politische Einfluss von Ländern, die fossile Brennstoffe exportieren, insbesondere auf Staaten, die von Importen stark abhängig sind,
- die regulatorische Unsicherheit, die langfristige Investitionen behindert und Forschung und Entwicklung im Bereich der neuen Technologien nicht richtig zur Entfaltung kommen lässt,
- die zerstörerische Wirkung von Naturkatastrophen und extremen Wetterereignissen auf Energieerzeugungsanlagen oder Versorgungsleitungen,
- Umweltverschmutzung, Wasserknappheit, Schutzgebiete oder Flächenkonkurrenz mit landwirtschaftlicher Erzeugung, die zu örtlichem Widerstand gegen Energieprojekte führen,
- Terroranschläge (einschließlich Cyber-Angriffe) auf Kraftwerke oder Versorgungssysteme.

Die Aktivitäten der Allianz

Wir unterstützen den Übergang zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft. Dabei sehen wir uns in der Rolle

des Vermittlers. Wir fördern den Ausbau von erneuerbaren Energien, Cleantech und Infrastruktur.

Aus Anlegerperspektive sind erneuerbare Energien für uns ein attraktiver Wachstumsmarkt, denn sie tragen zu einer stärkeren Diversifizierung bei. Dadurch können wir unsere Risiken noch besser streuen. Außerdem bieten erneuerbare Energien stabile langfristige Erträge und passen damit gut zu unserer Anlagestrategie. Die Risiken sind überschaubar, die Anlagezeiträume langfristig. Wir sind mit Investitionen in Höhe von 2 Milliarden Euro seit 2005 einer der größten Investoren im Bereich Wind- und Solarenergie weltweit. Weitere Informationen finden Sie im Abschnitt Klimafreundliche Investitionen auf Seite 86.

Darüber hinaus setzen wir uns für den notwendigen Ausbau der Infrastruktur ein. Als Mitglied verschiedener Organisationen, die an der Schnittstelle zwischen Finanzwirtschaft und Klimawandel tätig sind, leisten wir einen Beitrag zur Diskussion, wie die Kapitalmärkte für den Aufbau einer CO₂-armen Wirtschaft mobilisiert werden können.

Im Februar 2014 hat die Allianz in Partnerschaft mit der Europäischen Kommission das „Energie-Infrastruktur Forum“ in Berlin organisiert. Die Teilnehmer diskutierten über den aktuellen Stand der Energiewende und mögliche Anreize für weitere Investitionen. Die Hauptredner waren Rainer Baake, Staatssekretär für Energie, und Jos Delbeke, EU-Generaldirektor für Klimapolitik.

Angesichts der Wirtschaftskrise in Europa und der knappen Staatskassen in aller Welt sind Investitionen des privaten Sektors unerlässlich. Nur so können Kraftwerke und Netzinfrastruktur modernisiert werden. Allerdings macht es das gegenwärtige europäische Kartellrecht einem Anleger unmöglich, gleichzeitig sowohl in Energieerzeugung als auch in die Energienetze zu investieren. Wir unterstützen den Gedanken, dass damit einer Monopolisierung vorgebeugt werden soll. Jedoch unterscheidet die derzeitige Form des Kartellrechts nicht zwischen traditionellen Erzeugern und Investoren.

Regulatorische und technologische Entwicklungen haben große Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähig-

keit der CO₂-intensiven Sektoren. Zu den wichtigsten Faktoren zählen die Bemühungen um höhere Preise für Kohlenstoffemissionen, die erhebliche Kostensenkung bei den erneuerbaren Energien und der Anstieg der Förderkosten bei fossilen Brennstoffvorkommen. Diese Entwicklungen können sich auch auf die Vermögensverwaltung auswirken. Das Ergebnis eines gemeinsamen Forschungsprojekts von Allianz, der CO-Firm und WWF ermöglicht es Investoren, die finanziellen Folgen bestehender und prognostizierter Energie- und Klimaregulierungen für Emittenten und Industrie in ausgewählten Industriesparten und wichtigen Erzeugerländern besser einschätzen zu können. Das Forschungsprojekt berücksichtigt dabei auch eventuelle Anpassungsmöglichkeiten der Emittenten und Industrie. Die Forschungsergebnisse lassen sich in den Finanzmodellierungsprozess integrieren. Damit dienen sie Investoren als Grundlage für ihre Szenarioanalysen. Außerdem helfen sie ihnen, Mechanismen zu entwickeln, Risiken frühzeitig aufzuspüren und neue Wege für Investitionen aufzuzeigen.

Als Versicherer, der sich für Nachhaltigkeit einsetzt, unterstützen wir mit unseren Produktangeboten den Übergang zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft. Für unsere Privatkunden bieten wir eine Reihe von Dienstleistungen an.¹ Dazu zählt die Beratung über Energieeffizienzmaßnahmen und ihre Umsetzung in Kundenhaushalten. Unseren Firmenkunden stellen wir Lösungen für erneuerbare Energien bereit, von der Konstruktions- bis hin zur Betriebsphase. Wir bieten Versicherungen für Energieerzeuger und Infrastrukturanlagen an und tragen dadurch zur Sicherung von Nachfrage und Energieversorgung bei: Blackouts oder Leistungsunterbrechungen – sei es für den Bruchteil einer Sekunde oder über Stunden – sind für eine moderne Wirtschaft kritische Szenarien.

Wir beteiligen uns an Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten, die den Wandel hin zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft begünstigen. Das Allianz Zentrum für Technologie (AZT) arbeitet gemeinsam mit Forschungsinstituten und Industrieverbänden an der Entwicklung und Bewertung von Technologien, die die Energienachfrage auf kohlenstoffarme Weise decken

können. Als Experten für Risikomanagement führen wir regelmäßig Studien zu Themen wie Energiesicherheit durch. Die Forschungsergebnisse sind für die Öffentlichkeit zum Beispiel über das Magazin „Global Risk Dialogue“ von unserem Industrieversicherer Allianz Global Corporate and Specialty und die Webseite Open Knowledge zugänglich.

Energiesicherheit bleibt eine große Herausforderung. Als Risikomanager und institutioneller Investor werden wir uns auch in Zukunft weiter an der Entwicklung von Lösungsansätzen beteiligen.

¹ Mehr Informationen über grüne Lösungen auf Seite 77.

Ernährungssicherheit

Die Weltgesundheitsorganisation definiert Ernährungssicherheit als Zustand, „in dem alle Menschen jederzeit Zugang zu ausreichender, sicherer und nährstoffreicher Nahrung haben, um ein gesundes und aktives Leben führen zu können“.¹ Drei Dinge sind dafür notwendig:

- 1 **Verfügbarkeit:** ein allgemein ausreichendes Angebot von Lebensmitteln
- 2 **Zugang:** ein ausreichendes Maß an wirtschaftlichen und materiellen Mitteln, um sich mit Nahrung versorgen zu können
- 3 **Nutzung:** angemessene Nutzung und Kenntnis von Lebensmitteln und ihrer Herstellung. Das schließt auch den Zugang zu Wasser und sanitären Anlagen mit ein.

Ernährungssicherheit ist ein komplexes Thema, bei dem sozioökonomische Ungleichheiten deutlich werden. Um das Thema wird eine intensive Debatte geführt, die in ihrer Dimension auch Themen wie Bevölkerungswachstum, Klimawandel und Infrastruktur betrifft.

Nahrungsmittelpreise und Armut

Die Teuerung und Volatilität der Lebensmittelpreise in den letzten Jahren haben die Ernährungssicherheit als globales Problem zunehmend ins Bewusstsein der Öffentlichkeit gerückt. Da einkommensschwache Menschen bis zu vier Fünftel ihres Einkommens für Nahrungsmittel ausgeben,² können selbst kurz andauernde Preisspitzen den Zugang zu Nahrungsmitteln erheblich erschweren und Millionen Menschen in Armut und Hunger stürzen.

In den Jahren 2007 und 2008 erlebte die Welt einen Preisanstieg für Nahrungsmittelrohstoffe in bisher ungekannter Höhe.³ Im Vergleich zum durchschnittlichen Preisniveau 2005 erhöhten sich die Preise in den nachfolgenden Jahren um mehrere hundert Prozent. Ein zweiter signifikanter Preisanstieg zwischen Mitte

2010 und Anfang 2011 trieb weitere 44 Millionen Menschen in die Armut.⁴

Viele Faktoren tragen zu Preissteigerungen bei. Zu den häufigsten Ursachen zählen:

- Trockenperioden oder Überflutungen und ihre Folgen auf die Ernten,
- höhere Ölpreise, die wiederum die Transport- und Düngemittelkosten beeinflussen,
- ein stärkerer Bedarf an Anbauflächen und Nutzpflanzen für Biokraftstoffe,
- das Bevölkerungswachstum sowie ein Wandel der Ernährungsgewohnheiten insbesondere in Indien und China, wo die wachsende Mittelschicht zunehmend proteinreichere Lebensmittel wie Fleisch und Milchprodukte konsumiert.

Zwar wächst die Anzahl der Studien zu diesem Thema stetig, doch bisher konnten sich die Experten nicht darüber einigen, in welchem Maße jeder einzelne Faktor zum Anstieg der Rohstoffpreise beiträgt. Eine der Hauptthesen konzentriert sich auf die Rolle der institutionellen Investoren auf diesem Gebiet. Demnach sorgen sie mit ihrem immer stärker werdenden Engagement auf den Rohstoffterminmärkten für eine Destabilisierung der Rohstoffpreise, was schließlich zu einem Anstieg der Lebensmittelpreise beiträgt.

Ernährungssicherheit und Finanzdienstleistungen

Rohstoffterminbörsen sollen den Markt vor Preisschwankungen schützen. Für Landwirte, die Agrarprodukte verkaufen, und für die Käufer von Rohstoffen ist dies sehr nützlich, weil jeder Partei ein bestimmter Preis garantiert wird. Das System bietet einen Mechanismus, mit dem die Risiken durch Preisschwankungen gesteuert werden können. Über eine Rohstoffterminbörse kann beispielsweise ein Maisbauer den Preis für seine Ernte Monate im Voraus festsetzen. Dieses Verfahren trägt zum wirtschaftlichen Überleben von Landwirten bei. Die Börse stellt sicher, dass jeder Verkäufer einen Käufer findet, vorausgesetzt ihre Preisvorstellungen stimmen überein.

1 World Food Summit, 1996

2 Rohstoffe sind Ressourcen, wie Nahrungsmittel, Getreide und Metalle, die mit anderen Produkten desselben Typs austauschbar sind und von Anlegern üblicherweise über Terminkontrakte gekauft oder verkauft werden. Der Rohstoffpreis unterliegt Angebot und Nachfrage (Quelle: www.investorwords.com).

3 O. De Schutter, 2010, Food Commodities Speculation and Food Price Crises: Regulation to reduce the risks of price volatility, UN Special Rapporteur on the Right to Food

4 M. Ivanic, W. Martin and H. Zaman, 2011, Estimating the short-run poverty impacts of the 2010-11 surge in food prices, World Bank.

Die Deregulierung der Börsen für Rohstoffderivate in Europa und in den Vereinigten Staaten im Jahr 2000 führte zu einer stärkeren Präsenz von Finanzinstituten in den Rohstoffmärkten. Dieser Trend hat sich seit der weltweiten Finanzkrise weiter fortgesetzt, da Anleger neben traditionellen Anlageklassen wie Anleihen und Aktien nach alternativen Anlagechancen suchen. Rohstoffe gelten als attraktive Alternative. Ihre Entwicklung verläuft meist unabhängig vom Auf und Ab der Anleihen- und Aktienmärkte. Das hat die jüngste Finanzkrise deutlich gezeigt.

Der Allianz und anderen Anlegern wie Hedgefonds, Investmentfonds und Investmentbanken wurde vorgeworfen, den Anstieg der Lebensmittelpreise mitverantwortet zu haben. Angetrieben von Eigennutz und Profitgier hätten die Investoren ihre Präsenz auf den Rohstoffmärkten kontinuierlich ausgebaut – mit Auswirkungen auf Teuerungsraten, Hunger und Armut.

Unser Standpunkt

Als Investor, der sich seiner gesellschaftlichen Verantwortung bewusst ist, nehmen wir diesen Sachverhalt sehr ernst und arbeiten mit Nichtregierungsorganisationen (Non-Governmental-Organisation – NGO) und anderen Organisationen zusammen, um ihre Vorbehalte und Erwartungen gegenüber Finanzinstituten besser zu verstehen und unseren eigenen Standpunkt zu verdeutlichen. Neben dem Dialog mit NGOs prüfen wir auch intern, welche Auswirkungen unser Handeln in diesem Bereich mit sich bringt.

Wir haben unsere Versicherungsgelder nicht direkt in Agrarrohstoffe oder in Rohstoffindexfonds investiert. Über unser Vermögensverwaltungsgeschäft können die Kunden der Allianz in Aktien von Rohstoffproduzenten und in Rohstoffindex-Fonds¹ investieren. Wichtig zu betonen ist dabei, dass wir auch im Vermögensverwaltungsbereich nicht direkt in Agrarrohstoffe investieren. Genauso wenig reduzieren wir

das Angebot etwa durch das Bunkern von Rohstoffen. Diese Fonds sind weder von der Struktur noch von der Verwaltung her dafür konzipiert, Nahrungsmittel zu verknappen. Vielmehr verschaffen sie dem Rohstoffmarkt Liquidität, die er benötigt, um die Nahrungsmittelproduktion für die schnell wachsende Weltbevölkerung sicherzustellen. Investitionen in Warenterminkontrakte² sollen Produzenten und Käufer von Rohstoffen gegen das Risiko schwankender Preise absichern. Ohne diese Absicherung würden Landwirte weniger landwirtschaftliche Güter erzeugen und weniger in ihre Produktionsanlagen investieren, weil sie sich nicht auf garantierte künftige Erträge verlassen könnten. Die Entwicklung des Preisindex für Agrarrohstoffe basiert auf der erwarteten Entwicklung der realen Rohstoffpreise und nicht umgekehrt.

Unsere Anlagestrategie, unser Anlageverhalten und unser Anlagevolumen sollen und können die Preise an den Warenterminmärkten nicht beeinflussen. Unsere Kunden möchten in diesem Markt eine nachhaltige und stabile Anlagerendite erzielen. Sie tendieren zu antizyklischen Investitionen, legen also Kapital bei fallenden Rohstoffpreisen an und verkaufen bei steigenden Preisen. Rohstoffindexfonds profitieren nicht nur von steigenden Preisen. Die Anleger können auch von fallenden Preisen profitieren und umgekehrt durch fallende oder steigende Preise Geld verlieren, je nach Position.

Die Termingeschäfte werden zudem lange vor Fälligkeit des Kontrakts glattgestellt. Wir müssen die Rohstoffe damit also weder übernehmen noch liefern. Wir verkaufen die sogenannten Futures 30 Tage vor Fälligkeit und ersetzen sie durch Kontrakte mit späteren Terminen. Unsere Anlagestrategie kann die Preisvolatilität damit gar nicht beeinflussen. Bewegung in die Preise kommt meist erst im letzten Monat eines Terminkontrakts, dann, wenn im Markt die Preise gebildet werden. Den Preis bestimmen letztendlich Angebot und Nachfrage. Hauptgründe für die Lücke zwischen dem Angebot und der Nachfrage im Bereich der Nahrungsmittelrohstoffe sind aus unserer Sicht

1 Ein Rohstoff-Indexfonds ist ein Fonds, dessen Vermögen in Finanzinstrumente investiert wird, die auf einem Rohstoffpreisindex basieren oder an einen solchen gekoppelt sind (z. B. Terminkontrakte, Swaps). Ein Rohstoffpreisindex ist ein Index mit fester Gewichtung oder ein (gewichteter) Durchschnitt ausgewählter Rohstoffpreise, die auf Spot- oder Terminpreisen basieren können. Er ist so konzipiert, dass er für die gesamte Anlageklasse der Rohstoffe oder für einen spezifischen Teilbereich, beispielsweise für Energie oder Metalle, repräsentativ ist.

2 Im Finanzbereich ist ein Terminkontrakt (auch als Future bezeichnet) ein standardisierter Vertrag zwischen zwei Parteien über den Kauf oder Verkauf eines bestimmten Vermögenswerts mit standardisierter Quantität und Qualität zu einem heute vereinbarten Preis, wobei Lieferung und Zahlung an einem festgelegten Termin in der Zukunft erfolgen.

vor allem das Bevölkerungswachstum, der steigende Verbrauch in den Schwellenländern, die zunehmende Nutzung landwirtschaftlicher Flächen zur Herstellung von Biokraftstoffen, Handelsschranken, extreme Wetterereignisse, steigende Energiepreise, Wasserknappheit und Ineffizienz im Agrarsektor.

Unser Beitrag zur Ernährungssicherheit

Die Landwirtschaft ist und bleibt die treibende Kraft für das Wachstum im ländlichen Bereich. Die Landwirtschaft kann die Armut reduzieren – sofern sie in der Lage ist, die wachsende Nahrungsmittelnachfrage trotz der gestiegenen Umwelt- und Marktrisiken zu befriedigen. Wir bieten Landwirten Produkte an, die ihnen helfen, Risiken wie Trockenperioden oder Überflutungen zu mindern. Wir helfen ihnen, trotz der Widrigkeiten rentabel zu wirtschaften. Schon jetzt bieten wir Millionen von einkommensschwachen Menschen in Asien, Afrika und Lateinamerika Mikroversicherungen an. Diese Versicherungen zielen darauf ab, die Folgen von Naturkatastrophen, Unfällen und Krankheiten zu lindern. Auf diese Weise helfen wir ihnen, ausreichende ökonomische Ressourcen aufzubauen, damit sie ihre Lebensgrundlage sichern können. Darüber hinaus bieten wir Ernteversicherungen an, mit denen sich die Landwirte vor den Folgen extremer Wetterbedingungen wie Trockenperioden oder Überflutungen schützen können. Weitere Informationen finden Sie im Abschnitt Mikroversicherungen auf Seite 78.

Viehversicherung: Landwirte in Indien erhalten Schadenersatz, wenn ihr Vieh (beispielsweise Rinder, Schafe und Ziegen) stirbt. Über eine Zusatzoption können sie sich außerdem gegen Krankheiten versichern, die sich negativ auf die Milchproduktion und die Fortpflanzung ihrer Tiere auswirken. Für den Großteil der armen Bevölkerung Indiens bedeutet die Viehhaltung ihre Existenzgrundlage. Dank der Viehversicherung kann der Bauer im Schadenfall neues Vieh kaufen. Damit ist er in der Lage, seinen Betrieb neu aufzubauen und ein Einkommen, beispielsweise mit Milchprodukten, zu erwirtschaften. Diese Versicherung ist seit 2005 verfügbar. Mittlerweile sind über 50.000 Tiere darüber versichert.

(Reis-)Ernteversicherung: Allianz Re ist gemeinsam mit der deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), dem internationalen Rice Research Institute, der Schweizer Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA) und dem Schweizer Softwareentwickler sarmap Gründungsmitglied von RIICE (Remote-sensing based Information and Insurance for Crops in Emerging economies). Diese Partnerschaft aus mehreren Interessensgruppen hat sich zum Ziel gesetzt, Regierungen und Nichtregierungsorganisationen umfassendere Informationen über den Reisanbau zu bereitzustellen. Die Vereinigung will auf diese Weise die Ernteversicherungsprogramme in Südostasien verbessern und damit einen direkten Beitrag zur Ernährungssicherheit in dieser Region leisten. Auf technischer Seite werden die Initiatoren von der Europäischen Weltraumorganisation ESA unterstützt. Ihre Radarbilder liefern wertvolle Informationen darüber, wie sich die Ernten entwickeln. Die Allianz nutzt die Daten, um Versicherungslösungen für Landwirte zu entwickeln. Regierungen profitieren ebenfalls von dem Programm. Für sie dient das System als eine Art Frühwarnsystem. Sobald sich abzeichnet, dass die Ernten nicht ausreichen, um die Bevölkerung zu versorgen, können Regierungen Vorsorge treffen. RIICE wird derzeit bereits in Bangladesch, Kambodscha, Indien, Indonesien, Thailand, Vietnam und auf den Philippinen eingesetzt.

Staatliche Agrarversicherungsprogramme: (engl.: Multiperil crop (and livestock) insurance)

Allianz Re bietet gemeinsam mit Regierungen und Versicherungsunternehmen vor Ort über 125 Millionen Bauern mit geringem Einkommen Versicherungsschutz über Agrar-Versicherungsprogramme aus öffentlicher Hand. Seit 2009 schlossen 25 Millionen indische Bauern Mehrgefahrenversicherungen gegen Ernteausfälle ab. In China profitieren bereits 100 Millionen Bauern von der Mehrgefahrenversicherung für Ernten und Vieh. Seit 2014 beteiligt sich Bajaj Allianz General Insurance an einem parametrischen Wetterversicherungsprogramm gegen Ernteausfälle der indischen Regierung. Dieses Programm subventioniert bis zu 70 Prozent der Prämien, je nach Staat und Distrikt. Im Jahr 2014 deckte Bajaj Allianz im Rahmen dieses Programms 2 Millionen Kleinbauern und erwirtschaftete ein Prämieeinkommen von 38 Millionen Euro.

Palmöl

Palmöl ist ein wichtiger Agrarrohstoff, der heutzutage als Inhaltsstoff in Lebensmitteln wie Speiseölen, Margarine, Gebäck, Eiscreme und Schokoladenerzeugnissen eingesetzt wird. Außerdem wird es in beträchtlichen Mengen bei der Herstellung von Seifen, Reinigungsmitteln und Kosmetika sowie zunehmend auch als Biokraftstoff verwendet. Da Palmöl jedoch in der Regel als „Pflanzenöl“ ausgewiesen wird, ist es oft nicht leicht zu identifizieren.

In den vergangenen zehn Jahren hat sich die Palmölproduktion verdoppelt, und bis 2020 wird sie sich voraussichtlich noch mal verdoppeln. Mit fast 90 Prozent der Produktion sind Malaysia und Indonesien derzeit die wichtigsten Erzeugerländer.¹ Andere asiatische, afrikanische und südamerikanische Länder steigern ihre Palmölproduktion ebenfalls.

Wie bei den meisten wichtigen Rohstoffen haben die Produktion und Verwendung von Palmöl Vor- und Nachteile.

Vorteile

Palmöl ist ein äußerst vielseitig einsetzbarer Agrarrohstoff. Mit ihm lassen sich nicht nur wettbewerbsfähige Preise erzielen, die Produktion ist auch das ganze Jahr möglich. Außerdem ist der Anbau äußerst ergiebig. Im Vergleich zu anderen Ölpflanzen wie Kokosnüssen, Raps und Sonnenblumen erreichen die Ölpalmen den höchsten Ertrag pro Hektar. Die weltweite Nachfrage nach Palmöl ist daher groß. Für viele Erzeugerländer, die meisten von ihnen sind Entwicklungsländer, stellt Palmöl eine bedeutende Einkommensquelle dar.

Palmöl ist ein ernährungsphysiologisch wichtiges Nahrungsmittel. Es enthält die Vitamine A und E in hoher Konzentration und ist eine bedeutende Energiequelle. Zudem ist es cholesterinfrei und enthält eine ausgewogene Zusammensetzung von Fettsäuren. Für sich allein genommen kann man es zwar nicht als „gesundes“ Nahrungsmittel bezeichnen, es stellt aber eine gesündere Alternative zu Transfetten dar. In vielen industriell verarbeiteten Lebensmitteln werden Transfette infolge des steigenden Gesundheitsbe-

wusstseins und strengerer Kennzeichnungsvorschriften daher durch Palmöl ersetzt.

Negative Auswirkungen

Die exponentiell steigende Nachfrage nach Palmöl geht mit einer großflächigen Entwaldung einher. Große Waldflächen werden abgeholzt, um Raum für Palmölplantagen zu schaffen. Damit werden die heimische Flora und Fauna zerstört. Diese Entwicklung setzt sich rasant fort. Durch die Entwaldung wird der Lebensraum verschiedener Tier- und Pflanzenarten zerstört, darunter auch jener gefährdeter Arten wie der Orang-Utans und der Sumatra-Tiger. Darüber hinaus beeinflusst die Entwaldung das Klima. Schätzungen zufolge verursacht der Kahlschlag rund 20 Prozent der weltweiten Treibhausgasemissionen. In Malaysia und Indonesien wachsen die Wälder häufig auf uralten Torfmooren. Wenn die Bäume abgeholzt werden, liegen die Moore bloß und setzen große Mengen an Kohlenstoff frei. Zwischen 2000 und 2010 wurden mehr als 50 Prozent der abgeholzten Waldflächen für die Anpflanzung von Palmenölplantagen verwendet.² Die durch die Brandrodung der Wälder verursachte Luftverschmutzung in Südostasien stellt zudem ein Gesundheitsrisiko dar.

Palmölanbauer und -erzeuger werden für den übermäßigen Einsatz von Düngemitteln und Insektiziden kritisiert, die Oberflächen- und Grundwasser verschmutzen. Der Branche werden außerdem Niedriglöhne, der Missbrauch von Arbeitskräften und die Missachtung der Rechte der indigenen Bevölkerung sowie der lokalen Gemeinschaften vorgeworfen. Zudem besteht aufgrund der Rentabilität der Palmölbranche insbesondere in einkommensschwachen Regionen ein hohes Korruptionspotenzial.

¹ Center for International Forestry Research, 2014, Palms of controversies. Oil palm and development challenges

² Carlson et al., Carbon emissions from forest conversion by Kalimantan oil palm plantations, Nature Climate Change, 2012

Nachhaltiges Palmöl

Mit dem Wachstum der Branche in den vergangenen Jahrzehnten ist das Bewusstsein für die Probleme und die häufig kontroversen Methoden der Palmölproduktion gestiegen. Öffentlichkeitswirksame Kampagnen von NGOs und eine wachsende Anzahl von Maßnahmen auf Seiten von Großabnehmern und Verbrauchern haben zur Sensibilisierung für das Thema beigetragen. Die Interessengruppen wissen um die zahlreichen Vorteile des Palmöls. Darum setzen sie sich für einen alternativen Umgang mit dem Naturrohstoff ein.

2004 wurde der Runde Tisch für nachhaltiges Palmöl (Roundtable on Sustainable Palm Oil) ins Leben gerufen. Das Ziel dieser gemeinnützigen Vereinigung verschiedenster Interessengruppen besteht darin, eine nachhaltige Produktion und Nutzung von Palmöl zu fördern. Dank des Wissenszuwachses sowie der Verbesserung der Anbaumethoden in den vergangenen Jahren gilt die Produktion nachhaltigen Palmöls nun weithin als realisierbar. Viele Großabnehmer haben sich das Ziel gesetzt, ihren Bedarf an Palmöl zu 100 Prozent aus zertifiziertem nachhaltigen Anbau zu decken. Zwischen vorhandenem Angebot und der Nachfrage nach Palmöl aus nachhaltigem Anbau klafft jedoch weiterhin eine Lücke. Stand Juni 2014 wurden nur 18 Prozent der gesamten Palmölproduktion als nachhaltig zertifiziert.¹ 2014 haben sich mehrere Großproduzenten öffentlich für eine nachhaltige Palmölproduktion ausgesprochen und dabei nochmal den Dreiklang aus folgenden Prämissen betont: „keine Abholzung“, „kein Anbau in Torfmooren“, „keine Ausbeutung von Land und Menschen“.

Palmöl und Finanzdienstleistungen

In ihrer Rolle als Investoren und Versicherer kommen Finanzinstitutionen mit der Palmölindustrie in Berührung. Sie stehen wegen ihrer beträchtlichen Investitionen in die Palmölbranche und ihres indirekten Beitrags zur Zerstörung der Urwälder in Malaysia und Indonesien in der Kritik. So wurde Investoren Nachlässigkeit bei der Beurteilung von ESG-Risiken vorgeworfen. Außerdem hätten sie sich nicht stark genug für die Einhaltung hoher Umwelt- und Sozialstandards eingesetzt.

Unser Standpunkt

Im Rahmen unseres Gesamtansatzes zur Integration von ökologischen, sozialen und Governance(ESG)-Aspekten in unsere Investitions- und Versicherungsprozesse hat die Allianz den landwirtschaftlichen Sektor als sensibles Geschäftsfeld identifiziert (für weitere Informationen siehe ESG-Ansatz auf Seite 26). Unsere ESG-Richtlinie für die Landwirtschaft deckt die spezifischen ESG-Risiken der Palmölproduktion ab, darunter die Brandrodung und der Verlust bedrohter Arten.

Die Allianz beteiligt sich als verantwortungsbewusster Investor aktiv am Dialog über die Entwicklung einer nachhaltigen Palmölindustrie. AllianzGI ist Mitglied der Investor Working Group on Sustainable Palm Oil. Diese Initiative entspringt den UN Principles for Responsible Investment (Prinzipien der Vereinten Nationen für verantwortliches Investieren, PRI), die die Allianz unterzeichnet hat. Die Arbeitsgruppe verfolgt zwei Ziele: Zum einen will sie das Interesse der Investoren an dieser wichtigen Frage steigern und eine einheitliche Position formulieren, um die Entwicklung einer nachhaltigen Palmölindustrie zu fördern. Zum anderen verpflichten sich die Mitglieder zu einem direkten Dialog mit den Unternehmen, in die sie investieren, um die Entwicklung einer nachhaltigen Palmölindustrie zu fördern.

¹ Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), 2014, Impact Report 2014

Wir setzen uns außerdem für Maßnahmen zur Erhaltung der Wälder ein. Unser Konzern ist einer der führenden Investoren in REDD-Projekte (Reduzierung von Emissionen aus der Entwaldung und Schädigung von Wäldern). REDD ist ein Programm der Vereinten Nationen, das Wäldern und ihrer Fähigkeit, Kohlendioxid zu speichern, einen finanziellen Wert beimisst. Das Programm trägt dazu bei, die Zerstörung von Wäldern – unter anderem auch zum Zweck des Palmölanbaus – zu verhindern. Mit diesen Projekten sind zudem auch soziale und wirtschaftliche Vorteile wie die Schaffung von Arbeitsplätzen für die örtliche Bevölkerung verbunden.

Mit unserem Engagement für das REDD-Projekt Rimba Raya auf Borneo, Indonesien, haben wir 2013 unsere Investitionen in Klimaschutzprojekte noch einmal verstärkt. Mit dieser Investition helfen wir, eine Fläche von 64.000 Hektar Tropenwald vor der industriellen Rodung für die Palmölproduktion zu schützen. Für weitere Informationen siehe den Abschnitt Klimafreundliche Investitionen auf Seite 87, der auch weitere Angaben zum Projekt Rimba Raya enthält.

Menschenrechte

Das Konzept der Menschenrechte reicht weit in die Geschichte zurück. Nachdem Kyros der Große 539 vor Christus die Stadt Babylon erobert hatte, befreite er alle Sklaven. Damit nicht genug. Der erste König des antiken Persiens führte außerdem Rassengleichheit und Religionsfreiheit ein.

Seitdem wurden viele offizielle Dokumente erlassen, die die Rechte von Einzelpersonen festschreiben. Dazu gehören unter anderem die Magna Carta (1215), die Petition of Right (1628), die Verfassung der Vereinigten Staaten (1787), die französische Erklärung der Menschen- und Bürgerrechte (1789) und die US-amerikanische Bill of Rights (1791).

Menschenrechte und die Unternehmenswelt

Das moderne Verständnis der Menschenrechte wurde durch die International Bill of Human Rights und die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) geprägt. Zusammen stellen sie die umfassendste Auflistung der international anerkannten Menschenrechte dar. Die International Bill of Human Rights besteht aus der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, dem Internationalen Pakt über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte und dem Internationalen Pakt über bürgerliche und politische Rechte mit seinen zwei Fakultativprotokollen.

Die Internationale Arbeitsorganisation hat acht Kernkonventionen identifiziert, die als grundlegende Prinzipien und Arbeitsrechte gelten. Darüber hinaus gibt es weitere Dokumente, die Unternehmen helfen, ihren Menschenrechtsansatz zu definieren.

Die Leitlinien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte, auch als Ruggie-Framework bekannt, unterstützen Staaten und Unternehmen bei der Implementierung des „Protect, Respect and Remedy“-Rahmenkonzepts. Die Leitlinien definieren klar und deutlich die Verantwortung von Unternehmen, die Menschenrechte zu respektieren, und die Pflicht von Staaten, die Menschenrechte zu schützen. Die Rahmenbedingungen, die sich daraus für die Wirtschaft ergeben, fordern von Unternehmen:

- ein Bekenntnis zur Achtung von Menschenrechten
- Due-Diligence-Prozesse, die Menschenrechtsverletzungen identifizieren, verhindern, mindern und Verstöße zur Rechenschaft ziehen
- Prozesse, die die Beseitigung von Menschenrechtsbeeinträchtigungen ermöglichen

Auf dieser Basis haben die Minister von Mitgliedsstaaten der Organisation für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) 2011 ihre Leitsätze für multinationale Unternehmen aktualisiert mit neuen Empfehlungen zum Umgang mit den Menschenrechten.

Die Einhaltung der Menschenrechte ist heute nicht mehr nur ein Thema für Staaten und Regierungen. Unternehmen aus allen Industriezweigen sehen sich zunehmend in der Verantwortung, Menschenrechte in ihre Geschäftsstandards zu integrieren, ganz egal, wo und wie sie operieren.

Risiken für und Auswirkungen auf die Finanzdienstleistungsindustrie

Von Unternehmen wird erwartet, dass sie nicht nur die Auswirkungen ihrer eigenen Aktivitäten und Transaktionen auf Menschenrechte beachten, sondern auch jene ihrer Geschäftspartner. Bei Letzterem ist die Bestimmung der richtigen Maßnahmen komplex, da die Verbindung alleine in der Geschäftspartnerschaft besteht. Unternehmen sind angehalten, Menschenrechte nicht nur unter dem Aspekt der geschäftlichen Risiken, sondern auch aus Sicht der Betroffenen, das heißt der „Rechteinhaber“, zu betrachten.

Viele der unmittelbaren Risiken und Fragestellungen, denen sich die Finanzdienstleistungsbranche im Hinblick auf Menschenrechte gegenüber sieht, sind allgemeiner geschäftlicher Natur, wie zum Beispiel der Umgang mit den eigenen Mitarbeitern. Aber auch als Investor in öffentliche und private Einrichtung und als Versicherer von multinationalen Unternehmen spielt die Versicherungsbranche eine wichtige Rolle in der globalen Wirtschaft. Durch ihre Geschäftsverbindungen kann sie auf vielfache Weise mit poten-

ziellen Menschenrechtsverstößen in Zusammenhang gebracht werden – zum Beispiel über eine Bauversicherung für ein Unternehmen, das an der Zwangsumsiedlung der örtlichen Bevölkerung beteiligt war, oder als Anteilseigner eines Textilunternehmens, das in seinen Fabriken Kinderarbeit zulässt.

Der Versicherungsindustrie drohen Reputations-, Rechts- und Transaktionsrisiken, sollte sie Menschenrechte nicht achten. Wie Unternehmen mit dem Thema Menschenrechte umgehen, wird von der Öffentlichkeit genau verfolgt. Die Erwartungen von Stakeholdern, Gesellschaft und Politik an Unternehmen in der Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung steigen. So kann es zu Kritik von Nichtregierungsorganisationen, Mitarbeitern und Kunden kommen, wenn Unternehmen zum Beispiel in Ländern tätig sind, die für systematische Menschenrechtsverletzungen bekannt sind. Menschenrechtsstandards werden zunehmend in internationale Konventionen und lokale Regulierungen mit aufgenommen. Des Weiteren lässt sich oft ein Zusammenhang zwischen der Einhaltung von Menschenrechten und der allgemeinen Versicherbarkeit eines Unternehmens oder Projekts erkennen. Das gilt auch für die Investmentseite. Es zeigt sich, dass Anleger, die ESG-Themen bei ihren Entscheidungen berücksichtigen, langfristig Renditen erzielen, die mit weitaus weniger Risiken behaftet sind.¹

Die Finanzdienstleistungsindustrie hat bereits vor einiger Zeit damit begonnen, sich mit dem Thema Menschenrechte auseinanderzusetzen. Diese Entwicklung wurde durch die freiwillige Teilnahme an Initiativen wie den UN Global Compact aus dem Jahr 2000, den UN Principles for Responsible Investment (Prinzipien der Vereinten Nationen für verantwortliches Investieren, PRI) aus dem Jahr 2006 und den UN Principles for Sustainable Insurance (Prinzipien der Vereinten Nationen für nachhaltiges Versichern, PSI) 2012 angestoßen.

Unser Standpunkt

Die Allianz ist sich der Bedeutung von Menschenrechten bewusst, sowohl aus einer wertebasierten als auch aus wirtschaftlicher Sicht. Als Unterzeichner des UN Global Compact (UNGC) kommunizieren wir seit dem Jahr 2002 jährlich unsere Fortschritte bei der Implementierung der zehn Prinzipien des UN Global Compact.

In unseren unterschiedlichen Rollen als Industrieversicherer und Investor, Arbeitgeber, Unternehmen und Corporate Citizen tragen wir jeweils eine Verantwortung, Menschenrechte einzuhalten und zu bewahren. Für alle diese Bereiche haben wir unterschiedliche Prozesse etabliert. Wir, wie auch die gesamte Branche, werden uns auf diesem Gebiet weiterentwickeln und dafür sorgen, dass die Achtung von Menschenrechten bestmöglich in unsere Geschäftsmodelle integriert werden.

Integration der Menschenrechte in das Kerngeschäft

Als Industrieversicherer und Investor haben wir im Rahmen unseres ESG-Ansatzes einen Menschenrechts-Due-Diligence-Prozess entwickelt, der in unser allgemeines Risikomanagementsystem integriert und somit rasch und stringent umsetzbar ist. In unserer Due-Diligence verfolgen wir einen kombinierten sektor- und länderbasierten Ansatz. Die Allianz hat dreizehn ESG-Richtlinien für sensible Geschäftsfelder entwickelt, die sektorspezifisch auf Menschenrechtsaspekte Bezug nehmen. Dazu zählt zum Beispiel Kinderarbeit in der Landwirtschaft oder Zwangsarbeit im Bergbau. So ist sichergestellt, dass im Rahmen der generellen Risikoanalyse menschenrechtsrelevante Aspekte bei allen Versicherungstransaktionen und alternativen Investments im entsprechenden Sektor geprüft werden.

¹ Weitere Einzelheiten zu den Risiken und Auswirkungen des Themas Menschenrechte auf die Versicherungsindustrie sind im CRO-Forumpapier „Human rights and corporate insurance“ abgedruckt, an dem die Allianz mitgeschrieben hat. Das im November 2014 veröffentlichte Papier finden Sie unter www.thecroforum.org/srm-human-rights-corporate-insurance/.

Außerdem hat die Allianz einen Prozess für die Identifizierung von Ländern entwickelt, in denen systematisch gegen Menschenrechte verstoßen wird. Für alle Geschäfte in diesen Ländern wird eine übergreifende Menschenrechtsrichtlinie angewendet.

Sollte ein Underwriter/Investmentmanager mit Hilfe dieser Richtlinien ein Menschenrechtsrisiko identifizieren, wird ein weiterer Due-Diligence-Prozess in Gang gesetzt, der ESG-Experten und zentrale Abteilungen wie die Risiko- und Kommunikationsabteilung involviert. Verfügt der (Rück-)Versicherer über genügend Einfluss (zum Beispiel als führender Versicherer oder durch gute Kontakte zum Kunden/Makler/Kapitalnehmer), wird ein Dialog mit dem entsprechenden Unternehmen angeregt, um das Menschenrechtsrisiko zu adressieren und sich für dessen Minderung stark zu machen.

Wenn keine Maßnahmen ergriffen werden, die das Risiko verringern, oder wenn eine Einflussnahme nicht möglich ist, kann das Risiko untragbar sein. Bei einer solchen Entscheidung werden der Grad des Menschenrechtsverstoßes, die Bedeutung der Geschäftsbeziehung sowie das eigene Werteverständnis berücksichtigt.

Weitere Informationen über die Integration von ESG-Aspekten finden Sie auf Seite 26.

Einhaltung von Menschenrechten als Arbeitgeber

Als Arbeitgeber achten wir darauf, dass die internationalen Menschenrechtsstandards auch für unsere eigene Belegschaft gelten. Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte ist Grundlage für all unsere Geschäftstätigkeiten weltweit. Als Unterzeichner des United Nations Global Compact (UNGC) haben wir die darin formulierten zehn Grundsätze in unseren konzernweiten verbindlichen Verhaltenskodex verankert. Außerdem erkennen wir die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen an. Um die Mitarbeiterrechte zu stärken, haben wir als eines der ersten Unternehmen europaweite Mitbestimmungsstandards geschaffen. Außerdem haben wir einen europäischen SE-Betriebsrat gemäß der Gesetzgebung für Societas Europaea (SE) ins Leben gerufen.

Wir sind Unterzeichner der Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Sie regelt nicht nur die grundlegenden Rechte am Arbeitsplatz, sondern beschreibt auch die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Tarifverhandlungen. In Ländern, in denen Gewerkschaften und Betriebsräte verboten sind, respektieren wir zwar gültiges Recht, verhindern aber auch nicht die Bildung alternativer Arbeiternehmer-Organisationen. Wir handeln damit im Sinne der UNGC-Grundsätze.

Einhaltung von Menschenrechten in der Beschaffung

Als Unternehmen haben wir uns verpflichtet, dass die internationalen Menschenrechtsstandards auch für die Belegschaft in unserer Lieferkette gelten. Verantwortlich dafür ist unsere global agierende Einkaufsabteilung. Sie sensibilisiert aktuelle und zukünftige Lieferanten für dieses Thema. In der Praxis stellen wir sicher, dass unsere Lieferanten die ESG-Standards, die in unserem Verhaltenskodex (Code of Conduct) sowie in den Einkaufsrichtlinien verankert sind, einhalten. Beide Richtlinien berücksichtigen die Vorgaben der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und die Grundsätze des UN Global Compact (UNGC) und decken somit die Themen Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung ab.

Unterstützung der Menschenrechte als Corporate Citizen

Als engagierter Corporate Citizen unterstützen wir auch Projekte und Initiativen, die sich für den Schutz der Menschenrechte einsetzen. Unser internationales Netzwerk von 14 Stiftungen setzt sich mit gesellschaftlichen Herausforderungen auseinander. Zu diesem Netzwerk gehören die Allianz Umweltstiftung für verantwortungsbewusstes Umweltmanagement und die Allianz Kulturstiftung, die sowohl Kunst als auch den interkulturellen Dialog und die Zusammenarbeit zwischen jungen Menschen fördert.

Beispielsweise richtete die Allianz Kulturstiftung 2014 das zehnte M100 Sanssouci Colloquium aus. Unter dem Motto „Medienfreiheit im Big-Data-Zeitalter“ diskutierten die Konferenzteilnehmer aus aller Welt über die Bedeutung von Meinungs-austausch und Freiheit.

Die Allianz fördert karitative Organisationen, sofern sie unsere Menschenrechtsstandards einhalten. Die Allianz Leitlinie für Spenden und gemeinnütziges Engagement (Corporate Giving) stellt klar, dass nur Organisationen unterstützt werden, die die Grundsätze des Allianz Verhaltenskodex für Business Ethics und Compliance einhalten.

F

Weitere Informationen

- 112 Berichtsparemeter
- 113 Nachhaltigkeitsratings und Auszeichnungen
- 115 Umweltkennzahlen und Belegschaftsprofil
- 117 Begleitende Erläuterungen
- 123 Bescheinigung des unabhängigen Prüfers KPMG
- 126 Register

Berichtsparameter

Transparente Berichterstattung auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit

Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen

Wir berichten über unsere Anstrengungen auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit transparent und leicht verständlich. Wir wollen Interesse erzeugen bei unseren Stakeholdern. Die Unternehmenswebsite allianz.com ist seit einigen Jahren Teil unseres Kommunikationsnetzwerks. Durch die Online-Berichterstattung haben wir die Möglichkeit, unsere Inhalte dynamischer zu gestalten und regelmäßig zu aktualisieren. Wir möchten außerdem einen Zugang zu weiteren Nachhaltigkeits- und Fachthemen aus dem gesamten Allianz Konzern schaffen.

Gleichzeitig mit dem Geschäftsbericht der Allianz erscheint zum Jahresende eine umfassende Aktualisierung mit den wichtigsten Fortschritten zum Thema Nachhaltigkeit. Auch der Geschäftsbericht selbst widmet sich dem Thema. Damit reagieren wir auf die zunehmende Bedeutung, die die Nachhaltigkeitsberichterstattung in der breiten Öffentlichkeit, insbesondere auch in der Finanzgemeinschaft, genießt.

Unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung richtet sich an unsere wichtigsten Stakeholder: einerseits an Kunden, Mitarbeiter und die Allgemeinheit, andererseits auch an Analysten, Ratingagenturen und Nichtregierungsorganisationen. Unser Ziel ist die umfassende, transparente Vermittlung unseres Ansatzes und unserer Fortschritte in Bezug auf Nachhaltigkeit.

Berichterstattung nach internationalen Standards

Seit 2011 erstellen wir unseren Nachhaltigkeitsbericht gemäß den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) (Version 3.1) und dem Zusatz der GRI für den Finanzdienstleistungssektor. GRI hat bestätigt, dass der Bericht das Anwendungslevel A+ erzielt. Das bedeutet, dass wir die Voraussetzungen für die höchsten internationalen Standards für Nachhaltigkeitsberichte in Sachen Transparenz erfüllen und einen Teil unseres

Berichts extern haben prüfen lassen. Derzeit gehen wir zur GRI-G4-Leitlinie über. Außerdem erstellten wir als eines der ersten Unternehmen unseren Bericht in Einklang mit den Grundsätzen des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Der Grundsatz der Transparenz ist ein wesentlicher Bestandteil des Kodex. Er hat auch für die Allianz höchste Bedeutung: Transparenz ist eines unserer vier Prinzipien für nachhaltige Entwicklung. Der Nachhaltigkeitsbericht dient außerdem als Grundlage für eine weitere Erklärung. Im Rahmen des UN Global Compact informieren wir über unsere Fortschritte, die wir in Bezug auf Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung sowie auf die Prinzipien der Vereinten Nationen für nachhaltige Versicherungsleistungen erzielt haben.

Geltungsbereich der Berichterstattung

Unser Nachhaltigkeitsbericht 2014 bezieht sich auf den gesamten Allianz Konzern. Alle dargestellten Maßnahmen, Aktivitäten und Eckdaten beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2014 (1. Januar 2014 bis 31. Dezember 2014). Es handelt sich um die 14. Ausgabe unseres jährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsberichts. Sofern nicht anders angegeben, gilt die operative Kontrolle als Berichtsgrenze.

Eine wachsende Zahl von Allianz Tochtergesellschaften hat damit begonnen, ihr eigenen Nachhaltigkeitsberichte zu veröffentlichen. Die Dokumente können über www.allianz.com/nachhaltigkeit heruntergeladen werden.

Unabhängige Prüfung

Für das Geschäftsjahr 2014 haben wir KPMG damit beauftragt, ausgewählte qualitative und quantitative Informationen zu unserem Umweltmanagement und unseren erzielten Umwelt-Kennzahlen einer betriebswirtschaftlichen Prüfung mit begrenzter Sicherheit zu unterziehen.

Wir freuen uns über jegliches [Feedback](#) und sonstige Anmerkungen zu unserem Bericht.

Nachhaltigkeitsratings und Auszeichnungen

Unsere Leistungen im Bereich der Nachhaltigkeit werden regelmäßig von externen Stakeholdern wie Rating-Agenturen bewertet. Auch 2014 wurden diese Leistungen wieder mit sehr guten Platzierungen honoriert. Der Konzern ist in den wichtigsten internationalen Nachhaltigkeitsindizes gelistet und hat hervorragende Bewertungen bekommen.

Da die Kommunikation mit nachhaltig orientierten Investoren und Rating-Agenturen immer mehr an Bedeutung zunimmt, sind unsere Hauptziele, diese Beziehungen zu stärken, Mainstream-Investoren zu Umwelt, Soziales und Governance(ESG)-Themen zu beschäftigen und natürlich unsere ausgezeichnete Bewertungsposition zu verteidigen.

Herausragende Ergebnisse

Die Allianz hat sich zu hoher Transparenz und Verantwortung im Bereich der Nachhaltigkeit verpflichtet und übermittelt deshalb regelmäßig fortschrittsbezogene Informationen und Daten an eine Vielzahl von Rating-Agenturen und Indizes. Wie bereits in den Vorjahren sind die 2014 erzielten Bewertungen eine objektive Anerkennung der hohen Nachhaltigkeitsstandards, die die Allianz unternehmensweit umsetzt. Nachfolgend finden Sie eine Auswahl unserer Leistungen:

CDP (Carbon Disclosure Project)

Die Allianz Gruppe unterstützt CDP als berichtendes Unternehmen sowie als Vermögensinhaber und -verwalter.

Die Allianz ist im globalen Carbon Disclosure Leadership Index seit 2011 aufgeführt, und im Jahr 2014 erzielten wir einen Disclosure Score von 99 und Performance-Band von A-.

Dow Jones Sustainability Index (DJSI)

Die Allianz ist seit dem Jahr 2000 mit Spitzenpositionen im DJSI vertreten. Im Jahr 2014 wurden wir auf den 2. Platz in der Versicherungsbranche gerankt. Besondere Anerkennung verdiente die Allianz in den Kategorien: Risikoerkennung (Branchenführer seit 2012), Zugang zu Versicherungen (Branchenführer

seit 2011), Prinzipien der für nachhaltige Versicherungen (neue Frage für 2014), Markenmanagement (Branchenführer seit 2010) und Stakeholder-Beteiligung (Branchenführer seit 2009).

FTSE4Good Index

Seit 2001 ist die Allianz in der FTSE4Good-Index-Serie enthalten und damit eines der langjährigen Mitglieder. Im Jahr 2014 wurde die Allianz als Branchenführer gerankt.

MSCI Rating

Der Allianz wurde erneut die AAA-Bewertung von MSCI ESG Research verliehen. Wir führen die Versicherungsbranche mit der ESG-Leistung an.

oekom Corporate Rating

Der Allianz wurde erneut der oekom Prime Status verliehen und sie wird damit als eines der nachhaltigsten Unternehmen der Welt anerkannt. Die Allianz ist auch Branchenführer.

Sustainalytics Rating

Im Jahr 2014 führte die Allianz als Nummer 1 die Versicherungsbranche an. Die Allianz ist auch Mitglied im STOXX® Global ESG Leaders Index, der führende Unternehmen aus ESG-Sicht repräsentiert. Der Index basiert auf der Analyse von Sustainalytics.

Dialog mit Investoren und Rating-Agenturen

Mit der Zielsetzung, in den aktiven Dialog mit Investoren und Rating-Agenturen zu treten, fanden 2014 zahlreiche Meetings und Telefonkonferenzen statt. Bei Investoren und Asset-Managern konnte die Allianz ein zunehmendes Interesse feststellen, Nachhaltigkeitskriterien in ihren Anlageprozess zu integrieren und Research-Kapazitäten in diesem Bereich aufzubauen.

Einige der Methoden zur Analyse der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen sind jedoch noch nicht vollständig ausgereift. Angesichts ihrer Bedeutung für Investoren und ihrer damit einhergehenden Funktion als Orientierungshilfe und Einflussfaktor der Marktentwicklung müssen die Rating-Agenturen sich noch weiterentwickeln. Dies ist Voraussetzung dafür, dass sie ihren eigenen Ansprüchen, Standards zu setzen, gerecht werden können. Die Allianz unterstützt aktiv die weitere Entwicklung von Rating-Konzepten und -Methoden.

Auch im Jahr 2015 wird die Allianz weiter daran arbeiten, ihre Beziehungen und den Dialog mit Investoren und Rating-Agenturen zu fördern, etwa indem sie ihre Investoren gezielt auf Anlegerkonferenzen und bei eigens konzipierten ESG-Roadshows anspricht. Um auf unsere Materialien für die ESG Roadshows zuzugreifen, besuchen Sie bitte die Investor-Relations-Seite auf www.allianz.com.

Sustainability Awards

Neben den Spitzenpositionen in den Nachhaltigkeits-Ratings und Nachhaltigkeits-Indizes hat die Allianz zahlreiche Auszeichnungen und externe Anerkennung bekommen wie zum Beispiel den robecoSAM Sustainability Award. Für umfassendere Informationen besuchen Sie bitte unsere Auszeichnungs-Seite auf www.allianz.com/nachhaltigkeit.

Umweltkennzahlen und Belegschaftsprofil

Umweltkennzahlen

Treibhausgasemissionen (CO₂e) gesamt in Tonnen

	2014	2013 ¹	2012 ²
Bereich 1 – Direkte Treibhausgasemissionen, gesamt	65.887	63.801	81.456
Bereich 2 – Indirekte Treibhausgasemissionen, gesamt	135.003	159.308	151.277
Bereich 3 – Sonstige indirekte Treibhausgasemissionen, gesamt	121.639	125.553	112.044
Bereich 1-3 – Treibhausgasemissionen, gesamt	322.529	348.661	344.776
Treibhausgasemissionen gesamt pro Mitarbeiter	2,20	2,39	2,41

Energieverbrauch

	2014	2013 ¹	2012
Energieverbrauch gesamt [GJ]	2.596.317	3.084.601	3.079.897
Energieverbrauch pro Mitarbeiter [GJ]	17,7	21,2	21,5
Strom [%]	67,2	65,0	62,7
Fossile Brennstoffe [%]	21,3	21,5	23,7
Fernwärme [%]	11,3	12,7	13,0
Sonstige (Energie aus eigenen Quellen, einschl. Solarenergie, interne Abwärmernutzung, Brennstoffzellen) [%]	0,3	0,8	0,6

Erneuerbare Energien

	2014	2013 ¹	2012
Erneuerbare Energien als Anteil des gesamten Energieverbrauchs [%]	40,0	38,9	39,2

Reisen

	2014	2013	2012
Reisekilometer insgesamt [Tausend km]	963.958	967.210	931.356
Reisekilometer pro Mitarbeiter	6.568	6.637	6.498
Straßenverkehr [%]	48,5	47,0	50,5
Flugverkehr [%]	44,4	46,0	42,2
Eisenbahnverkehr [%]	7,1	7,0	7,3

Papierverbrauch

	2014	2013 ¹	2012
Papierverbrauch insgesamt [Tonnen]	19.774	18.255	20.193
Papierverbrauch pro Mitarbeiter [kg]	135	125	141
Recyclingpapier [%]	30,7	31,3	35,5
FSC-zertifiziertes Papier [%]	32,2	28,3	29,3

Wasser

	2014	2013 ³	2012
Wasserverbrauch gesamt [m ³]	1.965.612	1.738.547	2.105.701
Wasserverbrauch pro Mitarbeiter [Liter]	13.393	11.930	14.691
Trinkwasser [%]	88,2	88,5	90,1
Regenwasser [%]	0,4	0,8	0,7
Natürliches Wasser [%]	11,4	10,7	9,2

Abfallproduktion

	2014	2013 ³	2012
Abfall gesamt [Tonnen]	22.277	26.280	28.695
Abfall pro Mitarbeiter [kg]	152	180	200
Abfallverbrennung [%]	35,4	36,9	40,9
Abfallwiederverwertung [%]	45,2	40,8	46,3
Abfall auf Mülldeponie [%]	18,1	20,9	11,1
Abfallsonderbehandlung [%]	1,3	1,4	1,7



Geprüft

([Bescheinigung des unabhängigen Wirtschaftsprüfers](#))

¹ Aufgrund von Fehlerkorrekturen und einer Methodikänderung wurden historische Daten des Jahres 2013 angepasst.

² Aufgrund einer Methodikänderung wurden historische Daten des Jahres 2012 angepasst.

³ Aufgrund von Fehlerkorrekturen wurden historische Daten des Jahres 2013 angepasst.

Belegschaftsprofil

Unsere Personaldaten geben einen Überblick über das Belegschaftsprofil der Allianz und bieten eine statistische Zusammenfassung unserer Mitarbeiter.

Mitarbeiter nach Regionen¹

	Zum 31. Dezember 2014
Asien-Pazifik [%]	10,0
Osteuropa [%]	11,5
Deutschland [%]	28,0
Mittlerer Osten und Afrika [%]	1,2
Nordamerika [%]	6,4
Übriges Europa [%]	40,9
Südamerika [%]	2,0
Gesamt	147.425

¹ Gesamtzahl aller Mitarbeiter mit einem Arbeitsvertrag aller verbundenen Unternehmen (Kerngeschäft und Nichtkerngeschäft)

Mitarbeiter nach Ländern¹

	Zum 31. Dezember 2014
Deutschland	40.692
Frankreich	17.259
USA	9.124
Vereinigtes Königreich	7.965
Italien	6.840
Russland	6.085
Australien	4.907
Schweiz	3.608
Spanien	3.606
Brasilien	3.476
Andere Länder	43.863

¹ Gesamtzahl aller Mitarbeiter mit einem Arbeitsvertrag aller verbundenen Unternehmen (Kerngeschäft und Nichtkerngeschäft)

Mitarbeiter nach Geschlecht¹

	Zum 31. Dezember 2014
Männer [%]	47,5
Frauen [%]	52,5

¹ Gesamtzahl aller Mitarbeiter mit einem Arbeitsvertrag aller verbundenen Unternehmen (Kerngeschäft und Nichtkerngeschäft)

Beschäftigungsverhältnis [%]¹

	2014	2013	2012
Fest angestellte Mitarbeiter	93,2	93,3	93,5
Zeitlich befristet angestellte Mitarbeiter	6,8	6,7	6,5
Vollzeitbeschäftigte	88,2	88,5	87,6
männlich	52,3	52,0	52,3
weiblich	47,7	48,0	47,7
Teilzeitbeschäftigte	11,8	11,5	12,4
männlich	17,0	17,9	20,2
weiblich	83,0	82,1	79,8
Trainees ²	2,3	2,2	2,3

¹ Diese Zahlen beruhen auf der Anzahl der Mitarbeiter im Kerngeschäft der Allianz. Diese umfasst alle Unternehmen im Bereich der Versicherung und Vermögensverwaltung und alle damit verbundenen Unternehmen einschließlich unserer Bankaktivitäten in Deutschland, Frankreich, Italien sowie Mittel- und Osteuropa. Nicht miteinbezogen sind die Mitarbeiter vollkonsolidierter Unternehmen, die als reine Finanzinvestitionen gelten, sowie Unternehmen, die als zur Veräußerung gehalten klassifiziert sind.

² Trainees sind Mitarbeiter, die am Beginn ihrer Karriere stehen und an einem Traineeprogramm teilnehmen; d. h., sie durchlaufen praktische Trainings, die zur Weiterentwicklung von Wissen und Fähigkeiten dienen, bspw. Auszubildende, Trainees, Praktikanten und Werkstudenten mit einer formalen Anstellung (z. B. Mitarbeitervertrag oder Vereinbarungen mit einer Hochschule oder Universität).

Qualifikation der Mitarbeiter [%]¹

	2014	2013	2012
Universitätsabschluss	45,1	45,3	44,5
Betriebliche Ausbildung	31,8	31,6	31,3
Andere Qualifikationen ²	23,1	23,1	24,2

¹ Diese Zahlen beruhen auf der Anzahl der Mitarbeiter im Kerngeschäft der Allianz.

² Der Begriff „Andere Qualifikationen“ schließt eine höhere Bildung aus. Derzeit kategorisieren wir spezifische lokale Qualifikationen nicht auf Gruppenebene, da sich die Bildungssysteme von Land zu Land stark unterscheiden.

Altersstruktur [%]¹

	2014	2013	2012
24 oder jünger	7,0	7,7	7,6
25–34	27,5	27,5	27,0
35–44	28,4	28,5	29,0
45–54	25,4	25,2	25,6
55–64	11,3	10,6	10,4
65 oder älter	0,4	0,5	0,4

¹ Diese Zahlen beruhen auf der Anzahl der Mitarbeiter im Kerngeschäft der Allianz.

Die demografische Entwicklung, die mit einem steigenden Durchschnittsalter vor allem in Industrieländern einhergeht, ist auch im Trend der Altersstruktur unserer Belegschaft erkennbar.

Begleitende Erläuterungen

Umweltmanagement

Diese begleitenden Erläuterungen beziehen sich auf den CO₂-Fußabdruck der Allianz Gruppe, dargestellt in CO₂-Äquivalenten, und die Daten bezüglich der fünf globalen Kennzahlen für den Verbrauch von Ressourcen bzw. die Erzeugung von Abfall.

Die Angaben und Kennzahlen zur Umweltleistung des Geschäftsjahres 2014 wurden von KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Rahmen einer betriebswirtschaftlichen Prüfung mit begrenzter Sicherheit geprüft.

1. Berichterstattungsstandards

Unsere Umweltberichterstattung erfolgt grundsätzlich auf Basis der Sustainability Reporting Guidelines (G3.1) der Global Reporting Initiative. Der CO₂-Fußabdruck der Allianz erfolgt in Anlehnung an das Greenhouse Gas (GHG) Protocol – Corporate Accounting and Reporting Standard. Des Weiteren wendet die Allianz für die Ermittlung der Umweltdaten den Standard des Vereins für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstitutionen („VfU“) an, da dieser Bedürfnisse eines Finanzdienstleisters einbezieht. Unsere internen Richtlinien zur Umweltberichterstattung definieren darüber hinaus detaillierte Anweisungen zur Erhebung der Kennzahlen.

2. Organisationsgrenzen

Zur Bestimmung der Berichtsgrenzen wendet Allianz den im GHG-Protokoll definierten Ansatz operativer Kontrolle an. Operative Kontrolle ist gegeben, wenn die Allianz oder eine der Tochtergesellschaften über die volle Entscheidungsbefugnis bezüglich Einführung und Umsetzung von Regelwerken für den operativen Betrieb hat und somit die operative Kontrolle über eine andere Gesellschaft besitzt. Die Emissionen aller Allianz Gesellschaften, die unter operativer Kontrolle der Allianz sind, sowie die aller eigenen und geleasteten Anlagen und Fahrzeuge werden in unseren Umweltdaten erfasst. Wenn entsprechende Messungen/Berechnungen vorliegen, werden diese zugrunde gelegt. Sofern keine gemessenen oder berechneten Daten verfügbar sind, werden die Emissionen anhand der Mitarbeiterzahl extrapoliert.

Die Allianz erhebt Umweltdaten für einen Großteil ihrer Tochtergesellschaften, die ihrer operativen Kontrolle unterliegen. 2014 erreichten wir eine Abdeckung von 89,5 Prozent aller Mitarbeiter. Der verbleibende Anteil wurde anhand von Durchschnittswerten der Allianz Gruppe für jede Kennzahl extrapoliert.

3. Methodische Neuerungen

a. Kontinuierliche Verbesserungen

Im Rahmen unserer Bemühungen, die Qualität unserer Umweltdaten laufend zu verbessern, verfolgen wir die Entwicklungen in Bezug auf das GHG-Protokoll genau und passen unsere Systeme entsprechend an. 2014 haben wir die Faktoren für lokale Emissionen von Strom aktualisiert und eine neue Datenkategorie eingeführt, um die Nutzung von CO₂-neutralem Papier sicherzustellen und die Datengenauigkeit weiterhin zu verbessern.

Um die Datenqualität sowohl auf Gruppen- als auch auf Ebene der Tochtergesellschaften insgesamt zu verbessern, werden Systeme, Prozesse und interne Kontrollen für die Erhebung von Umweltdaten ständig weiterentwickelt.

b. Neuerungen in der Datenabdeckung

Allianz unternimmt angemessene Anstrengungen, um relevante Umweltdaten von allen Tochtergesellschaften zu erheben. Tochtergesellschaften, die mindestens ein volles Berichtsjahr Teil der Allianz waren, werden in der Umweltdatenermittlung und Berichterstattung erfasst. Auf Gruppenebene wird die Anzahl der Mitarbeiter von Tochtergesellschaften, die dieses Kriterium nicht erfüllen, von der offiziellen, von Gruppen-HR bereitgestellten Gesamtmitarbeiterzahl des Jahresendes, subtrahiert. Daraus ergibt sich die Gesamtzahl der Angestellten für die Umweltberichterstattung, was eine 100 %ige Erfassung bedeutet. 2014 wurden 12 Einheiten im Geschäftsbericht zunächst mit einer Gesamtzahl von 660 Angestellten konsolidiert und lagen so außerhalb der Berichtsgrenze und wurden, wie unten beschrieben, ausgenommen.

Diese neuen Tochtergesellschaften werden erstmals in den Umweltkennzahlen des Berichtsjahres 2015 erfasst werden.

In einigen anderen Fällen liegen Umweltdaten trotz angemessener Bemühungen nicht vollständig vor (zum Beispiel für kleine oder abgelegene Niederlassungen). In diesen Fällen werden die Daten auf 100 Prozent extrapoliert.

Die Extrapolation von Daten erfolgt entweder für ganze Tochtergesellschaften oder für Teile der Tochtergesellschaften. Grundlage dieser Extrapolationen ist jeweils die Gesamtanzahl der Mitarbeiter der jeweiligen Gesellschaft oder der Gruppe. Für Extrapolationen gilt weiterhin Folgendes:

- Für Teile einer Tochtergesellschaft werden die entsprechenden Durchschnittswerte der jeweiligen Tochtergesellschaft verwendet.
- Für ganze Tochtergesellschaften werden die entsprechenden Durchschnittswerte der Gruppe verwendet.

Dies erlaubt die Überwachung der entsprechenden Leistung und ermöglicht auch den Vergleich und das Benchmarking von Gesellschaften mit ähnlichen Systemgrenzen.

c. Reporting Scopes

Die Allianz hat gemäß den Berichterstattungsstandards Methoden zur Ermittlung und Analyse von CO₂-Äquivalenten entwickelt, die in drei verschiedene Kategorien – sogenannte „Scopes“ – unterteilt werden:

Scope 1 – direkte Treibhausgas-Emissionen: Emissionsquellen, die sich im Besitz der Allianz befinden oder ihrer Kontrolle unterliegen

Stationäre Verbrennung: Gas- und Ölheizungen, Brennstoffzellen bei unserer Gesellschaft in den USA (seit 2011) und Notstromgeneratoren USA (seit 2011); Daten beruhen auf Rechnungsbeträgen oder Zählerständen (sofern verfügbar) sowie Schätzungen der Gesellschaften.

Mobile Verbrennung: Im Besitz des Unternehmens befindliche Fahrzeuge; Daten beruhen auf Spesenabrechnungen oder Schätzungen der Gesellschaften.

Scope 2 – indirekte Treibhausgas-Emissionen: Emissionen, die durch den Verbrauch gekaufter Energie (Strom, Wärme oder Dampf) erzeugt werden
Strom für Büros und Rechenzentren: Daten beruhen auf Rechnungsbeträgen oder Zählerständen (sofern verfügbar) sowie Schätzungen der Gesellschaften.

Fernwärme für Büros und Datenzentren: Daten beruhen auf Rechnungsbeträgen oder Zählerständen (sofern verfügbar) sowie Schätzungen der Gesellschaften.

Scope 3 – sonstige indirekte Treibhausgas-Emissionen:

Emissionen aus anderen Quellen, einschließlich Reisen, Wasser, Abfall und Papier

Geschäftsreisen: Daten umfassen Flug-, Bahn- und Autoreisen.

- **Flugreisen:** Unterteilung in Kurzstreckenflüge (<500 km) und Langstreckenflüge (>500 km); die Berechnung der CO₂-Äquivalente erfolgt auf Basis der tatsächlich zurückgelegten Strecke und/oder auf Basis der Reisekosten multipliziert mit dem jeweiligen CO₂-Umrechnungsfaktor.
- **Bahnreisen:** die Berechnung der CO₂-Äquivalente erfolgt auf Basis der tatsächlich zurückgelegten Strecke oder auf Basis der Reisekosten multipliziert mit dem jeweiligen CO₂-Umrechnungsfaktor.
- **Geschäftsreisen mit Miet- und Privatwagen:** die Berechnung der CO₂-Äquivalente erfolgt auf Basis der tatsächlich zurückgelegten Strecke und/oder auf Basis der Reisekosten multipliziert mit dem jeweiligen CO₂-Umrechnungsfaktor.

d. Weitere Umweltkennzahlen

Wasser, Abfall und Papier: Daten beruhen auf Zählerständen (sofern verfügbar), Rechnungsbeträgen (sofern verfügbar) und Schätzungen der lokalen Gesellschaften.

Einzelheiten zu den drei verschiedenen Scopes und den jeweils zugeordneten Treibhausgas-Emissionen finden Sie im Umweltmanagement auf Seite 44 und Umwelt-Kennzahlen auf Seite 115.

e. Bilanzierung des CO₂-Fußabdrucks

Unsere Bilanzierung beruht auf CO₂-Äquivalenten

(wo vorhanden), die universelle Maßeinheit für das globale Erderwärmungspotenzial jedes der sechs einzelnen Treibhausgase, ausgedrückt durch das globale Erwärmungspotenzial einer Einheit CO₂. Dies dient der Berechnung der Freisetzung (oder vermiedenen Freisetzung) verschiedener Treibhausgase in derselben Einheit.

Unser CO₂-Fußabdruck beruht auf der Netto-Berechnungsmethode für CO₂, das heißt, wir verwenden die von unseren Lieferanten angegebenen vertraglichen Emissionsfaktoren. Der Gesamtbetrag der berichteten CO₂-Emissionen des Allianz Konzerns berücksichtigt bereits die Neutralisierungsaktivitäten von einigen unserer Gesellschaften.

Erneuerbare Energien beinhalten Elektrizität aus Wasserkraft, Wind, Solar und Biomasse sowie auch Fernwärme und eigenproduzierte Energie aus erneuerbaren Quellen.

f. Vergleichbarkeit

Entsprechend dem GHG-Protokoll sind historische Emissionen bei strukturellen oder methodischen Änderungen anzupassen, wenn solche Änderungen die ausgewiesenen Emissionen erheblich beeinflussen. Bei Allianz gelten dazu folgende Schwellenwerte:

- strukturelle Änderungen: 5 Prozent pro Kennzahlenkategorie der Gesamtemissionen eines laufenden Jahres
- methodische Änderungen: 5 Prozent auf Gruppenebene oder 10 Prozent auf Gesellschaftsebene pro Kennzahlenkategorie der Gesamtemissionen eines laufenden Jahres.
- Fehler: 5 Prozent auf Gruppenebene oder 10 Prozent auf Gesellschaftsebene pro Kennzahlenkategorie der Gesamtemissionen eines laufenden Jahres.

Dies bedeutet, dass, wenn sich Bestände durch eine strukturelle Änderung um mindestens 5 Prozent oder durch eine methodische Änderung oder die Summe von Fehlern um mindestens 5 Prozent auf Gruppenebene bzw. 10 Prozent auf Gesellschaftsebene erhöhen oder verringern, die historischen Daten entsprechend rückwirkend anzupassen sind. Eine strukturelle Änderung, die den Gesamtbestand um weniger als

5 Prozent nach oben oder unten verändert, wird nur prospektiv berücksichtigt. So wurden historische Daten für 2013 neu berechnet und aufgrund von Korrekturen für 2014 neu ausgewiesen.

4. Klimaneutralität

Die Allianz ist seit dem Berichtsjahr klimaneutral. Hierfür investieren wir direkt in qualitativ hochwertige Klimaschutzprojekte, welche Emissionsrechte zur Neutralisierung unserer eigenen Emissionen generieren, anstatt diese einfach am Markt zu erwerben. In 2014 haben wir 322.529 Zertifikate, die jeweils einer Tonne vermiedene CO₂-Emissionen entsprechen, aus unseren eigenen Projekten bezogen.

5. Datenqualität

Wir werden weiterhin an der Verbesserung und Formalisierung unserer Systeme, Prozesse und internen Kontrollen für unsere Umweltberichterstattung sowohl auf Gruppen- als auch auf Ebene unserer Tochtergesellschaften arbeiten, um eine kontinuierliche Verbesserung der Datenqualität zu erzielen. Im Rahmen unserer Bemühungen versuchen wir, kontinuierlich mehr Gesellschaften in unsere Datenerfassung einzubeziehen und dadurch die Datenabdeckung zu erweitern.

Mikroversicherung

Diese begleitenden Erläuterungen beziehen sich auf folgende Kennzahlen zur Mikroversicherungsleistung, die unser Konzern extern veröffentlicht:

- Anzahl der Versicherten
- Bruttobeiträge

Die Angaben zur Mikroversicherungsleistung sowie die Kennzahlen zu „Anzahl der Versicherten“ und „Bruttobeiträge“ des Geschäftsjahres 2012 wurden von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Rahmen einer betriebswirtschaftlichen Prüfung mit begrenzter Sicherheit geprüft. Die Kennzahlen der Jahre 2013 und 2014 wurden nicht von einer externen Prüfungsgesellschaft geprüft. Es wurde jedoch weiterhin dieselbe Methodik zur Datenerfassung und -analyse verwendet wie bereits in 2012. Reportingprozesse wurden kontinuierlich verbessert, besonders im Bereich der Qualitätskontrolle.

1. Berichtskriterien

Mangels allgemeingültiger Bilanzierungs- und Berichterstattungsgrundsätze zur Mikroversicherungsleistung verwendet Allianz selbst definierte Kriterien, die im Folgenden erläutert werden.

Um als Mikroversicherungsprodukt anerkannt zu werden, haben Produkte der Allianz folgende Kriterien zu erfüllen:

- **Anwendung von Versicherungsgrundsätzen:** Die folgenden allgemeingültigen Grundsätze definieren wichtige Eigenschaften jedes Versicherungsprodukts: Verluste müssen durch zufällige Ereignisse ausgelöst werden. Der Zeitpunkt ihres Eintretens und ihre Höhe müssen sich genau ermitteln lassen. Es muss ein bedeutendes versicherbares Interesse mit einer vorhersehbaren Schadenquote vorliegen, die keine katastrophalen Folgen für den Versicherten hat. Die Prämien müssen in einem angemessenen Verhältnis zur Wahrscheinlichkeit und zu den Kosten des damit verbundenen Risikos stehen, wobei das Gesetz der großen Zahlen anzuwenden ist.
- **Vertrieb des Produkts in Entwicklungs- oder Schwellenländern:** Als Grundlage für die Be-

stimmung der Länder, die als Entwicklungs- oder Schwellenland anzusehen sind, dienen der Allianz die von der Weltbank erstellte Liste der Entwicklungsländer sowie die Standard & Poor's Liste der Schwellenländer. Länder der Europäischen Union werden dabei von der Allianz nicht berücksichtigt, selbst wenn sie in der Liste der Entwicklungs- oder Schwellenländer aufgeführt sind.

- **Mehrheit der Versicherungsnehmer oder der versicherten Vermögenswerte aus dem unteren Einkommenssegment:** Bei der Bewertung dieses Kriteriums wendet Allianz einen Schwellenwert von rund 80 Prozent an. Es gilt die Annahme, dass die Mehrheit der Versicherungsnehmer oder der versicherten Vermögenswerte dem unteren Einkommenssegment zuzuordnen sind, wenn rund 80 Prozent der Versicherungsnehmer oder der versicherten Vermögenswerte in dem betreffenden Schwellen- oder Entwicklungsland in die untersten drei Einkommenquintile fallen.
- **Staatszuschüsse von höchstens 50 Prozent:** Versicherungsprogramme, bei denen ein Staat oder eine regierungsnahe Behörde Versicherungsprämien mit mehr als 50 Prozent bezuschusst und der Versicherungsnehmer somit nicht die Mehrheit der Prämien zahlt, werden nicht als Mikroversicherungen erachtet. Derartige Zuschüsse werden häufig im Falle von Kleinbauernversicherungen oder öffentlich-privaten Krankenversicherungsprogrammen gezahlt. Die Allianz prüft bei allen Produkten regelmäßig den aktuellen Status von Staatszuschüssen (falls vorhanden) und schließt Versicherungen mit einer Bezuschussung von über 50 Prozent aus.

Weitere Erläuterungen und Fallstudien finden Sie unter Allianz Microinsurance Definition and Assessment Tool auf unserer Website.

Die Allianz berichtet extern zwei Kennzahlen für die Produkte, die alle oben aufgeführten Kriterien erfüllen und somit als Mikroversicherungsprodukte gelten. Diese beiden Kennzahlen sind wie folgt definiert:

- **Anzahl der Versicherten:** Die Kennzahl „Anzahl der Versicherten“ umfasst im Allgemeinen alle Einzelpersonen, die zum Abschluss einer Berichtsperiode (Stichtag) über mindestens eine Versicherungspolice verfügen. Deckt eine Police mehrere

Personen ab, gelten alle als versichert. Weiter sind ausschließlich Personenversicherungen wie Lebens-, Unfall- oder Krankenversicherungen enthalten. Versicherungspolicen für Vermögenswerte wie Vieh, Wohnraum oder Motorräder werden nicht berücksichtigt.

- **Bruttobeiträge:** Die Kennzahl „Bruttobeiträge“ umfasst das Neugeschäft sowie Folgebeiträge aus Mikroversicherungen in einer Berichtsperiode. Dazu zählen die Beiträge aller Mikroversicherungsprodukte, die Personen und Vermögenswerte abdecken.

2. Berichtsgrenzen

Bei der Bilanzierung und Berichterstattung zur Mikroversicherungsleistung folgt die Allianz grundsätzlich dem Ansatz operativer Kontrolle. Kontrolle ist gegeben, wenn die Allianz oder eine ihrer Tochtergesellschaften über die volle Entscheidungsbefugnis bezüglich der Einführung und Umsetzung von Regelwerken für den operativen Betrieb hat und somit die operative Kontrolle über eine andere Gesellschaft besitzt. Allerdings beziehen wir in Anbetracht von Relevanz sowie den besonderen Umständen im Falle von Mikroversicherungen auch bedeutende Joint Ventures in unsere Berichterstattung ein, die im Gegensatz dazu in der Finanzberichterstattung der Allianz nach der Equity-Methode anteilig ausgewiesen statt konsolidiert werden.

Gegenwärtig werden die Mikroversicherungsdaten von zwei Allianz Gesellschaften in die Kennzahlen einbezogen, die im Konzernjahresabschluss der Allianz nicht konsolidiert werden:

- Bajaj Allianz General Insurance Co. Ltd., Indien
- Bajaj Allianz Life Insurance Co. Ltd., Indien

3. Datenqualität

a. Kontinuierliche Verbesserungen

Die Bilanzierung und Berichterstattung zur Mikroversicherungsleistung steckt noch in den Kinderschuhen. Es bestehen ein großer Spielraum sowie eine Notwendigkeit für weitere Verbesserungen. Unsere Kriterien, Systeme, Prozesse und internen Kontrollsysteme für die Bilanzierung und Berichterstattung im

Zusammenhang mit Mikroversicherungen werden daher fortlaufend weiterentwickelt, um die Datenqualität auf Konzernebene und in den Tochtergesellschaften zu verbessern.

Anfang 2012 hat die Allianz die oben beschriebenen, im Vergleich zu 2011 überarbeiteten, Kriterien für Mikroversicherungen aufgestellt. Diese werden gegenwärtig bei regelmäßigen, systematischen Überprüfungen der betreffenden Märkte und Produkte angewendet, um die Verlässlichkeit der entsprechenden Kennzahlen zu verbessern.

b. Verbleibende Herausforderungen

Einige wesentliche Herausforderungen bestehen dennoch weiterhin im Zusammenhang mit der Bilanzierung und Berichterstattung zur Mikroversicherungsleistung:

- **Bewertung des Kriteriums „unteres Einkommensegment“:** Aus Gründen der Logistik und des Datenschutzes ist es der Allianz nicht möglich, systematisch genaue Daten über die Einkommen ihrer Versicherungsnehmer zu erheben. Daher ist es schwierig, genau sicherzustellen, dass ein spezifisches Mikroversicherungsprodukt in der überwiegenden Mehrheit (80 Prozent) an Personen verkauft wird, die den drei untersten Einkommensquintilen (d. h. den 60 Prozent mit dem geringsten Einkommen) in einem betreffenden Land angehören. Als nächstbeste Lösung legt Allianz eine Reihe alternativer Datenquellen zugrunde: (1) von Vertriebspartnern erhobene Stichproben zu Einkommensdaten, (2) indirekte Daten, wie den durchschnittlichen Kreditbetrag bei versicherten Mikrokrediten, (3) Selbsterklärungen von Vertriebspartnern, das untere Einkommensegment als Tätigkeitsschwerpunkt zu bedienen, (4) behördliche Vorschriften wie die Beschränkung bestimmter Vertriebskanäle auf das untere Einkommensegment.
- **Mehrfachzählung von Versicherten:** Eine Mehrfachzählung kann in Fällen eintreten, in denen ein Versicherter mehrere nicht vermögensbezogene Mikroversicherungsprodukte erworben hat. Dies könnte in Zukunft durch die Einführung eindeutiger Kunden-IDs vermieden werden. Die Umsetzung solcher ID-Systeme wurde jedoch bislang dadurch erschwert, dass viele Menschen im Mikroversicherungsumfeld noch nicht einmal über gültige

ationale Ausweisdokumente verfügen. Daher wenden wir derzeit einen eher manuellen Ansatz an, um eine Mehrfachzählung soweit wie möglich auszuschließen. Falls ein Vertriebspartner beispielsweise sowohl Lebens- als auch Unfallversicherungen verkauft und keine eindeutigen Kunden-IDs verfügbar sind, wird lediglich die Anzahl der Versicherten des Produkts erfasst, das häufiger verkauft wird. Das andere Produkt wird bei der Bilanzierung und Berichterstattung nicht berücksichtigt, da die Wahrscheinlichkeit von Überschneidungen bei beiden Kundengruppen hoch ist. Auf diese Weise wird ein konservativer Ansatz bei der Ermittlung der Anzahl der Versicherten gewährleistet.

- **Unbekannte Anzahl von Mitversicherten:** Einige Mikroversicherungsprodukte umfassen Schutz für den Hauptversicherungsnehmer und eine Reihe weiterer Personen wie beispielsweise alle minderjährigen Kinder. Aus Gründen der Effizienz werden die Anzahl und die Namen der Kinder beim Abschluss der Versicherung häufig nicht erfasst. Die Familienbeziehungen werden nur im Schadenfall überprüft. In solchen Fällen wird nur der Hauptversicherungsnehmer in die Kennzahl „Anzahl der Versicherten“ einbezogen. Auf diese Weise wird für diese Kennzahl ein konservativer Ansatz gewährleistet.

c. Datenabdeckung

Die Allianz unternimmt angemessene Anstrengungen, relevante Daten zur Mikroversicherungsleistung von ihren Tochtergesellschaften und Beteiligungen in den jeweiligen Märkten zu erheben. Mikroversicherungen sind kein eigenständiger Geschäftsbereich und werden aus diesem Grund in der Rechnungslegung bei unseren Tochtergesellschaften nicht ausdrücklich erfasst. Daher besteht die Möglichkeit, dass in unseren regelmäßig durchgeführten Überprüfungen für Mikroversicherungen einige Produkte nicht identifiziert werden, die als Mikroversicherungsprodukte gelten könnten. Nach Auffassung der Allianz führt dies jedoch zu keiner im Wesentlichen unzutreffenden Darstellung unserer Kennzahlen zur Mikroversicherungsleistung.

d. Vergleichbarkeit

Im Falle struktureller oder methodischer Änderungen korrigiert die Allianz historische Kennzahlen zur Mikroversicherungsleistung, sofern diese Änderungen wesentlich sind. Dasselbe gilt, wenn Mikroversicherungsprodukte identifiziert werden, die bereits in früheren Berichtsperioden angeboten, jedoch nicht in den Kennzahlen zur Mikroversicherungsleistung enthalten waren.

Die Allianz wendet auf all diese Änderungen eine Wesentlichkeitsschwelle von 5 Prozent pro Kennzahl auf der Grundlage der aggregierten Konzernkennzahlen an. Dies bedeutet, dass eine strukturelle oder methodische Änderung oder die Identifizierung eines zuvor nicht erfassten Mikroversicherungsprodukts eine rückwirkende Korrektur auslöst, wenn die Kennzahl auf Konzernebene um mindestens 5 Prozent steigt oder sinkt. Veränderungen, die eine Anpassung um weniger als 5 Prozent erfordern, werden nur prospektiv berücksichtigt.

Aufgrund von eingeschränkter Datenverfügbarkeit für frühere Perioden werden rückwirkende Korrekturen der Mikroversicherungskennzahlen im Allgemeinen erst für Berichtsperioden ab 2012 angewendet. Für die Berichtsperiode 2014 wurde ein Indikator für die Daten von 2013 korrigiert. Bei den Zahlen von 2013 wurden fehlerbedingte Korrekturen für die Anzahl der Versicherten vorgenommen. Nach einer Umgestaltung der Gruppen-Risikolebensversicherung in Indien im Juli 2013 wurden die Neu-Anträge für das alte Produkt, das noch weiterlief, bei den Versichertenzahlen bis zum Ende des Jahres nicht berücksichtigt. 2014 trat dieser Fehler nicht mehr auf. Das Prämienvolumen ist nicht davon betroffen und bleibt unverändert.

Bescheinigung des unabhängigen Prüfers KPMG

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Allianz SE
Bescheinigung des unabhängigen Prüfers

BESCHEINIGUNG DES UNABHÄNGIGEN PRÜFERS¹

An den Vorstand der Allianz SE, München

Wir wurden beauftragt, eine betriebswirtschaftliche Prüfung bezüglich ausgewählter Angaben und Kennzahlen zur Umweltleistung für das Geschäftsjahr 2014, einschließlich der begleitenden Erläuterungen, veröffentlicht auf den Webseiten zu Nachhaltigkeit der Allianz SE (im Folgenden „Allianz“), durchzuführen. Die Angemessenheit der Aufstellung und Darstellung der Angaben sowie die Ermittlung und Darstellung der Kennzahlen zur Umweltleistung in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien, einschließlich der Identifizierung wesentlicher Themen, liegt in der Verantwortung des Vorstands. Unsere Aufgabe ist es, bezüglich der Angaben und Kennzahlen zur Umweltleistung auf den Webseiten zu Nachhaltigkeit der Allianz ein Urteil in Form dieser Bescheinigung abzugeben.

Auftragsgegenstand

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung so geplant und durchgeführt, um mit begrenzter Sicherheit ausschließen zu können, dass die Angaben und Kennzahlen zur Umweltleistung für das Geschäftsjahr 2014, einschließlich der begleitenden Erläuterungen, veröffentlicht online unter www.allianz.com/nachhaltigkeit in den Abschnitten „Umweltmanagement“ und „Umwelt Kennzahlen“ nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien dargestellt sind.

Die im Umfang unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung enthaltenen Webseiten sind kenntlich gemacht mit:



Prüfungshandlungen zur Erlangung begrenzter Sicherheit sind auf die Feststellung der Plausibilität von Informationen ausgelegt und weniger umfangreich als zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit.

Berichtskriterien und Prüfungsstandards

Allianz wendet die Sustainability Reporting Guidelines G3.1 der Global Reporting Initiative zusammen mit internen Richtlinien, wie in den begleitenden Erläuterungen dargestellt, als Berichtskriterien für die Umweltleistung an.

¹ Unsere betriebswirtschaftliche Prüfung gilt für die englischsprachige Version der Webseiten zu Nachhaltigkeit 2014. Dieser Text ist eine Übersetzung der maßgeblichen englischsprachigen Prüfbescheinigung.



KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Allianz SE
Bescheinigung des unabhängigen Prüfers

Wir haben unseren Auftrag unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000: „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“ und des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3410: „Assurance Engagements on Greenhouse Gas Statements“ herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board, durchgeführt. Diese Standards erfordern unter anderem, dass das Prüfungsteam über solche spezifischen Fachkenntnisse, Fähigkeiten und berufsständischen Qualifikationen verfügt, aufgrund derer es Informationen zu Nachhaltigkeit würdigen kann, sowie die Einhaltung der Anforderungen zur Unabhängigkeit des Code of Ethics für Professional Accountants der International Federation of Accountants.

Prüfungshandlungen

Unsere Prüfungshandlungen beinhalteten:

- Eine Risikoeinschätzung, einschließlich einer Medienanalyse, zu relevanten Informationen über Allianz in der Berichtsperiode.
- Befragung des Managements auf Konzernebene, das für die Zielsetzung und Überwachung der Umweltleistung verantwortlich ist.
- Einschätzung der Konzeption und Implementierung von Systemen und Prozessen für die Ermittlung, Verarbeitung und Kontrolle von Angaben und Kennzahlen zur Umweltleistung, einschließlich der Konsolidierung der Daten.
- Befragungen von Mitarbeitern auf Konzernebene, die für die Ermittlung und Konsolidierung sowie die Durchführung der internen Kontrollhandlungen bezüglich der Daten und Informationen verantwortlich sind, einschließlich der begleitenden Erläuterungen.
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends, welche zur Konsolidierung auf Konzernebene von allen Tochtergesellschaften gemeldet wurden.
- Standortbesuche in Kuala Lumpur (Malaysia), München (Deutschland), Seoul (Südkorea) und Wien (Österreich) zur Beurteilung der lokalen Datenerhebungs- und Berichterstattungsprozesse sowie zur Beurteilung der Verlässlichkeit der berichteten Daten bezüglich der Kennzahlen zur Umweltleistung.
- Beurteilung interner und externer Dokumente, auf Stichprobenbasis, um zu bestimmen, ob Parameter mit Einfluss auf CO₂-Emissionsfaktoren durch ausreichend Nachweise hinterlegt sind.
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der Angaben und Kennzahlen zur Umweltleistung, einschließlich der begleitenden Erläuterungen, auf den Webseiten zu Nachhaltigkeit der Allianz.

KPMG AG WirtschaftsprüfungsgesellschaftAllianz SE
Bescheinigung des unabhängigen Prüfers

Ergebnis

Aufgrund der bei der Durchführung unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung gewonnenen Erkenntnisse sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die Angaben und Kennzahlen zur Umweltleistung auf den Webseiten zu Nachhaltigkeit der Allianz, einschließlich der begleitenden Erläuterungen, nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien dargestellt sind.

München, den 2. März 2015

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Fischer
Wirtschaftsprüferin

ppa. Gräbsch

Register

A

Allianz Global Investors 90ff
Alternative Investments 83ff

C

CO₂-Fußabdruck 24, 38, 44
CO₂-Neutralisierung 47, 86-87
Compliance 41ff, 52ff, 76

D

Demografischer Wandel 17ff
Deutscher Nachhaltigkeitskodex 23
Digitalisierung 94ff

E

Eigenanlagen 83ff
Employee Engagement Index 72
Energie 44ff
Ernährungssicherheit 101ff
Ernteversicherung 78ff, 103
ESG Board 31
ESG-Ansatz 26ff

F

Finanzielle Allgemeinbildung 8ff
Finanzielle Einbindung (siehe Zugang zu Finanzen)
Freiwilliges Engagement 60ff

G

Gesellschaftliches Engagement 10, 54ff
Gesundheit und Sicherheit 70
Global Reporting Initiative (GRI) 36, 112
Green IT 45, 53
Grüne Lösungen 24ff, 39, 77

H

I

Immobilien 14, 88ff
Investitionen 83ff

K

Klimafreundliche Investitionen 86
Klimawandel 11ff, 24ff, 38-39, 86ff
Klimawandelstrategie 24ff
Kunden 38, 50ff, 76ff, 94ff

L

Lieferantenmanagement 52ff
London Benchmarking Group 35, 62

M

Marke 48-49
Materialität 33ff
Menschenrechte 26ff, 71-72, 107ff
Mikroversicherung 78ff
Mitarbeiter 65ff
Mitarbeiterrechte 71-72
My Finance Coach 60ff

N

Nachhaltigkeitsstrategie 21ff
Net promoter Score (NPS) 38, 50-51, 76

P

Palmöl 104ff
Papier 115
Parteispenden 59
PIMCO 91-92
Politisches Engagement 54ff
Principles for Responsible Investment (PRI) 23
Principles for Sustainable Insurance (PSI) 23

R

Rating 32, 113
REDD (Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation) 86-87
Reisen 44ff, 115, 118
Rohstoffterminmärkte 101

S

Spenden 59, 62
Sponsoring 48ff
Stakeholderengagement 33ff
Supply-Chain Management (siehe Lieferantenmanagement)
Sustainable and Responsible Investments (SRI) 90ff

T

Talentmanagement 65-67

U

Umwelt- und Mitarbeiterkennzahlen 115-116
Umweltmanagement 44ff
UN Global Compact 23, 52, 108

Underwriting 26-31, 74
Unternehmensführung 22f, 30f

V

Verantwortungsvoller Vertrieb 50ff, 76
Vergütung 71
Verhaltenskodex 41, 55, 76, 109
Vermögensverwaltung 83
Verpflichtungen 22
Vielfalt 68
Vorwort unseres CEO 4

W

Wasser 44ff, 115
Work-Life-Balance 70

Z

Zugang zu Finanzen 8ff

Unser Fortschritt

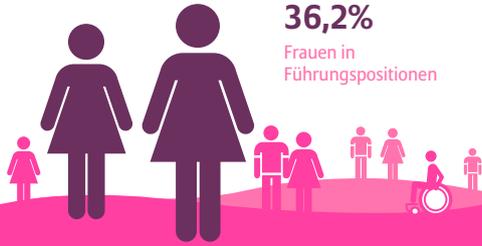
41,3 %

Reduktion des CO₂-Fußabdrucks pro Mitarbeiter seit 2006



36,2%

Frauen in Führungspositionen



85 Mio.

Kunden



Konzernweite Richtlinien für 13 sensible Geschäftsfelder entwickelt & umgesetzt

4,57 Mio.

Zertifikate durch unsere Investitionen in CO₂-Projekte generiert



Mehr als **44 Mio.**

Menschen sind durch Mikroversicherung abgesichert

156

Grüne Lösungen für unsere Kunden



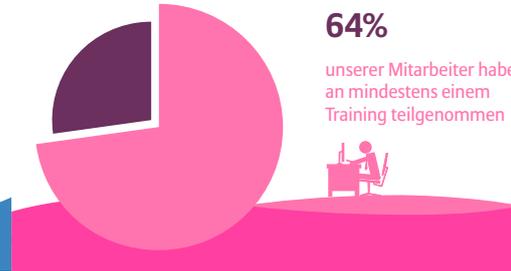
150

Vorgänge aus den sensiblen Geschäftsfeldern geprüft in 2014



64%

unserer Mitarbeiter haben an mindestens einem Training teilgenommen



€ 117,4 Mrd.

nachhaltig und verantwortungsvoll investiert



27,2%

weniger Energieverbrauch pro Mitarbeiter seit 2010



181%
Eigenkapitalquote

10,4 Mrd.
Gesamterlös



6,6 Mrd.
Nettogewinn

122,3 Mrd.
Betriebsgewinn

72

Punkte im "Employee Engagement Index" zeigen den Grad der Zufriedenheit und Loyalität



\$ 7,7 Mrd.

Markenwert



€ 20,9 Mio.

gespendet



Über **219.000**

Schüler erreicht durch unsere Aktivitäten im Bereich des sozialen Engagements

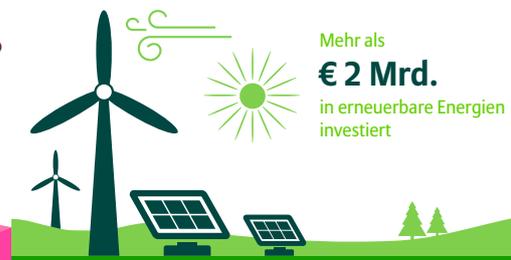


147.425

Mitarbeiter



Mehr als **€ 2 Mrd.** in erneuerbare Energien investiert



Geschäftsbericht 2014 des Allianz Konzerns



Diesen Geschäftsbericht gibt es in folgenden Formaten



Print



Download als PDF

[www.allianz.com/
geschaeftsbericht](http://www.allianz.com/geschaeftsbericht)



Allianz Investor
Relations App

Apple Store and
Google Play Store

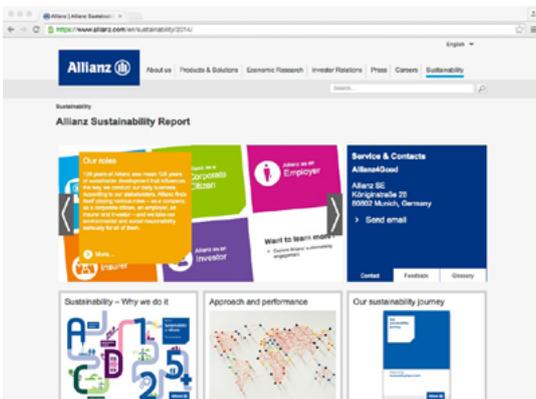
Allianz Human Resources Fact Book



Das „HR Fact Book“ ist der offizielle und umfassendste Bericht mit den wichtigsten Personalkennzahlen und -fakten, den besonderen Erfolgen des Personalmanagements im vergangenen Jahr sowie dem Ausblick für 2015.

www.allianz.com/hrfactbook_de

Allianz Nachhaltigkeitswebsite



Für weitere Informationen zur Nachhaltigkeit bei der Allianz besuchen Sie uns unter www.allianz.com/nachhaltigkeit

Impressum

Copyright © Allianz SE 2015

Herausgeber

Allianz SE
Allianz4Good
Königinstraße 28
80802 München
Germany

www.allianz.com
sustainability@allianz.com

Projektverantwortung

Allianz SE – Allianz4Good

Gestaltung

heinrich+gretchen GmbH
www.heinrichundgretchen.com

Bilder

Andreas Pohlmann (Vorstandsvorsitzender)

Wir möchten unseren Dank an alle Kollegen und Partner richten, die uns bei der Erstellung des Reports unterstützt haben.

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Soweit wir in diesem Dokument Prognosen oder Erwartungen äußern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von den geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Neben weiteren hier nicht aufgeführten Gründen können sich Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, aus Akquisitionen sowie der anschließenden Integration von Unternehmen und aus Restrukturierungsmaßnahmen ergeben. Der Konzern ist nicht verpflichtet, Zukunftsaussagen zu aktualisieren.

Publikationsdatum 13. März 2015