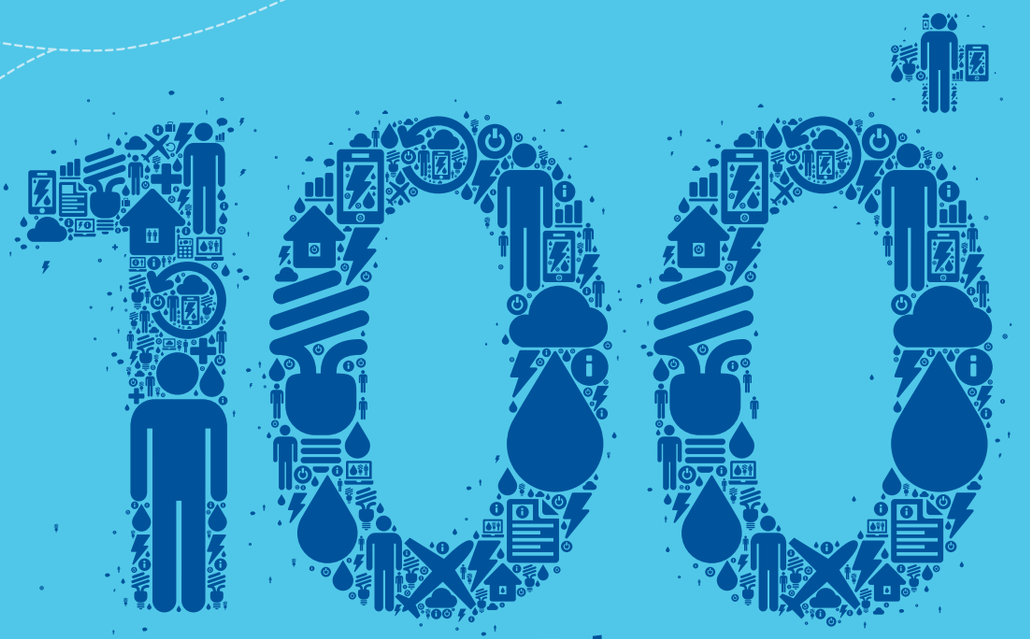
Allianz Konzern

Nachhaltigkeit - Daten und Fakten 2012



1000 Fakten zur Nachhaltigkeit

Um dem Klimawandel entgegenzuwirken, wird die Privatwirtschaft

80 %

der erforderlichen Investitionen finanzieren müssen

Ab 1€ pro Jahr können Allianz Mikroversicherungsprodukte helfen, Menschen die am stärksten von Risiken betroffen sind, zu schützen

Allianz ist weltweit einer der größten Investoren in erneuerbare Energien

Wetterbedingte Versicherungsschäden sind heute 15 mal höher als noch 1980

Chinas Bevölkerung wird innerhalb einer Generation erheblich altern

Die Bevölkerung Deutschlands schrumpft

2050 wird jeder 5. Mensch über 60 Jahre alt sein

Nurwenige der 2,6 Mrd. einkommensschwachen Menschen weltweit hat Zugang zu Finanzen

Weitere Informationen unter allianz.com/nachhaltigkeit

Allianz

Inhalt

1. Einleitung
2. Interview mit unserem CEO
4. Zugang zu Finanzen
10. Klimawandel
16. Demografischer Wandel
22. Das haben wir erreicht
23. Externe Anerkennung
24. Einzelnachweise

Zunehmend verbunden, heute und in der Zukunft

Unser Erfolg als weltweit in rund 70 Ländern tätiger Finanzdienstleister wird in hohem Maße beeinflusst von einer Vielzahl langfristiger, globaler Entwicklungen. Um ein nachhaltiges profitables Wachstum zu gewährleisten, ist es uns wichtig, die Herausforderungen und Chancen, die sich aktuell und in der Zukunft aus diesen Entwicklungen ergeben, zu beobachten, zu analysieren und in geeigneter Weise auf diese zu reagieren.

In dieser Publikation stellen wir unsere Aktivitäten in Zusammenhang mit den drei für unser Geschäft relevantesten globalen Themen vor: Zugang zu Finanzen, Klimawandel und demografischer Wandel.

Zugang zu Finanzen

Ein Drittel der gesamten Weltbevölkerung muss mit einem Einkommen zwischen 1,25 und 4 US-Dollar am Tag auskommen. Mit unseren Mikroversicherungen bieten wir bereits mehr als 17 Millionen Menschen in Entwicklungsländern **Zugang zu Finanzen** und somit Schutz vor den Risiken des Lebens. Wir ermöglichen so den Aufbau einer sicheren Zukunft.

Klimawandel

Die Erderwärmung droht unser Klima langfristig radikal zu verändern. Dies stellt nicht nur ein großes Risiko für die Weltwirtschaft, sondern auch für globale Finanzdienstleister wie die Allianz dar. Die möglichen Auswirkungen des **Klimawandels** auf unser Geschäft nehmen wir ernst. Unsere konzernweite Klimastrategie umfasst klimabezogene Herausforderungen und Chancen für unsere Kunden und unser Unternehmen. Wir versichern und investieren in erneuerbare Energien wie beispielsweise Wind- und Solarparks. Wir bieten unseren Kunden grüne Produkte, Beratung zur Minderung wetterbedingter Risiken und Prävention an. Außerdem integrieren wir Nachhaltigkeitsaspekte in unsere Vermögensverwaltung und reduzieren und neutralisieren unsere eigenen Treibhausgasemissionen.

Demografischer Wandel

In unserer von zunehmender globaler Verflechtung geprägten Welt schafft der **demografische Wandel** für Finanzdienstleister sowohl Chancen als auch Herausforderungen. Während die städtische Bevölkerung und die Mittelschicht in Asien und Afrika weiter wachsen, sehen sich die Gesellschaften in den Industrieländern mit einer zunehmenden Überalterung und weniger Erwerbstätigen konfrontiert. Angesichts des wachsenden Anteils von über 60-Jährigen, sinkender Geburtenraten und der Auswirkungen der Staatsschuldenkrise geraten die sozialen Sicherungssysteme zunehmend unter Druck und die Notwendigkeit zusätzlicher Altersvorsorge steigt. Im Gegensatz dazu ist in den Entwicklungsländern der Aufbau umfassender sozialer Sicherungssysteme erforderlich, da sich Bevölkerungs- und Familienstrukturen verändern und die Menschen nicht mehr unbedingt auf die Unterstützung ihrer Familien zählen können. Wir reagieren auf diese Entwicklungen durch integrierte Lösungen in den Bereichen Versicherung und Vermögensverwaltung.

Interview mit unserem CEO

Michael Diekmann, Vorsitzender des Vorstands

Herr Diekmann, die Finanzwelt hat ein weiteres Jahr des Krisenmanagements hinter sich. Macht es aktuell überhaupt Sinn, an Zukunft und Nachhaltigkeit zu denken?

Die Finanz- und Schuldenkrise kann mehr als alle Sonntagsreden der Vergangenheit dazu beitragen, dass der Wert nachhaltigen Wirtschaftens wieder stärker in das Bewusstsein rückt. Wir werden nicht für immer über unsere Verhältnisse leben können.

Wie soll das gleichzeitig gehen, Krisenbewältigung und nachhaltiges Wirtschaften?

Die Krise ist eine Chance, wenn wir als Bürger und Konsumenten die Handlungsnotwendigkeiten erkennen und auch der Politik Rückhalt für mutige und langfristige Weichenstellungen geben. Das gilt für die EU und den globalen Handel ebenso wie für den Klimaschutz und den demografischen Wandel.

Welche Rolle kann die EU zukünftig spielen?

Die EU ist für alle ihre Mitgliedsstaaten die Eintrittskarte, wenn sie global mitspielen wollen. China und Indien haben jeweils mehr als doppelt so viele Einwohner wie alle 27 EU-Staaten zusammen. Afrika wird bis 2040 mehr als vier Mal so viele Einwohner haben wie die EU, davon die Hälfte jünger als 24 Jahre. Das sind Basisdaten für den Wettbewerb, in dem wir nur erfolgreich sein können, wenn wir uns einigen und auf unsere Stärken besinnen: Forschung und Wissen, Einigkeit und Frieden, Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit – das halte ich für eine Formel, mit der die EU 500 Millionen Menschen und ihren Handelspartnern eine Perspektive bieten kann.

Müssen wir erst die Finanzkrise bewältigen, bevor wir uns wieder der Rettung des Klimas widmen können?

Das Klima wartet nicht, bis wir unsere Hausaufgaben erledigt haben. Die globale Erwärmung setzt sich fort und Stürme wie Sandy zeigen, wie wenig wir auf die Folgen vorbereitet sind. Dabei geht es neben dem Erhalt einer intakten und lebenswerten Umwelt auch um eine nachhaltige ökonomische Entwicklung: Je früher und konsequenter wir unsere Emissionen reduzieren und unsere Energieeffizienz verbessern, umso günstiger wird die Rechnung. Und wer das als Erster erkennt und verlässliche Rahmenbedingungen schafft, wird mit Investitionen, Wachstum und Arbeitsplätzen belohnt. Als Versicherer und Investor sind wir bereit und in der Lage, einen wesentlichen und verlässlichen Beitrag zum Risikomanagement und zur Finanzierung zu leisten. Gleichzeitig stärken wir mit den Erträgen aus diesen Investitionen die Altersvorsorge unserer Kunden.

Ist die Sorge um die Altersvorsorge angesichts niedriger Zinsen und zunehmender Alterung berechtigt?

Die niedrigen Zinsen werden in der Altersvorsorge Spuren hinterlassen. Ebenso gravierend ist allerdings die Tatsache, dass die meisten Menschen zu spät mit der Altersvorsorge beginnen und den Finanzbedarf einer heute deutlich längeren Ruhestandszeit unterschätzen. Ein früher Einstieg und ein aktiv gesteuertes Investmentportfolio sind die beste Strategie in diesem schwierigen Umfeld.

2012 haben Nichtregierungsorganisationen Banken, Hedgefonds und Versicherer für ihre Investitionen in Agrarrohstoffe kritisiert. Nimmt die Allianz diese Kritik zum Anlass, ihre Investments zu überdenken?

Wir haben diese Investments geprüft. Wir investieren nicht in Agrarrohstoffe, sondern dienen auf dem Terminmarkt (wo ausschließlich die Preisrisiken gehandelt werden) den Landwirten und Käufern als Risikopartner. Wir übernehmen gegen eine Prämie die Risiken, die sich aus der Volatilität der Preise an den Kassamärkten (wo die Rohstoffe später gehandelt werden) ergeben. Wir gewährleisten dadurch einen verlässlichen Ertrag für die Landwirte und verlässliche Preise für die Käufer. Dabei müssen wir nicht „auf hohe Preise wetten", denn wir verdienen unsere Risikoprämie auch bei niedrigen Preisen.

Wir halten die Kritik an der Allianz bei diesem Thema nicht für gerechtfertigt. Ich muss aber auch sagen, dass sie unser Bewusstsein für das Problem geschärft hat. Im Dialog mit Experten und NGOs wollen wir Lösungen finden, mit denen wir unstrittige Ursachen des Hungers angehen können.

> „Neben dem Erhalt einer intakten und lebenswerten Umwelt geht es auch um eine nachhaltige ökonomische Entwicklung."

Welchen nachhaltigen Beitrag hat die Allianz 2012 geleistet, und was steht für 2013 an?

Unsere Aufmerksamkeit galt 2012 und gilt in den kommenden Jahren weiterhin vier Themenschwerpunkten, von denen unsere Kunden besonders betroffen sind:

- Die Stabilisierung der Kapitalmärkte und der EU unterstützen wir durch unsere Geschäftstätigkeit als Versicherer und langfristiger Investor und darüber hinaus mit fachlichen Vorschlägen für bessere Eigenkapitalregeln unserer Branche.
- Dem demografischen Wandel begegnen wir mit einem breiten Portfolio von Altersvorsorgeprodukten und dem Ausbau alternativer Investments. Im Berliner Demografie Forum informieren wir die Öffentlichkeit und diskutieren mit Vertretern aller Generationen sowie mit Politik und Wissenschaft neue Lösungswege.
- Auch im Klimaschutz gehen wir weiter voran. Seit 2012 ist die Allianz klimaneutral. Wir sind mit 1,3 Milliarden Euro einer der führenden Investoren in erneuerbare Energien und möchten diesen Beitrag ausbauen. Mehr als 130 grüne Produktlösungen unterstützen unsere Kunden beim Klimaschutz.
- Am stärksten betroffen von den Folgen des Klimawandels sind unsere Kunden in den Entwicklungs- und Schwellenländern. Als führender Agrar- und Mikroversicherer arbeiten wir mit unseren Partnern am ersten Satellitensystem, das frühzeitig Ernteschäden erkennen lassen und flächendeckend Versicherungsschutz möglich machen kann.

Mit der Unterzeichnung der Prinzipien für verantwortungsvolles Investieren (UN Principles for Responsible Investments (UN PRI) haben wir ein Signal gesetzt. Wir wollen damit unseren Kunden und auch den Unternehmen, in die wir zum überwiegenden Teil treuhänderisch für unsere Kunden investieren, deutlich machen, dass wir auf die Nachhaltigkeit unserer Vermögensverwaltung achten.

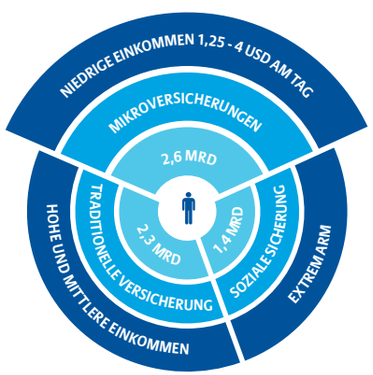
Zukünftig wollen wir unsere Aktivitäten als Versicherer und Vermögensverwalter noch besser koordinieren und haben dafür im September 2012 auf Vorstandsebene ein ESG Board (Environmental, Social, Governance – Umwelt, Soziales, Unternehmensführung) eingerichtet. Die Ergebnisse unserer jüngsten Stakeholderbefragung und der Dialog mit führenden Nichtregierungsorganisationen sollen uns dabei helfen, diese und weitere Themen einzuschätzen und Handlungsmöglichkeiten zu entwickeln.

Zugang zu Finanzen

Milliarden Menschen leben von 1,25 USD bis 4 USD am Tag

Niedriges Einkommen, hohes Risiko

Beinahe ein Drittel der gesamten Weltbevölkerung muss mit einem Einkommen zwischen 1,25 und 4 US-Dollar am Tag auskommen[1]. Die meisten leben ohne staatliche oder private Versicherungen in Regionen, die als besonders anfällig für Naturkatastrophen gelten. Durch fehlende Rücklagen sind diese Menschen durch Schäden infolge von Naturkatastrophen, Unfälle oder Krankheiten in besonderem Maße betroffen und können die Verluste oft nur schwer verkraften.



> Mikroversicherungen sind für uns keine Wohltat oder Spende, sondern ein Geschäftsansatz. Gleichzeitig leisten wir damit einen Beitrag zur finanziellen Sicherheit einkommensschwacher Menschen in diesem Land.
>
> Joachim Wessling,
> CEO Allianz Life Indonesia

Die Allianz bietet über 17 Millionen Kunden in Asien, Afrika und Lateinamerika über Mikroversicherungen Schutz

Mikroversicherungen: Die Schwächsten schützen

Mikroversicherungen bieten einkommensschwachen Menschen in Entwicklungsländern Schutz vor den Risiken des Lebens. Bezahlbare Versicherungsprämien ab einem Euro pro Jahr helfen, diese Risiken besser zu meistern. Die Allianz versorgt bereits mehr als 17 Millionen von Menschen mit Mikroversicherungen und wir erweitern unser Angebot ständig, um den großen Bedarf zu decken.

Erfahren Sie mehr über das Konzept von Mikroversicherungen auf allianz.com/nachhaltigkeit/zugangzufinanzen

Wir bieten in 11 Ländern Mikroversicherungen ab 1 Euro pro Jahr an

$40 Milliarden USD

Geschätztes globales Prämienpotential für Mikroversicherungen

Mikroversicherungen: unser Ansatz

Wir bieten Mikroversicherungen in 11 Ländern an – vor allem in Asien, aber auch in Afrika und Lateinamerika. Unsere Produkte reichen von Lebensversicherungen und Sparplänen bis hin zu Ernteausfallversicherungen. Das Angebot orientiert sich an den elementarsten Risiken, denen unsere Kunden ausgesetzt sind.

Wir haben global einen hohen und einheitlichen Anspruch für Mikroversicherungen, basierend auf unseren vier wichtigsten Werten:

- **Leidenschaft** bei der Entwicklung von Angeboten für einkommensschwache Menschen
- **Qualität von Produkten und Prozessen**
- **Fairness** bei der Preisgestaltung und im Umgang mit Kunden
- **Transparenz** gegenüber den Versicherungsnehmern und der Öffentlichkeit.

Mikroversicherungen haben oft nur winzige Gewinnspannen. Damit wir die richtigen Kunden anzusprechen, angemessene Erträge erzielen und nachhaltig wachsen können, bieten wir Mikroversicherungen nur in Ländern an, in denen bereits eine Tochtergesellschaft tätig ist und eine Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen wie zum Beispiel Mikroversicherungsorganisationen, Banken oder Mobilfunkanbietern möglich ist.

Finanzieller und gesellschaftlicher Nutzen

Noch ist der Markt für Mikroversicherungen eher klein. Bei einem geschätzten Potenzial für Versicherungsprämien von 40 Milliarden US-Dollar[2] ist davon auszugehen, dass die Zahl der Menschen, die solche Versicherungen in Anspruch nehmen, weiter wächst.

Die Gewinnerwartungen bei Mikroversicherungen sind zugegebenermaßen um einiges niedriger als bei konventionellen Versicherungsprodukten. Wir sind allerdings überzeugt, dass sich die Zufriedenheit unserer Mikroversicherungskunden mittel- und langfristig auszahlen wird. Ihr wirtschaftlicher Aufstieg ermöglicht später einen Umstieg zu konventionellen Allianz-Versicherungsprodukten. Allein in unseren Primärmärkten für Mikroversicherungen wird die Mittelschicht weltweit von 1,8 Milliarden Menschen im Jahr 2009 bis 2030 auf etwa 5 Milliarden ansteigen[3].

Wir verfolgen ein doppeltes Ziel: Durch den Schutz der Schwächsten, mittels Zugangs zu Finanzen, möchten wir wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Nutzen zugleich schaffen. Deshalb legen wir hohen Wert auf die Qualität unserer Produkte, die auf die jeweiligen Marktbedingungen zugeschnitten sind.

Die sich verändernden Bevölkerungs- und Familienstrukturen in Entwicklungsländern, in denen die Menschen länger leben, aber nicht mehr unbedingt auf die Unterstützung ihrer Familien zählen können, erhöhen den wachsenden Bedarf nach langfristigen Sparplänen und Altersversorgung.

Herausforderungen im Zusammenhang mit finanzieller Bildung

Eine der Herausforderungen für Mikroversicherer in Entwicklungsländern ist insbesondere das fehlende Wissen über Finanzthemen. Der Bedarf nach Bildungsprogrammen zu finanzieller Planung und Versicherungsschutz erstreckt sich auf alle Generationen. Wir nutzen verschiedene Ansätze der Kommunikation und Wissensvermittlung wie Planspiele, Kurzfilme und sogar Comics, um den Nutzen von Versicherungen zu verdeutlichen.

Nachhaltigkeit in der Praxis

Finanzielle Bildung in Schulen

Finanzielle Bildung ist in Industrie- und Entwicklungsländern gleichermaßen wichtig. Dies hat verschiedene Gründe, beispielsweise die wachsende Eigenverantwortung bei der individuellen Altersvorsorge aufgrund der Verlagerung vom staatlichen und privaten Sektor auf den Einzelnen oder auch die zunehmende Komplexität von Spar- und Finanzprodukten in den entwickelten Finanzmärkten.

Ein wichtiger Teil unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist es, die Gesellschaft in den Märkten, in denen wir tätig sind, zu unterstützen. Wir fördern die Entwicklung effektiver Lösungen für soziale Problemfelder, indem wir unsere Kernkompetenz – unser Know-How zu Finanzthemen – zum Nutzen der Gesellschaft einsetzen und vermitteln.

Unsere Initiative „My Finance Coach" fördert die finanzielle Bildung für Schüler aller Altersklassen. Das Programm wurde bereits sehr erfolgreich in Deutschland und Indonesien eingeführt und verbessert die Finanzkompetenz von elf- bis fünfzehnjährigen Schülerinnen und Schülern. Seit Projektbeginn haben Mitarbeiter von Allianz Indonesien mit insgesamt mehr als 1700 Schülern gearbeitet. 2012 wurde „My Finance Coach" auch in Argentinien, Malaysia und Thailand eingeführt.

Erfahren Sie mehr über MFC
myfinancecoach.de

1700

Schüler in Indonesien wurden von Allianz „My Finance Coaches" unterrichtet

Mehr als 1 500

Bauern in Mali und Burkina Faso profitierten 2012 von unserer Ernteversicherung

Innovative Produkte schützen vor globalen Risiken

Eine technologiegestützte Ernteversicherung hilft unseren in der Landwirtschaft tätigen Kunden, ihre Erträge zu sichern. Zusammen mit verschiedenen Partnern haben wir „RIICE" entwickelt, ein innovatives Produkt für Kleinbauern in sieben asiatischen Ländern (siehe Infografik auf der folgenden Seite). Das Wachstum der Reispflanzen wird mit Satellitentechnologie überwacht. Damit werden Versicherungsansprüche von Bauern aufgrund von Dürre oder Überflutung direkt erkannt, beurteilt und bezahlt. Die erste Mikroversicherung, die mit dieser Technologie arbeitet, wird Anfang 2013 für asiatische Reisanbauer angeboten und soll in den nächsten fünf Jahren mehr als fünf Millionen Kleinbauern erreichen.

Erfahren Sie mehr auf www.riice.org

Wir bieten in Mali und Burkina Faso bereits ähnliche indexbasierte Ernteversicherungen an. Hier werden Satellitenbilder ausgewertet, um zu bestimmen, ob der Regenfall den ansässigen Bauern einen erfolgreichen Anbau und eine ausreichende Ernte garantiert. Wenn die Wassermenge laut Regenindex nicht für das Pflanzenwachstum ausreicht und Ernte oder Vieh durch eine Dürre gefährdet sind, erfolgt eine automatische Prämienauszahlung. Die Bauern müssen nicht einmal einen Antrag stellen. Die Methode ist schneller, transparenter und weniger anfällig für Betrug. Zudem ist sie kostengünstiger als konventionelle Ernteversicherungsprodukte.

Nachhaltigkeit in der Praxis

Mikroversicherungen: Kundengeschichten

Zusammen mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) haben wir 2012 eine Reihe von Interviews mit Mikroversicherungskunden gefilmt, die von ihren Erfahrungen mit Schadenmeldungen berichten. Aus diesen Geschichten haben wir gelernt, dass wir unsere Bemühungen um finanzielle Bildung verstärken müssen, um das Bewusstsein für Finanzthemen in einkommensschwachen Gesellschaftsschichten in Entwicklungsländern weiter zu schärfen. Sogar jenen, die bereits von Mikroversicherungen profitieren konnten, fällt es oft noch schwer, den Nutzen von Versicherungen zu erkennen und zu verstehen. Deshalb werden wir unsere Aktivitäten zur Vermittlung von Finanzkompetenz 2013 weiter ausbauen.

Geschichten aus Indonesien, Indien und Kolumbien finden Sie auf dem YouTube-Kanal der Allianz: youtube.com/allianz

RIICE Partnerschaft für Ernährungssicherheit

Reisbauern mit Kleinbesitz spielen eine wesentliche Rolle für die Ernährung unserer schnell wachsenden Weltbevölkerung. Jedoch sind Sie den Risiken des Klimawandels besonders ausgesetzt und haben oft keinen Zugang zu Versicherungen, die sie vor Ernteausfällen schützen. RIICE (Remote sensing-based Information and Insurance for Crops in Emerging countries) hilft Reisbauern in Südostasien diese Risiken abzusichern und unterstützt die Ernährungssicherheit der gesamten Region.

90% der weltweiten Reisernte wird in Asien erzeugt und konsumiert

70% der einkommensschwachen Weltbevölkerung leben in Asien

Hochwasser, Dürren, Wassermangel, Schädlinge und Krankheiten

5 Millionen asiatische Reisbauern

Asiatische Regierungen
Armut reduzieren durch ausgeglichene Reisversorgung

7 Länder

Pilotprojekt für 3 Jahre

RIICE Partnerschaft*
Schützt Kleinbauern vor Risiken

Landwirtschafts-banken
Bieten Versicherungen und finanzielle Bildung an

Informationen

Versicherung

RIICE
Satellitentechnologie überwacht Reiswachstum, löst Auszahlungen an Kleinbauern bei Ernteausfällen aus und informiert Regierungen über ertragsschwache Prognosen.
www.riice.org

*Partner:
Allianz Re
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
International Rice Research Institute
sarmap SA
Schweizer Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit

Klimawandel

Um die
Treibhausgasemissionen
auf dem heutigen Niveau zu stabilisieren,
müssen
bis **2030**
weltweit
210
Milliarden
USD
investiert
werden[4]

Steigende Verluste durch extremes Wetter

Die Erderwärmung sorgt für eine Häufung extremer Wetterereignisse wie Hitzewellen, Dürren, Überflutungen und Tropenstürme. Auch die Versicherungsindustrie ist betroffen: durch den Anstieg von Zahlungen aufgrund von Verlust und Zerstörung. Die Auswirkungen dieser Unwetter sind schlimmer denn je zuvor. Die Schadenszahlungen für wetterbedingte Schäden sind heute fünfzehn Mal höher als noch vor 30 Jahren.[5] Zum Teil liegt das natürlich an der generell gewachsenen Anzahl versicherter Vermögenswerte, aber auch am Wirtschafts- und Bevölkerungswachstum sowie an der zunehmenden Versicherungsdichte in Regionen, die als anfällig für Naturkatastrophen gelten.

> “Ohne ein größeres Engagement der Finanzindustrie ist es schwer vorstellbar, wer die Energiewende zu finanzieren vermag. Dies gilt umso mehr in Zeiten, in denen Regierungen nur einen geringen finanziellen Spielraum haben.”
>
> Armin Sandhövel,
> CEO Allianz Climate Solutions,
> CIO Infrastructure Equity AllianzGI

Die Allianz hat
1,3Mrd.
Euro
in **Wind- und Sonnenenergie** investiert,
– genug, um mehr als
400 000 europäische Haushalte ein Jahr
lang mit Energie zu versorgen

Auswirkungen auf unser Geschäft

Der Klimawandel stellt ein Risiko dar, bietet aber auch Chancen, die unsere Rolle als Versicherer und Investor entscheidend beeinflussen. Extreme Wetterereignisse erhöhen die Schadensforderungen, zum Beispiel nach Schäden am Eigentum unserer Kunden oder durch die Unterbrechung ihres Geschäftsbetriebs. Es liegt daher in unserem Interesse, mit unseren Produkten unseren Kunden zu helfen, die Auswirkungen des Klimawandels zu mindern. Wir teilen unser Wissen mit anderen, damit Klimarisiken besser bewältigt werden können. Wir identifizieren Investitionsmöglichkeiten, die Lösungen für die Probleme des Klimawandels bieten und unterstützen letztlich die Entwicklung einer CO_2-armen Wirtschaft.

Weitere Informationen über unsere Klimastrategie finden Sie unter
allianz.com/nachhaltigkeit/klimawandel

Der Klimawandel ist ein Risiko für die Weltwirtschaft und unser Geschäft

130

Wir bieten über 130 grüne Produkte

Klimawandel: Risiken bewältigen und Chancen nutzen

Wir möchten die Chancen nutzen und gleichzeitig die Risiken für unsere Kunden und unser Geschäft minimieren. Die konzernweite Klimastrategie der Allianz unterstützt die Entwicklung einer CO_2-armen Wirtschaft und berücksichtigt klimarelevante Aspekte in allen Geschäftsbereichen.

Als Finanzdienstleister bieten wir in sämtlichen Geschäftsbereichen eine stetig wachsende Anzahl grüner Produkten und Dienstleistungen an. Unser Angebot reicht von (Rück)versicherungs- und Assistance-Produkten bis hin zur Vermögensverwaltung. Unsere Produkte helfen, die negativen Auswirkungen des Klimawandels auf Umwelt und Wirtschaft zu reduzieren. Diese Produkte werden für uns zunehmend wichtiger und wir arbeiten daran, ihren Beitrag zu unserem Geschäftsergebnis transparent zu machen. Unsere Produkte für Firmenkunden umfassen maßgeschneiderte Versicherungen für Großprojekte im Bereich der erneuerbaren Energien und Versicherungslösungen für energieeffiziente Gebäude. Für Privatkunden bieten wir Rabatte auf Versicherungen für kraftstoffarme Autos, eine Sachversicherung für installierte Solaranlagen und die Möglichkeit an, beispielsweise in unseren EcoTrends Fonds für saubere Energien zu investieren.

Als institutioneller Investor leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Finanzierung einer CO_2-armen Wirtschaft. Klimarelevante Investitionen, wie etwa im Bereich der erneuerbaren Energien, zählen zudem zu den attraktiven Wachstumsmärkten: Sie ermöglichen eine größere Diversifizierung und somit eine stärkere Risikoverteilung unser Geldanlagen und erzielen langfristig stabile Renditen. Wegen dieser Vorteile sind wir zu einem der größten Investoren in Wind- und Solarenergie geworden. Um CO_2-Neutralität zu erreichen, investieren wir darüber hinaus in Klimaschutzprojekte in Entwicklungsländern, deren Emissionszertifikate zur Neutralisierung der Emissionen aus unserem operativen Geschäftsbetrieb dienen.

> “Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen unseres Jahrhunderts. Unser Angebot an innovativen und nachhaltigen Lösungen, wie Versicherungen für und Investitionen in saubere Technologien, hilft unseren Kunden und letztlich auch uns, nachhaltiges Wachstum zu erzielen.”
>
> Oliver Bäte, Vorstandsmitglied der Allianz SE

Als Unternehmen fühlen wir uns verpflichtet, unsere CO_2-Bilanz kontinuierlich zu verbessern und sind seit 2012 sogar vollkommen CO_2-neutral. Unser Ziel ist es, die CO_2-Emissionen pro Mitarbeiter bis 2015 im Vergleich zum Wert von 2006 um 35% zu verringern. Das wollen wir durch die Senkung und Vermeidung von Treibhausgasemissionen und die Nutzung von generell CO_2-ärmeren Alternativen erreichen, wie beispielsweise Strom aus erneuerbaren Energiequellen. Energieverbrauch, Geschäftsreisen und der Papierverbrauch machen 98% unserer CO_2-Bilanz aus, daher konzentrieren wir uns auf diese Bereiche. Darüber hinaus neutralisieren wir die von uns verursachten Treibhausgasemissionen durch direkte Investitionen in Klimaschutzprojekte wie REDD (Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation). Aktuelle Projekte sind zum Beispiel der Waldschutz in Kenia oder Energieeffizienz in Indien.

Weitere Informationen erhalten Sie unter coderedd.org

35,6%

weniger CO_2-Emissionen pro Mitarbeiter seit 2006

Nachhaltigkeit in der Praxis

Smarte Reparaturen – die umweltschonende Art, Autos zu reparieren

Allianz „Smart Repair“ (deutsch etwa: die schlaue Reparatur) ist eines unserer grünen KFZ-Versicherungsprodukte. Autobesitzer werden bestärkt, recycelte oder gebrauchte Autoteile zur Reparatur zu nutzen, anstatt sie durch neue zu ersetzen. Die Wiederverwertung von Teilen spart Geld und reduziert die Treibhausgasemissionen um bis zu 77%. Durch die Reparatur von Plastikteilen werden zum Beispiel gegenüber einem Ersatz bis zu 72% Emissionen eingespart. Smart Repair hat das Potential, bis zu 370 000 Tonnen CO_2-Emissionen im Jahr zu sparen. Das Produkt ist momentan in Österreich und in ähnlicher Form in Frankreich und Großbritannien erhältlich.

Weitere Informationen zu unseren umweltbezogenen Produkten finden Sie unter allianz.com/nachhaltigkeit/grueneprodukte

Wirtschaftliche Risiken, Betriebsunterbrechungen und Naturkatastrophen sind die drei größten Bedrohungen für Unternehmen

Komplexität erkennen heißt sich besser vorbereiten können

Die Analyse der komplexen Ursachen und Folgen des Klimawandels hilft uns, die Risiken für unser Geschäft, unsere Kunden und die Gesellschaft besser zu bewältigen. Die Globalisierung verbindet Volkswirtschaften in aller Welt durch bessere Infrastrukturen, Technologie und hoch entwickelte Lieferketten, schafft aber auch höhere systembedingte Risiken. Durch die Flexibilität, die die Kosten der Lieferkette so gering hält, wird diese zugleich auch anfälliger. Ereignisse, die in einem Land oder einer Industrie passieren, können schnell auf andere Länder und Industrien der Erde übergreifen. Unternehmen, die ihre Güter international beziehen und auf eine bedarfsorientierte Lieferkette ausgerichtet sind, sind besonders anfällig für Unterbrechungen durch extreme Wetterereignisse. 2011 haben extreme Wetterereignisse bei 48% aller Unternehmen Betriebsunterbrechungen hervorgerufen[6]. Eine adäquate Versicherung ist daher ein wichtiges Instrument zur Risikominderung, das Unternehmen in Krisenzeiten ausreichend Liquidität sichert.

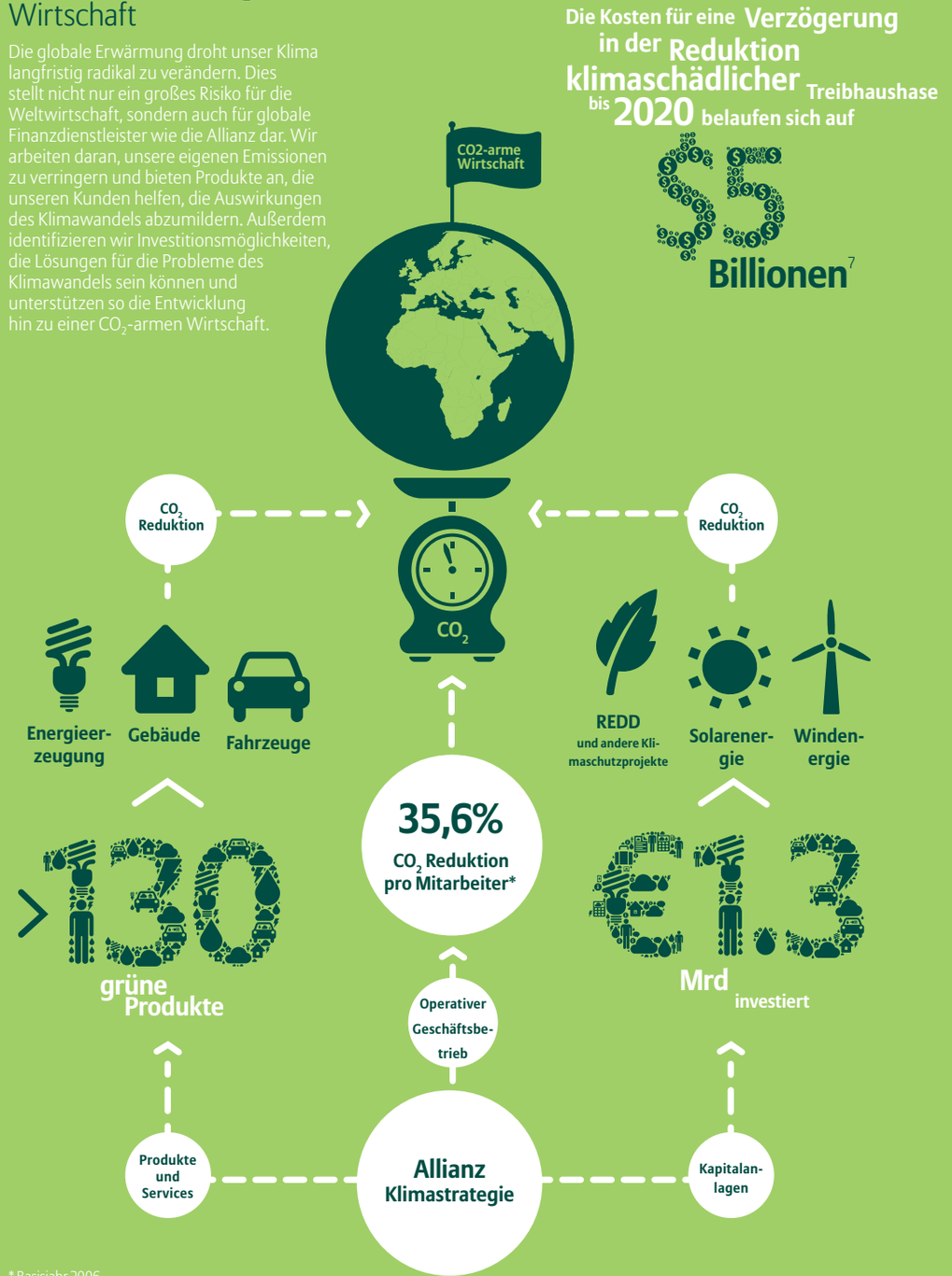
Versicherungen sind für Unternehmen, die in hohem Maße von der Lieferkette abhängig sind, wichtig, um ihre Risiken zu minimieren. Unsere Studien zeigen jedoch, dass es eine risikoreiche Strategie ist, sich allein darauf zu verlassen. Die Deckung finanzieller Schäden hilft nicht über den Verlust von Marktanteilen, Investorenvertrauen oder einen fallenden Aktienkurs hinweg, die durch den Ausfall eines Hauptlieferanten ausgelöst werden können.

Für Versicherer ist es Verpflichtung und Anspruch zugleich, besser über die Risiken der Versorgungskette informiert zu sein. Sie veranlassen Unternehmen daher dazu, mehr Informationen über ihre krisenanfälligen Zulieferer und ihr eigenes Risikomanagement zur Verfügung zu stellen. Um alle Eventualitäten abzudecken, müssen Unternehmen ihre Strategien zum Risikomanagement mit stabilen Business-Continuity-Plänen und verbesserten, widerstandsfähigen Lieferketten untermauern. Wir helfen unseren Kunden, diese Risiken besser zu verstehen, damit sie sich besser auf Ernstfälle vorbereiten können.

Weitere Informationen zu den Risiken von Betriebsunterbrechungen finden Sie unter
agcs.allianz.com/insights

Unsere Rolle in der Schaffung einer CO_2-armen Wirtschaft

Die globale Erwärmung droht unser Klima langfristig radikal zu verändern. Dies stellt nicht nur ein großes Risiko für die Weltwirtschaft, sondern auch für globale Finanzdienstleister wie die Allianz dar. Wir arbeiten daran, unsere eigenen Emissionen zu verringern und bieten Produkte an, die unseren Kunden helfen, die Auswirkungen des Klimawandels abzumildern. Außerdem identifizieren wir Investitionsmöglichkeiten, die Lösungen für die Probleme des Klimawandels sein können und unterstützen so die Entwicklung hin zu einer CO_2-armen Wirtschaft.



* Basisjahr 2006

Demografischer Wandel

2050 wird jeder fünfte Mensch über 60 Jahre sein

Eine alternde Weltbevölkerung

Prognosen zufolge wird die Weltbevölkerung bis 2050 die Neun-Milliarden-Marke überschreiten. Die Entwicklungsländer weisen die höchste Wachstumsrate auf. Wir werden jedoch nicht nur immer mehr, sondern auch immer älter. Aller Wahrscheinlichkeit nach werden im Jahre 2050 mindestens 3,2 Millionen Menschen 100 Jahre oder älter werden. Heute sind es etwa 343 000 Menschen weltweit[8]. Das bedeutet beispielsweise, dass die Hälfte aller Kinder, die heute in Deutschland geboren werden, mit hoher Wahrscheinlichkeit 100 Jahre alt wird.

> „Das Thema Demografie muss genauso wie der Klimawandel dauerhaft in der Diskussion der internationalen und der nationalen Politik verankert werden. Wir müssen jetzt handeln. Denn wie beim Klimawandel wird es schmerzhafter, je länger wir warten."
>
> Michael Diekmann,
> Vorsitzender des Vorstands Allianz SE

635 unserer Kunden in Deutschland sind über 100 Jahre alt

Weitere Informationen zu unseren Lösungsansätzen erhalten Sie unter allianz.com/nachhaltigkeit/demografischerwandel

Alternde Gesellschaften, die schrumpfende Zahl der Erwerbstätigen und die zunehmende Urbanisierung setzen unsere Sozialversicherungssysteme zunehmend unter Druck

Die Japaner sind das älteste Volk der Welt, dicht gefolgt von Deutschland und Italien, wo jeder Fünfte bereits älter als 65 ist.

Ein komplexes demografisches Bild

Gesellschaften in aller Welt müssen sich den Herausforderungen des demografischen Wandels stellen. In den westlichen Industrieländern sorgen sinkende Geburtenraten und eine höhere Lebenserwartung für alternde und schrumpfende Bevölkerungen. In großen Teilen Asiens und Afrikas dagegen wächst die Bevölkerung stetig an. Die Japaner stellen die weltweit älteste Bevölkerung, gefolgt von Deutschland und Italien[9]. Alle drei Länder haben mit den Folgen einer schrumpfenden und alternden Gesellschaft mit einem zunehmend ungünstigen Verhältnis von Erwerbstätigen und Rentnern zu kämpfen.

Regionale Trends

Die demografischen Entwicklungen in der Welt verlaufen unterschiedlich, und ebenso verschieden sind die Bewältigungs strategien. In den westlichen Industrieländern werden umlagefinanzierte soziale Sicherungssysteme zunehmend unsicherer und der Bedarf nach privaten Altersvorsorgelösungen wird größer. In Entwicklungsländern sorgen ein schnelles Wirtschaftswachstum und die zunehmende Industrialisierung gleichfalls für einen wachsenden Bedarf nach sozialer Absicherung – besonders weil die traditionelle Unterstützung durch die Familie immer schwächer wird. Der landwirtschaftliche Sektor wird kleiner, die Urbanisierung hingegen nimmt zu, die Geburtenrate sinkt und die Lebenserwartung steigt.

Lösungsansätze für den gesellschaftlichen Wandel

Die Auswirkungen des demografischen Wandels auf den Finanzsektor sind groß, da die weltweite Nachfrage nach privater Altersvorsorge und Gesundheitsfürsorge wächst. Angesichts der höheren Lebenserwartung und der größeren Verantwortung des Einzelnen für die eigene Finanzplanung müssen neue Ansätze für den Umgang mit Geldanlagen und Langlebigkeitsrisiken gefunden werden.

Darüber hinaus hat die Staatsschuldenkrise besonders in Europa weitreichende Auswirkungen, weil sie den finanziellen Handlungsspielraum der Regierungen einschränkt. Mit zunehmendem Druck auf die Regierungen, Ausgabenkürzungen vorzunehmen, wächst zugleich die Verantwortung des Einzelnen stärker vorzusorgen. Zugleich verringern sich durch den niedrigen Zinssatz – eigentlich eine Erleichterung für überschuldete Länder – die Erträge aus traditionellen Spar- und Altersvorsorgeplänen. Versicherer erwirtschaften mit ihren Investitionen geringere Erträge und somit geringere Überschüsse für ihre Kunden.

Unser ganzheitlicher Ansatz

Die Allianz versucht, dem demografischen Wandel und den Änderungen im wirtschaftlichen Umfeld mit einer ganzheitlichen Strategie zu begegnen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Entwicklung und dem Angebot langfristiger Lösungen, Produkte und Dienstleistungen, auch wenn die momentane Krise dies erschwert. Wir möchten unseren Kunden während ihres gesamten Lebens zur Seite stehen. Unsere Expertise als Vermögensverwalter und Versicherer erlaubt es uns, maßgeschneiderte Produkte für die Altersvorsorge und Gesundheitsversorgung in alternden Bevölkerungen sowie Menschen in Entwicklungsländern Zugang zu Versicherungen anzubieten.

Wir entwickeln regelmäßig neue Produkte und behalten dabei die aktuellen Trends im Auge, von der traditionellen Lebensversicherung bis hin zu sogenannten Hybridprodukten, die Vermögensverwaltung und Versicherung kombinieren. Die momentane Marktsituation hat für einen wachsenden Bedarf an Sparprodukten mit Garantien gesorgt, die vor Marktvolatilität und Inflation schützen.

Altersstrukturen verschieben sich

Das Zusammenspiel verschiedener Faktoren verändert das Profil der Arbeitnehmerschaft auf der ganzen Welt. Die Alterung der Gesellschaft, die Anhebung des gesetzlichen Renteneintrittsalters, die niedrigen Geburtenraten und veränderte Bildungssysteme bedeuten, dass sich auch die Altersstruktur der Arbeitnehmer wandelt. Migration aufgrund von Naturkatastrophen, politischer und wirtschaftlicher Instabilität sowie Ressourcenknappheit trägt ebenso zum neuen demografischen Gesicht vieler Länder, Städte und Belegschaften bei.

52,1%
der Mitarbeiter und

33,9%
der Führungskräfte der Allianz sind Frauen

Nachhaltigkeit in der Praxis

Berliner Demografie Forum

Zusammen mit dem deutschen Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend haben wir das Berliner Demografie Forum ins Leben gerufen. Die jährliche Konferenz bringt namhafte Politiker, Wissenschaftler, Ökonomen und Vertreter der Zivilgesellschaft an einen Tisch, um über die Herausforderungen des demografischen Wandels zu diskutieren und nachhaltige Lösungsstrategien zu entwerfen.

290

2013 folgten 290 Experten aus 16 Ländern unserer Einladung zum Dialog über die generationenübergreifenden Herausforderungen von Bildung und Wachstum.

Strategische Personalplanung

Unser langfristiger Erfolg hängt davon ab, dass wir Mitarbeiter mit den richtigen Qualifikationen zum richtigen Zeitpunkt an der richtigen Stelle und in Abstimmung mit unseren langfristigen Geschäftszielen einsetzen. Unsere strategische Personalplanung (Strategic Workforce Planning – SWFP) plant die Größe und das Profil unserer Belegschaft auf der Basis unserer aktuellen und zukünftigen Geschäftsanforderungen. Mit bis zu zehnjährigen Prognosen zu wirtschaftlichen, demografischen und soziokulturellen Trends unterstützt SWFP personalpolitische Entscheidungen (siehe Infografik auf der nächsten Seite).

Gesellschaftliches Engagement

Um einen übergreifenden Veränderungsprozess anzustoßen, suchen wir den Dialog mit Experten anderer Organisationen. SWFP bringt zu diesem Zweck Organisationen und Experten aus verschiedenen Bereichen zusammen, zum Beispiel aus den Fachgebieten Demografiemanagement und langfristige Ressourcenplanung. Wir veranstalten Debatten zu demografischen Themen und nehmen als Gesprächspartner aktiv daran teil. 2011 haben wir das Berliner Demografie Forum gegründet, in dem namhafte Persönlichkeiten aus Politik, Geschäftswelt, Wissenschaft und Zivilgesellschaft über demografische Herausforderungen diskutieren und nachhaltige Lösungsstrategien entwickeln.

Forschung und Entwicklung

Die strategischen Entscheidungen des Allianz Konzerns werden maßgeblich von umfangreichen Forschungs- und Trendstudien unterstützt. Sie treiben die Produktentwicklung voran und helfen, die Auswirkungen des demografischen Wandels auf unser Geschäft und die Gesellschaft sichtbar zu machen. Die Allianz baut ihre Forschung weltweit aus, um zur Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen beizutragen, die den Anforderungen unserer Kunden entsprechen. Wir stellen unsere Forschungsergebnisse auch Geschäftspartnern zur Verfügung. Ein Beispiel ist das Zentrum für Verhaltensökonomie (Center for Behavioral Finance) in den USA, das Forschungsergebnisse in greifbare Tipps und Werkzeuge für Finanzberater, Altersvorsorgeplaner und Investoren umsetzt.

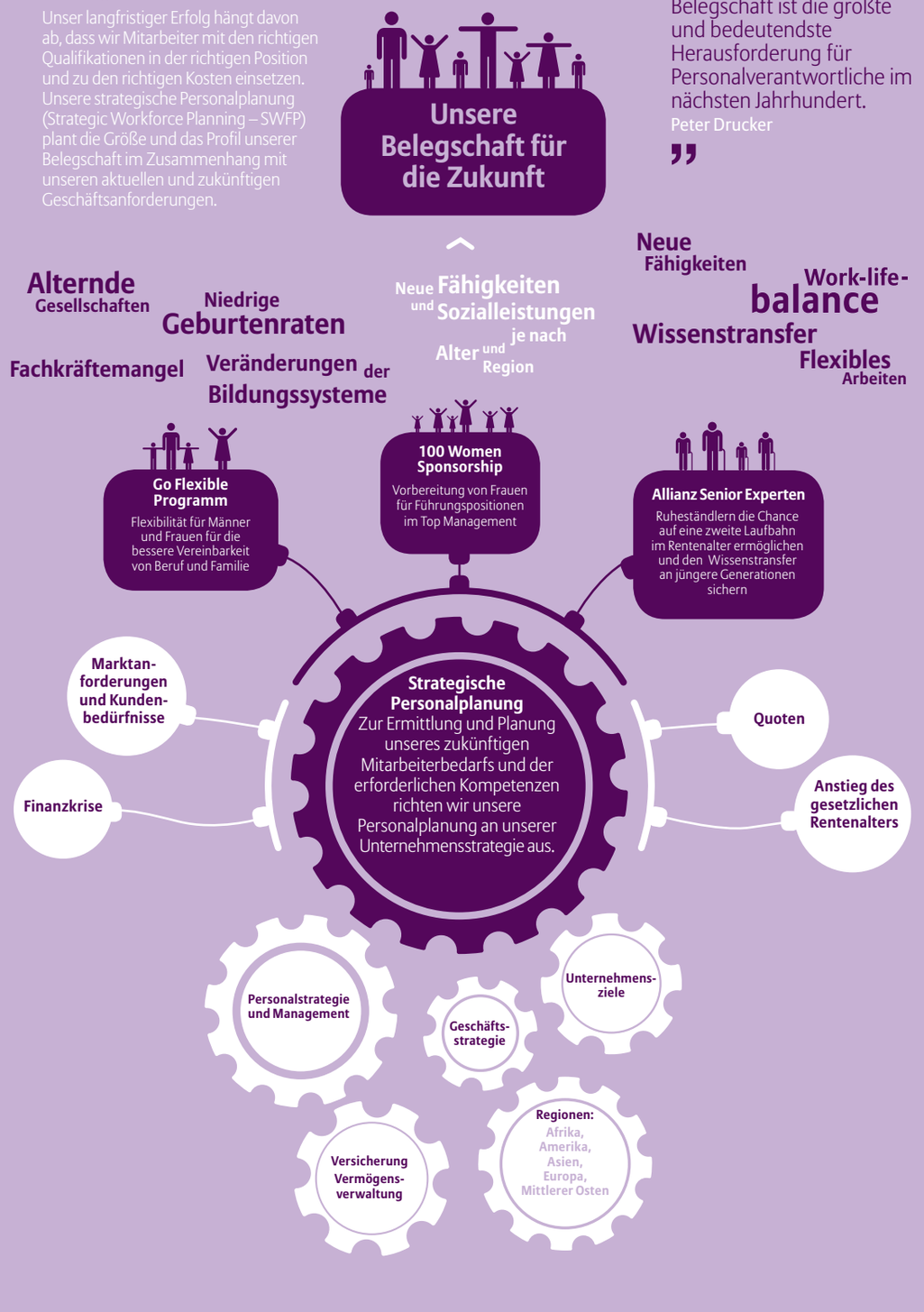
Ein Bewusstsein schaffen

Unsere Forschung und Analysen sind für die Gesellschaft und unser Geschäft gleichermaßen von Wert. Wir vermitteln unsere Expertise auf dem Gebiet des demografischen Wandels zum Beispiel über unsere Internetseite ‚Allianz Wissen' durch ‚Project M', unser Magazin für Investment- und Altersvorsorgethemen, und der regelmäßig erscheinenden Publikation ‚Demographic Pulse'.

Wandel von Belegschaften

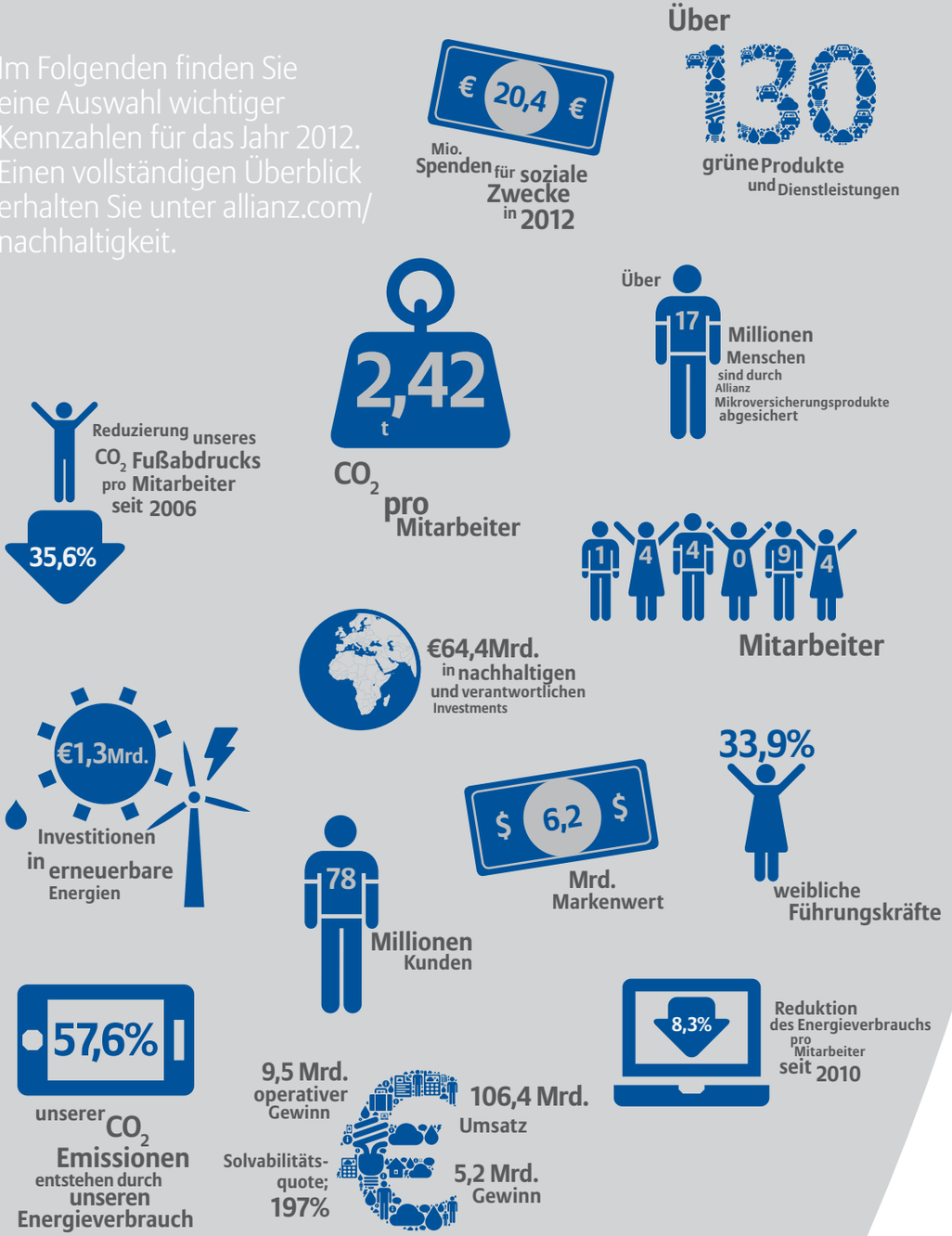
Unser langfristiger Erfolg hängt davon ab, dass wir Mitarbeiter mit den richtigen Qualifikationen in der richtigen Position und zu den richtigen Kosten einsetzen. Unsere strategische Personalplanung (Strategic Workforce Planning – SWFP) plant die Größe und das Profil unserer Belegschaft im Zusammenhang mit unseren aktuellen und zukünftigen Geschäftsanforderungen.

> „Die Alterung der Belegschaft ist die größte und bedeutendste Herausforderung für Personalverantwortliche im nächsten Jahrhundert."
> Peter Drucker



Das haben wir erreicht

Im Folgenden finden Sie eine Auswahl wichtiger Kennzahlen für das Jahr 2012. Einen vollständigen Überblick erhalten Sie unter allianz.com/nachhaltigkeit.



Externe Anerkennung

Dow Jones Sustainability Index

Die Allianz wurde 2012 erneut im Dow Jones Sustainability Index aufgeführt und damit als eines der nachhaltigsten Unternehmen weltweit ausgezeichnet. Auf der Grundlage dieses Ratings erhielt die Allianz außerdem die RobecoSAM Silver Class-Auszeichnung.

Dow Jones Sustainability Indexes
Member 2012/13

Carbon Disclosure Project

Allianz ist das führende Versicherungsunternehmen weltweit und sowohl im Carbon Disclosure als auch Carbon Performance Leadership Index vertreten.

CARBON DISCLOSURE PROJECT

FTSE4Good

Seit 2001 ist die Allianz in der FTSE4Good Index-Serie enthalten und damit eines der langjährigen Mitglieder.

FTSE4Good

oekom

Der Allianz wurde erneut der oekom Prime Status verliehen. Sie wird damit als eines der nachhaltigsten Unternehmen der Welt anerkannt.

Corporate Responsibility Prime
rated by oekom research

Einzelnachweise

Zugang zu Finanzen

1. UN Millennium Development Goals Report, 2011; Swiss Re, 2010, Sigma 'Microinsurance – risk protection for 4 billion people'
2. Swiss Re, 2010, Sigma 'Microinsurance – risk protection for 4 billion people'
3. OECD, 2010, Working Paper No. 285 'The emerging middle class in developing countries'

Klimawandel

4. UN Framework Convention on Climate Change, 2007, 'Investment and financial flows to address climate change'
5. Allianz, eigene Berechnungen
6. The Business Continuity Institute, 2012, 'Supply Chain Resilience'
7. International institute for Applied System Analysis, 2013

Demografischer Wandel

8. UN, 2012 'Population Facts'
9. Statistisches Jahrbuch 2012, Statistisches Bundesamt, Deutschland

Copyright © Allianz SE 2013

Herausgeber
Allianz SE
Allianz4Good
Königinstraße 28
80802 München
Deutschland

www.allianz.com
sustainability@allianz.com

Projektverantwortung
Allianz SE – Allianz4Good

CSR Beratung und Gestaltung
Salterbaxter
www.salterbaxter.com

Bilder
Allianz/GettyImages/Shutterstock

Wolfgang Ischinger (S. 20), Fotograf: Kai Mörk

Dieses Heft wurde auf „Shiro Echo"-Papier gedruckt, einem FSC-zertifiziertem Papier, das zu mindestens 50% aus recyceltem Papier besteht,, der Rest stammt aus FSC-zertifiziertem Frischfaserpapier.

MIX
Paper from responsible sources
FSC® C001785

Wir möchten unseren Dank an alle Kollegen und Partner richten, die uns bei der Erstellung des Berichtes unterstützt haben.

Weitere Informationen über die Nachhaltigkeitsaktivitäten der Allianz finden Sie online unter: www.allianz.com/nachhaltigkeit

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen
Soweit wir in diesem Dokument Prognosen oder Erwartungen äußern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekannten 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.

Redaktionsschluss 25. Februar 2013