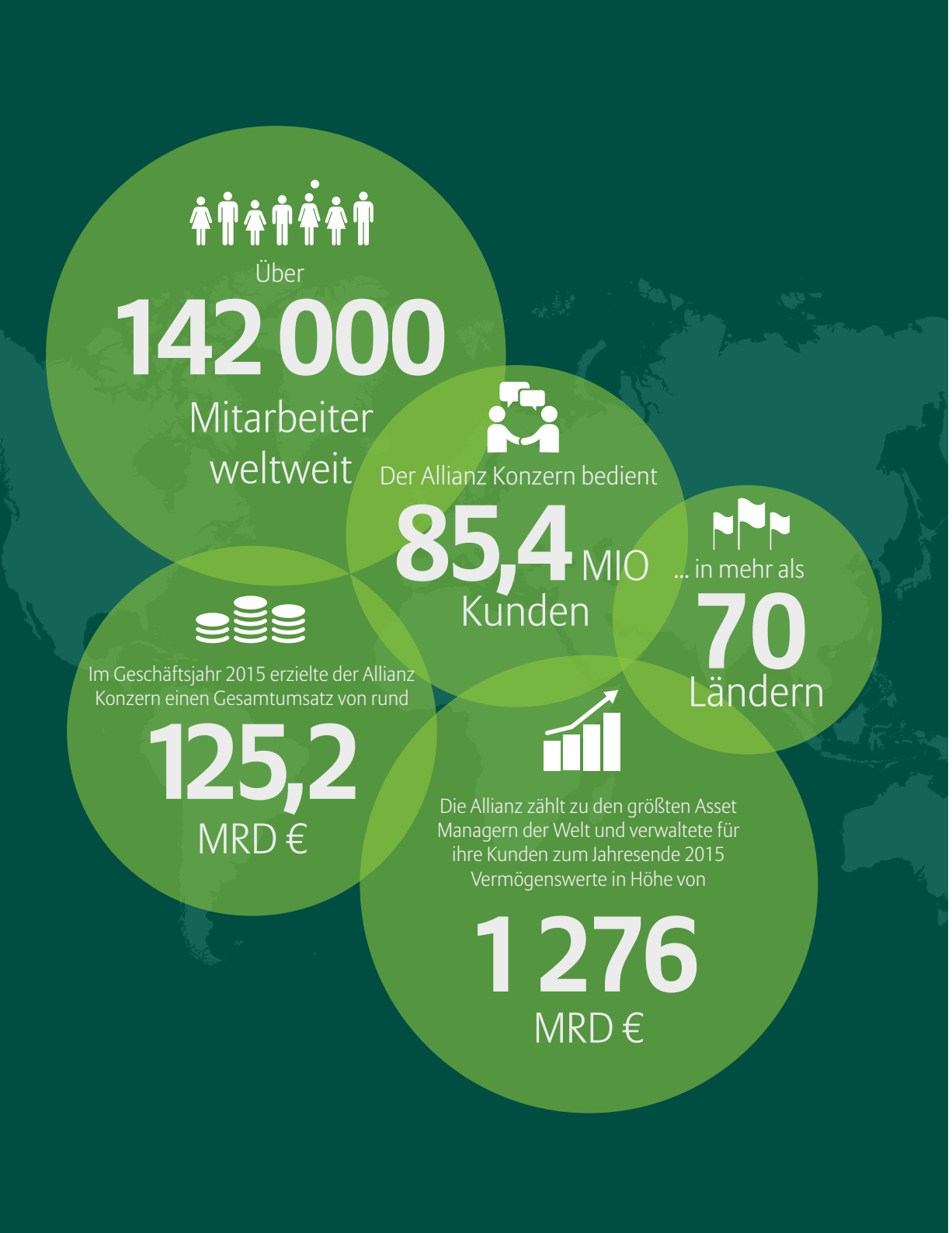
# Die Zukunft wagen

## Gemeinsam mit unseren Kunden

Allianz






# Willkommen

## Wir sind die Allianz

Ein global aufgestellter Finanzdienstleister mit einer Vielfalt von Versicherungs- und Vermögensverwaltungsprodukten und -dienstleistungen für über 85 Millionen Kunden.

Unsere langfristigen Kundenbeziehungen sind uns wichtig. Daher setzen wir uns dafür ein, dass Wachstum nicht nur profitabel, sondern auch nachhaltig ist. Über Absicherung und das reine Risikomanagement hinaus möchten wir langfristig Werte schaffen. Dafür verankern wir Nachhaltigkeit in unserem Kerngeschäft und unterstützen unsere Kunden dabei, die Zukunft zu wagen.

## In diesem Bericht

Mit einer fokussierten Berichterstattung blicken wir auf die wichtigsten Erfolge und Herausforderungen des Jahres 2015 zurück.

Auf den ersten Seiten kommen unsere Kunden zu Wort. Sie stehen zukünftig noch mehr im Mittelpunkt auch unseres Nachhaltigkeitsmanagements. Auf einer Übersichtsseite folgen unsere wichtigsten Fortschritte 2015.

Im Abschnitt „Die Allianz in der Welt" gehen wir auf die für uns wichtigsten globalen Trends ein und vertiefen die Themen Klimawandel und soziale Inklusion.

„In der Allianz" gibt Ihnen nach unserem Rollenansatz einen detaillierten Überblick über unsere weltweiten Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen!


| | | |
|---|---|---|
| **1** | **Überblick** | **2** |
| **2** | **Die Allianz in der Welt** | **6** |
| **3** | **In der Allianz** | **17** |
| **4** | **Über diesen Bericht** | **73** |

## Wo es beginnt...

Unsere Welt wandelt sich. Daraus ergeben sich Chancen für unsere Kunden. Zugleich ergibt sich daraus eine noch größere Verantwortung für mehr Nachhaltigkeit.

Radio, Kaffee, Internet – so beginnt bei mir fast jeder Morgen. Mich um Versicherungen zu kümmern, ist mir zu kompliziert. Könnte ich sie ohne große Probleme online abschließen, hätte ich wahrscheinlich mehr Versicherungen. Es wäre toll, wenn ich das selbst erledigen könnte.

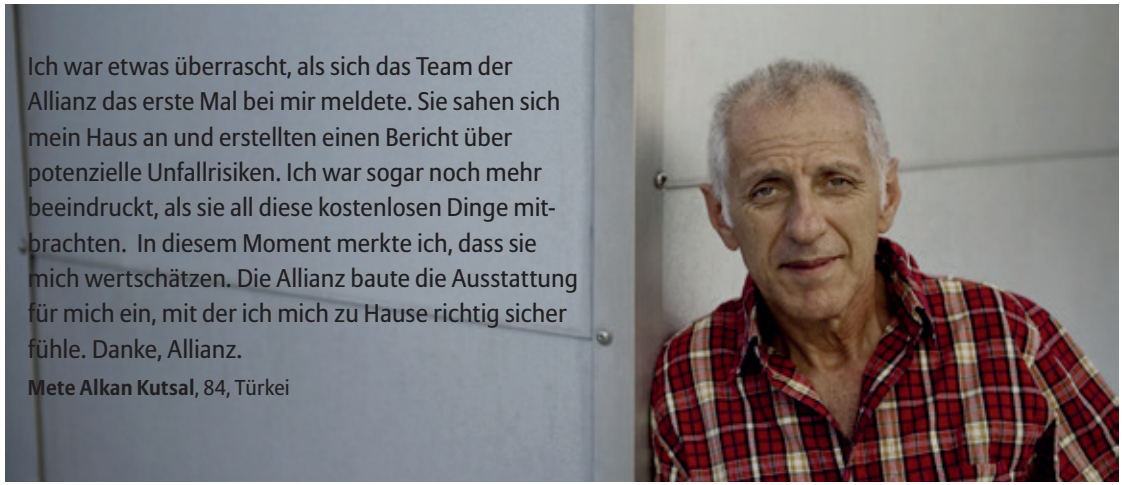
**Etienne Heinrich**,
Grafikdesigner, Deutschland

Zum Glück war mein Haus Allianz versichert. Ich danke der Allianz, dass sie mir in dieser schweren Zeit wieder Freude gebracht hat. Ein Unternehmen kann nur dann wirklich gut sein, wenn auch seine Vertreter motiviert sind und professionell arbeiten. Herr Tiu Kheng Chai ist so ein Vertreter. Es ist heutzutage schwierig, einen jungen Menschen zu finden, der so engagiert ist.

**Chuah Kian Peng**, Hauseigentümer, Malaysia

Unsere Vertreterin Cathy versuchte erst einmal, zu verstehen, was wir brauchten – und nicht, uns etwas zu verkaufen, das wir gar nicht haben wollten. So schlug sie uns die Allianz vor. Und unsere Antwort lautete: „Ja, das sieht gut aus."

**Harriet & LC**, Rentner, USA



Ich war etwas überrascht, als sich das Team der Allianz das erste Mal bei mir meldete. Sie sahen sich mein Haus an und erstellten einen Bericht über potenzielle Unfallrisiken. Ich war sogar noch mehr beeindruckt, als sie all diese kostenlosen Dinge mitbrachten. In diesem Moment merkte ich, dass sie mich wertschätzen. Die Allianz baute die Ausstattung für mich ein, mit der ich mich zu Hause richtig sicher fühle. Danke, Allianz.

**Mete Alkan Kutsal**, 84, Türkei

Das Beste ist, dass ich zwischen einem persönlichen Gespräch und Online-Service wählen kann. Aber im Schadenfall oder wenn ich Probleme habe, hätte ich trotzdem gerne einen festen Ansprechpartner in meiner Nähe.

**Andreas Klaue**, 30, Kfz-Meister, Deutschland

# ...zuhören und ermutigen

Sehr geehrte Kundinnen und Kunden,

Sie erwarten eine Beratung, die sich an Ihren Bedürfnissen orientiert. Und Sie wünschen sich schnelle, einfache und sichere Lösungen von uns.

Aber wie lässt sich Sicherheit und auch Fortschritt angesichts eines Wandels gewährleisten, den geopolitische Spannungen, unsere alternden Gesellschaften, der Klimawandel und die Digitalisierung mit sich bringen?

Es geht nur gemeinsam. Wir wollen Sie, unsere Kunden, dazu ermutigen und dabei unterstützen, diesen Wandel aktiv mit zu gestalten. Dafür bieten wir Ihnen unsere Kompetenz im Risikomanagement, unsere Widerstandskraft und unsere Integrität.

Beispiel Klima: Wir haben für Sie über 150 grüne Lösungen entwickelt, mit denen Sie Ihr Haus modernisieren, Ihre Photovoltaik versichern oder in erneuerbare Energien investieren können. In der Anlage Ihrer Versichertengelder sind wir 2015 aus der Finanzierung kohlebasierter Geschäftsmodelle ausgestiegen und bauen die Investitionen in erneuerbare Energien und Infrastruktur stetig aus. Weil der Klimaschutz eine globale Aufgabe ist, sind wir auch in Schwellenländern aktiv: Gemeinsam mit Partnern haben wir satellitengestützte Ernteversicherungen für Reisbauern entwickelt und arbeiten nun an Ansätzen für das G7-Ziel, 400 Millionen Menschen in Entwicklungsländern gegen Klimarisiken zu versichern.

In der Anlage Ihrer Versichertengelder gehen wir 2016 mit unserem neuen ESG Scoring über den Klimaschutz hinaus. ESG steht für „Environmental, Social, Governance", also „Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung". Anhand von 37 Themenfeldern ermitteln wir, welchen Einfluss ESG-Faktoren auf die mittel- bis langfristige Entwicklung von Unternehmen und Staaten haben, in die wir Ihr Geld investieren. Diese Erkenntnisse ermöglichen uns eine noch nachhaltigere Steuerung Ihrer Altersvorsorge.

Ich möchte mich an dieser Stelle für den offenen und engagierten Dialog bedanken, bei Ihnen, unseren Kunden, bei unseren Aktionären, bei Nichtregierungsorganisationen, Journalisten, Politikern, und bei meinen Kolleginnen und Kollegen in der Allianz. Sie haben uns geholfen, wichtige Themen auf den Weg zu bringen. Herzlichen Dank!

Oliver Bäte
Vorstandsvorsitzender
Allianz SE

# Was haben wir 2015 erreicht?

Unsere Fortschritte in den Schwerpunktbereichen

## Nachhaltiger Versicherer

**100 %**

100 % – Top DJSI-Bewertung für die Integration von ESG-Aspekten in das Versicherungsgeschäft

**Rund 1,1 MRD €**

Umsatz und 151 grüne Produktlösungen

**58,6 MIO**

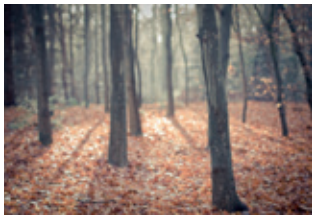
Über 50 MIO Mikroversicherungskunden in Asien, Afrika und Lateinamerika

Mehr auf Seite 30

## Verantwortungsvoller Investor

**2,5 MRD €**

eigener Vermögenswerte in 60 Wind- und sieben Solarparks investiert



Ausstieg aus Investitionen in kohlebasierte Geschäftsmodelle

**103 MRD €**

investieren AllianzGI und PIMCO in nachhaltige und verantwortungsvolle Finanzanlagen

Start eines Projekts zur Stärkung und Systematisierung der ESG-Integration bei festverzinslichen Wertpapieren und Aktien

Mehr auf Seite 39

## Vertrauenswürdiges Unternehmen

**50 %**

aller mit dem Net Promoter Score (NPS) gemessenen Geschäftsbereiche schnitten signifikant besser ab als der Marktdurchschnitt

**15**

Länder, in denen die FastQuote-Technologie angeboten wird, die Kunden jederzeit komfortablen Online-Zugang zur Allianz bietet

**735** Lieferantenscreenings nach potenziellen Risiken durchgeführt

**43,3 %**

weniger $CO_2$-Emissionen pro Mitarbeiter seit 2006

Mehr auf Seite 47

## Attraktiver Arbeitgeber

**85,3 MIO €** in die Schulung von Mitarbeitern investiert

**61**

Nationalitäten in der Führungsebene des Konzerns vertreten

**40 %**

ist der Zielanteil der Frauen in unseren Talentpools (bisher 30 %)

**75 %**

Employee Engagement Index liegt bei 75 %, gegenüber 72 % im Jahr 2014 – das bisher höchste Ergebnis

Mehr auf Seite 59

## Engagierter Corporate Citizen

**22,6 MIO €**

Unternehmensspenden

**ACT!**

Einführung von ACT!, eines Online-Marktplatzes für freiwilliges Mitarbeiterengagement

**3 000 STD**

**39** Mitarbeiter aus **zehn** Allianz Tochterunternehmen meldeten sich freiwillig für **16** Social-OPEX-Projekte und investierten über **3 000** Stunden ihrer Zeit

Mehr auf Seite 67

# Die Allianz in der Welt

## In diesem Abschnitt


Globaler Wandel 2015 7

Im Fokus: Ein Aufruf zum Handeln gegen den Klimawandel 8

Im Fokus: Zugang zu Finanzdienstleistungen in einer digitalen Welt 13

## Globaler Wandel 2015

Wir sind ein globales Unternehmen. Wer Menschen und Unternehmen gegen Risiken absichert, sollte gesellschaftliche und ökologische Veränderungen schon im Vorfeld verstehen.

Laut KPMG befand sich die Versicherungslandschaft 2015 im Wandel. Kunden, Technologie, Regulierung und eine Änderung des Geschäftsmodells standen dabei ganz oben auf der Agenda. In unserem Bericht über diese Themen konzentrieren wir uns auf vier Aspekte, die in den Augen unserer Stakeholder besonders wichtig sind. Indem wir den Dialog mit unseren Stakeholdern fördern und ein besseres Verständnis dieser Trends entwickeln, sind wir in der Lage, schneller auf gesellschaftlichen Wandel und die Bedürfnisse unserer Kunden zu reagieren. Zu zwei der wichtigsten Themen – Klimawandel und soziale Inklusion – finden Sie Sonderbeiträge auf Seite 8 und Seite 13.

### Klimawandel

Internationale Solidarität sorgte bei der 21. UN-Klimakonferenz für eine globale Einigung zum Klimaschutz. Wenige Geschäftsfelder sind Klimarisiken so stark ausgesetzt wie die Versicherungsbranche – etwa über die versicherten Risiken unserer Kunden. Häufigere oder stärkere Extremwetterlagen können die Finanzierbarkeit und Verfügbarkeit von Versicherungsschutz einschränken. Wir reagieren mit Investitionen in eine kohlenstoffarme Wirtschaft und finanzieren mehr erneuerbare Energieprojekte. Außerdem vergrößern wir unser Angebot an nachhaltigen Produkten und begegnen den Auswirkungen unserer eigenen Tätigkeit mit unserer Strategie zum Klimawandel.

Unseren Sonderbeitrag finden Sie auf Seite 8.

### Wirtschaftliche Stabilität

2015 war durch unbeständige Finanzmärkte geprägt. Auslöser waren Reaktionen auf verschiedene Ereignisse, darunter der drohende Ausfall von EU-Krediten und ein Ausstieg Griechenlands aus dem Euro sowie ein deutlicher Einbruch der chinesischen Wirtschaft mit einem potenziellen Dominoeffekt auf andere Schwellenmärkte. Aufgrund der langen Laufzeit von Versicherungsverbindlichkeiten sind wir Zinsrisiken ausgesetzt. Wir betrachten Versicherung und Kapitalanlagen als langfristiges Geschäft und zielen auf eine nachhaltige Wertschöpfung ab – sowohl für unsere Kunden als auch für unser Unternehmen. Mit dieser Strategie erzielten wir trotz unbeständiger Finanzmärkte einen operativen Gewinn von 10,7 MRD €.

### Soziale Inklusion und Digitalisierung

Rund 2,3 MRD Menschen weltweit haben kaum oder keinen Zugang zu Finanzdienstleistungen. Das ist ein großer Markt für uns und wir bieten bereits 58,6 MIO Menschen mit niedrigem Einkommen in Asien, Afrika und Lateinamerika kostengünstige Mikroversicherungen an. Des Weiteren bauen wir den Zugang zu Finanzen mithilfe unserer Initiativen zur finanziellen Allgemeinbildung aus. Dank der Digitalisierung haben immer mehr Menschen Zugang zu Versicherungsleistungen. Dies greifen wir durch unsere Strategie für eine durchgängige Digitalisierung auf. Damit gehen jedoch Datenschutz- und Datensicherheitsrisiken einher. Uns ist die Bedeutung digitaler Risiken bewusst, wir investieren daher in Datensicherheit und Datenschutz.

Unseren Sonderbeitrag finden Sie auf Seite 13.

### Urbanisierung

Bis 2030 soll der Anteil der städtischen Bevölkerung auf 60 % wachsen. Als institutioneller Anleger arbeiten wir daher an der Entwicklung und Umsetzung innovativer Lösungen, um die Investitionslücke in der Infrastruktur der öffentlichen Hand zu schließen. Dazu gehört die Erweiterung unseres Portfolios nachhaltiger Immobilien, was sowohl unserer Klimastrategie nutzt, als auch solide Renditen für unsere langfristige Anlage bringt. Die Verstädterung birgt jedoch auch Risiken. Immer mehr Menschen leben auf immer kleinerem Raum. Luftverschmutzung und Müll können die Folgen sein. Zu sozialen Spannungen kann der Anstieg der Flüchtlingsbewegungen führen.

Informationen über unsere Arbeit in diesem Bereich finden Sie im Abschnitt Corporate Citizenship auf Seite 67.

Im Fokus:

# Ein Aufruf zum Handeln gegen den Klimawandel

Das Jahr 2015 war ein Meilenstein, was den Kampf gegen den Klimawandel angeht. Es begann mit der UN-Weltkonferenz für Katastrophenvorsorge, gefolgt von wichtigen Impulsen durch die UN-Nachhaltigkeitsziele und endete mit einem historischen Abkommen zum Klimaschutz in Paris. 2015 war ein Weckruf für Verbraucher, Unternehmen und Regierungen.

Ende September kamen Staats- und Regierungschefs aus aller Welt zusammen, um eine globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung zu formieren und vereinbarten 17 Nachhaltigkeitsziele (einschließlich 169 Unterzielen) bis 2030. Diese bestärken unsere Verpflichtung auf die zehn Prinzipien des UN Global Compact und helfen uns, Impulse im Geschäft zu setzen.

Zwei Monate später einigten sich 195 Länder – Industrie-, Schwellen- und Entwicklungsländer – bei der 21. UN-Klimakonferenz der Klimarahmenkonvention (United Nations Framework Convention on Climate Change – UNFCCC) auf das Abkommen von Paris. Dies ist das bisher stärkste Signal für Unternehmen und Anleger, dass es eine klare Richtung im Klimaschutz gibt. Außerdem ist es ein starkes Signal für all die Führungspersönlichkeiten der Wirtschaft, die den Klimawandel als vordringliches globales Problem wahrnehmen, immerhin 91%.

Siehe Accenture.

## Was bedeutet das für uns?

Unsere Branche ist besonders von Extremwetterereignissen betroffen. Außerdem sind wir ein bedeutender institutioneller Anleger. Daher rufen wir in unserer Branche (und über unsere Branche hinaus) dazu auf, den Risiken des Klimawandels zuvorzukommen und für Kunden und Menschen zu sorgen, die mit den unausweichlichen Konsequenzen leben müssen.

Wir müssen jetzt die Weichen für den Übergang in eine kohlenstoffarme Gesellschaft stellen.

### Veränderungen antizipieren

Wir verfügen seit 2005 über eine Strategie zum Klimawandel. Sie bezieht sich auf unsere Aktivitäten als Unternehmen, Versicherer und Investor.

Wir investieren 638,3 MRD € Versichertengelder und sehen attraktive langfristige Anlagechancen in einer kohlenstoffarmen Wirtschaft. Investitionen in erneuerbare Energien, kohlenstoffarme Infrastruktur und energieeffiziente Immobilien können dazu beitragen, klimarelevante Emissionen zu senken und Wirtschaftswachstum zu schaffen. Im aktuellen Niedrigzinsumfeld können solche Investitionen solide langfristige Renditen liefern und die Portfoliodiversifikation verbessern. Das kommt unseren Kunden, unserem Unternehmen und der Umwelt zugute.

Siehe „Finanzierung einer kohlenstoffarmen Wirtschaft", Seite 42.

Die Realität für fossile Brennstoffe sieht anders aus. Laut der britischen Umweltorganisation Carbon Tracker Initiative können 60–80% der Kohle-, Öl- und Gasreserven börsennotierter Gesellschaften nicht verbrannt werden, wenn die Welt die Emissionsbeschränkungen einhalten will, um eine Erderwärmung um zwei Grad aller Voraussicht nach (das heißt, mit einer 80-prozentigen Wahrscheinlichkeit) nicht zu überschreiten. Gängige Methoden der Unternehmens- und Bonitätsbewertung informieren Investoren normalerweise nicht über ihre Beteiligung an diesen möglicherweise in Zukunft „gestrandeten Vermögenswerten".

Carbon Tracker Initiative.

**„Indem die Mitglieder der Portfolio Decarbonization Coalition ihr Portfolio auf eine emissionsarme Wirtschaft ausrichten, nehmen sie eine Schlüsselrolle für den Klimaschutz ein."**

**Achim Steiner**
Exekutivdirektor des UN-Umweltprogramms (United Nations Environment Programme) und UN-Untergeneralsekretär

Im Jahr der COP21 veranstalteten wir eine Podiumsdiskussion mit Christiana Figueres, Generalsekretärin der UNFCCC. Des Weiteren veröffentlichten wir das

## COP21

Im Vorfeld der 21. UN-Klimakonferenz (COP21) kündigten wir unseren Investmentausstieg aus kohlebasierten Geschäftsmodellen an

# DIE ALLIANZ IN DER WELT/ EIN AUFRUF ZUM HANDELN GEGEN DEN KLIMAWANDEL

**Oliver Bäte war einer von 79 CEOs, die ein offenes Schreiben unterzeichneten, um Regierungen zum aktiven Umgang mit Klimarisiken und deren Einbindung in die Entscheidungsfindung aufzurufen**

Kompendium „Unsere Welt und wir", das beleuchtet, wie unser Leben infolge demografischer Entwicklungen und Klimawandel im Jahr 2040 und danach aussehen könnte. Außerdem richteten wir in London und Singapur eine Reihe von TEDx Talks zum Thema Klimawandel aus. Ende des Jahres kündigten wir an, keine kohlebasierten Geschäftsmodelle mehr zu finanzieren und bis Anfang 2016 aus Beteiligungen an kohlebasierten Geschäftsmodellen auszusteigen.

Die Zusammenarbeit mit anderen ist wichtig für ein vorausschauendes Handeln und eine zukunftsorientierte Planung. Wir haben gemeinsam mit 400 anderen institutionellen Investoren das Global Investor Statement unterschrieben. Auch war unser Vorstandsvorsitzender Oliver Bäte im Jahr 2015 einer von 79 CEOs, die ein offenes Schreiben unterzeichneten, um Regierungen zum aktiven Umgang mit Klimarisiken und deren Einbindung in die Entscheidungsfindung aufzurufen. Partnerschaften mit der Finanzinitiative des UN-Umweltprogramms (UN Environment Programme Finance Initiative), ClimateWise und der 2° Investing Initiative zeugen von unserer kooperativen Vorgehensweise. Wir haben auch im vergangenen Jahr eng mit drei Nichtregierungsorganisationen (NGOs) zum Thema Klimawandel zusammengearbeitet, und zwar mit Germanwatch, Transparency International und dem WWF. Wir begrüßen das Interesse des Rats für Finanzstabilität (Financial Stability Board) am Klimawandel und werden unseren Dialog mit Partnern und Unternehmen unserer Branche fortsetzen. Während der Verhandlungen in Paris gab Oliver Bäte bekannt, dass wir der Portfolio Decarbonization Coalition beitreten, einer Gruppe von 25 Investoren, deren Mitglieder sich dazu bekennen, ihre Geldanlagen kohlenstoffarm auszurichten.

## Lösungen für die Menschen, die am stärksten vom Klimawandel betroffen sind

Laut Prognose der Bank of England sind Verluste durch klimabedingte Ereignisse um möglicherweise bis zu 50% unterschätzt, wenn sich die Wettertrends der letzten Zeit als die neue Norm erweisen. Wir sind ein Versicherer, somit basiert unser Geschäftsmodell auf dem Schutz von Menschen und Unternehmen vor Risiko.

Es ist eine traurige Wahrheit, dass die Ärmsten der Welt am meisten durch den Klimawandel bedroht sind. Die G7-Staaten haben das Ziel gesetzt, dass bis zum Jahr 2020 weitere 400 MIO Menschen Versicherungsschutz gegen Klimarisiken erhalten. Unter dem Dach der Munich Climate Insurance Initiative (MCII) arbeiten wir gemeinsam mit anderen Versicherern an neuen Methoden, um dieses Ziel zu erreichen. Im Namen der MCII nehmen wir bei einem 1,2 MRD USD schweren Pilotprogramm für Klimaanpassung (Pilot Program for Climate Resilience) der Climate Investment Funds eine Beobachterrolle ein. Das Programm leitet Entwicklungsgelder in Anpassungsprojekte für die am meisten durch den Klimawandel bedrohten Menschen.

## DIE ALLIANZ IN DER WELT/ EIN AUFRUF ZUM HANDELN GEGEN DEN KLIMAWANDEL

Als führender Mikroversicherer bieten wir bereits 58,6 MIO Kunden Kredit- und Lebensversicherungen, deren Prämien bei einem Euro pro Jahr beginnen. Zu den Kunden zählen Kleinbauern und Menschen, deren Existenzgrundlage durch Extremwetterlagen bedroht sein könnte. In China und Indien werden 125 MIO Kleinbauern durch uns rückversichert. Wir sind darüber hinaus ein Rückversicherer der African Risk Capacity.

Erfahren Sie mehr über unseren weiteren Ansatz zu nachhaltiger Versicherung auf Seite 30.

Im Allianz Risk Barometer nannten unsere Industriekunden den Klimawandel als das wichtigste langfristige Geschäftsrisiko. Wir müssen die Folgen des Klimawandels besser verstehen, damit wir die bestmögliche Risikoberatung anbieten und Produkte entwickeln können, um auf diese Herausforderungen einzugehen. Wir haben uns zum Beispiel mit der Universität zu Köln für ein gemeinsames Forschungsprojekt zusammengetan, um das Verständnis von Stürmen in Europa und ihren möglichen Konsequenzen für das Allianz Portfolio zu verbessern. Und in Brasilien erforschen wir, wie veränderte Niederschlagsmuster und Extremwetterlagen Ernteerträge beeinflussen.

**„Das vor Kurzem beschlossene Pariser Abkommen unterstreicht die Notwendigkeit, besonders betroffenen Menschen bei der Abwendung und Minimierung von Klimarisiken zu helfen. Die von Deutschland angeführte G7 InsuResilience Initiative übernimmt in diesem entscheidenden Moment eine Vorreiterrolle und fordert den öffentlichen und privaten Sektor dazu auf, Ansätze zum Klimarisikotransfer zu erweitern, um Widerstandsfähigkeit zu stärken. Das ist besonders kritisch für die Menschen an vorderster Front des Klimawandels, die derzeit keinen Zugang zu Versicherungsleistungen haben.“**

**Koko Warner**
Exekutivdirektorin, Munich Climate Insurance Initiative, Head of the Environmental Migration, Social Vulnerability and Adaptation at the Institute for Environment and Human Security, United Nations University

# DIE ALLIANZ IN DER WELT/ EIN AUFRUF ZUM HANDELN GEGEN DEN KLIMAWANDEL

**5 MRD €**

Wir haben uns verpflichtet, unsere Anlagen in erneuerbare Energien von 2,5 MRD € auf 5 MRD € mindestens zu verdoppeln

## Die Weichen für den Übergang in eine kohlenstoffarme Gesellschaft stellen

Wir bieten unseren Kunden mehr als 150 nachhaltige Produkte, angefangen bei Spezialtarifen für Elektroautos über die Ökohaus-Versicherung bis hin zur Ernteversicherung. Im Jahr 2015 belief sich der Umsatz durch diese Produkte auf 1,1 MRD €. Wir verwalten für unsere Kunden auch eine große Auswahl an nachhaltigen und verantwortungsvollen Investmentfonds (Sustainable and Responsible Investments – SRI) mit einem Gesamtvermögen von 103 MRD €. Einzelheiten dazu finden Sie auf Seite 44. Wir sind ein führender Versicherer von Projekten im Bereich der erneuerbaren Energien und decken Solar- und Windanlagen von Deutschland bis in die Mongolei ab.

Der Investitionsbedarf wird nach Einschätzung der Internationalen Energieagentur (IEA) von heute 380 MRD USD auf 780 MRD USD im Jahr 2035 steigen. Die Energiewende ließe sich mit weniger als 1 % der Vermögenswerte von Pensionsfonds und Versicherungen in den OECD-Ländern (zu mehr als 92 BIO USD bewertet) finanzieren. Wir können hier also eine wichtige Rolle übernehmen. Erneuerbare Energien und kohlenstoffarme Infrastruktur stellen attraktive Wachstumsmärkte dar. Sie tragen zur Portfoliodiversifikation und somit zur Risikostreuung bei und können solide langfristige Renditen liefern.

Wir haben uns verpflichtet, unsere Anlagen in erneuerbare Energien von 2,5 MRD € mindestens zu verdoppeln. 2015 entwickelten wir in einer Kooperation mit dem Fraunhofer ISE[1] und dem VDE-Institut[2] eine umfassende Risikobewertung und Zertifizierung für Solarprojekte. Sie dient der Stärkung des Vertrauens von Investoren, Banken und Versicherungen bei Projekten im Bereich der erneuerbaren Energien, auch in Schwellenmärkten. Genauso wichtig zur Unterstützung des Wandels sind öffentlich-private Partnerschaften wie das Global Innovation Lab for Climate Finance. Die Allianz ist im Vorstand des Labs vertreten und in beratender Funktion an verschiedenen Arbeitsgruppen beteiligt. Dort werden neue Ansätze zur Finanzierung von klimarelevanten Maßnahmen entwickelt, wie zum Beispiel ein Versicherungskonzept für energieeffiziente Projekte. Das Lab wurde durch die Regierungen Großbritanniens, der USA, Deutschlands und der Niederlande ins Leben gerufen. Zu seinen Mitgliedern gehören Regierungsinstitutionen, Pensionskassen, Investmentbanken, Projektentwickler und Entwicklungsbanken.

Natürlich vergessen wir auch unsere betriebseigenen Auswirkungen auf die Umwelt nicht und planen eine Senkung unserer betriebsbedingten Emissionen bis 2020 um 30 % (gegenüber 2010). Außerdem erhalten wir unsere $CO_2$-Neutralität durch Investitionen in hochwertige Klimaschutzprojekte.

Informationen über unsere Auswirkungen auf die Umwelt finden Sie auf Seite 54.

**„Wir sind auf ein ehrgeiziges und zuverlässiges Regulierungsumfeld angewiesen, um unserer Verpflichtung nachzukommen, die Finanzierung kohlenstoffintensiver Geschäfte zurück zu fahren und in erneuerbare Energien und eine kohlenstoffarme Infrastruktur zu investieren. Wenn das gegeben ist, wird der Klimaschutz nicht an der Finanzierung scheitern."**

**Oliver Bäte**
Vorstandsvorsitzender,
Allianz SE

1 Das Fraunhofer ISE gehört zu Europas größter Organisation für anwendungsorientierte Forschung.

2 Das VDE-Institut ist einer der größten technisch-wissenschaftlichen Verbände Europas.

Im Fokus:

# Zugang zu Finanzdienstleistungen in einer digitalen Welt

In reichen wie armen Gesellschaften ist eine sorgenfreie Zukunft nach wie vor ein Traum vieler Menschen. Die Versicherungsbranche bemüht sich darum, Zukunftsvorsorge für jedermann einfacher zu gestalten. Die Digitalisierung unterstützt soziale Inklusion, birgt aber auch Datensicherheitsrisiken. Es liegt in der Verantwortung der Versicherungsbranche, ein Gleichgewicht zwischen universellem Zugang und dem Schutz der Privatsphäre des Kunden zu finden.

# DIE ALLIANZ IN DER WELT/ ZUGANG ZU FINANZDIENSTLEISTUNGEN IN EINER DIGITALEN WELT

Mithilfe von Online-Technologien können sich Kunden über unsere Produkte informieren, diese kaufen und verwalten, wann immer sie Zugang zum Internet bzw. eine Mobilfunkverbindung haben.

So entsteht rasch eine neue Generation von Kundenerwartungen und Chancen. In Afrika, wo mobiles Banking sehr weit fortgeschritten ist, können unsere Kunden Lebensversicherungsanträge und Sparpläne bereits an ihrem Mobiltelefon abschließen. Sie können mobil bezahlen und sich Schadensleistungen auf ihre mobilen Konten ausbezahlen lassen. In Indonesien erhalten Kunden Erinnerungen über anstehende Vertragsverlängerungen und Informationen per SMS.

In dieser digitalen Landschaft ist es unsere Priorität, online wie offline ein einheitliches Kundenerlebnis zu schaffen. Dazu haben wir unsere Produktpalette vereinfacht und flexible Online-Prozesse wie unser „FastQuote“ [1]-System entwickelt. Wir arbeiten weiter daran, unsere Systeme und Produkte anzupassen.

## Erschließung neuer Märkte...

Weltweit leben geschätzte 2,7 MRD Menschen von 1,25 USD bis 4 USD am Tag. Nur ein Bruchteil dieser Menschen hat Zugang zu umfassenden staatlichen oder privaten Versicherungsleistungen. Selbst in Industrieländern sind Menschen mit niedrigem Einkommen oder schweren Gesundheitsproblemen tendenziell unterversichert. Daher stehen viele Menschen Risiken wie Krankheit, Einkommensausfall, Unfällen oder Naturkatastrophen ungeschützt gegenüber – eine signifikante Chance für innovative Versicherer. Wir sind ein führender Anbieter von Mikroversicherungen und bereits seit 2004 Vorreiter in diesem Markt. Gegenwärtig versorgen wir 58,6 MIO Menschen mit niedrigem Einkommen in Asien, Afrika und Lateinamerika mit Versicherungsleistungen.

Die Prämien für Allianz Mikroversicherungen beginnen bei nur

**1 € pro Jahr**

**„Wenn man den Fokus der Versicherungsbranche im Jahr 2015 mit einem Wort zusammenfassen könnte, dann wäre es Technologie. Viele Versicherer investieren in digitale Plattformen. So stärken sie ihre Kundenbeziehungen in allen Produktkategorien und Regionen.“**

**Ernst & Young**

Ernst & Young

1 Mithilfe von FastQuote erhalten Allianz Kunden ein Versicherungsangebot einfach und schnell über das Internet.

# DIE ALLIANZ IN DER WELT/ ZUGANG ZU FINANZDIENSTLEISTUNGEN IN EINER DIGITALEN WELT

## Unsere Mikroversicherungen weltweit

| | Land/Unternehmen | Versicherte Zum 31.12.2015 | Prämienvolumen 2015 | Einführungs-jahr | Vertriebs-partner | Produkte |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Kolumbien<br>Allianz Colombia | 315 000 | 13 100 000 | 2007 | 2 | Family Term Life, Home Business, Life & Maternity |
| 2 | Senegal<br>Allianz Senegal Assurance Vie | 200 000 | 620 000 | 2008 | 6 | Credit Life |
| 3 | Mali<br>Allianz Mali Assurance | – | 15 000 | 2011 | 5 | Crop Index |
| 4 | Elfenbeinküste<br>Allianz Côte d'Ivoire Assurance Vie | 110 000 | 2 900 000 | 2009 | 3 | Mobile Funeral, Funeral, Credit Life |
| 5 | Burkina Faso<br>Allianz Burkina Assurance/Allianz Burkina Assurance Vie | 115 000 | 270 000 | 2009 | 24 | Credit Life, Crop Index, Mobile Term Life Plus, Term Life |
| 6 | Kamerun<br>Allianz Cameroun Assurance Vie | 1 000 | 20 000 | 2008 | 3 | Credit Life |
| 7 | Ägypten<br>Allianz Assurance Egypt | 15 000 | 25 000 | 2007 | 1 | Credit Life |
| 8 | Madagaskar<br>Allianz Madagascar Assurance Vie | 65 000 | 240 000 | 2008 | 6 | Credit Life, Mobile Term Life Plus |
| 9 | Indien<br>Bajaj Allianz Life Insurance/Bajaj Allianz General Insurance | 53 225 000 | 107 500 000 | 2004 | 541 | Cattle & Livestock, Crop Index, Life & Savings, Term Life, Personal Accident |
| 10 | Malaysia<br>Allianz General Malaysia | 110 000 | 8 200 000 | 2011 | 1 | Motorcycle & Personal Accident |
| 11 | Indonesien<br>Allianz Life Indonesia/Allianz Utama Indonesia | 4 472 000 | 2 200 000 | 2006 | 87 | Personal Accident, Credit Life Plus |
| | Gesamt | 58 628 000 | 135 090 000 | | 679 | |

Finanzerträge aus Mikroversicherungen sind zwar niedriger als aus traditionellen Produkten, dennoch sind bereits etwa 263 MIO Menschen bzw. 10 % des potenziellen Markts durch Mikroversicherungen abgedeckt (Microinsurance Network). In vielen Ländern liegen die jährlichen Wachstumsraten bei 10 % oder mehr. Wir haben des Weiteren die Erfahrung gemacht, dass sich zufriedene Policeninhaber mittel- bis langfristig rechnen, da sich viele davon früher oder später auch reguläre Allianz Produkte leisten werden können. Tatsächlich wird ein Wachstum der weltweiten Mittelschicht von 1,8 MRD im Jahr 2009 auf rund 5 MRD bis zum Jahr 2030 erwartet. Dieses Wachstum soll vor allem in unseren primären Mikroversicherungsmärkten stattfinden (OECD 2010).

Allerdings ist die finanzielle Allgemeinbildung in diesen Märkten oft gering. Laut unserer Kundenbefragungen sind sich mehr als ein Viertel unserer Mikroversicherungsnehmer nicht einmal bewusst, dass sie versichert sind. Das liegt daran, dass die meisten unserer Produkte als ein obligatorischer Zusatz zu den Mikrokrediten unserer Vertriebspartner verkauft werden. Die Kunden konzentrieren sich dabei mehr auf den Kredit und vergessen die Versicherung als Nebenprodukt. Deshalb möchten wir den Verkauf freiwilliger Produkte verstärken, damit Kunden aktiv über die Vor- und Nachteile einer Police nachdenken.

# DIE ALLIANZ IN DER WELT/ ZUGANG ZU FINANZDIENSTLEISTUNGEN IN EINER DIGITALEN WELT

## ...und Innovationen in bestehenden

Eingeschränkter Zugang zu Versicherungsleistungen ist nicht nur ein Problem in Schwellenländern. In zahlreichen Industriestaaten bleibt vielen Menschen, die von einer Versicherung profitieren könnten, der Zugang aus verschiedenen Gründen verwehrt, zum Beispiel aufgrund unzureichender finanzieller Allgemeinbildung. Die Förderung von Programmen zur finanziellen Allgemeinbildung auf der ganzen Welt ist Teil unserer 125-jährigen Geschichte. Es handelt sich dabei um Programme, die den Zugang zu Versicherungs- und anderen Finanzdienstleistungen verbessern.

Zu den weiteren Barrieren zählen bedauerlicherweise immer noch Behinderungen und Gesundheitsprobleme. Wir finden das unakzeptabel. Folglich haben wir Produkte speziell für diese Zielgruppen entwickelt. In Frankreich bieten wir zum Beispiel eine maßgeschneiderte Versicherung für Diabetiker an, die sonst möglicherweise hohe Zuschläge zahlen müssten oder von vornherein keinen Versicherungsschutz erhalten würden. Zusammen mit MyHandicap hat die Schweizer Niederlassung von Allianz Global Assistance eine Reihe von Produkten entwickelt, die speziell auf die Bedürfnisse Behinderter zugeschnitten sind. Diese reichen von spezieller Reiseversicherung bis hin zu häuslicher Pflege- und Rollstuhlversicherung.

**„Mehr als 80 % der führenden Versicherungsunternehmen glauben, dass die digitale Umwälzung den Kontakt zum Kunden und den Ablauf traditioneller Prozesse transformieren wird."**

**Accenture**
Accenture

## Unser Ausblick

Es ist eindeutig, dass für viele der Zugang zu Finanzdienstleistungen mit dem Zugang zu digitalen Technologien einhergehen wird – besonders in Schwellenmärkten. Mikroversicherungen haben sich dort bereits als Motor für digitale Innovation erwiesen. Unsere Digitalisierungsstrategie lenkt uns in Richtung papierlose Kommunikation, vereinfachte Produktgestaltung und digitalen Kundenservice in unseren Märkten. Damit diese Fortschritte weder die Datensicherheit noch die Privatsphäre beeinträchtigen, verfolgen wir aufmerksam die Aktualisierung und Modernisierung der europäischen Gesetze zum Datenschutz.

Wir haben die Ambition, die Branche durch ständige kreative Denkansätze und mithilfe unserer jahrzehntelangen Erfahrung einen Schritt näher in die Richtung eines universellen Zugangs zu bezahlbaren Versicherungsleistungen zu bringen.

# In der Allianz

## In diesem Abschnitt


| | |
|---|---|
| Unser Ansatz | 18 |
| Nachhaltiger Versicherer | 30 |
| Verantwortungsvoller Investor | 39 |
| Vertrauenswürdiges Unternehmen | 47 |
| Attraktiver Arbeitgeber | 59 |
| Engagierter Corporate Citizen | 67 |

# Unser Ansatz

„Als großer Investor und Versicherer sind Umwelt- und Sozialstandards, ebenso wie gute Unternehmensführung für uns wichtig; sowohl in unserem Kerngeschäft als auch im Betrieb selbst. Durch aktive Dialoge mit unseren Stakeholdern, einem Fokus auf materielle Themen und die Umsetzung einer integrierten Strategie können wir zur nachhaltigen Entwicklung unseres Unternehmens beitragen."

**Katharina Latif**, Head of Corporate Responsibility, Allianz SE

## Highlights

- Unser CEO hat die im Dialog mit internen und externen Stakeholdern entwickelte „Renewal Agenda" bekanntgegeben.
- Unsere Strategie zum Klimawandel stellt seit zehn Jahren eine wichtige Komponente unseres Nachhaltigkeitsansatzes dar.
- Das Kernstück unseres ESG-Ansatzes bildet ein globaler ESG-Prüfungsprozess für unser Versicherungsgeschäft und die Direktanlagen unserer Vermögenswerte.

## Herausforderungen

- Wir wollen Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung im Einklang mit der „Renewal Agenda" weiterentwickeln.
- Mit einer erweiterten, umfassenden Umfrage über Stakeholder-Erwartungen möchten wir die Priorisierung von wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekten verbessern.

## Unsere Strategie

Nachhaltige Entwicklung bedeutet langfristige ökonomische Wertschöpfung verbunden mit einem vorausschauenden Konzept für ökologische Selbstverpflichtung, soziale Verantwortung und gute Unternehmensführung (Corporate Governance). Für unser Tagesgeschäft in den Bereichen Versicherung und Asset Management ist dies entscheidend, da wir unser Versprechen gegenüber unseren Kunden nicht nur heute, sondern auch noch in 20 oder 30 Jahren einhalten müssen. Im Laufe unserer 125-jährigen Unternehmensgeschichte haben wir Systeme und Prozesse aufgebaut, die eine nachhaltige Geschäftstätigkeit erlauben.

### „Renewal Agenda"

Wir möchten der vertrauenswürdigste Finanzdienstleister und Spitzenreiter in puncto Nachhaltigkeit sein. Um dieser Ambition gerecht zu werden, müssen wir unsere Systeme laufend anpassen und auch immer wieder neu entwickeln. Unser neuer Vorstandsvorsitzender Oliver Bäte hat 2015 auf Basis eines ausgiebigen Dialogs mit unseren internen und externen Stakeholdern die neue „Renewal Agenda" bekanntgegeben. Wir werden auch weiterhin die Säulen unseres Erfolgs bewahren – unsere Integrität, Finanzkraft, technische Kompetenz, betriebliche Exzellenz und unseren Talentpool. Unsere Welt verändert sich und unsere Branche jedoch rasch und grundlegend. Das spornt uns an, auch unser Geschäft weiterzuentwickeln. Wir werden auf unserem starken Fundament aufbauen und unsere führende Position festigen, indem wir uns auf fünf Bereiche konzentrieren, die die „Renewal Agenda" bilden.

Die „Renewal Agenda" befasst sich vorausschauend mit unseren globalen Herausforderungen, mit denen wir konfrontiert sind (siehe Seiten 9 und 13).

Die Agenda verfolgt fünf Ziele:

- **Konsequente Kundenorientierung**: Kunden erwarten von unseren Produkten und Dienstleistungen hervorragende Qualität und Flexibilität. Wir möchten unsere Prozesse auf der Basis ihrer Bedürfnisse weiterentwickeln, ihre Erwartungen erreichen und übertreffen, so dass jeder Kunde unserer Marke vertrauen kann.
- **Durchgängige Digitalisierung**: Wir möchten modernste Versicherungs- und Dienstleistungsangebote für das digitale Zeitalter liefern. Der Übergang zur durchgängigen Digitalisierung bedeutet, dass wir unseren Kunden auf jedem Gerät und über jeden Kanal spannende, intelligente und sichere Produkte und Dienstleistungen anbieten können.
- **Technische Exzellenz**: Unsere Kunden erwarten von uns, dass wir die Risiken verstehen, die zu ihrem Leben gehören. Sie erwarten von uns auch, dass wir diese Risiken für sie managen und ihnen vorbeugen. Dazu brauchen wir die passende Datenqualität, ausgezeichnete Underwriting-Systeme und marktführende Produkte.
- **Neue Wachstumsfelder**: Schwellenmärkte und Kooperationslösungen im Rahmen von Sharing Economies, neue Technologien, Gesundheitswesen und Freizeit gewinnen an Bedeutung. Wir möchten diese Wachstumsfelder durch Ideenaustausch und Partnerschaften mit Start-Ups erschließen.

- **Integrative Leistungskultur**: Um die genannten Ziele zu erreichen, brauchen wir agile, innovative und mutigere Mitarbeiter. Intelligentere Anreizsysteme, die Ideen und Leistung honorieren, sollen diese Kultur fördern und dafür sorgen, dass die Allianz ein attraktiver Arbeitgeber ist, und zwar für jedermann.

**„Konsequente Kundenorientierung, durchgängige Digitalisierung, technische Exzellenz und Wachstum lassen sich nur dann erzielen, wenn wir uns daran gewöhnen, neue Wege zu beschreiten. Es sollte nicht notwendig sein, dass ganze Heerscharen von Kollegen neue Ideen prüfen, damit diese in die Tat umgesetzt werden können. Jeder trägt Verantwortung. Jede Idee ist wichtig. Menschen und Leistung zählen. Das ist integrative Leistungskultur."**

**Sabia Schwarzer**
Head of Communications and Corporate Responsibility, Allianz SE

Unterstützt wird die Agenda wird durch einen globalen Prozess der Kulturveränderung. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Kunden- und Marktexzellenz, teamorientierter Führung, Unternehmertum und Vertrauen. Die Aufgabe für das Management von Nachhaltigkeit und unternehmerischer Verantwortung besteht darin, die wesentlichsten Themen zu bestimmen sowie unsere Strategie und Organisationsgestaltung neu auszurichten. Wir haben 2015 damit begonnen. Unsere neue Strategie für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung wird sich künftig neben dem Klimawandel mit den Herausforderungen des demografischen Wandels und der sozialen Inklusion befassen, die als besonders bedeutend eingestuft wurden (siehe unsere Materialitätsmatrix auf Seite 25). In unserem Bericht für das Jahr 2016 werden wir umfassend über die Veränderung der Unternehmenskultur sowie unser neues Konzept für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung informieren.

### Prinzipien für eine nachhaltige Entwicklung

Die 2015 veröffentlichten UN-Nachhaltigkeitsziele (siehe Seite 9) bestätigen unsere Verpflichtung zu den zehn Prinzipien des UN Global Compact (UNGC). Wir nehmen seit 2002 am UNGC teil. Es handelt sich dabei um eine freiwillige Initiative, bei der sich CEOs zur Umsetzung von zehn Nachhaltigkeitsprinzipien verpflichten. Unser Verhaltenskodex nimmt Bezug auf den UNGC, dessen Prinzipien im Anhang dieses Berichts zu finden sind. Jedes Jahr berichten wir über unseren Fortschritt in Sachen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung. Des Weiteren unterstützen wir den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) seit seiner Einführung im Jahr 2011. Wir sind eines der ersten Unternehmen, das seine Berichte nach diesen Grundsätzen erstellt. Unsere aktuellen UNGC- und DNK-Berichte sind auf unserer Website veröffentlicht.

Unsere eigenen Prinzipien für nachhaltige Entwicklung unterstützen uns bei:

- der Einbindung nachhaltiger Geschäftspraktiken in unsere Produkte und Dienstleistungen und der Suche nach innovativen Lösungen für regionale und globale Herausforderungen.
- einem schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit. Auf diese Weise können wir einen Beitrag zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft leisten und ihre Entwicklung fördern.
- der Entwicklung langfristiger, für alle Beteiligten nutzbringende Partnerschaften mit Stakeholdern durch Dialoge und Projekte.
- vollständiger Transparenz über unsere Nachhaltigkeitsperformance.

Die Prinzipien finden auf unsere fünf gesellschaftlichen Rollen Anwendung, an denen sich die Struktur dieses Berichts orientiert: Nachhaltiger Versicherer, verantwortungsvoller Investor, vertrauenswürdiges Unternehmen, attraktiver Arbeitgeber und engagierter Corporate Citizen. Nachhaltigkeitsgrundsätze und -leitlinien für das Underwriting, Finanzanlagen und Asset Management unterstützen jede dieser Rollen.

Wir haben jedoch nicht nur unsere eigenen Grundsätze aufgestellt, sondern auch die Principles for Sustainable Insurance (PSI) im Rahmen der Finanzinitiative des UN-Umweltprogramms (UN Environment Programme Finance Initiative – UNEP FI) unterzeichnet. Diese Initiative stellt ein globales Rahmenwerk für die Integration von Nachhaltigkeit in das Versicherungsgeschäft dar. Allianz SE und unsere Asset Manager – Allianz Global Investors und die Pacific Investment Management Company (PIMCO) – sind zudem Unterzeichner der Principles for Responsible Investment (PRI). Diese Prinzipien werden von den UN unterstützt und von einem internationalen Netzwerk von Investoren mit einem verwalteten Gesamtvermögen in Höhe von mehr als 59 BIO USD repräsentiert. Neben der Teilnahme an Arbeitsgruppen berichten die Allianz SE als Investor sowie Allianz Global Investors und PIMCO als Vermögensverwalter jedes Jahr über ihre Fortschritte bei der Umsetzung der PRI. Unsere PSI- und PRI-Berichte finden Sie in unserem Download-Center.

## Strategie zum Klimawandel

Unsere Strategie zum Klimawandel bildet bereits seit zehn Jahren einen festen Bestandteil unseres Nachhaltigkeitsansatzes. Sie bezieht sich auf den Kern unseres Geschäftsmodells, den Schutz von Menschen und Unternehmen vor Risiko. Seit ihrer Einführung im Jahr 2005 hat sich die Einstellung zum Klimawandel weltweit geändert. Wir verstehen uns seither als Vordenker und Vorreiter.

Weitere Informationen über unsere Maßnahmen während des Jahres und unsere Pläne für die Zukunft finden Sie im Kapitel „Ein Aufruf zum Handeln gegen den Klimawandel“ auf Seite 8.

Mit unserer Strategie bekennen wir uns dazu, in unseren drei Rollen als Unternehmen, Versicherer und Investor beim Ausbau einer emissionsarmen, klima-resistenten Wirtschaft mit gutem Beispiel voranzugehen. Als institutioneller Anleger tragen wir zur Finanzierung des Übergangs zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft bei. Als Versicherer schärfen wir das öffentliche Bewusstsein für die Chancen und Risiken des Klimawandels und bieten Versicherungslösungen an, um die Negativeffekte von Extremwetterereignissen abzuschwächen. Wir arbeiten außerdem daran, unsere $CO_2$-Bilanz als Unternehmen zu verbessern.

Allianz Climate Solutions GmbH (ACS) ist unser konzernweites Kompetenzzentrum für Fragen rund um den Klimawandel. ACS wurde 2007 gegründet und ist für die Entwicklung klimabezogener Strategien im Allianz Konzern zuständig. Außerdem berät sie sowohl externe Kunden als auch Allianz Einheiten bei der Finanzierung und Versicherung von Projekten im Bereich erneuerbare Energien.

## Nachhaltigkeit bei Versicherung und Kapitalanlagen

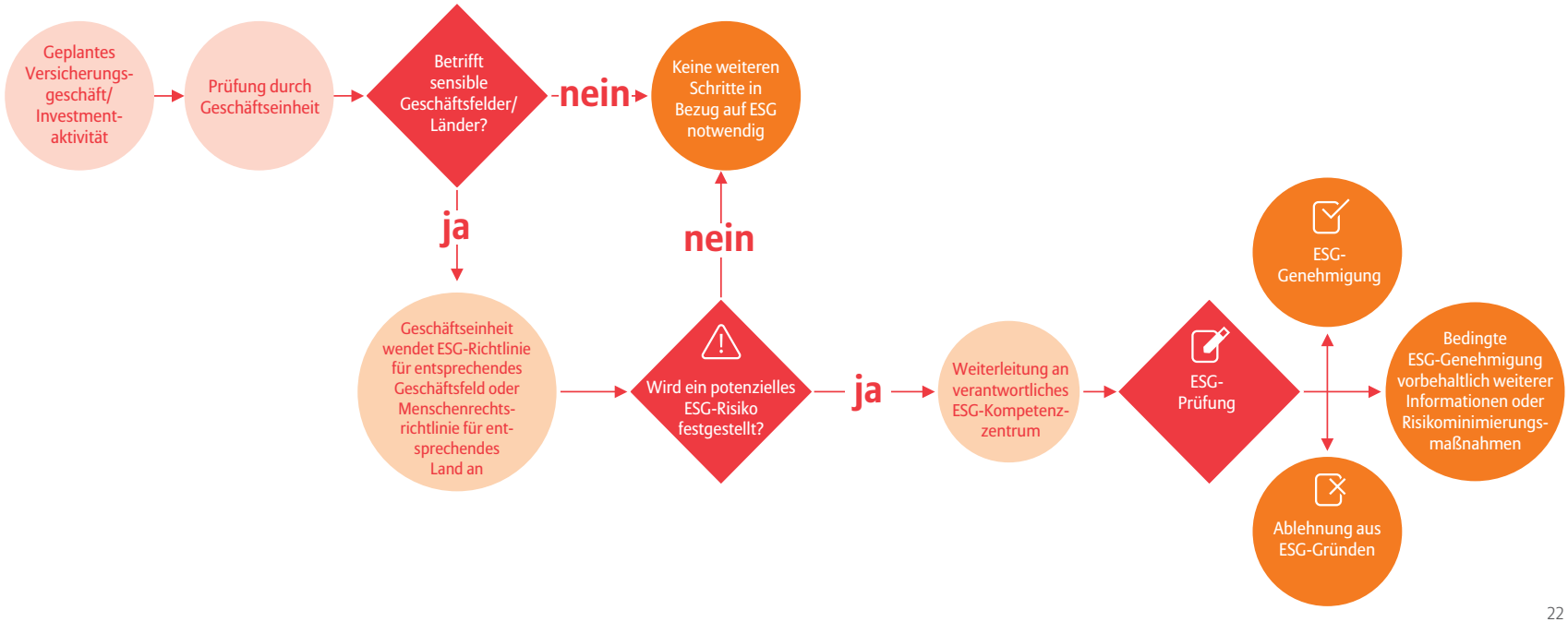
Wir betrachten ökologische, soziale und Governance-Aspekte (Environment, Social and Governance – ESG) nicht als „Zusatz" in Sachen Nachhaltigkeit, sondern vielmehr als Teil der täglichen Entscheidungsfindung. In unserer Rolle als Versicherer müssen wir ESG-Risiken im Underwriting sorgfältig steuern. Bei der Anlage unserer eigenen Vermögenswerte beziehen wir ESG-Faktoren in unseren Anlageprozess mit ein. Bei dem für Dritte verwalteten Vermögen integrieren Allianz Global Investors und PIMCO die Bewertung von ESG-Chancen und -Risiken systematisch in die Anlageentscheidungen.

Das Kernstück unseres ESG-Ansatzes bildet ein globaler ESG-Prüfungsprozess für unser Versicherungsgeschäft und für Direktanlagen unserer eigenen Vermögenswerte. So haben wir 13 sensible Geschäftsfelder identifiziert, die in unseren Augen erhebliche regionen- und spartenübergreifende Risiken aufweisen. Diese Geschäftsfelder definieren wir unter anderem durch den Dialog mit Nichtregierungsorganisationen und internen Stakeholder-Gruppen. Jedem Geschäftsfeld ist eine Richtlinie zugewiesen, die die wichtigsten ESG-Aspekte hervorhebt, die es zu berücksichtigen gilt. Diese beruhen auf internationalen Standards und Best Practice.

Weitere Details finden Sie in unseren ESG-Factsheets in unserem Download-Center

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

**ESG-Prüfung**
Bei Identifizierung eines ESG-Risikos in einem der sensiblen Geschäftsfelder im Rahmen der Due-Diligence wird ein obligatorischer Weiterleitungsprozess in Gang gesetzt. So wird sichergestellt, dass ESG-Experten die ermittelten Risiken überprüfen und dass auf lokaler und/oder Konzernebene informierte Entscheidungen getroffen werden.



genehmigt. 2015 überarbeiteten wir unsere Richtlinien zu Waffen und Wasserkraft gemäß neuen Best-Practice-Informationen unter Berücksichtigung internationaler Standards und Leitfäden. Wir beabsichtigen (bis auf wenige Ausnahmen – siehe beispielsweise Kohle-Desinvestition bei Eigenanlagen), kein Geschäft von vornherein auszuschließen. So wird jede Transaktion auf Einzelfallbasis geprüft. Durch diesen Prozess wollen wir die Risiken, die mit einem Versicherungs- oder Anlagegeschäft verbunden sind, besser verstehen und alle zur Risikominderung notwendigen Maßnahmen ergreifen.

Die ESG-Prüfung ist in unseren bestehenden Prozessen und Standards verankert, und zwar in unseren Underwriting-Standards und den Investment-Standards für die Direktanlagen sowie in unserem Risikomanagementsystem. Auf diese Weise ist die ESG-Prüfung ein integraler Bestandteil des Due-Diligence-Prozesses unserer Underwriter und Investmentmanager.

2015 wurden 405 Transaktionen unseres Versicherungs- und Anlagegeschäfts anhand unserer Richtlinien für sensible Geschäfte unter ESG-Gesichtspunkten geprüft (47 % genehmigt, 50 % bedingt genehmigt und 3 % abgelehnt).

Für die sektorale Verteilung wird auf die Datentabellen verwiesen, Seite 76.

Neben der übergreifenden Prüfung integrieren wir ESG-Aspekte außerdem nach wie vor systematisch in unsere Geschäftsbereiche. So unterstützte unsere Tochtergesellschaft Euler Hermes 2015 mit der Munich Re und der International Finance Corporation ein Projekt zur Entwicklung von ESG-Grundsätzen für die Zeichnung von Bürgschaften im Bereich Infrastruktur. Im Rahmen unserer Eigenanlagen verpflichteten wir uns dazu, unser Portfolio aus festverzinslichen Wertpapieren und Aktien anhand von 37 zentralen ESG-Themen zu überprüfen. Diese Analyse geschieht auf der Basis von Informationen der Rating-Agentur MSCI ESG Research. Auf diese Weise werden wir bis Mitte 2016 portfolioweite Transparenz schaffen und ESG-Chancen und -Risiken gezielter managen können.

Weitere Informationen erhalten Sie online in unserem Pressebereich.

**„Die Einführung des ESG-Scoring der Allianz für über 600 MRD € eigener Investments ist ein starkes Signal für den globalen Kapitalmarkt in turbulenter Zeit.“**

**Caspar von Hauenschild**
Vorstandsmitglied von Transparency International

## Sensible Geschäftsfelder

Landwirtschaft

Tierversuche

Artgerechte Tierhaltung

Glücksspiel

Klinische Studien

Verteidigung

Menschenrechte

Wasserkraft

Infrastruktur

Bergbau

Kernenergie

Öl und Gas

Sexindustrie

FALLBEISPIEL

## Menschenrechte

Wir befolgen alle geltenden Wirtschaftssanktionen innerhalb der Länder, in denen wir aktiv sind. Darüber hinaus decken unsere Richtlinien für die 13 sensiblen Geschäftsfelder sektorspezifische Aspekte in Sachen Menschenrechtsfragen ab. Diese sind im Rahmen des Due-Diligence-Prozesses für Versicherungs- und Direktanlageentscheidungen zu prüfen. Außerdem haben wir einen Prozess für die Identifizierung von Ländern entwickelt, in denen systematisch gegen Menschenrechte verstoßen wird. Für alle Geschäfte in diesen Ländern gelten detaillierte Menschenrechtsleitlinien.

Bei Identifizierung von Risiken wird ein obligatorischer Weiterleitungsprozess für eine detaillierte Due-Diligence in Gang gesetzt. Dabei werden Konzerneinheiten wie das ESG-Office, Risikomanagement und Kommunikation sowie bei Bedarf auch der Vorstand eingebunden. Innerhalb unseres Einflussbereichs (abhängig davon, ob wir führender Versicherer sind oder gute Beziehungen zum Kunden, Broker oder investierten Unternehmen haben) setzen wir uns dafür ein, dass das Risiko von Menschenrechtsverletzungen begrenzt und vorbeugende Maßnahmen ergriffen werden. Sollte dies nicht möglich sein oder sollten wir an die Grenzen unseres Einflussbereichs stoßen, wird das Risiko gegebenenfalls als „untragbar" eingestuft. Bei einer solchen Entscheidung werden der Grad des Menschenrechtsverstoßes, die Bedeutung der Geschäftsbeziehung sowie unser eigenes Werteverständnis berücksichtigt.

Im Rahmen des UNGC und anderer Kooperationen arbeiten wir zusammen mit Unternehmen unserer Branche und der allgemeinen Öffentlichkeit an einem besseren Umgang mit Menschenrechtsfragen. Wir veranstalten Mitarbeiterveranstaltungen und „Town-Hall-Meetings" zum Thema Menschenrechte. Einzelheiten zu ESG-Fortbildung, darunter die Schulung zur Anwendung unserer Richtlinien für sensible Geschäftsfelder (inklusive Aspekten wie Menschenrechtsfragen), finden Sie im Abschnitt Versicherungen.

Für Einzelheiten wird auf die Ressourcenseite zum Thema Menschenrechte verwiesen.

Weitere Angaben zum Thema Menschenrechte sind in unserer GRI-Tabelle zu finden.

## Worauf es ankommt

Wir arbeiten gemeinsam mit verschiedenen Stakeholder-Gruppen an der Identifizierung von Themen, die für eine nachhaltige Entwicklung bei der Allianz von grundlegender Bedeutung sind. So können wir unsere auf Nachhaltigkeit gerichteten Maßnahmen gezielt ausbauen und über die entsprechenden Bereiche berichten. Themen sind dann von grundlegender Bedeutung, wenn sie als entscheidend für den Geschäftserfolg gelten und zugleich für unsere Stakeholder von Wichtigkeit sind.

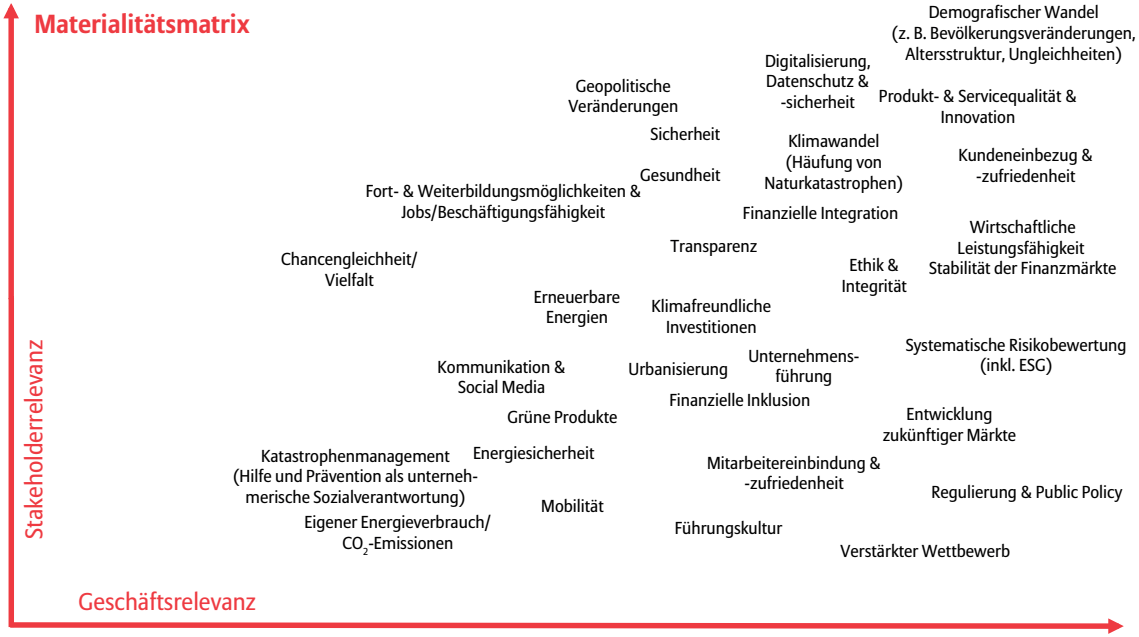
Die von unseren Stakeholdern als wesentlich erachteten Nachhaltigkeitsaspekte sind in der Abbildung dargestellt. Oben rechts befinden sich die Aspekte, die sowohl für Stakeholder als auch für das Geschäft die größte Bedeutung haben.

Viele der Themen spiegeln globale Megatrends und gesellschaftliche oder ökologische Entwicklungen der letzten Jahre wider (siehe unsere Analyse des globalen Wandels 2015 auf Seite 7). Andere wiederum haben Lösungen zur Risikobegrenzung und Chancenwahrnehmung zum Inhalt. In den folgenden Kapiteln des vorliegenden Berichts informieren wir über diese Themen.

Unser Materialitätskonzept orientiert sich an einer Reihe freiwilliger internationaler Standards und Richtlinien, darunter der G4-Leitfaden der Global Reporting Initiative (GRI). Außerdem wird es durch eine Auswahl von Nachhaltigkeitsindizes und unsere Mitarbeit in Expertenrunden wie der UNEP FI geleitet. Bei der Bestimmung der wesentlichen Themen kommen diverse Methoden zum Einsatz, wie etwa Konferenzen, Workshops, Informationsveranstaltungen, Umfragen, persönliche Interviews und Peer-Reviews.

Siehe „Zusammenarbeit mit anderen", Seite 26.

Die letzte formale Materialitätsanalyse wurde im Laufe des Jahres 2014 und Anfang 2015 durchgeführt und in unserem Bericht für das Jahr 2014 erläutert.




Zum Prozess gehörte eine systematische Analyse interner und externer Quellen und Dialogformate, einschließlich der aktuellen Stakeholder Engagement Survey, um die Themen zu bestimmen, die wesentlich für die Nachhaltigkeit unseres Unternehmens sein könnten. Diese wurden im Anschluss daran durch Geschäftsbereiche der Gruppenebene und lokale operative Einheiten quantitativ bewertet, was dabei half, die Themen entsprechend ihrer Wesentlichkeit zu priorisieren. Abschließend wurden sie durch das ESG-Board validiert.

Siehe „Nachhaltigkeitsmanagement", Seite 28.

2015 haben wir unsere Dialoge mit internen und externen Stakeholder fortgeführt, um wesentliche Themen zu identifizieren. Den nächsten formalen Materialitätsprozess werden wir 2016 durchführen. Dabei werden wir eine revidierte Stakeholder Expectation Survey mit einem breiteren Spektrum von relevanten Stakeholder-Gruppen und Ländern einsetzen. Durch Verwendung einer verbesserten, globalisierten Umfrage möchten wir die Prioritätensetzung für wesentliche Themen kombinieren und vereinheitlichen.

## Zusammenarbeit mit anderen

In einer globalisierten Welt stellen sich einem multinationalen Unternehmen wie uns vielfältige und vernetzte Herausforderungen. Wir glauben, dass uns nur die Zusammenarbeit mit einer Vielzahl von Personen und Organisationen dabei helfen kann, zu verstehen, was diese Herausforderungen für unsere Produkte und Dienstleistungen bedeuten – und dass wir nur so unser Geschäft langfristig entwickeln können.

Wir haben uns zu zahlreichen nationalen wie internationalen Organisationen, die sich für Nachhaltigkeit einsetzen, verpflichtet bzw. sind ihnen als Mitglied beigetreten. Eine Auflistung finden Sie im Anhang dieses Berichts. Daneben fokussieren wir unsere Aktivitäten zur Einbindung von Stakeholdern auf vier Hauptgruppen, die entweder unser Geschäft direkt beeinflussen oder durch unser Geschäft beeinflusst werden.

Zusätzlich laden wir zu Dialogen auf Konzernebene ein. Dazu:

- führen wir alle zwei Jahre eine globale Umfrage zum Thema Stakeholder-Erwartungen durch (zuletzt Ende 2014; Ergebnisse wurden 2015 bekanntgegeben), welche sich an Politiker, die Medien, NGOs, Wissenschaftler, Unternehmen und unsere eigenen Führungskräfte richtet.
- organisieren wir halbjährlich das Global Issues Forum, bei dem eine Expertengruppe Entwicklungen und Trends diskutiert. Es fand zuletzt im September 2015 statt und widmete sich dem Einfluss der Digitalisierung auf die Beschäftigung im Dienstleistungssektor.
- haben wir 2011 in Kooperation mit dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend das jährliche Berliner Demografie-Forum ins Leben gerufen, das Zivilgesellschaft zusammenbringt (Veranstaltungen werden auf der Website des Forums bekanntgegeben).
- suchen wir den ESG-Dialog als strukturierten Austausch mit NGOs.

### Eine Auswahl unserer Partnerschaften

giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

**Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit** (GIZ) – die erste öffentlich-private Partnerschaft zum Thema Mikroversicherungen (2011–2017)

International Paralympic Committee

Seit 2006 Partner des **International Paralympic Committee** (IPC) und seit 2011 erster „Internationaler Partner" des IPC

SOS CHILDREN'S VILLAGES
A loving home for every child

**SOS-Kinderdörfer** zur Unterstützung kurzfristiger Notfallmaßnahmen sowie für langfristige Hilfe zur Verbesserung der Sicherheit von Kindern auf lokaler und internationaler Ebene.
Weitere Informationen

## IN DER ALLIANZ/ UNSER ANSATZ

### Beispiele unseres Engagements 2015*

- Initiativen zum Wissensaustausch wie Projekt M
- Kundenumfragen und -dialog
- Peer-Review der Finanzdienstleistungsbranche
- Innovative Produktentwicklung
- Entwicklung des Net Promotor Score (NPS) informierte die Bereiche „Konsequente Kundenorientierung“ und „Durchgängige Digitalisierung“ im Rahmen der „Renewal Agenda“ bei

- Allianz Engagement Survey (AES)
- Unternehmensprogramme für ehrenamtliche Tätigkeit
- Dialog innerhalb verschiedener Netzwerke wie dem Frauennetzwerk
- AES-Ergebnisse durch die Personalabteilung und auf Teambasis nachgefasst; beeinflussten den Bereich für „Integrative Leistungskultur“ innerhalb der „Renewal Agenda“

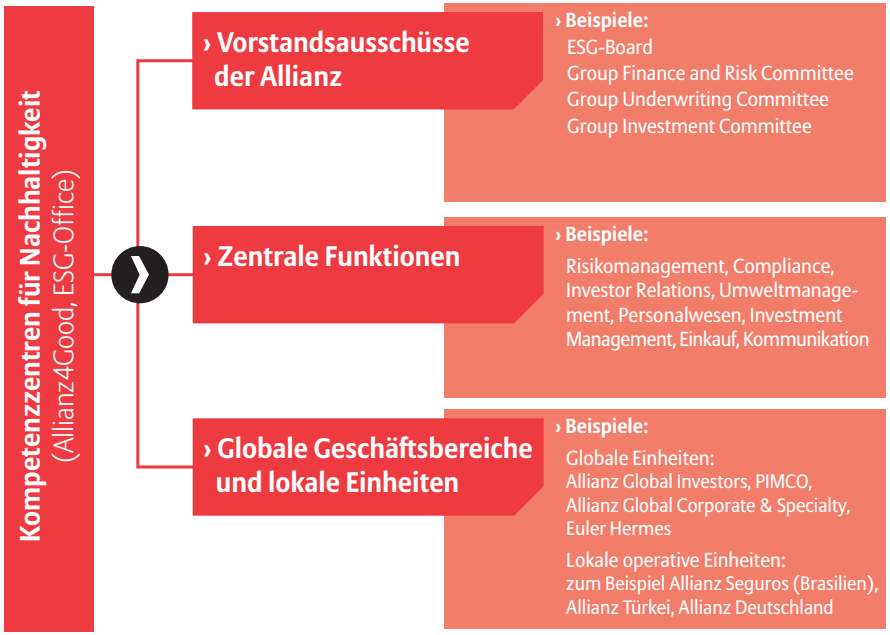
- Partnerschaften für bürgerschaftliches Engagement, zum Beispiel Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)
- Stiftungen, Mitarbeiterspenden und Freiwilligenarbeit
- Presseveranstaltungen und Diskussionsrunden
- Journalistenumfragen
- Dialog mit regulatorischen und politischen Gremien
- Austausch zu globalen Herausforderungen wie der Energiesicherheit
- Podiumsdiskussionen und Diskussionsrunden, zum Beispiel „Debatte über Europa“
- Regelmäßiger Dialog zwischen namhaften NGOs, ESG-Experten und dem neuen CEO der Allianz

- Dialog und Informationsveranstaltungen, zum Beispiel Jahreshauptversammlung, Investorentage
- Dialog mit ausgewählten Unternehmen in unserem Anlageportfolio
- Ratingergebnisse (zum Beispiel DJSI im Vorstand der Allianz SE erörtert) beeinflussten die Bereiche
- für „Technische Exzellenz“ und „Neue Wachstumsfelder“ im Rahmen der „Renewal Agenda“

*Nur beispielhafte und nicht vollständige Aufzählung.

## Nachhaltigkeitsmanagement

Das Nachhaltigkeitsmanagement auf Konzernebene hat eine Reihe von Aufgaben. Dazu zählen: die Planung des strategischen Rahmens für konzernweite Nachhaltigkeitsmaßnahmen, die Entwicklung und Einführung entsprechender Richtlinien sowie die Unterstützung operativer Einheiten bei der Umsetzung der strategischen Maßnahmen und Richtlinien des Konzerns.




Das höchste Gremium für Nachhaltigkeitsfragen ist das 2012 gegründete ESG-Board. Es setzt sich aus drei Vorstandsmitgliedern der Allianz SE zusammen und tagt vierteljährlich. Das ESG-Board ist verantwortlich für die Integration von ESG-Aspekten in alle Geschäftsbereiche und Kernprozesse, in denen Versicherungs- und Anlageentscheidungen getroffen werden. Darüber hinaus ist es für den damit verbundenen Dialog mit Stakeholder-Gruppen zuständig.

Verschiedene Vorstandsmitglieder übernehmen die Verantwortung für bestimmte Nachhaltigkeitsthemen. Fachabteilungen liefern ihnen regelmäßige Updates zu Nachhaltigkeitsfragen. Das ESG-Board setzt sich aus den folgenden Mitgliedern zusammen:

- Jay Ralph, Vorstandsmitglied der Allianz SE, Asset Management, US Life Insurance und Vorsitzender des ESG-Board;
- Dr. Maximilian Zimmerer, Vorstandsmitglied der Allianz SE, Investments, Insurance Asia-Pacific; und
- Dr. Axel Theis, Vorstandsmitglied der Allianz SE, Global Insurance Lines & Anglo Markets.

Nicht nur das ESG-Board, sondern auch verschiedene Ausschüsse unter der Leitung von Vorstandsmitgliedern spielen eine wichtige Rolle bei unserer Entscheidungsfindung:

- **Group Finance and Risk Committee**: Steuerung des Risikomanagements und der Risikoüberwachung, einschließlich der Nachhaltigkeitsrisiken. 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 Underwriting-Politik und -Strategie.
- **Group Investment Committee**: Überwachung der Investment-Strategie des Konzerns.

Unsere auf Konzernebene angesiedelte Nachhaltigkeitsfunktion setzt sich aus zwei Kompetenzzentren zusammen – Allianz4Good und das ESG-Office. Allianz4Good ist unmittelbar dem für Investments zuständigen Mitglied des Allianz SE Vorstands unterstellt. Neben der Unterstützung des Vorstands bei strategischen Entscheidungen zu Nachhaltigkeitsfragen zählen die folgenden Aufgaben zum Tätigkeitsfeld der Abteilung:

- Strategie und Management von Nachhaltigkeit;
- gesellschaftliches Engagement;
- Umweltmanagement, einschließlich der Strategie zur $CO_2$-Reduktion im Konzern;
- Ratings und Berichte zur Nachhaltigkeitsentwicklung; und
- Festlegung und Integration der Prozesse für lokale operative Einheiten.

Das ESG-Office berichtet direkt an das Mitglied des Allianz SE Vorstands, das für die weltweite Vermögensverwaltung und das Versicherungsgeschäft in den USA zuständig und zugleich Vorsitzender des ESG-Board ist. Zusätzlich zur Vorbereitung und Steuerung von Sitzungen des ESG-Board hat diese Einheit folgende Aufgaben:

- Entwicklung von Standpunkten zu ausgewählten ESG-Aspekten;
- Umsetzung von Leitlinien und Entscheidungen des ESG-Board;
- Unterstützung der Abstimmung und Überwachung der Integration von ESG-Aspekten in den Geschäftsbereichen (Versicherung und Investitionen); und
- Steuerung des Dialogs mit internen und externen Interessengruppen, insbesondere NGOs.

Im Jahr 2015 konzentrierten wir uns darauf, Nachhaltigkeit über unsere Governance-Prozesse stärker in unserem Kerngeschäft zu verankern. Dabei spielten interner Dialog, der Austausch mit Stakeholder-Gruppen, die Förderung neuer Geschäftsmöglichkeiten und Pilotprojekte eine wichtige Rolle. Im vorliegenden Bericht informieren wir über diese Entwicklungen.

## Blick nach vorn

Im Einklang mit unserer „Renewal Agenda" werden wir 2016 eine neue Strategie für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung ins Leben rufen. Eine der Maßnahmen wird die Integration von Allianz4Good und des ESG-Office in ein Ressort für Corporate Responsibility sein. Ebenso werden wir die aktuelle Stakeholder-Expectation-Survey überarbeiten und weitere Stakeholder-Gruppen und geografische Regionen einbeziehen. Überdies wird eine Veränderung der Unternehmenskultur auf der Agenda stehen.

Wir werden zudem das Potenzial für eine stärkere Einbindung von ESG-Aspekten bei unseren Brokern überprüfen sowie die Anlagen der Allianz in festverzinslichen Wertpapieren und Kapitalinvestitionen anhand von 37 zentralen ESG-Kriterien analysieren (ESG-Scoring-Projekt). Das Ziel dabei ist mehr Transparenz in Sachen ESG im gesamten Anlageportfolio.

Unsere Rolle als...

# nachhaltiger Versicherer

„Wir müssen davon ausgehen, dass eine Erderwärmung um mehr als 1,5 Grad klimatische Schäden erheblich verschlimmern würde. Noch mehr Städte und Regionen wären von einem Anstieg des Meeresspiegels betroffen. Das Ausmaß und die Häufigkeit von Dürren, Stürmen, Starkregen und Überschwemmungen würden weiter zunehmen – in immer mehr Regionen. Unsere Aufgabe ist es, Lösungen für ein derartiges Szenario zu entwickeln. Wir haben heute die Chance, für und gemeinsam mit unseren Kunden und öffentlichen Partnern neue Ansätze zu Versicherung und Investition zu etablieren."

**Karsten Löffler**, Geschäftsführer, Allianz Climate Solutions GmbH

**Highlights**

- 405 Transaktionen im Versicherungs- und Anlagegeschäft nach ESG-Risiken bewertet
- DJSI-Bewertung von 100 % für die Integration von ESG-Aspekten ins Versicherungsgeschäft erzielt
- € 1,1 MRD Umsatz und 151 Produkte mit grünen Lösungen für Kunden
- Anzahl der Kunden mit Mikroversicherungspolicen auf über 50 MIO gestiegen – bei einem Jahresumsatz 2015 von 135,1 MIO €

**Herausforderungen**

- Einbindung von Versicherungsagenten, Kunden und der weiteren Wertschöpfungskette bei der Bedeutung von ESG-Risiken und ihrer Offenlegung
- Entwicklung gemeinschaftlicher, branchenweiter ESG-Infrastrukturansätze
- Weiterbildung von Underwritern und verantwortlichen Mitarbeitern im Bereich ESG-Prüfung

## Unser Ansatz

Es liegt in der Natur unseres Geschäfts, also dem Schutz von Menschen und Unternehmen vor Risiko, den Blick stets auf unsere Kunden zu richten und eine langfristige Perspektive im Auge zu behalten. Dazu gehört auch die Integration von ESG-Aspekten in unseren Versicherungsbereich, genauso wie die Beobachtung und Schaffung neuer Märkte für Produkte, die nachhaltigen Lösungen den Weg ebnen und eine kohlenstoffarme Zukunft fördern.

Der Verhaltenskodex für Business-Ethik und Compliance des Allianz Konzerns und unsere Mindeststandards für Compliance im Vertrieb schaffen die Voraussetzungen für dauerhafte Beziehungen mit unseren Kunden. Mithilfe dieser Richtlinien möchten wir sicherstellen, dass wir unseren Kunden vom ersten Moment an hilfreich zur Seite stehen. Als Versicherer und Risikoberater zeichnen wir Risiken für unsere Versicherungskunden und sind ESG-Risiken somit zumeist indirekt ausgesetzt. Ein umsichtiges Management von ESG-Aspekten stellt eine riesige Chance zur Begrenzung von Zeichnungsrisiken für uns und unsere Kunden dar.

Unsere Richtlinien für sensible Geschäftsfelder (siehe „Unser Ansatz“, Seite 19) gelten für das gesamte Versicherungsgeschäft weltweit, ganz gleich, ob wir der Hauptversicherer oder Teil eines Versicherungskonsortiums sind. Ein eigenes Kompetenzzentrum innerhalb der Underwriting-Abteilung von Allianz Global Corporate & Specialty bietet bei Versicherungsgeschäften im Bereich Schaden- und Unfallversicherungen Unterstützung in ESG-Fragen. 2015 boten wir über 16 separate Schulungsveranstaltungen für verschiedene Underwriter aus unterschiedlichen Fachgebieten und geografischen Verantwortungsbereichen an. 2016 werden wir unser Schulungskonzept weiterentwickeln und in unsere Underwriting-Ausbildungsakademien integrieren.

### Die Prinzipien für Nachhaltiges Versichern

Wir haben die Prinzipien für Nachhaltiges Versichern der Finanzinitiative des Umweltprogramms der Vereinten Nationen unterzeichnet. Wir glauben, dass die Versicherungsbranche mithilfe ihrer Kompetenzen im Risikomanagement eine noch wichtigere Rolle bei einer nachhaltigeren Gestaltung des Sektors spielen kann. Als Unterzeichnerin der PSI ist die Allianz verpflichtet, jährlich über ihre Fortschritte zu berichten. 2015 unterstützte unsere Tochtergesellschaft Euler Hermes ein Projekt im Rahmen eines PSI-Programms mit anderen Partnern aus der Versicherungsbranche, um die Notwendigkeit von ESG-Grundsätzen für die Zeichnung von Bürgschaften im Bereich Infrastruktur zu untersuchen.

### Nachhaltige Innovation

Ein stetig wachsender Markt für nachhaltige Produkte zeugt davon, dass nachhaltige Innovationen eine zunehmend bedeutende Geschäftsmöglichkeit darstellen. Unser Angebot für Geschäftskunden umfasst Versicherungen für groß angelegte Projekte im Bereich erneuerbare Energien. Weiterhin bieten wir Lösungen für Privatkunden, die die Energieeffizienz zu Hause und unterwegs fördern. Überdies haben wir grüne Lösungen und stellen Produkte bereit, die das Leben der Menschen verbessern. Als einer der Marktführer im Bereich Mikroversicherung bieten wir bereits 58,6 MIO einkommensschwachen Personen in Asien, Afrika und Lateinamerika erschwingliche Versicherungslösungen an.

**Highlights 2015**

**151**

Wir erwirtschafteten 1,1 MRD € Umsatz mit 151 grünen Lösungen, darunter Lösungen im Bereich Asset Management.

**58,6 MIO**

einkommensschwache Kunden mit Mikroversicherungen versorgt, mit einem Umsatz von 135,1 MIO €.

## Nachhaltige Produkte

Unsere nachhaltigen, innovativen Produkte für Geschäfts- und Privatkunden zeigen, dass Versicherungen nicht nur unseren Kunden und unserem Geschäft nutzen, sondern dass sie auch der Gesellschaft und unserer Umwelt zugutekommen können.

Das Angebot kohlenstoffarmer und sozial verantwortlicher Produkte wird immer größer. Solche Produkte verbessern die Lebensqualität unserer Kunden und bieten Anreize für emissionsarmes Verhalten. 2015 belief sich unser Umsatz für nachhaltige Produkte auf über 1,1 MRD €. Einige Beispiele für solche Produkte sind: Tarife, die auf Grundlage des Kilometerstands berechnet werden, die grüne Lebensversicherung, Infrastruktur für erneuerbare Energien und Ernteschutzprodukte.

### Lösungen für Privatkunden

#### Mobilität

Unser Tarif, der auf Grundlage des Kilometerstands berechnet wird, bietet eine Kfz-Versicherung auf „Pay-per-Use"-Basis mit niedrigeren Prämien für Kunden, die weniger häufig mit dem Auto fahren. Zum Beispiel weil sie das Auto nicht zum Pendeln nutzen. Unser Tarif für Elektro- und Hybridautos senkt die Versicherungsgelder von Policeninhabern mit emissionsarmen Fahrzeugen. Zudem haben wir einen Spezialtarif für Kfz-Versicherungen für Kunden mit einer Jahreskarte für den öffentlichen Nahverkehr entwickelt. Und bei Schäden am Fahrzeug empfehlen wir die „Reparatur statt Ersatz"-Methode für Autoteile.

#### Erneuerbare Energien

Unsere spezielle Wohngebäudeversicherung deckt Schäden an Anlagen für erneuerbare Energien aufgrund von Einbruch, Diebstahl, Feuer oder Naturkatastrophen ab.

#### Energieeffizienz

Der Versicherungsschutz unserer Modernisierungsversicherung schließt die Kosten einer ökologischen Sanierung oder die Reparaturkosten unter Einsatz von umweltfreundlichen Materialien bzw. bei Anwendung energieeffizienter Maßnahmen ein. Des Weiteren klären wir mittels unserer Beratung zu Energieeffizienzfragen über die ökologische Abfallbeseitigung und Energiesparmaßnahmen auf.

Unsere grüne Lebensversicherung ist in Österreich, Frankreich, Deutschland und Ungarn erhältlich und bietet Kunden die Möglichkeit, ihre Lebensversicherungsprämien in Öko-Sektorenfonds anzulegen.

#### Wetter

Als der weltweit größte Erstversicherer sind wir von den Konsequenzen von Dürren, Überschwemmungen, Stürmen und Hitzewellen betroffen. Wetterbedingte Versicherungsansprüche sind seit den 1980er Jahren

von durchschnittlich 15 MRD USD auf heute mehr als 70 MRD USD pro Jahr gestiegen.

Allianz WeatherSafe bietet erstklassige Wetterinformationen und -warnungen für unterwegs. Der Dienst ist in zahlreichen Ländern als kostenlose App für iPhone/Android sowie als mobile Website erhältlich. Mit Allianz WeatherSafe erhalten Sie gezielte Ratschläge je nach der Wetterwarnung für Ihre Region und Sie erfahren, wie Sie sich vor Wetterschäden schützen können.

## Lösungen für Geschäftskunden

### Mobilität

Unsere Green Fleet Services verfolgen Unternehmensfuhrparks, um Treibstoffeffizienz zu optimieren und zu umweltfreundlichem Fahrverhalten anzuregen.

### Erneuerbare Energien

Als Spezialist für Versicherungen für die Erneuerbare-Energie-Branche bieten wir maßgeschneiderte Risikoversicherungen für Projekte in diesem Bereich an. Gedeckt sind unter anderem Betriebsunterbrechung, Maschinenausfälle und Haftpflichtfälle. Des Weiteren versichern wir Kraftwerke für erneuerbare Energien gegen finanzielle Verluste, wenn die jährliche Energieleistung nicht dem prognostizierten jährlichen Energieertrag entspricht.

### Energieeffizienz

In Gewerbeimmobilien schlummert ein großes Potenzial, die Energieeffizienz zu steigern. Das wiederum sorgt für finanzielle Einsparungen und niedrigere Treibhausgasemissionen auf Kundenseite. Unser Öko-Upgrade bietet Geschäftskunden im Schadensfall Versicherungsschutz für die Kosten durch die Reparatur von Sachschäden und die Gebäudesanierung mit energieeffizienten Versorgungsanlagen und Baumaterialien.

### Wetter

Das Wetter kann verheerende Geschäftsschäden anrichten. Das ist zum Beispiel dann zu beobachten, wenn große internationale Flughäfen bei Extremwetter geschlossen werden. Auch die Erzeuger erneuerbarer Energien sind direkt betroffen, wenn sie auf Sonne, Wind und Wasser angewiesen sind. Versicherer wie die Allianz zeichnen solche neuartigen Risiken. Umsatz, Aufwendungen und Produktionszahlen werden im Verhältnis zu Wetterdaten geprüft, um einen Wetterindex zu berechnen. Bei Wetterschäden greift die Versicherungspolice. Davon profitieren zahlreiche Kunden, angefangen bei Landwirten in Deutschland über Bauunternehmer in den Niederlanden bis hin zu Stromversorgern in Großbritannien.

In der Landwirtschaft helfen wir Kunden, sich gegen ein wachsendes Ernteausfallrisiko (zum Beispiel infolge von Dürren oder Überschwemmungen) zu schützen. Wir bieten etwa Produkte wie unsere Erntemehrgefahrenversicherung an. Diese liefert in Verbindung mit Satellitenbildern Echtzeitdaten zum Wachstum des Saatguts und möglichen Wettereinflüssen.

Neben unseren Geschäftskunden profitieren auch Regierungen von unseren Produkten zum Wetterschutz.

Siehe „Mehr Kontrolle für Landwirte mit Satellitentechnologie“, Seite 35.

### Vorbereitung auf Umweltverordnungen

Rechtsverordnungen in Bezug auf Umweltaspekte stellen unsere Geschäftskunden vor neue Herausforderungen. Wir liefern eine Reihe von Lösungen, darunter eine Umwelt-Haftpflichtversicherung gegen Schäden, die infolge von unerwarteter und unbeabsichtigter Umweltverschmutzung entstehen. Auch erwerben viele Unternehmen zur Reduzierung ihres $CO_2$-Fußabdruckes $CO_2$-Zertifikate, um ihre eigenen Emissionen durch Investitionen in Klimaschutzprogramme auszugleichen. Wir haben ein Produkt, das eine Unterdeckung an $CO_2$-Zertifikaten aufgrund physischen Verlusts versichert. Solche Zertifikate wurden beispielsweise im Rahmen des Mechanismus für umweltverträgliche Entwicklung ausgegeben.

# IN DER ALLIANZ/ NACHHALTIGER VERSICHERER

## Die Allianz bietet auf der ganzen Welt grüne Lösungen an

Diese Seite zeigt einige Beispiele

- Mobilität
- Erneuerbare Energien
- Energieeffizienz
- Wetter
- $§ Finanzielles und regulatorisches Risiko

### Nord- und Südamerika

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **USA** | Ökohaus-Versicherung |
| 2 | **Mexiko** | Ökohaus-Versicherung |
| 3 | **Brasilien** | Ökohaus-Versicherung |
| 4 | **Argentinien** | E-Police |

### Asien und Ozeanien

| | | |
|---|---|---|
| 5 | **Japan** | Green Dragons Fund |
| 6 | **Australien** | Ökohaus-Upgrade |

### Afrika

| | | |
|---|---|---|
| 7 | **Mali** | Index-Crop-Mikroversicherung |
| 8 | **Burkina Faso** | Index-Crop-Mikroversicherung |

### Europa

| | | |
|---|---|---|
| 9 | **Irland** | Öko-Bonus |
| 10 | **Großbritannien** | Energy-Performance-Services |
| 11 | **Belgien** | Versicherung für Öko-Installationen |
| 12 | **Niederlande** | Versicherung für Elektro-Lkws |
| 13 | **Deutschland** | Privatrente Invest |
| 14 | **Polen** | Umwelt-Haftpflicht-versicherung |
| 15 | **Ukraine** | Versicherung für erneuerbare Energien |

| | | |
|---|---|---|
| 16 | **Portugal** | Versicherung für Elektro-autos/Hybridfahrzeuge |
| 17 | **Spain** | Versicherung für Solarenergieanlagen |
| 18 | **Frankreich** | Nachhaltige Kfz-Schadensregulierung |
| 19 | **Schweiz** | Flotten-Telematik-Services |
| 20 | **Italien** | Versicherung für landwirtschaftliche Nutzpflanzen |
| 21 | **Österreich** | E-Bike-Versicherung |
| 22 | **Tschechien** | Versicherung für erneuerbare Energien |

| | | |
|---|---|---|
| 23 | **Kroatien** | Versicherungspaket für Windparks |
| 24 | **Slowakei** | Versicherung für Elektroautos |
| 25 | **Ungarn** | Versicherung für landwirtschaftliche Nutzpflanzen |
| 26 | **Rumänien** | Umwelt-Haftpflicht-versicherung |
| 27 | **Bulgarien** | Bau-/Montage-versicherung |
| 28 | **Griechenland** | Versicherungspaket für Photovoltaikanlagen |
| 29 | **Türkei** | Versicherung für erneuerbare Energien |

## Lösungen für neue Verbraucher

Im Jahr 1926 brachten wir die allererste Mikroversicherung auf den Markt. Es handelte sich dabei um eine Lebensversicherung für einkommensschwache Kunden in Deutschland. Inzwischen ist der Bedarf an Mikroversicherungen in Deutschland längst hinfällig und wir haben unser Angebot an Kunden mit Niedrigeinkommen in Asien, Afrika und Südamerika orientiert. 2015 stieg die Anzahl unserer Kunden mit Mikroversicherungspolicen auf über 50 MIO, und das bei einem Jahresumsatz von 135,1 MIO €. Das entsprach rund 2,30 € Prämie pro Person und Jahr. Mehr als 99 % unserer Mikroversicherungskunden besitzen nur eine Versicherung – meistens eine Lebensversicherung. Daher ist es klar, dass sie nach wie vor stark unterversichert sind.

Im Markt für Mikroversicherungen steckt ein Potenzial von 2,7 MRD Kunden. Das Geschäft wird exponentiell mit der weltweit immer größer werdenden Mittelschicht zunehmen, die laut Schätzungen bis 2030 auf rund 5 MRD anwächst. Dieser Zuwachs wird überwiegend in unseren wichtigsten Märkten für Mikroversicherungen in Asien, Südamerika und Afrika erwartet.

FALLBEISPIEL

## Mehr Kontrolle für Landwirte mit Satellitentechnologie

Die Allianz Re ist einer der Gründungspartner von RIICE (Remote sensing-based Information and Insurance for Crops in Emerging economies). Das Ziel dieser Multi-Stakeholder-Partnerschaft ist, Regierungen und Nichtregierungsorganisationen bessere Informationen zum Reiswachstum bereitzustellen. RIICE hilft damit nicht nur, die Ernährungssicherheit zu erhöhen, sondern trägt auch zur Entwicklung von Ernteversicherungsprogrammen 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 Ernteerträge zur Versorgung der Bevölkerung nicht ausreichen, können Regierungen die nötige Vorsorge treffen. RIICE wird derzeit in Bangladesch, Kambodscha, Indien, Indonesien, Thailand, Vietnam und auf den Philippinen eingeführt.

Auf der anderen Seite der Welt, in Ungarn, erforscht die Allianz Re Landwirtschaftsversicherung seit 2008, wie sich das Wachstum des Saatguts mithilfe von Satellitenbildern beobachten lässt. Eine fachübergreifende Arbeitsgruppe der Allianz Re entwickelte ein digitales Konzept für den Einsatz in der Landwirtschaft, um Hochwasserrisikopotenzial abzubilden und künftige Überflutungsszenarien vorherzusagen. Es ist das erste Mal, dass Fernerkundungstechnologie dauerhaft im Bereich Ernteversicherung genutzt wird.

## IN DER ALLIANZ/ NACHHALTIGER VERSICHERER

**„Wir arbeiten nun auch an einem Produkt, das es Frauen erlaubt, die Versicherungssumme für ihren Ehegatten frei zu bestimmen. So erhalten sie viel mehr Flexibilität bei der Anpassung ihres Schutzes an ihr individuelles Risiko."**

**Yoga Prasetyo**
Head of Emerging Consumers,
Allianz Life Indonesia

Die Prämien für Mikroversicherungen beginnen bei einem Euro pro Jahr. Daher sind sie ein wichtiges Auffangnetz in Verbindung mit Einkommensausfall, Krankheit, Unfall, Naturkatastrophen und Ernteausfall. Finanzerträge aus Mikroversicherungen sind zwar geringer als aus traditionellen Produkten, dennoch sind bereits etwa 263 MIO Menschen bzw. 10 % des potenziellen Markts durch Mikroversicherungen abgedeckt (Microinsurance Network). Unsere Strategie zielt auf langfristige Partnerschaften mit diesen aufstrebenden Verbrauchern an. Wir gestalten unsere Auswahl an Produkten nach den Risiken, denen sie tatsächlich ausgesetzt sind. Einfache Produkte reichen von Lebensversicherungen und Sparplänen bis hin zur Ernteversicherung.

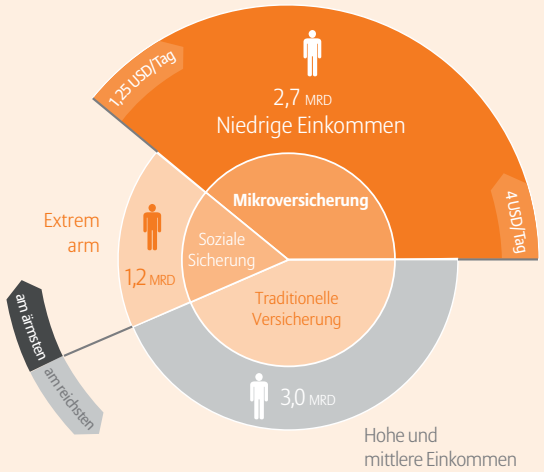
Das Mikroversicherungsgeschäft zeichnet sich durch großes Volumen mit geringen Margen aus. Auch wenn die Margen niedriger sind als bei traditionellen Produkten, haben wir die Erfahrung gemacht, dass sich zufriedene Policeninhaber mittel- bis langfristig rechnen, da sich viele davon früher oder später auch reguläre Allianz Produkte leisten werden können. Um eine große Anzahl an Kunden zu erreichen, arbeiten wir mit mehr als 500 Vertriebspartnern zusammen. Dazu zählen Banken, Mikrofinanzierungsinstitutionen, Kooperativen und Telekommunikationsunternehmen. Der Einsatz digitaler Technologien ist auch besonders wichtig. In Afrika, wo mobiles Banking sehr weit fortgeschritten ist, können unsere Kunden Lebensversicherungsanträge und Sparpläne bereits an ihrem Mobiltelefon abschließen. Sie können mobil bezahlen und manche können Schadensleistungen auf ihre mobilen Konten ausbezahlt bekommen.

### Was sind Mikroversicherungen?

**Mikroversicherungen bieten Schutz vor** den Risiken des Lebens in der Form maßgeschneiderter Produkte und Prozesse, insbesondere für Menschen mit kleinem Einkommen in Entwicklungsländern und Schwellenmärkten.[1]

**Marktgröße:**
**2,7 MRD** Menschen,
**40 MRD USD** potenzielle Prämien pro Jahr[2]

Weltbevölkerung nach Einkommen[3]




1 Die Definition einer Mikroversicherung des Allianz Konzerns weicht unter Umständen von den jeweiligen regulatorischen Definitionen ab. Hier finden Sie die detaillierte operationelle Definition von Mikroversicherungen der Allianz.

2 SwissRe Sigma (2010).

3 Daten von 2010, basierend auf Weltbank PovcalNet (2014), Weltbank Datensatz der Weltbevölkerung (World Population Dataset) (2014); Einkommen an der Kaufkraftparität (KKP) pro Person und Tag gemessen.

## Highlights 2015

**Mindeststandards im Vertrieb** helfen bei der Identifizierung von Risikoprodukten.

Wichtige Governance-Grundsätze für Lebensversicherungsprodukte.

**Positive Anerkennung** durch Aufsichtsbehörden für die Einführung neuer Arten von Lebensversicherungsprodukten angesichts des Niedrigzinsumfelds.

# Verantwortungsvoller Vertrieb

Das Fundament für unseren guten Ruf ist das Vertrauen von Kunden, Aktionären, Mitarbeitern und der allgemeinen Öffentlichkeit in unsere Integrität. Dieses Vertrauen steht in engem Bezug zur Qualität unserer Produkte, zur Art und Weise, in der wir Kunden informieren und beraten, und zum Verhalten und der Kompetenz unserer Mitarbeiter und Vertreter im Vertrieb.

Wir haben einen globalen Standard für Compliance im Vertrieb, der wirksame Prozesse beschreibt sowie Kommunikation, Überwachung und Prüfungsrichtlinien regelt. Eine der Initiativen befasst sich mit der Verbesserung der Produktsteuerung und dem Umgang mit den Konsequenzen des Niedrigzinsumfelds im Bereich Lebensversicherungen.

FALLBEISPIEL

## Nah am Kunden bleiben, Deutschland

Die Allianz Deutschland veröffentlicht jährlich den Bericht „Ergebnis für den Kunden". Darin finden sich Informationen rund um die Kundenzufriedenheit mit Produkten, Beratungsdiensten, Service, Versicherungsansprüchen, Leistungen und Kommunikation. Alle drei Monate geben tausende Kunden der Allianz in Deutschland Rückmeldung zur Häufigkeit, mit der ihre Vertreter mit ihnen in Kontakt treten. Wir rufen Kunden des Weiteren direkt an und stellen ihnen Fragen auf der Grundlage ihrer Gespräche mit Vertretern.

Zur Sicherung einer verantwortungsvollen Händlerauswahl führen wir in Deutschland Testkäufe durch. Testkäufer versuchen zu prüfen, ob der Vertreter die Vor- und Nachteile verschiedener Lösungen für den Kunden erläutert. Jeder besuchte Vertreter erhält einen persönlichen Bericht, der bei der Planung von Verbesserungsmaßnahmen, Auswahl von Fortbildungskursen und Nutzung von Beratungssoftware helfen kann.

Die KPMG hat bestätigt, dass die Vetriebssysteme der Allianz Deutschland den Anforderungen des Verhaltenskodex des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft entsprechen. 2015 hat sie auch damit begonnen, die Wirksamkeit dieser Systeme zu prüfen. Die Ergebnisse werden 2016 vorliegen.

Die Allianz Prinzipien für die Brokervergütung besagen, dass „sich die Allianz selbst dazu verpflichtet, keine Vergütungssysteme zu entwickeln oder zu vereinbaren, die darauf abzielen, Broker zum Handeln zum Nachteil unserer Kunden oder zur Verzerrung eines fairen Wettbewerbs zu veranlassen".

Wir haben Mindeststandards für die Marketingpraxis im Asset Management gesetzt. Dazu gehört der Grundsatz, dass Aussagen über Anlagestil und Investmentphilosophie wahrheitsgemäß, eindeutig und korrekt sein müssen.

Über sämtlichen verantwortungsvollen Vetriebskontrollen steht der global verbindliche Verhaltenskodex für Business-Ethik und Compliance des Allianz Konzerns, der Folgendes festlegt:

- Mitarbeiter des Allianz Konzerns dürfen weder durch ihre Taten noch durch ihre Worte darauf abzielen, den Markt oder Kunden irrezuführen.
- Beim Aufbau einer Kundenbeziehung bzw. bei der Erbringung von Finanzdienstleistungen für einen Kunden muss mit der angemessenen Sorgfalt vorgegangen werden. Dabei ist sicherzustellen, dass der Kunde die Informationen erhält, die er für eine vernünftige Entscheidungsfindung benötigt. Das gilt für Informationen im Zusammenhang mit einem Produkt oder Informationen, die durch einen vermittelnden Berater oder Anbieter zur Verfügung gestellt werden. Der Allianz Konzern muss einen zeitnahen und fairen Umgang mit Beschwerden von allen gegenwärtigen und früheren Kunden gemäß den geltenden Gesetzen und Verordnungen gewährleisten.

Ein verantwortungsvolles Vorgehen beim Vertrieb fördert die Kundenzufriedenheit. Zufriedene Kunden wiederum sind loyale Kunden und eher dazu bereit, uns weiterzuempfehlen. Wir messen das mit dem Net Promoter Score (NPS), mithilfe dessen wir alle wesentlichen Dienstleistungen der Allianz für Kunden bewerten. Unserer Meinung nach ist das das nachhaltigste Anreizsystem. Die Interessen unserer Kunden haben Vorrang, wann immer sie uns um Rat fragen, und vorbildliche Vertriebspraktiken sind besonders wichtig.

Beschwerden sind eine wichtige Quelle für Kundenfeedback. Wir analysieren sie genau, um Verbesserungspotenziale aufzudecken. Wir haben eine interne Zertifizierung unserer Tochtergesellschaften vorgenommen, um sicherzustellen, dass konzernweite Qualitätsstandards für das Beschwerdemanagement eingehalten und Kunden auf faire Weise behandelt werden.

Weitere Informationen finden Sie auf Seite 50 im Abschnitt „Unsere Kunden schützen", Seite 50.

## Blick nach vorn

Wir werden unsere Produktauswahl weiterhin in den Bereichen ausbauen, in denen wir Marktchancen sehen. Wir werden die Definition „sozialer Produkte" verbessern und Möglichkeiten einer transparenteren Kommunikation zu diesen Produkten untersuchen.

Die Nutzung mobiler Technologien wird in allen Märkten von entscheidender Bedeutung sein, jedoch insbesondere für unsere Kunden im Mikroversicherungsbereich. Unsere Strategie zur durchgängigen Digitalisierung hilft uns bereits dabei, diesem Trend zu entsprechen.

Schließlich werden wir unser Engagement für globale Initiativen wie die PSI verstärken. In diesem Rahmen werden wir Fälle in sensiblen Geschäftsfeldern, die für eine detaillierte Due-Diligence weitergeleitet werden, untersuchen und das Potenzial für eine größere Einbeziehung unserer Broker überprüfen. Auch werden wir eine jährliche Überprüfung sensibler Länder und unserer Kriterien für Menschenrechtsfragen durchführen.

Unsere Rolle als...

# verantwortungs-voller Investor

„Wir investieren das Geld unserer Kunden zu attraktiven und langfristig stabilen Renditen. Dabei wird es immer wichtiger, ökologische und soziale Risiken frühzeitig zu berücksichtigen. Mit unserem systematischen ESG-Ansatz, den wir gerade entwickeln, erhöhen wir die Transparenz und sorgen dafür, dass unsere Anlagestrategie künftig noch nachhaltiger wird."

**Andreas Gruber**, Chief Investment Officer, Allianz SE

### Highlights

- Im Jahr 2015 eigene Vermögenswerte von mehr als 500 MIO € in erneuerbare Energien investiert und somit bisher insgesamt über 2,5 MRD €
- Konzernweiter Ausstieg von eigenen Vermögenswerten aus kohlebasierten Geschäftsmodellen eingeleitet
- Start des ESG-Scoring-Projekts zur stärkeren systematischen Integration von ESG-Aspekten bei festverzinslichen Wertpapieren und Aktien

### Herausforderungen

- Bessere Nutzbarkeit von Nachhaltigkeitsindizes für Großinvestoren und Berücksichtigung von ESG-Aspekten in breiten Marktindizes
- Bessere Verfügbarkeit, Zuverlässigkeit und Vergleichbarkeit von ESG-Daten über Unternehmen (zum Beispiel Kohlenstoffemissionen)
- Herbeiführung von Veränderungen in den Branchen/Unternehmen, in die wir investieren

## Unser Ansatz

Für die Allianz bedeutet verantwortungsvolles Investieren die systematische Integration von ESG-Faktoren in unsere Anlageentscheidungen. Unsere Rolle als Anleger ist eine doppelte: Einerseits legen wir unsere eigenen Vermögenswerte an, einschließlich der Prämien von unseren Versicherungskunden. Andererseits tätigen wir als Anlageverwalter für Dritte Anlagegeschäfte im Namen unserer Kunden, indem wir Produkte und Lösungen gemäß ihren individuellen Bedürfnissen konzipieren.

Als institutioneller Anleger und einer der größten Vermögensverwalter der Welt nehmen wir ökologische und soziale Risiken sehr ernst; zugleich nehmen wir neue Anlagechancen in diesem Bereich wahr. Die Allianz SE als Vermögensinhaber sowie Allianz Global Investors und PIMCO in ihren Rollen als Vermögensverwalter für Dritte haben jeweils die von den UN unterstützten PRI unterzeichnet.

### ESG-Gesichtspunkte bei unseren eigenen Vermögenswerten

Die Allianz investiert über 630 MRD € – hauptsächlich die Prämien unserer Versicherungskunden – in eine Reihe unterschiedlicher Anlageklassen. Wir haben zahlreiche Prozesse etabliert und entwickeln diese kontinuierlich weiter, um bei den unterschiedlichen Anlagen ESG-Aspekte systematisch zu integrieren.

Die ESG „Functional Rule for Investments" bildet die Grundlage für die Einbeziehung von ESG-Aspekten bei unseren Anlagen. Sie verpflichtet alle Vermögensverwalter, die im Auftrag der Allianz handeln, ESG-Aspekte in ihren Anlageprozess mit einzubeziehen. Angesichts der Bandbreite von Anlageklassen, in die wir investieren, definiert die Regel einen differenzierten Ansatz. So liegt die Verantwortung primär beim jeweiligen Anlageverwalter, den für seine Anlageprozesse am besten geeigneten ESG-Ansatz zu definieren. Dieser muss sich jedoch im Rahmen der ESG-Erwartungen der Allianz bewegen und die entsprechenden Maßnahmen werden von der Allianz Investment Management SE genau überwacht. Sie hat dabei auch das Recht, den Prozess zu eskalieren, sollte der Anlageverwalter die Erwartungen der Allianz nicht erfüllen.

Bei unseren Direktanlagen wie Immobilien, Infrastruktur und Private Equity werden ESG-Themen durch unseren übergreifenden ESG-Prüfungsprozess integriert. Wir identifizierten 13 Geschäftsfelder in unserem Versicherungs- und Anlagegeschäft, die in unseren Augen erhebliche ESG-Risiken aufweisen. Die Identifizierung eines ESG-Risikos in einem dieser sensiblen Geschäftsfelder im Rahmen der Due-Diligence setzt einen obligatorischen Weiterleitungs- und Prüfungsprozess in Gang.

Einzelheiten dieses Prozesses finden Sie in unserem weiteren Ansatz zur ESG-Integration im Abschnitt „Nachhaltigkeit bei Versicherung und Kapitalanlagen", Seite 22.

**„Im nächsten Schritt ist festzulegen, wie ambitioniert das Anlagegeschäft der Allianz gemanagt werden soll. Aus Klimagesichtspunkten sollte das im Einklang mit den Anforderungen des Übergangs in eine kohlenstoffarme Wirtschaft geschehen. Somit wird auch ein Maßstab gesetzt, an dem Erfolg und Wirkung gemessen werden können. Die gesamte Finanzbranche muss diese Herausforderung und Chance meistern und dabei Investmentflüsse konkret und messbar umlenken. Die Allianz hat für ihren Teil bereits ein solides Fundament erbaut."**

**Matthias Kopp**
Teamleiter
Nachhaltige Finanzen, WWF

2015 starteten wir ein Projekt zur stärkeren systematischen Integration von ESG-Aspekten bei festverzinslichen Wertpapieren und Aktien, die mehr als 90 % unserer Anlagen ausmachen. Wir werden unser Portfolio anhand von 37 zentralen ESG-Kriterien auf der Basis von Informationen der Rating-Agentur MSCI ESG Research analysieren. Zu diesen Kriterien zählen Treibhausgasemissionen, Energieeffizienz, Umgang mit Arbeitnehmern, Datenschutz und Korruption. Diese Transparenz in Bezug auf ESG-Themen im gesamten Anlageportfolio ermöglicht eine zielgerichtetere Steuerung von Risiken und Chancen.

Einige Bereiche schließen wir bei unseren Anlagen aus. Wir verwenden Ausschlusskriterien, um Investitionen in Unternehmen, die geächtete Waffen[1] wie Antipersonenminen, Streumunition und biologische, chemische und toxische Waffen herstellen oder damit zu tun haben, zu beschränken. Zudem beschlossen wir im November 2015, kohlebasierte Geschäftsmodelle nicht weiter zu finanzieren.

Weitere Einzelheiten finden Sie auf Seite 42.

1 Waffen, die unter folgende internationale Abkommen fallen:
- Ottawa-Konvention (Antipersonenminen);
- Übereinkommen über das Verbot von Streumunition (Streuminen/-bomben; Oslo-Prozess);
- Übereinkommen über das Verbot biologischer und Toxinwaffen (biologische Waffen); und
- Chemiewaffenkonvention (chemische Waffen).

Als Teil unserer ESG-Strategie sehen wir es auch als unsere Verantwortung, systemische Hürden bei der ESG-Integration im Gespräch mit Unternehmen unserer Branche, Regulatoren und anderen Marktteilnehmern zu adressieren sowie nachhaltige Geschäftspraktiken in den Unternehmen, in die wir investieren, zu fördern. Ein Beispiel dafür ist unsere Mitgliedschaft im Lenkungsausschuss des PRI-Arbeitskreises für festverzinsliche Wertpapiere, im Rahmen derer wir uns bei Rating-Agenturen und Aufsichtsbehörden dafür einsetzen, verantwortungsvolles Investieren im Anleihemarkt zu fördern.
Ein anderes Beispiel ist unsere Unterstützung des „Global Investor Statement on Climate Change" zu klimawandelresistenten Investitionen.

Weitere Beispiele unseres Engagements sind im PRI-Bericht der Allianz SE für 2015 zu finden. Dieser wird im Juni 2016 veröffentlicht.

## Immobilien

Unsere Immobilienanlagen unterliegen einer eigenen ESG-Richtlinie für Allianz Real Estate (ARE). Diese stützt sich auf die „Functional Rule for Investments" und unsere PRI-Verpflichtungen. Des Weiteren hat die Allianz Real Estate bereits vor fünf Jahren ein Nachhaltigkeitsprogramm mit den folgenden Zielen ins Leben gerufen:

- mehr Transparenz bei der Berichterstattung zu schaffen, was durch die Einführung einheitlicher Messgrößen – wie Verbrauch im Zusammenhang mit Immobilien und Nachhaltigkeitsbilanz des Immobilienportfolios – geschieht;
- die Kommunikation zwischen ARE und Mietern zu verbessern, um so die Nachhaltigkeitsleistung zu optimieren, und außerdem objektspezifische Nachhaltigkeitsstrategien in Geschäftspläne einzubeziehen (wie beispielsweise grünes Leasing und Umweltzertifikate); und
- Gebäudeinformationen zu messen, zu erfassen und zu melden, Verbesserungsmaßnahmen umzusetzen und Vorschläge für die weitere Optimierung der Nachhaltigkeitsbilanz zu unterbreiten.

ARE wendet auch das Green-Rating-System an, mit dem ein einheitlicher Ansatz für die Beurteilung, das Benchmarking und die Verbesserung der Umweltbilanz bestehender Gebäude möglich ist. Das System wurde von der Green Rating Alliance entwickelt, einem europäischen Verband von Immobilieneigentümern, -investoren und sonstigen Interessengruppen, und deckt sechs Bereiche ab: Energie, $CO_2$, Wasser, Transport, Wohlbefinden und Abfall.

**Highlights 2015**

**>500 MIO €**

Neuinvestitionen in erneuerbare Energien und somit bisherige Gesamtanlagen von über 2,5 MRD €.

Konzernweiter Ausstieg aus kohlebasierten Geschäftsmodellen.

Beitritt der durch die UN ins Leben gerufene Portfolio Decarbonization Coalition, einer Gruppe von 25 Investoren, deren Mitglieder sich dazu bekennen, ihre Geldanlagen kohlenstoffarm auszurichten.

## Finanzierung einer kohlenstoffarmen Wirtschaft

Als institutioneller Anleger können wir beim Aufbau einer kohlenstoffarmen Wirtschaft eine wichtige Rolle spielen. Indem wir unsere eigenen Vermögenswerte in energieeffiziente Immobilien und erneuerbare Energien investieren, tragen wir dazu bei, die Klimabelastung zu reduzieren und Wirtschaftswachstum zu erzeugen. Im andauernden Niedrigzinsumfeld können solche Investitionen solide langfristige Renditen liefern und zur Portfoliodiversifikation beitragen, was unseren Kunden, unserem Unternehmen und der Umwelt zugutekommt.

Siehe unsere Broschüre über Klimainitiativen.

### Unsere Anlageaktivitäten

Bis 2035 werden die jährlich weltweit aufzubringenden Investitionen für die Energiewende auf 780 MRD USD steigen. Dieser Betrag ist weniger als 1 % des gesamten verwalteten Vermögens von Pensionsfonds und Versicherungen (92 BIO USD). Klimabezogene Investitionen wie erneuerbare Energien sind ein attraktiver Wachstumsmarkt, denn sie tragen zu einer größeren Portfoliodiversifizierung bei. Sie liefern auch attraktive, stabile und langfristige Renditen, die in der Regel nicht den Schwankungen der Finanzmärkte ausgesetzt sind. Somit passen sie gut zu unserer Anlagestrategie für Lebensversicherungsprämien.

Allianz Capital Partners (ACP) ist unsere interne Investment-Plattform für alternative Investments. Sie verfügt über ein wachsendes Portfolio im Bereich Wind- und Solarenergie. Ihre Gesamtinvestitionen in erneuerbare Energien beliefen sich zum Ende des Jahres 2015 auf über 2,5 MRD € (im Vergleich zu 2,0 MRD € im Jahr 2014) und umfassten 60 Windparks und sieben Solarparks in Frankreich, Deutschland, Italien, Schweden sowie – neu in 2015 – Österreich, Finnland und den USA. Das Wind- und Solarportfolio von ACP erzeugt ausreichend erneuerbare Energie, um über 800 000 Haushalte zu versorgen, was etwa der Größe Barcelonas entspricht.

Wir investieren noch in weitere Projekte, die zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft beitragen. Um das zu erreichen, reduzieren wir kontinuierlich die Emissionen unser eigenen Geschäftsaktivitäten und gleichen die verbleibenden Emissionen durch Direktinvestitionen in Klimaschutzprojekte aus. Wir haben schon früh damit begonnen, in $CO_2$-Projekte wie REDD (Reduzierung von Emissionen aus Entwaldung und Degradierung von Wäldern) zu investieren. Diese Klimaschutzprojekte generieren $CO_2$-Zertifikate, die wir zum Ausgleich unserer Kohlendioxid-Emissionen verwenden. Die nach dem Ausgleich unserer Treibhausgasemissionen verbleibenden Zertifikate können gewinnbringend auf dem europäischen Markt für $CO_2$-Zertifikate verkauft werden.

FALLBEISPIEL

## Kohleausstieg

Angesichts des Zwei-Grad-Ziels der Klimaverhandlungen in Paris (COP21) und im Bewusstsein der ökonomischen Risiken gab unser CEO Oliver Bäte im November 2015 bekannt, dass wir kohlebasierte Geschäftsmodelle nicht weiter finanzieren werden. Das bedeutet, dass die Allianz keine eigenen Vermögenswerte mehr in Unternehmen investiert, die mehr als 30 % ihres Umsatzes aus Kohlebergbau erwirtschaften oder mehr als 30 % ihrer Energie aus Kohle erzeugen. Bis März 2016 werden Aktien in Höhe von 225 MIO € desinvestiert, während Anleihen in Höhe von 3,9 MRD € auslaufen werden.

## Zusammenarbeit mit Aufsichtsbehörden

Als langfristiger Investor sind wir uns der Bedeutung regulatorischer Rahmenwerke für kohlenstoffarme Anlagen bewusst. Eine zuverlässige und stabile Regulierung verschafft Zugang zu größeren Kapitalpools zu niedrigeren Kosten. Somit könnte ein integrierter Ansatz die Kosten des Umbaus hin zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft senken. Daher beteiligen wir uns am politischen Dialog, branchenweiten Initiativen wie ClimateWise und der UNEP FI sowie an Forschungsprojekten.

**„Der Klimawandel verlangt nach schnellem und gemeinsamen Handeln und einer kontinuierlichen Verpflichtung für die nächsten Jahrzehnte. Unser Risikoverständnis, unsere finanzielle Widerstandsfähigkeit und unser langfristiger Anlagehorizont erlauben uns, wirksame Unterstützung für den Klimaschutz zu leisten und gleichzeitig langfristige Chancen für unsere Kunden zu nutzen."**

**Oliver Bäte**
Vorstandsvorsitzender,
Allianz SE

FALLBEISPIEL

## Crowdfunding der Energiewende in Frankreich

In Kooperation mit der Eiffel Investment Group nutzt die Allianz Frankreich die Crowdfunding-Plattform Lendosphere, um kleinere Projekte zur Unterstützung der Energiewende in Frankreich zu finanzieren. So haben unsere Versicherungskunden und die Bevölkerung die Gelegenheit, in Gemeinschaftsprojekte zur Erzeugung erneuerbarer Energien oder zur Verbesserung der Energieeffizienz zu investieren. Im Gegenzug verdoppelt die Allianz die individuellen Anlagebeträge.

Die Öffentlichkeit kann seit Beginn 2016 auf die Plattform zugreifen, die zunächst für einen Zeitraum von fünf Jahren angeboten wird.

**Highlights 2015**

**103 MRD €**
SRI-Anlagen bei AllianzGI und PIMCO.

Als Mitglied der Sustainable Stock Exchanges Initiative der Vereinten Nationen hat AllianzGI eine weltweite Kampagne angeführt, die Börsen dazu aufgefordert hat, Richtlinien zur ESG-Berichterstattung einzuführen.

AllianzGI bot erstmalig einen
**Green Bond Fonds**
für institutionelle Investoren und Privatanleger an.

## ESG bei der Vermögensverwaltung für Dritte

Wir legen nicht nur unsere eigenen Gelder verantwortungsvoll an, wir berücksichtigen ESG-Faktoren auch bei der Vermögensverwaltung für Dritte. Wir bieten unseren Kunden eine Reihe von Anlagemöglichkeiten mit nachhaltigen, langfristigen Renditen an, inklusive SRI-Optionen.

Die Allianz zählt zu den weltweit größten Vermögensverwaltern. Unser Geschäft in der Vermögensverwaltung betreiben wir über zwei Anlageverwaltungsgesellschaften: Allianz Global Investors (AllianzGI) und PIMCO, die unter dem Dach der Allianz Asset Management Holding (AAM) tätig sind. AllianzGI und PIMCO verwalten nicht nur die Mehrheit unserer eigenen Vermögenswerte, sondern sind auch für die Anlage des für Dritte verwalteten Vermögens verantwortlich.

Trotz unterschiedlicher regionaler Schwerpunkte und Anlagestrategien ist es bei beiden Unternehmen gängige Praxis, ESG-Kriterien in die Vermögensverwaltung zu integrieren und entsprechende Produkte und Dienstleistungen anzubieten (siehe nachfolgende Links zu den ESG-Richtlinien der Unternehmen).

Zudem bieten sie eine Reihe von nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen an, die dem Kunden neben einer finanziellen Rendite auch eine soziale und ökologische Rendite liefern. Dabei setzen sie auf Strategien wie den Best-in-Class-Ansatz, Impact Investing oder ein Negativ-Screening. Ende 2015 belief sich das insgesamt von AAM verwaltete SRI-Vermögen auf 103 MRD € (2014: 117,4 MRD €), was 6 % des von AAM verwalteten Vermögens entsprach. Der größte Anteil des insgesamt von AAM verwalteten SRI-Vermögens wurde von PIMCO verwaltet und betrug 82,1 MRD € (2014: 95,4 MRD €). AllianzGI verwaltete weitere 20,9 MRD € (2014: 22,0 MRD €) SRI-Anlagen.

Dieser leichte Rückgang lag vornehmlich an einem allgemeinen Kapitalabfluss seitens Drittkunden, besonders bei festverzinslichen Wertpapieren.

### AllianzGI

AllianzGI strebt danach, Vorreiter bei der Einbeziehung von ESG-Aspekten in die gesamte Wertschöpfungskette von Geldanlagen zu sein, indem das Unternehmen:

- an Multi-Stakeholder-Initiativen für eine bessere marktpolitische Steuerung teilnimmt (Upstream);
- bei Anlageentscheidungen ESG-Faktoren berücksichtigt; und
- unternehmen, in die es investiert, zu verbesserter Governance und Nachhaltigkeitsleistung anregt (Downstream).

AllianzGI hat ein eigenes Team für die ESG-Anlagerecherche, das Unternehmen, Staatsanleihen, Pfandbriefe, öffentliche Körperschaften (Agenturen) und supranationale Emittenten aus aller Welt nach qualitativen wie quantitativen ESG-Gesichtspunkten analysiert. Portfoliomanager haben über eine interaktive Recherchedatenbank vollständigen Zugriff auf diese ESG-Informationen. In einigen Fällen tragen diese Informationen zu der Anlageentscheidung bei.

Im Rahmen der Stimmrechtsausübung nutzt AllianzGI seinen Einfluss stets im besten Kundeninteresse und achtet vor allem auf den langfristigen Shareholder Value und die Minderung der wesentlichen ESG-Risiken bei den investierten Unternehmen. Die Leitlinien und Grundsätze für die Stimmrechtsausübung bei AllianzGI werden regelmäßig überprüft, um sicherzustellen, dass sie den treuhänderischen Pflichten und branchenweiten Best-Practice-Erfahrungen gerecht werden.

Weitere Einzelheiten zur ESG-Integration bei AllianzGI sind in der unternehmenseigenen Richtlinie zu finden.

2015 legte AllianzGI neue SRI-Produkte auf, wie zum Beispiel den Green Bond Fonds, einen Fonds, der in grüne Anleihen von privaten, öffentlichen und überstaatlichen Emittenten investiert. Der Markt für grüne Anleihen wächst und bietet Investoren eine Gelegenheit zur Portfoliodiversifizierung bei gleichzeitiger Unterstützung von Umweltinitiativen wie beispielsweise erneuerbare Energien. Ebenfalls im Jahr 2015 ging AllianzGI eine Partnerschaft mit der Climate Bonds Initiative ein, um die Mobilisierung des mit 100 BIO USD bewerteten Anleihemarkts für klimaschonende Lösungen zu unterstützen.

**PIMCO unterzeichnete das „Statement of Investor Expectations on Green Bonds" von Ceres, um die Standardisierung des grünen Anleihemarkts voranzutreiben.**

## PIMCO

Die Aufgabe von PIMCO ist die Steuerung von Risiken und die Erwirtschaftung von Renditen für unsere Kunden. Dazu gehört die ESG-Integration bei allen aktiv verwalteten Strategien. Die frühzeitige Wahrnehmung von ESG-Risikofaktoren und deren konsequente Einbindung in den Investment-Research für Kredite, Aktien und Staatsanleihen kann potenzielle, durch negative ESG-Entwicklungen verursachte Wertminderungen bei Anlagen begrenzen. Des Weiteren führen die Analysten regelmäßig Dialoge mit dem Management der investierten Unternehmen.

Einführungstrainings für neue Mitarbeiter und Mitarbeiter mit kurzer Betriebszugehörigkeit umfassen auch die Darstellung des ESG-Ansatzes. 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 ESG-Trends innerhalb und außerhalb des Unternehmens.

Weitere Einzelheiten zur ESG-Integration bei PIMCO sind in der unternehmenseigenen Richtlinie zu finden.

FALLBEISPIEL

### Erneuerbare Energien: ein interessantes Angebot

Der Allianz Renewable Energy Fund (AREF) von AllianzGI war der erste geschlossene Fonds für erneuerbare Energien für unsere institutionellen Kunden. Mit AuM in Höhe von 150 MIO USD spricht er dafür, dass immer mehr Anleger auf eine nachhaltige Energiewende setzen: Während der letzten fünf Jahre wurde mehr Kapital in erneuerbaren Energien als in Kraftwerken mit fossilen Brennstoffen angelegt.

Die Aussichten auf regelmäßige Auszahlungen, attraktive Renditen und die Chance der Portfoliodiversifizierung mit einer neuen Anlageklasse machen Investitionen interessant. Neben überdurchschnittlichen Renditechancen für die kommenden 20 Jahre sind die Investoren des AREF an einer umweltfreundlichen Stromerzeugung beteiligt, welche die Versorgung von mehr als 100 000 europäischen Haushalten ein ganzes Jahr lang decken kann.

PIMCO spielt nach wie vor eine aktive Rolle bei der Gestaltung der Ausrichtung von nachhaltigem und verantwortungsvollem Investieren. 2015 nahm PIMCO beispielsweise weiterhin am Sustainability Accounting Standards Board (SASB) teil, um das optimale Verfahren für integrierte Berichterstattung in der Finanzbranche mitzugestalten. PIMCO unterzeichnete außerdem das „Statement of Investor Expectations on Green Bonds" von Ceres, um die Standardisierung des grünen Anleihemarkts voranzutreiben.

## Blick nach vorn

Im Anschluss an unsere Ankündigung der verstärkten Einbindung von ESG-Aspekten bei Aktien und festverzinslichen Wertpapieren im Jahr 2015 beabsichtigen wir, für unsere Eigenanlagen bis Mitte 2016 portfolioweite Transparenz zu schaffen. Bis März 2016* werden Aktienanlagen in kohlebasierten Geschäftsmodellen in Höhe von 225 MIO € desinvestiert. Auch werden wir 2016 dem PRI-Arbeitskreis für Bohrungen in der Arktis beitreten, um uns gemeinsam mit anderen Investoren für dieses sensible ESG-Thema zu engagieren. Ebenso möchten wir dadurch unseren Ansatz zum Energiesektor ausweiten und ESG-Risiken in der Öl- und Gasbranche adressieren. Mittelfristig zielt unsere Strategie auf ein stetiges Wachstum und die Risikodiversifikation unseres Anlageportfolios ab. Dazu gehören auch erneuerbare Energien. Wir haben dabei vor, unsere Investitionen in erneuerbare Energieprojekte zu verdoppeln und gleichzeitig stärker zu diversifizieren, was die Investitionsgröße und Geografie betrifft. Bei Immobilien gehen wir davon aus, dass wachsende regulatorische Anforderungen und eine veränderte Nachfrage, insbesondere infolge des Pariser COP21-Abkommens, Immobilieneigentümer bald dazu zwingen werden, die ökologische und soziale Performance ihrer Portfolios zu verbessern.

Bei unserer Vermögensverwaltung für Dritte wird AllianzGI weiterhin an der Entwicklung eines Modells arbeiten, das den ökologischen und sozialen Fußabdruck von Emittenten in jedem beliebigen Aktienportfolio der Welt abbilden kann. So werden wir Portfoliounternehmen besser vergleichen, schwache Leistung hervorheben und ESG-Themen überwachen können.

* Festverzinsliche Wertpapiere werden bis zur Fälligkeit gehalten.

Unsere Rolle als...

# vertrauenswürdiges Unternehmen

„Wir haben die Ambition, als die vertrauenswürdigste Finanzinstitution zu gelten. Um dies zu erreichen, müssen wir wieder die Werte pflegen, die unsere Kunden am meisten an uns schätzen: Integrität, Widerstandskraft und Kompetenz. Integrität bedeutet nicht allein die Erfüllung unserer Verpflichtungen und den Aufbau von Vertrauen. Sie erfordert einen offenen und geradlinigen Umgang mit unseren Kunden. Widerstandskraft steht für mehr als nur finanzielle Stabilität. Sie bedeutet, rasch auf Kundenbedürfnisse zu reagieren und für unsere Kunden da zu sein, wenn sie uns am meisten brauchen. Kompetenz heißt nicht nur technisches Know-how. Es geht um das Verständnis der Lebens- und Denkweisen unserer Kunden, um dann ihren Bedürfnissen mit lösungsorientierten Dienstleistungen gerecht zu werden."

**Oliver Bäte**, Vorstandsvorsitzender, Allianz SE

### Highlights

- 50 % aller mit dem NPS gemessenen Geschäftsbereiche schnitten deutlich besser ab als der Marktdurchschnitt
- FastQuote ist nun in 15 Ländern verfügbar
- $CO_2$-Emissionen je Mitarbeiter fielen um 43,3 % gegenüber unserem Referenzjahr 2006, vornehmlich aufgrund von größerer Energieeffizienz, einem höheren Anteil an erneuerbaren Energien und umweltschonenderem Reiseverhalten
- 735 Lieferantenscreenings durchgeführt

### Herausforderungen

- Untermauerung der Werte, die das Vertrauen in die Allianz fördern, d. h. Integrität, Widerstandskraft und Kompetenz
- Angebot der neuesten digitalen Lösungen und gleichzeitig Schutz der Privatsphäre von Kunden und Datensicherheit
- Kontrolle der Umweltauswirkungen unseres Bedarfs an Geschäftsreisen innerhalb eines internationalen, wachsenden Unternehmens

## Unser Ansatz

Konsequente Kundenorientierung steht im Mittelpunkt unserer „Renewal Agenda". Digitale und technische Exzellenz, stärkeres Wachstum und größere Mitarbeitermotivation führen nur dann zum Erfolg, wenn unsere Kunden uns vertrauen. Wir werden dies nur erreichen, wenn wir mit Integrität und Transparenz vorgehen, unseren Verpflichtungen nachkommen und eine Kultur fördern, die jeden Einzelnen einbezieht.

### Integrität, Kompetenz und Widerstandskraft fördern

Der Aufbau von Vertrauen und Loyalität dauert Jahre. Aber es dauert nur einen Augenblick, sie wieder zu verlieren. Dies ließ sich in den letzten Jahren in der Finanzbranche beobachten. Die Renewal Agenda soll die Werte, die das Vertrauen in die Allianz fördern, untermauern, d. h. Integrität, Widerstandskraft und Kompetenz. Trotz einer starken historischen Leistungsbilanz in diesen Bereichen wissen wir, dass wir mehr tun müssen, um sie in unserer täglichen Entscheidungsfindung zu verankern, damit unsere Kunden sich stets auf die Qualität unseres Services und die Integrität unseres Geschäfts verlassen können, ganz gleich wo und in welcher Form die Interaktion stattfindet. Daher arbeiten wir am Aufbau einer Kultur, die für ethische Entscheidungsfindung und gute Unternehmensführung steht.

Wir führen regelmäßige Gespräche mit all unseren Stakeholder-Gruppen (siehe Seite 25), helfen unseren Lieferanten bei der Integration von Nachhaltigkeitsthemen (siehe Seite 57) und fördern nachhaltige Innovationen in bestehenden und neuen Märkten (siehe Seiten 31 und 49). In unserer Entwicklung hin zu einer Kultur der durchgängigen Digitalisierung ist es für uns wesentlich die Privatsphäre unsere Kunden zu schützen und Datensicherheit zu gewährleisten. Uns ist bewusst, dass Kunden zunehmend Unternehmen vertrauen, die nachhaltige Lösungen mit finanziellem und sozialem Nutzen bieten. Deshalb bauen wir unsere Palette nachhaltiger Produkte weiter aus und bieten Versicherungsprodukte an, die eine kohlenstoffarme Lebensweise belohnen, sowie erschwingliche Mikroversicherungen für Privatpersonen und kleine Unternehmen weltweit (siehe Seite 32). Bei der Vermögensverwaltung haben wir uns zu einem der weltweit führenden Investoren im Bereiche erneuerbare Energien entwickelt (siehe Seite 42). Viele der Produkte und Dienstleistungen in unseren Underwriting- und Investmentbereichen basieren auf unserer Strategie zum Klimawandel (siehe Seite 54). Die Reduktion von Kohlenstoffemissionen ist in den Augen unserer Stakeholder ein Thema von wesentlicher Bedeutung und für uns eine weitere Möglichkeit, Unternehmensnachhaltigkeit und langfristiges Denken zu demonstrieren.

### Das Fundament für Vertrauensaufbau

**Highlights 2015**

**50 %**
aller mit dem NPS gemessenen Geschäftsbereiche schnitten deutlich besser ab als der Marktdurchschnitt.

**15**
FastQuote nun in 15 Ländern verfügbar.

Weiteres **Ausrollen** des "Customer Experience Management"-Programms in weitere Länder.

## Mit unseren Kunden wachsen

Wir möchten unsere Kunden ein Leben lang begleiten, ihre sich wandelnden Bedürfnisse verstehen und unser Geschäft daran ausrichten.

Kontinuierliches Kundenfeedback hilft uns, unsere Produkte, Dienstleistungen und Prozesse zu verbessern und einfache, flexible Lösungen anzubieten. Die Anforderungen und das Feedback unserer Kunden bilden daher einen wesentlichen Bestandteil unseres Produktentwicklungsprozesses – angefangen bei der Konzepterstellung, über Produkttest und Preisgestaltung bis hin zur 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 Crowdsourcing und Kundenpanels. Neben offiziellen und branchenspezifischen Qualitätsparametern, die durch unabhängige Prüfinstitute in unseren lokalen Märkten erhoben werden, bewerten auch wir selbst kundenbezogene Leistungsindikatoren. Dazu zählen wahrgenommene Produktqualität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Fairness und Transparenz. So können wir uns kontinuierlich verbessern und bewährte Vorgehensweisen ermitteln, die wir auf unsere weltweite Geschäftstätigkeit übertragen.

### Kundenloyalität

Der Net Promoter Score (NPS) misst die Bereitschaft unserer Kunden, die Allianz weiterzuempfehlen, und ist als unsere zentrale Kennzahl für die Kundenbindung auf einer breiten Basis etabliert. Der Top-down-NPS wird regelmäßig anhand globaler, branchenübergreifender Standards gemessen und ermöglicht einen Vergleich mit lokalen Wettbewerbern. 2015 schnitten insgesamt 50 % aller gemessenen Geschäftsbereiche signifikant besser ab als ihr Marktdurchschnitt oder wiesen in ihrem Markt sogar die stärkste Kundenbindung aus.

Mit unserem „Customer Experience Management"-Programm haben wir einen systematischen Ansatz geschaffen, um das Kundenerlebnis zu messen und die Zufriedenheit unserer Kunden entlang der gesamten „Customer Journey" ganzheitlich zu verbessern, anstatt nur an einzelnen Kontaktpunkten. Die zentrale Steuerungsgröße ist der NPS. Der Ansatz ist dreidimensional und beinhaltet die Messung, Optimierung und Institutionalisierung.

Allianz Türkei beispielsweise führte kundenorientierte Lösungen entlang der Kfz-Schadenbearbeitung ein und erzielte eine Steigerung ihres Bottom-up-NPS im Ausschnitt „„Schaden"' um knapp 50 %.

FALLBEISPIEL

### Die Nutzung digitaler Technologien für ein besseres Kundenerlebnis

Durch einen erstklassigen Kundenservice möchten wir einen Mehrwert schaffen und unsere Kunden begeistern. Der Einsatz digitaler Technologien ermöglicht unseren Kunden jederzeit einen bequemen Zugang zur Allianz. Wir entwickeln einfache, modulare und transparente Angebote, die flexibel an Kundenwünsche angepasst werden können. Durch unseren FastQuote-Ansatz können Allianz Kunden beispielsweise mit nur wenigen Angaben ein Versicherungsangebot einfach und schnell über das Internet erhalten und ihren Kauf direkt online oder in einer Allianz Vertretung abschließen. FastQuote-Lösungen sind nun in 15 Ländern verfügbar. Weitere sind in Planung. Der nächste Schritt besteht im weiteren Ausbau der Verknüpfung von FastQuote-Technologie mit modularen Angeboten wie etwa „Allianz1", einer 2014 in Italien für Privatkunden eingeführten Produktinnovation, die seit Ende 2015 nun auch kleinen und mittelständischen Unternehmen zur Verfügung steht.

Wir digitalisieren nicht nur unser Angebot, sondern integrieren auch unsere globalen Assistance-Leistungen in unsere Versicherungsprodukte. Durch Integration unseres Pannendienstes als Bestandteil unserer Kfz-Versicherung schaffen wir zum Beispiel einen klaren Mehrwert und stärken bei unseren Kunden die Erfahrung, einen besonders serviceorientierten Dienstleister an ihrer Seite zu haben.

## Highlights 2015

Standardisierte Bewertungen für Auswirkungen des Datenschutzes auf kritische Prozesse, die personenbezogene Informationen nutzen.

Integration und Sensibilisierung rund um unsere Datenschutzrichtlinie.

Maßnahmen im Rahmen des Standards für Datenschutz und Privatsphäre der Allianz geprüft und überwacht.

Veröffentlichung des Berichts „A Guide to Cyber Risk: Managing the Impact of Increasing Interconnectivity".

# Unsere Kunden schützen

2015 kam es zu einigen viel beachteten Verletzungen des Schutzes von Kundendaten bei Weltunternehmen. Die Bedürfnisse unserer Kunden und die Art, wie wir diese erfüllen, sind ein zentraler Aspekt, wenn es darum geht, ein Teil der stärksten Finanzgemeinschaft und einer der vertrauenswürdigsten Partner in unserem Kerngeschäft Versicherung und Investitionen zu sein.

Deshalb erwarten unsere Kunden zu Recht, dass wir ihre persönlichen Daten mit höchster Sorgfalt behandeln. Wir nehmen dieses Thema äußerst ernst. So müssen wir in unserer Entwicklung hin zu einer Kultur der durchgängigen Digitalisierung nach wie vor die Privatsphäre unserer Kunden durch solide Kontrollen schützen und die Sicherheit ihrer persönlichen Daten gewährleisten.

### Ein globaler Standard

Der Datenschutzstandard der Allianz bestimmt die Regeln und Grundsätze für die Erhebung und Verarbeitung persönlicher Daten. Der Standard definiert sechs Datenschutzgrundsätze, deren Beachtung wir von allen Mitarbeitern erwarten, egal in welchem Teil der Welt. Diese sind Sorgfalt, Zweckbindung, angemessene Limitierung, Transparenz und Offenheit, Wahlmöglichkeit und Einverständnis sowie eingebauter Datenschutz. Wir veröffentlichen auch eine Erklärung zum Datenschutz, die klar darstellt, welche Daten wir erheben und zu welchem Zweck.

Seit zwei Jahren sind Risiken für die Privatsphäre ein Bestandteil der Risikoprozesse unseres Konzerns. Selbstbewertungen helfen uns in dieser Hinsicht bei der Messung und Überwachung geschäftsweiter Risiken für die Privatsphäre. Das ganze Jahr hindurch konzentrierten wir uns auf die Standardisierung dieser Bewertungen für kritische Prozesse, die personenbezogene Daten nutzen. Ferner haben wir unseren Datenschutzstandard in unsere Geschäftsprozesse verankert, insbesondere durch eine weitere Sensibilisierung für diesen und die Schaffung von „Privacy by Design"-Standards.

Das Rahmenwerk für Informationssicherheit des Konzerns gilt für die gesamte Datenverarbeitung und orientiert sich an der Norm ISO 27001 für Managementsysteme für Informationssicherheit. Zu den Maßnahmen zählen:

- Softwaretests entlang der Entwicklungs-Wertschöpfungskette;
- mehrstufige Sicherheitssysteme;
- effektives IT-Sicherheitsmanagement und Geschäftskontinuitätsmanagement; und
- klar definierte Verantwortlichkeiten.

Der Allianz liegen für den Berichtszeitraum keine Informationen zu irgendwelchen wesentlichen Verletzungen der Regeln zum Schutz der Privatsphäre vor.

FALLBEISPIEL

## Bekämpfung der Cyberkriminalität

Laut Berichten kostet Cyberkriminalität die Weltwirtschaft etwa 445 MRD USD pro Jahr. Daher müssen wir gewährleisten, dass wir immer einen Schritt voraus sind. Die zunehmende Vernetzbarkeit alltäglicher Geräte und die wachsende Abhängigkeit von Technologien und Echtzeitdaten verstärken Cyberrisiken noch. Nach Schätzungen könnten bis zum Jahr 2020 eine Billion Geräte vernetzt sein und 50 Milliarden Maschinen könnten täglich Daten austauschen. Wir sind daher nicht nur einem Risiko der Verletzung vertraulicher Kundendaten ausgesetzt, sondern auch dem potenziellem Diebstahl geistigen Eigentums, Cybererpressung und einer Unterbrechung des Geschäfts.

2015 veröffentlichte unser Bereich für Spezialversicherungen Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS) „A Guide to Cyber Risk: Managing the Impact of Increasing Interconnectivity". Der Bericht zeigt auf, dass zurzeit nur 10 % der Unternehmen Cyberspezifische Versicherungen abschließen. Es wird mit einem raschen Wachstum des Markts für Cyberversicherungen gerechnet. AGCS prognostiziert, dass jährliche Prämien von heute 2 MRD £ bis 2025 auf 20 MRD £ ansteigen werden.

**Highlights 2015**

Launch einer Integritätskampagne, um die Bedeutung von wertebasierter Compliance zu zeigen.

Ständige Ausweitung des Trainings zu Anti-Korruption, Kartellrecht und Compliance.

# Integrität

Integrität und Ehrlichkeit sind absolute Grundvoraussetzungen für den Aufbau vertrauensvoller Beziehungen. Das bedeutet ein transparentes Vorgehen bei jeder einzelnen Transaktion im Rahmen unseres Geschäfts, ganz gleich wo wir sind. Neben unserem Ansatz zu internationalen Sanktionen und Embargos tragen unser Anti-Korruptionsprogramm und unser Kartellrechtsprogramm dazu bei, dass wir unsere Entscheidungen auf der Grundlage dessen, was richtig und gut für das Geschäft ist, treffen.

## Ethische Standards

Der Verhaltenskodex für Business-Ethik und Compliance des Allianz Konzerns basiert auf den Prinzipien von Vertrauen und Integrität und legt Mindeststandards für das Verhalten aller Mitarbeiter der Allianz weltweit fest. Darüber hinaus konzentriert sich der Code of Ethics auf die ethischen Verantwortlichkeiten des Vorstands, insbesondere mit Blick auf den Umgang mit potenziellen Interessenkonflikten und die Standards für Unternehmenspublizität. Für jeden Risikobereich gelten eigene Normen (siehe unten). In ihrer Gesamtheit decken diese Nomen das ethische Verhalten von Mitarbeitern ab, sowohl in persönlicher als auch in beruflicher Hinsicht.

Ein weiterer Standard für Mitarbeiter bildet die Norm für Kapitalmarkt-Compliance der Allianz, die sich mit Themen rund um Kapitalmärkte beschäftigt, wie etwa den Risiken im Zusammenhang mit Insiderhandel.

## Betrug und Korruption: null Toleranz

Die Allianz hat null Toleranz gegenüber Betrug und Korruption. Das bedeutet mindestens, dass wir uns voll und ganz an lokale und internationale Gesetze zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung halten. Dazu zählen die 4. EU-Geldwäscherichtlinie, Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA) und die Marktmissbrauchsverordnung. Es bedeutet aber auch, dass wir bei der Einhaltung dieser Gesetze nicht Schluss machen. Das Anti-Korruptionsprogramm der Allianz ist eine konzernweite Initiative, die Mindeststandards festlegt und sicherstellt, dass wir in jedem Land einen konsistenten und umfassenden Ansatz haben.

Das Programm richtet sich sowohl an Mitarbeiter als auch an Dritte, mit denen wir Geschäfte tätigen, und verbietet das Angebot, die Annahme, Zahlung oder Genehmigung von Bestechungsgeldern sowie jegliche andere Formen von Korruption. Das gilt im Privatsektor ebenso wie im Umgang mit Regierungen. Alle operativen Einheiten müssen jährlich ihr Risiko in Sachen Korruption und Betrug bewerten. Diese Risikobewertung wird mithilfe eines globalen Tracking-Tools erfasst und überwacht. Weitere Bewertungen, Prüfungen vor Ort und Folgemaßnahmen werden nach Bedarf durchgeführt.

Anti-Korruptionstrainings sind für alle Mitarbeiter verpflichtend. Diese finden sowohl online als auch in Form von Präsenzveranstaltungen in mehr als 20 Sprachen statt. 2015 lag der Schwerpunkt auf der Schulung unserer Werte mithilfe einer Integritätskampagne. Unsere Richtlinie zu Geschenken und Bewirtungen wird durch regelmäßiges Training aller Mitarbeiter umgesetzt. In diesen Schulungen lernen sie, wie sie die richtigen Entscheidungen treffen und Interessenkonflikte vermeiden, die möglicherweise durch die Annahme von Geschenken und Einladungen von Geschäftspartnern entstehen.

2015 überarbeiteten wir auch unsere Vorgaben, um der 4. EU-Geldwäscherichtlinie zu entsprechen, die sich in unserem Standard zur Bekämpfung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung widerspiegelt. Dieser umfasst die Kundenidentifizierung, -verifizierung und -überwachung sowie die Meldung verdächtiger Aktivitäten gemäß den anzuwendenden Rechtsvorschriften. Ein System zur Online-Prüfung und -Überwachung dient dem Risikomanagement im Zusammenhang mit Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung sowie der Nichteinhaltung finanzieller Sanktionen und Embargos. Alle Unternehmen des Allianz Konzerns sind für die Bekämpfung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung und die Unterhaltung ihrer eigenen Compliance-Programme verantwortlich.

# IN DER ALLIANZ/ VERTRAUENSWÜRDIGES UNTERNEHMEN

## Wirtschaftssanktionen und Embargos beachten

Wir befolgen alle geltenden Wirtschaftssanktionen innerhalb der Länder, in denen wir aktiv sind. Unsere weltweiten Richtlinien und Verfahren berücksichtigen das Screening von Kunden gegenüber Sanktionslisten sowie globale Genehmigungsverfahren für Transaktionen in Verbindung mit Ländern, Branchen oder Parteien, die Sanktionsprogrammen unterliegen.

Wir versichern unter Umständen internationale Kunden, die gelegentlich Geschäfte in sanktionierten Ländern abwickeln. Dies erfolgt unter Berücksichtigung aller bestehenden Sanktionen (zum Beispiel beim Versicherungsschutz für humanitäre Güter). Selbst dann werden diese Geschäfte immer noch genauestens von uns überprüft und durchlaufen ein besonderes Genehmigungsverfahren.

## Fairer Wettbewerb

Wir glauben, dass ein fairer Wettbewerb und Marktzugang Innovation fördert, Wachstum anregt und dem Kunden zugutekommt. Wir sind ein weltweites Unternehmen und ein Branchenführer, somit haben wir eine Verantwortung, unsere Position nicht zu missbrauchen oder in irgendeiner Form wettbewerbswidrig zu handeln. Das Kartellrechtsprogramm des Allianz Konzerns besteht aus dem Mindeststandard für die Einhaltung des Kartellrechts und einer Reihe von wichtigen Verhaltensregeln für unsere Mitarbeiter (Allianz Kartellrechtskodex), die die Vorgehensweise beim Umgang mit Wettbewerbern, Kunden und Geschäftspartnern bzw. beim Besuch von Treffen der Verbände erläutern. Das Kartellrechtsprogramm des Allianz Konzerns stellt einen Zwei-Jahres-Trainingszyklus bereit und sorgt so dafür, dass Mitarbeiter mithilfe unseres E-Learning-Programms ihre Kenntnisse ständig weiterentwickeln.

**Highlights 2015**

Verbesserung unseres Compliance-Qualitätssicherungsprogramms.

Stärkung lokaler Programme, einschließlich freiwilliger Stichproben zu Compliance-Angelegenheiten.

# Führung und Compliance

Es war noch nie so wichtig, eine glaubwürdige und transparente Unternehmensführung zu demonstrieren. Unser duales Leitungssystem, der Verhaltenskodex und interne Kontrollen stellen sicher dass wir unser Unternehmen mit hohen Integritätsstandards führen.

## Führungsstruktur

Die Allianz hat ein duales Leitungssystem. Der Aufsichtsrat besteht aus sechs unabhängigen Direktoren und sechs Arbeitnehmervertretern, wohingegen sich der Vorstand aus neun leitenden Führungskräften zusammensetzt, die durch den Aufsichtsrat für einen Zeitraum von maximal fünf Jahren bestellt werden. Alle Mitglieder des Aufsichtsrats gelten nach der Definition des Deutschen Corporate Governance Kodex als unabhängig.

Der Vorsitzende des Aufsichtsrats der Allianz SE ist Dr. Helmut Perlet, ein ehemaliges Mitglied des Vorstands, der nach der rechtlich vorgeschriebenen Karenzzeit von zwei Jahren Aufsichtsratsvorsitzender wurde. Der Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats ist für die Bestimmung der Auswahlkriterien für die Anteilseignervertreter zuständig. Er setzt sich aus dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats und zwei weiteren Anteilseignervertretern zusammen. Wir glauben, dass eine gute Unternehmensführung nicht bei der Erfüllung unserer rechtlichen Pflichten aufhört. Sie ist ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur und eine Möglichkeit, Vertrauen aufzubauen. Aus diesem Grund ist der Verhaltenskodex für Business-Ethik und Compliance des Allianz Konzerns von elementarer Bedeutung für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website und im Geschäftsbericht.

## Compliance-Management

Unser Risikomanagementsystem schließt Compliance-Risiken ein. Mithilfe unseres Compliance-Management-Systems stellen wir sicher, dass international anerkannte Gesetze, Regeln und Vorschriften eingehalten werden, wobei zusätzliche Maßnahmen zur Risikoidentifizierung der kontinuierlichen Verbesserung unseres Ansatzes dienen. Wir agieren vorausschauend und arbeiten mit Organisationen wie dem Deutschen Institut für Compliance und dem Global Insurance Chief Compliance Officers Forum (COO Forum) zusammen, um Compliance-Angelegenheiten besser zu verstehen und uns über Best Practices auszutauschen.

Im Sinne einer kontinuierlichen Verbesserung werden jegliche Compliance-Risiken überwacht und innerhalb des Konzerns gemeldet. Unser Compliance-Qualitätssicherungsprogramm berücksichtigt Selbstbewertungen, aber auch Kontrollen und Stichproben vor Ort. Das intranetbasierte Compliance Case Reporting Tool unterstützt die konzernweite Aufsicht und meldet den Prüfungs- und Integritätsausschüssen relevante Informationen.

Wesentliche Rechtsstreitigkeiten, einschließlich in Sachen Compliance, sind in unserem Geschäftsbericht einzusehen.

## „SpeakUp“

Jeder neue Mitarbeiter erhält eine Willkommenspräsentation mit Compliance-Themen und alle Mitarbeiter können über das Intranet einen Compliance-Beauftragten kontaktieren. Für aktuelle Fragen gibt es Mitarbeiterhotlines. In der Regel ist ein Mindestmaß an variabler Vergütung für alle Mitarbeiter an Compliance- und Integritätszielen orientiert. Die Vergütung leitender Führungskräfte ist an die Aufrechthaltung des Verhaltenskodex und weitere Compliance-Anforderungen gebunden.

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). Eine Whistleblowing-Richtlinie bietet fachliche Hilfestellung für einen angemessenen Umgang mit eingehenden Meldungen. Whistleblowing ist ein Bestandteil unserer jährlichen „SpeakUp“-Kampagne, der internationalen Woche der Betrugsbekämpfung (International Fraud Awareness Week) und des internationalen Anti-Korruptionstags (International Anti-Corruption Day).

**Highlights 2015**

**-43,3 %**

$CO_2$-Emissionen je Mitarbeiter fielen um 43,3 % gegenüber unserem Referenzjahr 2006, vornehmlich aufgrund von größerer Energieeffizienz, einem höheren Anteil an erneuerbaren Energien und umweltschonenderem Reiseverhalten.

**-25,7 %**

Energieverbrauch je Mitarbeiter sank um 25,7 % gegenüber unserem Referenzjahr 2010.

**42,7 %**

unseres Energieverbrauchs stammt nun aus erneuerbaren, kohlenstoffarmen Quellen.

## Auswirkungen auf die Umwelt

Aufgrund unseres Geschäfts mit Risiken ist es für uns seit jeher äußerst wichtig, die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt zu reduzieren. Unsere Bewertung der Wesentlichkeit von ESG-Fragen zeigt weiterhin, dass der Klimawandel unser wichtigstes ökologisches Risiko und zugleich unsere Chance ist. Aus diesem Grund stellen wir die $CO_2$-Reduktion auch in unserer eigenen Geschäftstätigkeit an die erste Stelle, um unsere Umweltbilanz zu verbessern.

### Unsere Strategie zum Klimawandel

Wir setzen uns an vorderster Front gegen den Klimawandel ein. Das gilt nicht nur für unsere eigene Geschäftstätigkeit als klimaneutrales Unternehmen, sondern auch für unseren Einfluss als einer der größten institutionellen Investoren der Welt (siehe unsere Rolle als verantwortungsvoller Investor) und als ein führender internationaler Versicherer (siehe unsere Rolle als nachhaltiger Versicherer). Unser fortwährendes Engagement mit Wettbewerbern der Branche und Experten auf dem Gebiet liefert Informationen für unsere Strategie zum Klimawandel, die eine umfassende Antwort auf die Herausforderungen bereitstellt. Unser Artikel zum Thema Klimawandel zu Beginn dieses Berichts bietet eine breitere Perspektive und Aussichten für die Versicherungsbranche im Jahr der COP21.

### Umweltmanagement

Im Rahmen unseres Ansatzes zum Nachhaltigkeitsmanagement ermöglicht unser konzernweites Umweltmanagementsystem (UMS) die systematische Erhebung und Kontrolle umweltbezogener Daten sowie eine transparente Berichterstattung. Das UMS erfasst 91,3 % unserer Mitarbeiter und wurde auch extern geprüft.

Die operationelle Verantwortung liegt beim Group Environmental Officer, wobei die Verantwortung auf Vorstandsebene 2015 bei Maximilian Zimmerer lag, dem für Investitionen zuständigen Vorstandsmitglied.

Unser Ansatz zur Reduktion unserer $CO_2$-Bilanz stützt sich auf drei Säulen: erstens die Vermeidung und Verringerung unserer Emissionen, zweitens der Ersatz durch kohlenstoffärmere Alternativen und drittens der Ausgleich der verbleibenden Emissionen durch Direktinvestitionen in hochwertige $CO_2$-Reduktionsprojekte (siehe „Klimaneutral seit 2012“, Seite 55). 2015 wurden 301 339 Zertifikate aus unseren eigenen Projekten stillgelegt. Jedes davon entspricht einer Tonne $CO_2$.

Da über 98 % unserer Emissionen auf Energieverbrauch, Reisen und Papierverbrauch entfallen, konzentrieren wir unsere Bemühungen um $CO_2$-Reduktion auf diese Bereiche. Wir hatten uns das Ziel gesetzt, die $CO_2$-Emissionen pro Mitarbeiter bis 2015 um 35 % (gegenüber 2006) und den Energieverbrauch pro Mitarbeiter um 10 % (gegenüber 2010) zu senken. Beide Ziele wurden vorzeitig erreicht. Unsere endgültige Performance im Zieljahr 2015 lag bei 43,3 % für $CO_2$ und 25,7 % für die Energiereduktion.

Eine Steigerung der Energieeffizienz unserer Bürogebäude hat einen maßgeblichen Einfluss auf die Senkung unseres Energieverbrauchs. Ein Beispiel ist unser neues Büro in Istanbul, Türkei, das erste Hochhaus des Landes mit LEED-Zertifizierung (Platin) (Leadership in Energy and Environmental Design).

FALLBEISPIEL

## Klimaneutral seit 2012

Wir sind seit 2012 klimaneutral. Im Jahr 2015 setzten wir unsere Investitionen in eine Vielzahl von Klimaschutzprojekten fort, darunter:

**Wildlife Works Carbon LLC:** Im Jahr 2011 haben wir eine Beteiligung von 10 % 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 Nachhaltigkeitskriterien und gehörten zu den ersten ihrer Art, die $CO_2$-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 MIO Tonnen $CO_2$ pro Jahr. Das Projekt in der DR Kongo erzeugt im selben Zeitraum Zertifikate im Wert von 5 MIO Tonnen $CO_2$.

**C-Quest Capital (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 zehn Jahren können mithilfe dieses Projekts 3,74 MIO Tonnen $CO_2$ eingespart werden.

**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 großen Waldgebiets zu verhindern. Damit wirken wir der Freisetzung von 90 MIO 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 $CO_2$-Zertifikate, um unseren $CO_2$-Fußabdruck in den nächsten Jahren auszugleichen.

## IN DER ALLIANZ/ VERTRAUENSWÜRDIGES UNTERNEHMEN

Wir legen Wert darauf, unnötige Reisen zu vermeiden, wie für Besprechungen unter drei Stunden, die nicht geschäftsentscheidend oder kundenbezogen sind. In diesem Zusammenhang investieren wir in Technologien wie unser hochmodernes Telepräsenz-Studio und Desktop-Konferenztechnologie, damit auf Flugreisen verzichtet werden kann. Des Weiteren verbessern wir nach wie vor die $CO_2$-Leistung unseres Fuhrparks. Zum Beispiel gibt es seit 2009 das Allianz Leasing Programm für Vielfahrer der Allianz Deutschland. Das Programm umfasst aktuell 550 Fahrzeuge, von denen 75 % auf 99 g $CO_2$/km begrenzt sind.

Unsere Mitarbeiter engagieren sich konzernweit aktiv für den Umwelt- und Klimaschutz. Anlässlich des 125-jährigen Jubiläums der Allianz veranstalteten wir eine Reihe von Events, wie Mitarbeiterdialoge in Indien über den Klimawandel und eine Podiumsdiskussion in München mit Christiana Figueres, Generalsekretärin der UNFCCC. Des Weiteren veröffentlichten wir das Kompendium „Unsere Welt und wir“, das beleuchtet, wie unser Leben infolge demografischer Entwicklungen und Klimawandel im Jahr 2040 und danach aussehen könnte.

Geprüft (Unabhängiger Assurance-Bericht der KPMG, Seite 84).

FALLBEISPIEL

### 100 % grüne Energie für unsere Immobilien, Frankreich

Ende 2015 trat in Frankreich eine EU-Richtlinie zur Liberalisierung der Energiemärkte in Kraft. Das sind gute Neuigkeiten für Allianz Real Estate France (AREF), die Einkaufsabteilung von Allianz Frankreich sowie die Abteilung, die für Gebäude- und Logistikmanagement und das Arbeitsumfeld zuständig ist. Diese Abteilungen haben sich alle sehr für energieeffiziente Verträge für ihre Objekte eingesetzt. Im Sommer 2015 veranstaltete Allianz Real Estate France eine Ausschreibung, im Rahmen derer Direct Énergie als bevorzugter Lieferant ausgewählt wurde. Dank des Wechsels zu Direct Énergie profitieren nun die Immobilien von Allianz Real Estate France und weiterer Allianz Einheiten in Frankreich – Euler Hermes, Allianz Global Assistance, Allianz Global Investors, Immovalor und Mondial Assistance France – von ausschließlich erneuerbaren Energien (aus Hydro-, Wind- und Photovoltaikanlagen) für die nächsten drei Jahre. Darüber hinaus sind die Energiekosten der Allianz Frankreich durch den Wechsel um 7,6 % gesunken.

Weitere Informationen über unsere verantwortungsvollen Immobilieninvestitionen sind auf Seite 41 zu finden.

**Highlights 2015**

**735**
Anbieterscreenings durchgeführt.

Start des Rollouts des Verhaltenskodex für Lieferanten, angefangen bei Allianz Managed Operations & Services (AMOS).

## Unsere Reichweite vergrößern

Eine Vielzahl der Initiativen, die uns zu einem vertrauenswürdigen Unternehmen machen, erstreckt sich auch über unsere Lieferkette. Alle Lieferanten müssen die ökologischen, sozialen und Governance-Standards der Allianz befolgen. Diese sind im Verhaltenskodex sowie in der Beschaffungspolitik bzw. den Einkaufsrichtlinien verankert. Sowohl der Kodex als auch die Richtlinien orientieren sich an den Vorgaben der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und den Grundsätzen des UN Global Compact.

Für uns als Finanzdienstleister bezieht sich unsere Lieferkette primär auf die Produkte und Dienstleistungen zur Unterstützung unserer Geschäftstätigkeit. Dazu zählen Gebäudeservices und Logistik, Gebäudewartung und -projekte, IT-Hardware und -Software, Versicherungen, Leasingwagen und Geschäftsreisen, Unterstützung bei Marketing und Kommunikation sowie sonstige professionelle Dienstleistungen.

### Beurteilung des Lieferantenrisikos

Die folgenden Verfahren sollen die Einhaltung unserer Nachhaltigkeitsstandards durch Lieferanten Gewährleisten: Im Rahmen jeder Ausschreibung findet eine eingehende Integritätsprüfung (Vendor Integrity Screening) statt. Des Weiteren bezieht der Standard-Ausschreibungsprozess Fragestellungen zumUmwelt- und Nachhaltigkeitsprogramm des Lieferanten mit ein.

Zur weltweiten Unterstützung unserer Einkaufsabteilungen bei der Beurteilung der Lieferantenrisiken pflegen wir eine globale Datenbank, die alle Anbieter aufführt, die dem Vendor Integrity Screening unterzogen wurden. Sämtliche Einkaufsabteilungen können auf die Datenbank zugreifen und einsehen, in welche Risikokategorie (niedrig, mittel oder hoch) Lieferanten in Bezug auf spezifische Risiken eingeordnet wurden. 2015 führten wir 735 Prüfungen durch.

Die Verträge für genehmigte Lieferanten enthalten eine Klausel, die sie zur Einhaltung unseres Verhaltenskodex für Lieferanten verpflichtet. Sollten sie (oder ihre Mitarbeiter bzw. Subunternehmer) gegen die Klausel verstoßen, treten wir in einen Dialog ein, um die Art und das Ausmaß des Verstoßes zu bestimmen und seine Schwere zu beurteilen. Dieser Dialog kann zur Vertragskündigung oder zur Vertragsaussetzung vorbehaltlich der weiteren Sachaufklärung führen bzw. zum Ergebnis haben, dass eine Fortführung des Vertrags davon abhängt, dass der Lieferant Abhilfemaßnahmen umsetzt. Wir verlangen es des Weiteren von unseren Lieferanten, dass sie uns über sämtliche Geschäftsbeziehungen auf dem Laufenden halten, die im Widerspruch zum Verhaltenskodex der Allianz stehen.

### Standards für die verantwortungsvolle Beschaffung

In Zusammenarbeit mit einer Vielzahl unserer internen Stakeholder begannen wir 2015 mit der Einführung eines Verhaltenskodex für Lieferanten. Nach diesem Kodex müssen Lieferanten (mit einem Vertrag über einem bestimmten Schwellenwert, wie örtlich bestimmt):

- sich an die Gesetze und Vorschriften des Landes sowie an jegliche Richtlinien der Allianz für das jeweilige Land halten;
- gewährleisten, dass sie weder aktiv noch passiv an Bestechung oder Korruption teilnehmen;
- sämtliche tatsächlichen oder potenziellen Interessenkonflikte offenlegen;
- zu fairen Wettbewerbsbedingungen konkurrieren und sich im Einklang mit dem einschlägigen Kartellrecht verhalten;
- sicherstellen, dass sie keinerlei Aktivitäten im Zusammenhang mit Geldwäsche oder Terrorismusfinanzierung ausüben, unterstützen oder tolerieren;
- gewährleisten, dass es am Arbeitsplatz nicht zu unmenschlicher oder diskriminierender Behandlung kommt;
- die ILO-Standards respektieren, insbesondere was Kinderarbeit angeht; und
- alle anzuwendenden Gesetze und Vorschriften, Branchenstandards, Abkommen und Leitlinien in Sachen Umwelt und Nachhaltigkeit befolgen.

### Blick nach vorn

Zur Wahrung unseres ethischen Geschäftsansatzes werden wir die Integritätskampagne zur Verankerung unserer Werte unter allen Mitarbeitern der Welt einführen. Um den Rollout des Verhaltenskodex für Lieferanten voranzutreiben, wurde dieser in der neuen Version des Beschaffungsstandards der Allianz verankert.

2016 werden wir mit der Einführung neuer Umweltziele bis 2020 beginnen. Wir werden außerdem die Qualität unserer Umweltdaten verbessern und die Prozesse der Berichterstattung weiter automatisieren. Qualitativ hochwertigere Daten werden die Grundlage für künftige Entscheidungen über umweltbezogene Maßnahmen und Ziele bilden. Unsere Ziele bis 2020 sind:

- 30 % weniger $CO_2$-Emissionen pro Mitarbeiter;
- 30 % weniger Energieverbrauch pro Mitarbeiter in unseren Bürogebäuden (MJ); und
- 40 % weniger Papierverbrauch pro Mitarbeiter bis 2020 gegenüber dem Referenzjahr 2014.

(gegenüber dem Referenzjahr 2010, sofern nicht anderweitig angegeben)

Unsere Rolle als...

# attraktiver Arbeitgeber

„Die Allianz ist ein ‚People-Business'. Der Schlüssel zu Unternehmenswachstum und Erfolg liegt für uns in einer vielfältigen, engagierten Belegschaft aus Mitarbeitern, die durch integratives Führungsverhalten unterstützt werden. In unserer integrativen Leistungskultur zählen Menschen und Leistung gleichermaßen. Wir möchten die besten Talente mit unterschiedlichem Hintergrund für unser Unternehmen gewinnen, sie fördern und dauerhaft binden. Sie sollten teamorientiert und vertrauenswürdig sein, unternehmerisch denken und vor allem kundenorientiert handeln."

**Christian Finckh**, Chief HR Officer, Allianz Konzern

## Highlights

- 85,3 MIO € in die Weiterbildung von Mitarbeitern investiert
- Unser zentrales Programm „Work Well" untersucht Ursachen für Stress, um diesen effektiv zu begegnen
- 61 Nationalitäten in der Führungsebene des Konzerns vertreten
- Zielanteil der Frauen in Talentpools auf 40 % erhöht (von bisher 30 %)
- Employee Engagement Index liegt bei 75 %, eine Verbesserung gegenüber 72 % im Jahr 2014 und das bisher höchste Ergebnis

## Herausforderungen

- Ein länderübergreifend einheitlicher Ansatz für das Personalmanagement
- Erhöhung des Frauenanteils in leitenden Führungspositionen
- Sicherung der Mitarbeiterflexibilität, um auf den demografischen Wandel und globale Herausforderungen reagieren zu können

## Unser Ansatz

Wir beschäftigen weltweit 142 459 Mitarbeiter. Unsere Geschäftsstrategie erfordert den Einsatz der besten Mitarbeiter, die unseren Unternehmenserfolg sichern – heute und auf lange Sicht. Auch ist unser Ansatz für das Personalmanagement im gesamten Konzern einheitlich. Umgesetzt wird er mit einem strategischen Rahmen sowie einer Reihe von Prinzipien und Instrumenten.

Beispielsweise bestimmen wir weltweit einheitliche Mitarbeitereigenschaften entlang der gesamten Wertschöpfungskette – und über die gesamte berufliche Laufbahn bei der Allianz. Der Chief HR Officer der Allianz verantwortet die konzernweite Personalarbeit und ist dem CEO direkt unterstellt. Unser Ansatz soll Talente fördern und belohnen. Dabei spielen Inklusivität und Mitarbeiterrechte, Wohlbefinden und Engagement eine wichtige Rolle.

### Talentmanagement

Um die Qualität und Leistung unserer Mitarbeiter zu fördern, konzentrieren wir uns auf die Talentförderung und berufliche Weiterentwicklung. Ebenso legen wir Wert darauf, Fach- und Führungsqualitäten zu entwickeln und den künftigen Bedarf an Mitarbeiterkapazitäten zu decken. Es soll eine nachhaltige Leistungskultur geschaffen werden, die es den einzelnen Mitarbeitern ermöglicht, mithilfe unterschiedlichster Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten ihr volles Leistungspotenzial zu entfalten. Auf diese Weise stärken wir die Kompetenzbasis unseres Konzerns und außerdem die Mitarbeiterbindung. Die Entwicklung der Fach- und Führungsqualitäten in allen Geschäftsbereichen ist ein wesentlicher Faktor für ein nachhaltiges, profitables Wachstum.

Wir legen Wert auf die angemessene Entlohnung talentierter Mitarbeiter. Unsere Vergütungs- und Anreizstrukturen sind so konzipiert, dass sie nachhaltiges, wertorientiertes Handeln fördern. Sie sehen finanzielle und nichtfinanzielle Vergütung vor. Unser Vergütungssystem beruht auf den folgenden Grundsätzen:

- Wir bieten transparente, faire und ganzheitliche Vergütungspakete an, um hoch qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen, zu motivieren und zu binden.
- Das bedeutet auch eine wettbewerbsfähige Gesamtvergütung in den jeweiligen Märkten.
- 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 soll die Risikokontrolle belohnen und die Übernahme unangemessener Risiken vermeiden.

# IN DER ALLIANZ/ ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

## Inklusivität und Mitarbeiterrechte

Unserer Ansicht nach sorgt die Vielfalt unserer Mitarbeiter für ein breiteres Spektrum an Kompetenzen und Erfahrungen, das uns auf Herausforderungen und Chancen vorbereitet. Wir möchten Integration in der Belegschaft fördern. Das heißt auch, dass wir uns um einen größeren Frauenanteil in Führungspositionen bemühen. Wir setzen uns aktiv für Arbeitnehmerrechte ein und richten unsere weltweite Geschäftstätigkeit nach den Prinzipien der Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen aus. Als Unterzeichner des United Nations Global Compact haben wir die darin formulierten zehn Grundsätze in unseren konzernweiten verbindlichen Verhaltenskodex integriert. Außerdem erkennen wir die Leitsätze für multinationale Unternehmen der OECD an. Zur Unterstützung von Mitarbeiterrechten haben wir als eines der ersten Unternehmen europaweite Mitbestimmungsstandards geschaffen und einen europäischen Betriebsrat gemäß der Gesetzgebung zur Societas Europaea (SE) ins Leben gerufen. Des Weiteren sind wir Unterzeichner der Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation (International Labour Organization – ILO), welche die grundlegenden Prinzipien und Rechte am Arbeitsplatz, einschließlich der ILO-Erklärung zur Vereinigungsfreiheit und zum Recht auf Tarifverhandlungen, regelt.

## Wohlbefinden und Mitarbeiterengagement

Die Gesundheit, Sicherheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter sind uns wichtig. Auch wenn die meisten unserer Mitarbeiter am Schreibtisch arbeiten, was für gewöhnlich nicht mit hohen Arbeitsschutzrisiken in Verbindung gebracht wird, fördern wir aktiv die körperliche und seelische Gesundheit unserer Mitarbeiter. Wir bieten unterschiedlichste Programme und Maßnahmen zum Stressmanagement an. Unser zentrales Programm „Work Well“ untersucht die Ursachen für Stress, um diesen effektiv zu begegnen.

Wir sind der Ansicht, dass engagierte und motivierte Mitarbeiter zur langfristigen Wertschöpfung unseres Geschäfts beitragen. Wir legen Wert auf ihre Meinung und gehen auf ihre Ideen und Bedenken ein, insbesondere durch unsere konzernweite Allianz Engagement Survey (AES).

**Highlights 2015**

**85,3 MIO €**
in die Weiterbildung von Mitarbeitern investiert.

**69,7 %**
unserer Mitarbeiter nahmen an mindestens einer gezielten Weiterbildungsmaßnahme teil.

**2,9 Tage**
Fortbildung pro Mitarbeiter.

## Work Well

Unser zentrales Programm „Work Well" untersucht die Ursachen für Stress, um diesen effektiv zu begegnen.

## Weiterbildung und Entwicklung

Wir fördern eine Kultur lebenslangen Lernens. Auf diese Weise gewinnen und binden wir unseren überragenden Talentpool und ermöglichen es unseren Mitarbeitern, ihre Karriereziele zu erreichen. 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. Mitarbeitergespräche bieten nach wie vor eine Plattform, um individuelle Kompetenzen und Fähigkeiten, Erfahrungen, die gezeigte Leistung und das entsprechende Potenzial zu erörtern.

Im Zuge demografischen Wandels, internationalen Wettbewerbs und neuer Geschäftsentwicklungen müssen unsere Mitarbeiter ein hohes Maß an Flexibilität zeigen, damit wir optimal auf neue Herausforderungen vorbereitet sind. Wir betonen bei jeder Gelegenheit, wie wichtig lebenslanges Lernen ist, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein. Das gilt gleichermaßen für Führungskräfte wie für Mitarbeiter. Wir haben paneuropäische Leitlinien für lebenslanges Lernen unterzeichnet. Sie betreffen alle Allianz Gesellschaften in den EU-Mitgliedstaaten, den Vertragsstaaten des Europäischen Wirtschaftsraums und der Schweiz. Wir verzeichnen Fortschritte bei der Unterstützung von Allianz Mitarbeitern, fit für die Zukunft zu werden. Ein Beispiel ist der Ausbau der bereichsübergreifenden Kompetenzentwicklung. Auf diese Weise können wir Effizienz und Innovation bei der Produktgestaltung und -entwicklung verbessern.

In der Finanzdienstleistungsbranche herrscht ein Mangel an qualifizierten Fachkräften in bestimmten Expertenfunktionen. Daher verfügen wir über Programme, die sich ausschließlich auf das Anwerben und Qualifizieren von Spezialisten konzentrieren. So richtet sich zum Beispiel unser Global-Actuarial-and-Risk-Development-Programm an erfahrene Aktuare und Risikomanager. Das Programm bietet den Teilnehmern Gelegenheit, in zahlreiche Gebiete tiefer einzutauchen. Neben risiko- und versicherungsmathematischen Fragen werden auch Themen wie Projektmanagement oder Kommunikation behandelt. Außerdem rotieren die Kandidaten im Rahmen des Programms innerhalb der relevanten zentralen Teams. Ein weiteres Beispiel ist unsere Property-and-Casualty-Akademie, die die Kompetenzen der Allianz in Sachen Underwriting und Preisgestaltung stärkt. Außerdem informiert sie konzernweit über Best Practices. Unsere Aufgabe liegt in der Entwicklung und Bereitstellung fachlicher Weiterbildungsmaßnahmen für Spezialisten. Diese müssen ein hohes Maß an Praxisorientierung aufweisen, damit sie eine unmittelbare Wirkung auf das Geschäft der jeweiligen

Konzernbereiche zeigen. Außerdem haben wir Entwicklungsprogramme für talentierte Mitarbeiter und Führungskräfte in Gebieten wie Finanzwesen, Kommunikation, Marktmanagement und Betrieb.

### Fortbildung

Der Anteil der Mitarbeiter, die 2015 an mindestens einer gezielten Weiterbildungsmaßnahme teilgenommen haben, lag bei 69,7 %. Die durchschnittliche Anzahl an Trainingstagen belief sich auf 2,9 Tage je Mitarbeiter (bezogen auf die Gesamtheit der Angestellten). Die Gesamtinvestitionen in Weiterbildungsprogramme betrugen 621 € je Mitarbeiter.

# IN DER ALLIANZ/ ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

## Führungskultur

Im Rahmen unserer „Renewal Agenda" fördern wir eine integrative Leistungskultur. Damit meinen wir eine Kultur, in der sowohl Menschen als auch Leistung zählen. Vor diesem Hintergrund:

- konzentrieren wir uns auf eine teamorientierte Führung, Exzellenz im Umgang mit Kunden und Märkten, unternehmerisches Denken und den Aufbau von Vertrauen;
- zeigen wir die gewünschten Verhaltensweisen auf und beziehen sie in unser Performance-Management ein;
- bieten wir eine leistungsgebundene Vergütung an, die auch berücksichtigt, ob die Verantwortlichen ihrer Rolle als Vorbild auf jeder Ebene gerecht werden; und
- setzen wir Mindeststandards und bauen Kompetenzen entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf, um abteilungsübergreifendes Denken zu fördern und in der gesamten Organisation Kundenorientierung und unternehmerisches Denken zu verankern.

In unseren Augen ist die Entwicklung von Führungsqualitäten in allen Aspekten unseres Geschäfts eine Grundvoraussetzung, um langfristig Erfolg zu haben. Nach diesem Ansatz müssen leitende Manager sämtlicher Allianz Gesellschaften 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), für alle Allianz Gesellschaften sowie auf Konzernebene. Auf diesen CDCs tauscht sich das Management über Leistung, Potenzial und Entwicklungsbedarf seiner Mitarbeiter aus und berät sich über entsprechende Weiterentwicklungsmaßnahmen.

Die CDCs ermöglichen es uns, systematisch die Kandidaten zu identifizieren, die für die nächste Karrierestufe als Führungskraft oder Experte in Frage kommen. Sie unterstützen uns bei einer globalen, gesellschafts- und bereichsübergreifenden Karriereplanung. Die Karriereplanung hilft uns wiederum bei der Suche nach geeigneten Nachfolgern für Schlüsselpositionen. Außerdem wird über die Anforderungen und Kompetenzen diskutiert, die unsere Mitarbeiter benötigen, um die Geschäftsstrategie des Unternehmens auch in Zukunft erfolgreich umzusetzen. Eine weitere wichtige Komponente unserer Führungsstrategie ist unsere unternehmenseigene Universität: das Allianz Management Institute (AMI). Es zielt darauf ab, die Führungsqualitäten der Führungskräfte im gesamten Allianz Konzern weiterzuentwickeln und bietet diverse Veranstaltungen bezüglich wichtigen strategischen Themen an. Darüber hinaus bietet das AMI über seine in verschiedenen Ländern ansässigen Akademien Fach- und Expertenschulungen sowie offene Programme in Zusammenarbeit mit anderen Bildungseinrichtungen an.

**Highlights 2015**

**61**

Nationalitäten sind nun in der Führungsebene des Konzerns vertreten.

**36,8 %**

unserer Manager waren weiblich. Der Frauenanteil der gesamten Belegschaft lag dagegen bei 52,4 %.

**4 500**

Für mehr als 4 500 Mitarbeiter wurden Trainings zum Thema unbewusste Befangenheit und Vorurteile veranstaltet.

**40 %**

Wir haben uns das Ziel gesetzt, den Anteil der Frauen in den jeweiligen Talentpools auf 40 % zu erhöhen (von bisher 30 %).

## Vielfalt

Für die Allianz ist eine vielfältige, integrative Belegschaft aus Mitarbeitern mit unterschiedlichem Hintergrund von besonderer Bedeutung. Dafür engagiert sich auch der Allianz Vorstand. Wir sind stolz darauf, dass nun 61 Nationalitäten in der Führungsebene des Konzerns vertreten sind. Das Global Diversity Council ist für den Erfolg unserer Diversity-Strategie verantwortlich. Es wurde 2007 gegründet und steht unter der Leitung von Jay Ralph, Vorstandsmitglied der Allianz SE.

Damit unsere Diversity-Strategie erfolgreich ist, 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. Zum Beispiel gibt es bei Allianz SE, Allianz Life und Allianz Worldwide Care nun Netzwerke für Lesben, Schwule, Bi- und Transsexuelle (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender – LGBT). Allianz SE hat das LGBT Ally Network ins Leben gerufen, um über die LGBT-Gemeinschaft hinaus zur Unterstützung aufzurufen. Gemäß unserem Verhaltenskodex tolerieren wir keinerlei Form der Diskriminierung oder Belästigung am Arbeitsplatz.

Unser Belegschaftsprofil, inklusive demografischer Merkmale wie Alter und Geschlecht, ist im Abschnitt zu Personaldaten aufgezeigt.

### Frauen in Führungspositionen

Proaktives Handeln, um den Anteil weiblicher Führungskräfte bei der Allianz zu erhöhen, ist ein wichtiger Weg, um einen Mehrwert für unser Unternehmen zu schaffen. In Anlehnung an die rechtlich vorgeschriebene Quote in Deutschland hat sich die Allianz in ihren deutschen mitbestimmungspflichtigen Gesellschaften selbst Ziele für den Anteil weiblicher Führungskräfte auf Topmanagement-Ebene gesetzt. Ein Ziel der Allianz ist beispielweise, bis Juni 2017 mindestens 20 % der Positionen auf den zwei Ebenen unterhalb der Vorstandsebene durch Frauen zu besetzen. Auf längere Sicht möchte die Allianz diesen Anteil in Deutschland auf 30 % erhöhen. Wir haben uns außerdem das weltweite Ziel gesetzt, den Anteil der Frauen in den jeweiligen Talentpools auf 40 % zu erhöhen (von bisher 30 %). 2015 waren 36,8 % unserer Manager weiblich. Der Frauenanteil der gesamten Belegschaft lag dagegen bei 52,4 %.

Um den Wandel aktiv voranzutreiben, haben wir eine Reihe von Initiativen auf globaler, regionaler und lokaler Ebene ins Leben gerufen. So haben wir eine weltweite Initiative zum Talentmanagement gestartet, zu der Sponsorship- und Mentoring-Programme speziell für Frauen gehören. Wir haben des Weiteren flexible Work-Life-Balance-Programme ausgebaut, die auf eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie abzielen, etwa durch Teilzeitmodelle oder Arbeitsplatzteilung. Es existieren heute acht Frauennetzwerke auf der ganzen Welt. Auch fördern Programme wie „Eltern in Führung“ der Allianz Deutschland den Wiedereinstieg von Frauen in Führungspositionen nach der Elternzeit.

Wir haben darüber hinaus Schulungsprogramme ins Leben gerufen, um Vorurteilen in Situationen wie Vorstellungs- und Mitarbeitergesprächen entgegenzuwirken. Bis heute haben 14 Allianz Gesellschaften Schulungen zu diesem Thema bei über 4 500 Mitarbeitern durchgeführt.

### Mitarbeiter mit Behinderungen

Wir verstärken auch weiterhin die Integration von Mitarbeitern mit Behinderungen am Arbeitsplatz. Die Niederlassungen der Allianz in Brasilien, Kolumbien, Spanien, Deutschland und Frankreich verfügen über Programme, die eigens für die Einstellung und Integration von Mitarbeitern mit Behinderungen erarbeitet wurden, angefangen von allgemeinen Schulungen zur Sensibilisierung bis hin zur Beschäftigung sehbehinderter Mitarbeiter in Callcentern. Konzernweite Richtlinien ermöglichen barrierefreie Gebäude und Arbeitsplätze für Rollstuhlfahrer und für Blinde und Sehbehinderte zugängliche Websites. Eine Reihe unserer Tochtergesellschaften stellt aktiv Hochschulabsolventen mit Behinderungen zum Beispiel für Underwriter-Positionen ein.

**Highlights 2015**

**75 %**

Employee Engagement Index (EEI) liegt 2015 bei 75 % – gegenüber 72 % im Jahr 2014. Das ist das bisher höchste Ergebnis.

## Mitarbeiterengagement und -zufriedenheit

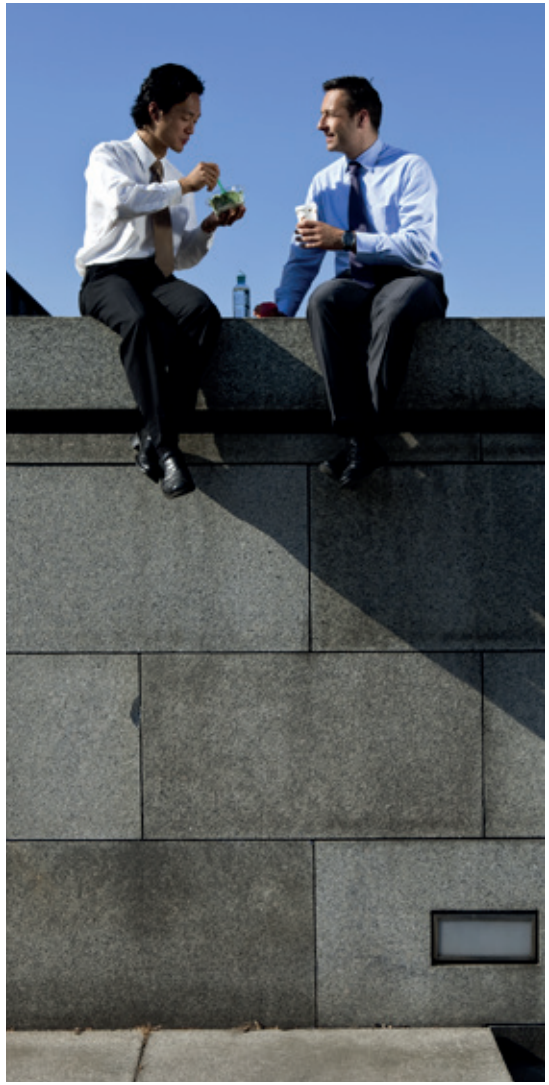
Wir sind überzeugt, dass motivierte, engagierte Mitarbeiter entscheidend zu unseren Wettbewerbsvorteilen beitragen. Durch aktives Mitarbeiterengagement fördern wir eine verbesserte Leistungskultur, höhere Integrität und verstärkten Kundenfokus. Mit der jährlichen konzernweiten Mitarbeiterbefragung AES holen wir Rückmeldungen zu einer Reihe von Fragen ein. Dazu zählen Aspekte, die unsere Leistungskultur fördern. 2015 wurden 120 204 Mitarbeiter in 67 Allianz Konzerngesellschaften zur Teilnahme eingeladen. Die weltweite Beteiligung lag mit 84 % auf Höhe der Beteiligung von 2014.

Eine zentrale Messgröße der AES ist der Employee Engagement Index (EEI), der für Zufriedenheit, Loyalität, Empfehlungsbereitschaft und Identifikation mit dem Unternehmen steht. 2015 lag der EEI-Wert konzernweit bei 75 %. Dieser Wert repräsentiert ein hohes Maß an Mitarbeiterengagement in unserer Belegschaft. Zugleich ist er das beste EEI-Ergebnis seit Beginn der Umfrage.

### Employee-Engagement-Index-Werte

| | 2015 | 2014 | 2013 |
|---|---|---|---|
| Employee Engagement Index | 75 | 72 | 73 |

Es ist wichtig, dass die Führungskräfte die jährlichen Umfrageergebnisse mit ihren Mitarbeitern besprechen und daraus gemeinsam Maßnahmen ableiten, die die Zusammenarbeit verbessern. Die AES-Ergebnisse sind direkt an die Leistungsziele des Konzernvorstands gekoppelt. Das führt dazu, dass die Umfrage in stärkerem Maße unterstützt wird und die Erkenntnisse in konkrete Maßnahmen münden. Als Antwort auf die AES-Ergebnisse weiten wir unsere Maßnahmen des Mitarbeiterengagements aus. Diese umfassen unter anderem die Lerntage für Mitarbeiter in China und Singapur, das „Walk a Mile"-Programm bei Allianz Worldwide Care in Irland, um Mitarbeiter bei ihrer Karriereplanung zu unterstützen, sowie die Schulungen zum Thema sicherer Arbeitsplatz und einen offenen, auf Zuhören ausgerichteten Führungsansatz (Politik der offenen Tür) in Indien. Auch gehört dazu der Launch von My Finance Coach in Brasilien, wo Allianz Mitarbeiter auf ehrenamtlicher Basis jungen Menschen finanzielle Allgemeinbildung vermitteln. Des Weiteren haben wir eine Broschüre mit unseren weltweiten Aktivitäten im Rahmen des Mitarbeiterengagements zusammengestellt. AES-Koordinatoren nutzen diese für den globalen Austausch von Ideen und Informationen.



**Highlights 2015**

**10**

Der Vorstand genehmigte zehn Maßnahmen und den Work Well Index, um das Ausmaß von arbeitsbedingtem psychosozialem Stress zu bestimmen.

## Arbeitsbedingter Stress

Wir haben europaweit gültige Leitlinien zum Thema Stressbewältigung unterzeichnet. Sie betreffen alle Allianz Gesellschaften in den EU-Mitgliedstaaten, den Vertragsstaaten des Europäischen Wirtschaftsraums und der Schweiz.

## Gesundheit und Wohlbefinden

Das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter ist uns bei der Allianz seit jeher ein wichtiges Anliegen. Daher möchten wir ein sowohl produktives als auch gesundheitsförderndes Arbeitsklima schaffen. Auch wenn die meisten unserer Mitarbeiter am Schreibtisch arbeiten, was für gewöhnlich nicht mit hohen Arbeitsschutzrisiken in Verbindung gebracht wird, sind wir uns bewusst, dass bei der Arbeit am Schreibtisch andere Belastungen entstehen können. Wir haben europaweit gültige Leitlinien zum Thema Stressbewältigung unterzeichnet. Sie betreffen alle Allianz Gesellschaften in den EU-Mitgliedstaaten, den Vertragsstaaten des Europäischen Wirtschaftsraums und der Schweiz.

Konzernweit bieten wir eine Vielzahl von Aktivitäten, Hilfsmitteln und Materialien an (wie beispielsweise Workshops, Schulungen, Seminare, Broschüren und gesundheitsfördernde Maßnahmen), um die Mitarbeiter dabei zu unterstützen, ihre Gesundheit an erste Stelle zu stellen und Stresssituationen zu vermeiden. Aktivitäten gibt es in fast allen Gesellschaften. Ihre Umsetzung richtet sich ganz nach den jeweiligen Gepflogenheiten und Bedürfnissen des Landes.

Um sicherzustellen, dass das Thema Wohlbefinden fest in der Unternehmenskultur verankert ist, wurde 2014 ein umfassendes Programm namens „Work Well" initiiert. Das Programm untersucht systematisch die Ursachen für Stress, um diesen effektiv zu begegnen. Zur Analyse der Wirkung des Programms entwickelten wir außerdem den Work Well Index, ein wissenschaftliches Instrument, um das Ausmaß von abeitsbedingtem psychosozialem Stress zu bestimmen. Im Rahmen des Programms genehmigte der Allianz Vorstand des Weiteren zehn Maßnahmen, die in den nächsten Jahren in den 50 größten Gesellschaften umzusetzen sind. Zu diesen Maßnahmen wird unter anderem Top-down-Kommunikation gehören, um die Vorurteile im Zusammenhang mit arbeitsbedingtem Stress zu beseitigen. Genauso wie 24-Stunden-Mitarbeiterhotlines, flexible Arbeitsmodalitäten, E-Learning und Präsenzveranstaltungen angeboten werden. Bei letzteren lernen Manager, wie sie Stresssituationen ihrer Mitarbeiter besser verstehen und damit umgehen können. Vor allem in der Einführungsphase wird eine enge Zusammenarbeit mit dem lokalen Management und Arbeitnehmervertretern stattfinden.

### Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Trotz der Größe und Vielfalt unseres Unternehmens haben wir konzernweit ein einheitliches Allianz 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 Plans für Gesundheit, Sicherheit und Umwelt (HSE) der Gesellschaft sowie die Entwicklung und Umsetzung projektspezifischer HSE-Programme verantwortlich.

Die durchschnittlichen Krankheitstage je Mitarbeiter lagen 2015 bei 8,0.

Weitere Informationen über wichtige Fakten und Personalkennzahlen, Erfolge 2015 und einen Ausblick für 2016 finden Sie im HR Fact Book.

### Blick nach vorn

Wir werden künftig fünf Maßnahmen einführen, um mehr Frauen in Führungspositionen zu entwickeln. Diese sind: spezielle Coaching-Programme, die Identifikation von 200 „weiblichen geeigneten Nachfolgerinnen", das vermehrte Angebot flexibler Arbeitsmodalitäten, Kinderbetreuung sowie die Option, über ein Teilzeitmodell nach der Elternzeit wieder in dieselbe Position einzusteigen. Unser neues globales Dienstleistungsmodell entwickelt die Personalfunktion weiter. Dazu gleichen wir Prozesse an und bündeln Fachwissen und Dienstleistungserbringung. Des Weiteren führen wir ein modernes, vollständig integriertes und standardisiertes Personalinformationssystem ein.

Unsere Rolle als...

# engagierter Corporate Citizen

„Im Rahmen des Bundeswettbewerbs Finanzen von My Finance Coach führte ich mein eigenes fiktives Unternehmen. Im Laufe des Prozesses konnte ich unglaublich viel praktische Erfahrung in Bezug auf Wirtschaft sammeln. Bei den Klassenbesuchen durch Finance Coaches fand ich persönlich besonders spannend, mit wie viel Begeisterung wir gemeinsam die vermeintlich ‚trockenen' Themen diskutiert haben."

**Dana Rupprecht**, My-Finance-Coach-Empfänger, 14, aus Unna, Deutschland

**Highlights**

- Unternehmensspenden beliefen sich auf 22,6 MIO € (2014: 20,9 MIO €)
- 39 Mitarbeiter aus 10 Allianz Tochterunternehmen meldeten sich freiwillig für 16 Social-OPEX-Projekte und investierten über 3 000 Stunden ihrer Zeit
- Gründung von GRAPP, Group Regulatory Affairs and Public Policy

**Herausforderungen**

- Ausbau unseres Programms „Future Generation"
- Aufbau geeigneter Partnerschaften für unseren „Future Generation"-Fokus
- Wirkungsmessung unseres sozialen Engagements

## Unser Ansatz

Wir sind ein globales Unternehmen. Als solches sind wir überzeugt, dass es sich positiv auf die Gesellschaft und das Geschäft auswirkt, wenn wir als verantwortungsvoller Corporate Citizen handeln. Indem wir helfen, stärkere Gemeinschaften mit einem größeren Fokus auf Inklusion aufzubauen, tragen wir zur Entwicklung eines stabileren Wirtschaftsumfelds bei. Das wiederum schafft widerstandsfähige Märkte für unsere Produkte und Dienstleistungen.

Wir geben Zeit, Expertise und Geld. Unsere Mitarbeiter stellen gemeinnützigen Organisationen ihr Fachwissen in den Bereichen Wirtschaft und Finanzen auf ehrenamtlicher Basis zur Verfügung bzw. übernehmen das Mentoring junger Menschen mit unzureichender finanzieller Allgemeinbildung. Als Unternehmen unterstützen wir gute Zwecke mit finanziellen Mitteln durch Spenden und über unser globales Stiftungsnetzwerk. 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 Konzernrichtlinie für Spenden und gemeinnützige Mitgliedschaften (Unternehmensspenden), ergänzt durch die Prinzipien für soziales Engagement.

2015 meldeten wir die Kennzahlen unseres Konzerns zu Unternehmensspenden und Mitarbeiterfreiwilligenprogrammen im zweiten Jahr an die London Benchmarking Group, die bei der Messung und beim Benchmarking gesellschaftlicher Verantwortung führend ist.

Angesichts des Tempos und des Ausmaßes des globalen Wandels setzen wir auf eine Zusammenarbeit mit Regierungen und Institutionen. Wir glauben, dass politische Lobbyarbeit einen entscheidenden Beitrag zur Demokratie leistet. Unsere gesamte Lobbytätigkeit und politische Netzwerkarbeit erfolgt in Übereinstimmung mit dem Allianz Lobbying-Verhaltenskodex. Der Kodex stellt ein hohes Maß an Integrität im Umgang mit politischen Institutionen, Parteien und Organisationen sicher. Wir haben auch den Verhaltenskodex des EU-Transparenzregisters unterzeichnet.

Wir teilen unsere Einblicke in makroökonomische Herausforderungen mit Regierungen und nichtstaatlichen Interessengruppen. Darunter fallen Themen wie die Überschuldung, Instabilität der Märkte und die Krise in der Eurozone. Wir organisieren außerdem Veranstaltungen zu Schlüsselthemen wie Energiesicherheit, demografischer und Klimawandel. Dazu laden wir Vertreter aus Politik und gegebenenfalls der Industrie ein. Unser Zugang zu politischen Institutionen gestaltet sich primär über unseren Fachbereich für Public Policy. Seine Aufgaben bestehen in der Analyse regulatorischer und legislativer Entwicklungen und Programme und unserer diesbezüglichen Positionen.

**Highlights 2015**

**22,6 MIO €**
Unternehmensspenden beliefen sich auf insgesamt 22,6 MIO € (verglichen mit 20,9 MIO € in 2014).

Einführung von ACT!, eines Online-Marktplatzes für freiwilliges Mitarbeiterengagement.

**39**
Mitarbeiter aus 10 Allianz Tochterunternehmen meldeten sich freiwillig für 16 Social-OPEX-Projekte und investierten über 3 000 Stunden ihrer Zeit.

## Soziales Engagement

Wir unterstützen die Gesellschaften, in denen wir tätig sind, mit Zeit, unserer Expertise und Geld. Auf diese Weise haben unsere Mitarbeiter Gelegenheit, sich für ihr unmittelbares Umfeld einzusetzen und zu Projekten beizutragen, die ihnen am Herzen liegen. So fördern wir außerdem gemeinschaftlichen Zusammenhalt und gewinnen mit der Zeit das Vertrauen unserer Stakeholder.

Wir widmen unsere Zeit und Expertise vor allem der Stärkung und Entwicklung der kommenden Generation. Aus diesem Grund haben wir „Future Generation" entwickelt, ein Programm zur Unterstützung von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen in einer Reihe von Themenkomplexen. Daher finanzieren wir auch weiterhin SOS-Kinderdörfer, die verwaisten und verlassenen Kindern in 125 Ländern in familienähnlichen Gemeinschaften ein Heim bieten. Wir unterstützen kurzfristige Notfallmaßnahmen und langfristige Hilfe für Kinder durch lokale Maßnahmen und Fürsprache auf internationaler Ebene. Im Jahr 2015 etablierten wir Pilotpartnerschaften mit SOS-Kinderdörfern in Frankreich, Rumänien, Indien und Deutschland.

### Freiwilliges Mitarbeiterengagement

Unser kollektives Fachwissen in den Bereichen Wirtschaft und Finanzen kann gemeinnützigen Organisationen zugutekommen. Dieser freiwillige Einsatz trägt zur Entwicklung von Fähigkeiten und Motivation bei unseren Mitarbeitern bei, die am Arbeitsplatz wieder eingebracht werden können. 2015 führten wir ACT! zunächst im Rahmen eines Pilotprojekts in Deutschland ein. Bei ACT! handelt es sich um einen Online-Marktplatz für soziales Mitarbeiterengagement.

Dieser umfasst zum einen Projekte der Allianz, zum anderen können Mitarbeiter für ihr eigenes ehrenamtliches Engagement werben.

- **My Finance Coach (MFC)**: Wir sind einer der Gründer von MFC, einer gemeinnützigen Initiative, die die finanzielle Allgemeinbildung von 10- bis 16-Jährigen verbessert: Seit Beginn der Initiative im Jahr 2010 hat sie mehr als 850 000 Schüler in über 2 400 Schulen in ganz Deutschland erreicht. MCF ist auch international aktiv, und zwar in Argentinien, Belgien, Brasilien, Großbritannien, Indonesien, Irland, Malaysia, Polen, Singapur, Sri Lanka, Südafrika und Thailand. Die Vermittlung von Finanzkompetenz im Rahmen von MFC erfolgt auf drei verschiedene Arten: durch Unterrichtsbesuche ehrenamtlicher Mitarbeiter, mittels Lehrerschulungen sowie außerschulischen Aktivitäten wie dem Bundeswettbewerb Finanzen. Das Programm bietet auch Smartphone-Apps wie etwa den „MFC-Geldmanager", der Jugendlichen dabei hilft, ihre Ausgaben zu kontrollieren.

  Hier können Sie die Leistung von MFC im Jahr 2015 einsehen.

- **Social OPEX**: Mit unserem Programm für strategischen Führungsstil und gesellschaftliches Engagement stellen Mitarbeiter ihr Business-Know-how sozialen Organisationen zur Verfügung. 2015 meldeten sich 39 Mitarbeiter aus zehn Allianz Tochterunternehmen freiwillig für 16 Social-OPEX-Projekte und investierten über 3 000 Stunden ihrer Zeit. Wir freuen uns darauf, 2016 eine Partnerschaft mit der Proboneo gGmbH zu starten, einem Marktplatz für Pro-bono-Projekte.

**„Nachhaltigkeit steht für die Sicherung unserer Zukunft. Nirgends ist das so wichtig wie bei unseren Kindern. Durch eine einzigartige Partnerschaft hilft die Allianz den SOS-Kinderdörfern, einige der hilfsbedürftigsten Kinder der Welt zu schützen und zu fördern – und ihnen so eine Chance zu geben, ein erfolgreiches Leben zu führen und eine bessere Zukunft für uns alle zu gestalten."**

**Katharina Steinkellner**
Head of Global Leadership Giving,
SOS-Kinderdorf International

# IN DER ALLIANZ/ ENGAGIERTER CORPORATE CITIZEN

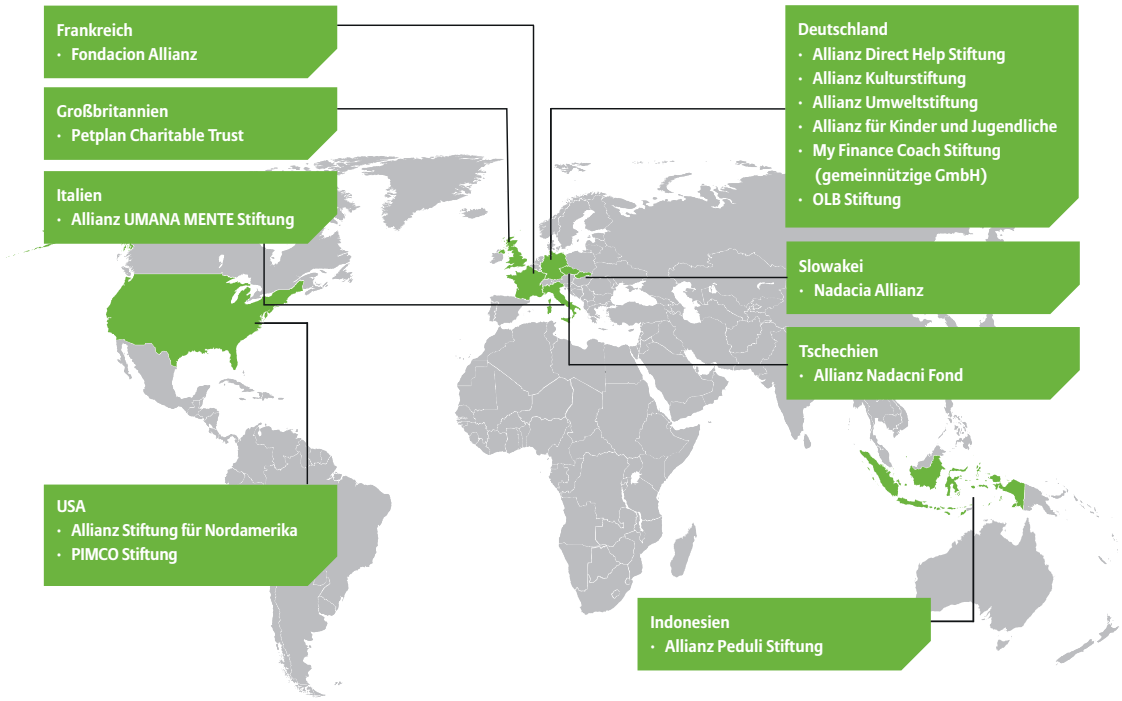
## Unternehmensspenden

Zu unseren sozialen Aktivitäten gehören finanzielle Spenden, gemeinnützige Mitgliedschaften von Allianz Gesellschaften auf der ganzen Welt sowie Unterstützung über unser Stiftungsnetzwerk. Unsere Unternehmensspenden beliefen sich 2015 auf insgesamt 22,6 MIO € (verglichen mit 20,9 MIO € in 2014). Unsere 14 Stiftungen helfen uns, unser gesellschaftliches Engagement auszuweiten. Unsere Richtlinie für Spenden und gemeinnützige Mitgliedschaften (Unternehmensspenden) legt fest, dass Unternehmenszuwendungen nur an Organisationen erfolgen dürfen, die den Grundsätzen des Allianz Verhaltenskodex gerecht werden.

**Spenden:** Unsere Unternehmensspenden beliefen sich 2015 auf insgesamt 22,6 MIO € (verglichen mit 20,9 MIO € in 2014). Der Art unseres Geschäfts entsprechend ist Katastrophenhilfe einer der Bereiche, in denen wir mit Spenden aktiv sind. Außerdem spendeten unsere Mitarbeiter für Organisationen, die Nothilfe für Erdbebenopfer in Nepal leisten.

Geprüft (Unabhängiger Assurance-Bericht der KPMG, Seite 84).

## Internationales Netzwerk von Allianz Stiftungen




**Stiftungen**: Zuwendungen unserer 14 Stiftungen zählen zur Gesamtzahl unserer Unternehmensspenden. Diese Stiftungen helfen uns, unser Engagement auszuweiten, um soziale, ökologische und kulturelle Themen in unseren Gesellschaften rund um die Welt anzugehen. Unsere Stiftungen arbeiten unabhängig, stehen aber in engem Kontakt mit den jeweiligen Allianz Tochtergesellschaften in aller Welt.

**Highlights 2015**

Gründung von GRAPP, Group Regulatory Affairs and Public Policy

## Politisches Engagement

Wir suchen den ständigen Dialog mit Regierungen und Finanzinstitutionen. So möchten wir unser Geschäftsumfeld verbessern und außerdem ein stabiles politisches und wirtschaftliches System schaffen, das unseren Kunden und anderen Interessengruppen auf lange Sicht zugutekommt.

Wir prüfen, aktualisieren und erarbeiten neue politische Positionen und veranstalten auch Konferenzen und Events rund um globale Fragen. Im März hielten wir beispielsweise unser viertes Demografie Forum ab, an dem 250 Leute teilnahmen. Unter dem Motto „Aktivität – Gesundheit – Teilhabe" wurde diskutiert, wie ältere Menschen besser in die Gesellschaft integriert werden könnten. Lebenserwartung und Gesundheitsfragen gelten in dieser Hinsicht als zunehmend wichtige Faktoren für den demografischen Wandel. Darüber hinaus setzten die Diskussionen neue Impulse für eine faire und gleichgestellte Teilhabe aller Generationen am Gesellschaftsleben. Auch erörterten wir mit den EU-Kommissaren Dombrovskis und Oettinger sowie dem italienischen Wirtschafts- und Finanzminister die fiskalische und wirtschaftliche Nachhaltigkeit in der Eurozone. Des Weiteren nahmen wir während des Jahres an der Seite von EU-Kommissarin Malmström an einem Bürgerdialog über das aktuell verhandelte transatlantische Freihandelsabkommen TTIP (Transatlantic Trade and Investment Partnership) teil.

### Lobbying und politische Netzwerke

Die Allianz SE legte 2015 ihre regulatorischen und politischen Abteilungen zu einem Fachbereich für Regulatory Affairs and Public Policy (GRAPP) zusammen. GRAPP fungiert als globales Kompetenzzentrum für alle Tochtergesellschaften der Allianz. Seine Aufgaben bestehen in der Entwicklung regulatorischer und politischer Strategien, der Koordination unseres Engagements und der Analyse aktueller und aufkommender Themen und unserer diesbezüglichen Positionen.

Wir haben uns dem deutschen Demokratieverständnis verschrieben. Aus diesem Grund unterstützen wir seit vielen Jahren politische Parteien, die sich zur sozialen Marktwirtschaft bekennen. 2015, wie auch in früheren Jahren, spendete die Allianz Deutschland jeweils 20 000 € an die CDU, CSU, SPD, Bündnis 90/Die Grünen und die FDP. Eine weitere Spende über je 10 000 € ging an deren Juniorganisationen Junge Union Deutschlands, Junge Union Bayern, Jusos, Grüne Jugend und Junge Liberale, die die sozialen Fragen unserer Zeit diskutieren. Da unsere Spenden unterhalb der Meldeschwelle des Deutschen Bundestages von 50 000 € liegen, informieren wir über unsere Parteispenden in einer Pressemitteilung. Außerhalb Deutschlands spielen Parteispenden unserer Allianz Gesellschaften keine große Rolle; sie richten sich aber nach den jeweils geltenden nationalen Rechtsvorschriften und Gepflogenheiten.

## Unsere Standpunkte

Im Rahmen unserer Verpflichtung, mit Transparenz und Integrität zu agieren, gehört es zu den Aufgaben von GRAPP, die Standpunkte der Allianz zu einer Reihe von Themen zu entwickeln und zu vertreten. Die folgenden Themen waren für uns 2015 vorrangig:

- **Digitalisierung und Datensicherheit**: Wir unterstützen die digitale Agenda der Europäischen Kommission zur Förderung von Innovation, Wirtschaftswachstum und Fortschritt. Wir tragen aktiv zur öffentlichen Diskussion dieser Themen bei. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Durchführbarkeit regulatorischer Bestimmungen für den Allianz Konzern.

  Weitere Informationen zum Thema Digitalisierung finden Sie unter „Zugang zu Finanzdienstleistungen in einer digitalen Welt“ auf Seite 13.

- **Verbraucherschutz**: Im Zuge unseres Engagements für die Privatsphäre und Sicherheit von Kunden unterstützen wir die Förderung von Transparenz, Einfachheit und Fairness am Markt für Finanzprodukte und -dienstleistungen für Verbraucher. Wir sind an Diskussionen rund um die Vermittlerrichtlinie, die neue Verordnung über „verpackte“ Anlageprodukte für Privatanleger und Bemühungen für EU-weite Sicherungssysteme für Versicherungen beteiligt. Auch leisteten wir einen Beitrag zu den Gesprächen zum EU-Grünbuch über Finanzdienstleistungen und Versicherungen für Privatkunden. Das Grünbuch befasst sich mit einigen der Hindernisse, mit denen sich Verbraucher beim Anbieten oder Kauf von Finanzdienstleistungen konfrontiert sehen.
- **Die EU-Kapitalmarktunion (CMU)**: Wir unterstützen die Ziele der CMU uneingeschränkt und tragen aktiv zu öffentlichen Debatten und Konsultationen zu diesem Thema bei. Es geht dabei um die Vertiefung und weitere Integration der Kapitalmärkte in den 28 Unionsmitgliedstaaten, insbesondere zur Förderung langfristiger Anlagen.
- **Weltweiter Kapitalstandard für Versicherungen (Global Insurance Capital Standard – ICS)**: Das Ziel besteht darin, finanzielle Instabilität zu verhindern und die weltweite Aufsicht der Versicherungsbranche zu verbessern. Wir beteiligen uns an Konsultationen, Feldversuchen und Arbeitsgruppen.
- **Regulierung systemischer Risiken**: Wir sind ein global systemrelevanter Versicherer (Global Systemically Important Insurer – GSII). Als solcher nehmen wir an Konsultationen, Feldversuchen und Arbeitsgruppen teil, um die Implikationen der Kapitalanforderungen für den Allianz Konzern besser zu verstehen und unseren Standpunkt beim Dialog über Regulierungsfragen zu vertreten.

## Blick nach vorn

2016 werden wir uns weiterhin auf unser Programm „Future Generation“ konzentrieren. In diesem Rahmen werden wir unsere Beziehungen mit all unseren gemeinnützigen Partnern ausbauen und vertiefen. Konkret werden wir dabei unsere Zusammenarbeit mit den SOS-Kinderdörfern langfristig verstärken.

# Über diesen Bericht

## In diesem Abschnitt

**Daten und Prüfung** **74**

## Berichtsparameter

So wie wir die Ambition verfolgen, die vertrauenswürdigste Finanzinstitution zu sein, ist auch unsere Berichterstattung durch unsere Werte Integrität, Kompetenz und Widerstandskraft geprägt. Dieses Jahr haben wir unsere Berichterstattung noch weiter vereinfacht und unseren Bericht mit den Nachhaltigkeitsseiten unseres Webauftritts sowie mit weiterführenden Finanzinformationen im Geschäftsbericht verknüpft.

Die Verknüpfung mit vorhandenen Informationsquellen der Allianz ermöglichte es, den Nachhaltigkeitsbericht 2015 kompakter zu gestalten. Auch haben wir den Bericht neu strukturiert, um ihn kundengerechter aufzubauen. In diesem Sinne sind die ersten Abschnitte so gestaltet, dass sie Kunden, Mitarbeiter und die allgemeine Öffentlichkeit ansprechen. Der „Blick in die Allianz" und der Datenbereich bieten indessen zusätzlich vielfältige Bezugspunkte für Investoren, Analysten, NGOs, Rating-Agenturen usw.

Unser Nachhaltigkeitsbericht wurde gemäß den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) (Version 4.0) und dem Branchenzusatz für den Finanzdienstleistungssektor erstellt. Das bedeutet, dass wir die Voraussetzungen für die höchsten internationalen Standards für Nachhaltigkeitsberichte erfüllen und einen Teil unseres Berichts extern haben prüfen lassen.

Eine GRI-Tabelle findet sich unter www.allianz.com/nachhaltigkeit.

Außerdem gehörten wir zu den ersten Unternehmen, die ihren Bericht nach den Grundsätzen des Deutschen Nachhaltigkeitskodex erstellen. Der Grundsatz der Transparenz ist ein wesentlicher Bestandteil des Kodex. Er hat auch für uns höchste Bedeutung: Transparenz ist eines unserer Prinzipien für nachhaltige Entwicklung. Der Nachhaltigkeitsbericht dient außerdem als Grundlage für unsere jährliche Erklärung zu unseren Fortschritten, die wir in Bezug auf die Umsetzung der zehn Prinzipien des UN Global Compact in Sachen Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung sowie auf die Prinzipien der UN für nachhaltiges Versichern erzielt haben.

### Geltungsbereich der Berichterstattung

Unser Nachhaltigkeitsbericht 2015 bezieht sich auf den gesamten Allianz Konzern. Alle dargestellten Maßnahmen, Aktivitäten und Eckdaten beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2015 (1. Januar 2015 bis 31. Dezember 2015), sofern nicht anders angegeben. Es handelt sich um die 15. Ausgabe unseres jährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsberichts. Sofern nicht anders angegeben, gilt die operative Kontrolle als Berichtsgrenze. Immer mehr Allianz Tochtergesellschaften veröffentlichen nun ihre eigenen Nachhaltigkeitsberichte, die unter www.allianz.com/de/nachhaltigkeit/ zum Download bereitstehen.

### Wir schätzen Ihr Feedback

Wir laden alle unsere Stakeholder herzlich dazu ein, Rückmeldungen und Kommentare zu unserem Nachhaltigkeitsbericht abzugeben.

sustainability@allianz.com

## Nachhaltigkeits-Ratings und Auszeichnungen

Unsere Leistungen im Bereich der Nachhaltigkeit werden regelmäßig von externen Stakeholdern wie Rating-Agenturen bewertet. Highlights sind nachfolgend aufgeführt.

### CDP (Carbon Disclosure Project)

Der Allianz Konzern unterstützt CDP als berichtendes Unternehmen sowie als Vermögensinhaber und -verwalter. Wir sind außerdem ein Gründungsmitglied und Unterzeichner des CDP. Seit 2011 ist die Allianz im globalen Carbon Disclosure Leadership Index aufgeführt. Im Jahr 2015 erzielten wir einen Disclosure Score von 100.

### DJSI (Dow Jones Sustainability Index)

Die Allianz ist seit dem Jahr 2000 im DJSI vertreten. Besondere Anerkennung verdiente die Allianz als einer der Branchenführer in den Kategorien: Risikoerkennung, finanzielle Integration, Prinzipien für nachhaltiges Versichern, Markenmanagement und Stakeholder-Beteiligung.

### FTSE4Good Index

Seit 2001 ist die Allianz in der FTSE4Good-Index-Serie enthalten und damit eines der langjährigen Mitglieder. Im Jahr 2015 wurden wir erneut als Branchenführer gerankt.

### MSCI Rating

Der Allianz wurde 2015 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.

### Sustainalytics ESG Rating

Im Jahr 2015 wurde die Allianz als einer der Branchenführer gerankt.

### Auszeichnungen für Nachhaltigkeit

Neben den Spitzenpositionen in den Nachhaltigkeits-Ratings und Nachhaltigkeits-Indizes hat die Allianz zahlreiche Auszeichnungen und externe Anerkennung im Hinblick auf ihre Nachhaltigkeitsleistung insgesamt erhalten, wie zum Beispiel den robecoSAM Sustainability Award.

Für umfassendere Informationen besuchen Sie bitte unsere Auszeichnungs-Seite.

# ÜBER DIESEN BERICHT/ DATEN UND PRÜFUNG

## ESG-Prüfung für sensible Geschäftsfelder[1]

| | 2015 | | |
|---|---|---|---|
| | Genehmigt % | Bedingt genehmigt % | Abgelehnt %[2] |
| Landwirtschaft | 51,6 | 41,9 | 6,5 |
| Tierversuche | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Artgerechte Tierhaltung | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Glücksspiel | 88,9 | 11,1 | 0,0 |
| Klinische Studien | 76,9 | 15,4 | 7,7 |
| Verteidigung | 50,0 | 44,4 | 5,6 |
| Menschenrechte | 53,2 | 44,7 | 2,1 |
| Wasserkraft | 43,8 | 50,0 | 6,3 |
| Infrastruktur | 56,1 | 40,4 | 3,5 |
| Bergbau | 14,7 | 82,7 | 2,7 |
| Kernenergie | 50,0 | 50,0 | 0,0 |
| Öl und Gas | 32,8 | 65,5 | 1,7 |
| Sexindustrie | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Sonstige | 87,5 | 12,5 | 0,0 |
| | 2014 | | |
| Landwirtschaft | 87,5 | 12,5 | 0,0 |
| Tierversuche | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Artgerechte Tierhaltung | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Glücksspiel | 0,0 | 100,0 | 0,0 |
| Klinische Studien | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Verteidigung | 91,7 | 0,0 | 8,3 |
| Menschenrechte | 90,0 | 0,0 | 10,0 |
| Wasserkraft | 88,9 | 11,1 | 0,0 |
| Infrastruktur | 84,6 | 7,7 | 7,7 |
| Bergbau | 77,8 | 11,1 | 11,1 |
| Kernenergie | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Öl und Gas | 55,0 | 25,0 | 20,0 |
| Sexindustrie | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Sonstige | 57,1 | 28,6 | 14,3 |

1 Ursachen für die Änderungen der Zahlen:
- Prozess wurde ab März 2015 im gesamten Unternehmen implementiert, was die größere Gesamtzahl erklärt;
- besseres Verständnis der Risiken hat die Anzahl bedingter Genehmigungen erhöht (d. h. mit Auflagen zu weiteren Informationen, Erklärungen seitens des Kunden oder Kundendialog); und
- mit wachsendem Bewusstsein und Verständnis rechnen wir mit einem weiteren Anstieg.

2 Transaktionen, die aus ESG-Gründen oder im Rahmen der Gesamtrisikobewertung abgelehnt wurden.

## Konzernweite Verpflichtungen und Mitgliedschaften

- 2° Investing Initiative
- CDP (Carbon Disclosure Project)
- CEO Climate Leaders
- Climate Bonds Initiative (AGI)
- ClimateWise
- CRO (Chief Risk Officer) Forum
- Deutscher Nachhaltigkeitskodex
- Initiative für Transparenz in der Rohstoffwirtschaft (AGI)
- Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft, auch als econsense bekannt
- Geneva Association
- Global Innovation Lab for Climate Finance
- Global Investor Statement zum Klimawandel (AGI, Allianz Konzern)
- London Benchmarking Group
- Microinsurance Network
- Munich Climate Insurance Initiative (MCII)
- Paris Pledge for Action (Aufruf zum Handeln; Allianz Konzern)
- Portfolio Decarbonization Coalition
- Statement of Investor Expectations für den grünen Anleihemarkt
- Sustainable Stock Exchange Initiative
- Transparency International
- Prinzipien für Nachhaltiges Versichern (PSI) der UNEP FI
- Finanzinitiative des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP FI)
- United Nations Global Compact
- Von den UN unterstützte Prinzipien für Verantwortliches Investieren (PRI)
- Weltwirtschaftsforum

## Wesentliche Themen und Aspekte

Die Themenschwerpunkte für den Allianz Nachhaltigkeitsbericht wurden durch unsere Materialitätsanalyse geprägt. Die Analyse entspricht den Grundsätzen zur Bestimmung der Berichtsinhalte der GRI (Nachhaltigkeitskontext, Wesentlichkeit, Vollständigkeit und Einbeziehung von Stakeholdern). Wir haben unsere wesentlichen Themen den G4-Aspekten der GRI zugeordnet, um sie an der Leitlinie auszurichten. Dazu wurden zunächst alle potenziellen wesentlichen Aspekte der gesamten Wertschöpfungskette der Allianz identifiziert. Im Anschluss daran wurden diese in zwei Schritten überprüft, wobei die Berichte früherer Jahre sowie die Offenlegungspflichten gegenüber Stakeholdern berücksichtigt wurden. Wir haben auch die Upstream- bzw. Downstream-Grenzen unserer wesentlichen Themen ermittelt.

| Schwerpunktgebiet | Wesentliches Thema | G4-Aspekt der GRI | Abgrenzung |
|---|---|---|---|
| Attraktiver Arbeitgeber | Sicherheit und Gesundheit | Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | Allianz Konzern |
| | Fort- & Weiterbildungsmöglichkeiten & Jobs/Beschäftigungsfähigkeit | Aus- und Weiterbildung | Allianz Konzern |
| | Chancengleichheit/Vielfalt | Vielfalt und Chancengleichheit | Allianz Konzern |
| | Führungskultur | Kein G4-Äquivalent | Allianz Konzern |
| Verantwortungsvoller Investor | Erneuerbare Energien | Produktportfolio | Kunden des Allianz Konzerns |
| | Klimafreundliche Investitionen | Aktives Engagement der Eigentümer | Kunden des Allianz Konzerns |
| | Systematische Risikobewertung (inkl. ESG) | Aktives Engagement der Eigentümer | Kunden des Allianz Konzerns |
| Nachhaltiger Versicherer | Grüne Produkte | Produktportfolio | Kunden des Allianz Konzerns |
| Vertrauenswürdiges Unternehmen | Produkt- & Servicequalität & Innovation | Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen<br>Produktportfolio | Kunden des Allianz Konzerns |
| | Kundeneinbezug & -zufriedenheit | Marketing und Kommunikation | Kunden des Allianz Konzerns |
| | Unternehmensführung | Unternehmensführung | Allianz Konzern |
| | Regulierung & Public Policy | Politik<br>Compliance | Allianz Konzern |
| | Eigener Energieverbrauch/$CO_2$-Emissionen | Emissionen | Lieferanten des Allianz Konzerns |
| Sonstige Themen | Wirtschaftliche Leistungsfähigkeit | Wirtschaftliche Leistung | Allianz Konzern |
| | Katastrophenmanagement (Hilfe und Prävention, unternehmerische Sozialverantwortung) | Lokale Gemeinschaften | Gemeinschaften des Allianz Konzerns |
| | Kommunikation & Social Media | Kein G4-Äquivalent | Allianz Konzern |

## Grüne Lösungen

| | 2015 | 2014[1] | 2013[1] |
|---|---|---|---|
| Anzahl grüner Lösungen | 151 | 156 | 147 |
| Umsatz mit grünen Lösungen (MRD €) | 1,1 | 1,0 | 1,1 |

1 Der historische Umsatz der Jahre 2014 und 2013 wurde aufgrund der Umstrukturierung bestimmter Einheiten des Allianz Konzerns und der Tatsache, dass die Umsatzdaten aus der Vermögensverwaltung nicht mehr gemeldet werden, neu ausgewiesen. Die Performance nachhaltiger und verantwortungsvoller Asset-Management-Lösungen (SRI-Fonds) ist auf Seite 78 zu finden.

## Mikroversicherung

| Stand 31. Dezember 2015 | 2015 | 2014 | 2013 |
|---|---|---|---|
| Bruttobeiträge (MIO €) | 135,1 | 113,7 | 86,1 |
| Davon von nicht konsolidierten Einheiten (d. h. Indien) | 107,4 | 89,3 | 62,5 |
| Zahl der Versicherten (MIO) | 58,6 | 38[1] | 26,1 |
| Davon von nicht konsolidierten Einheiten (d. h. Indien) | 53,2 | 33,2[1] | 22,7 |

1 Berichtigung: Doppelzählung in Indien.

## SRI-Vermögenswerte des Asset Managements der Allianz (nachhaltiges und verantwortungsvolles Investieren)

SRI-Lösungen der Allianz berücksichtigen ESG-Kriterien, um neben langfristig attraktiven finanziellen Renditen auch positive Auswirkungen auf die Gesellschaft zu liefern. Dabei setzen sie auf verschiedene Strategien wie den Best-in-Class-Ansatz, ein Negativ-Screening oder Impact Investing, das Lösungen für gesellschaftliche und/oder ökologische Probleme bietet (zum Beispiel Firmen, die sich mit Technologien der Wasseraufbereitung beschäftigen).

| Stand 31. Dezember 2015 | 2015 | 2014 | 2013 |
|---|---|---|---|
| Insgesamt verwaltetes SRI-Vermögen, AAM MRD € | 103 | 117,4 | 95,8 |
| AllianzGI: Verwaltetes SRI-Vermögen MRD € | 20,9 | 22,0 | 17,5 |
| PIMCO: Verwaltetes SRI-Vermögen MRD € | 82,1 | 95,4 | 78,2 |

GRI FS10: Prozentsatz und Anzahl der Unternehmen im Portfolio der Institution, mit denen sich die Allianz zu ökologischen oder gesellschaftlichen Fragen engagiert hat.

Die Anzahl und der Prozentsatz der Unternehmen, mit denen sich die Allianz zu ökologischen oder gesellschaftlichen Fragen engagiert hat, werden im Rahmen des PRI-Berichts gemeldet (Bericht erscheint im Juni 2016).

Weitere Informationen über unsere SRI-Strategien und SRI-AuM sind in den PRI-Berichten 2015 von PIMCO und AllianzGI zu finden. Diese werden im Juni 2016 veröffentlicht.

| | 2015 | 2014 |
|---|---|---|
| Portfolio in erneuerbaren Energien: Gesamtinvestitionen € | > 2,50 MRD € | > 2,00 MRD € |
| Portfolio in erneuerbaren Energien: Gesamtzahl Wind- und Solaranlagen | 67 | 54 |
| Ungefähre Anzahl von Haushalten, die damit versorgt werden kann | 800 000 | 500 000 |

## Umweltdaten

Unsere Umweltberichterstattung erfolgt grundsätzlich auf Basis der Sustainability Reporting Guidelines (G4) der Global Reporting Initiative. Der $CO_2$-Fußabdruck des Konzerns erfolgt in Anlehnung an das Greenhouse Gas Protocol (GHG) – 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. Wir verwenden den Ansatz der operativen Kontrolle für das Setzen unserer Berichtsgrenze.

## Treibhausgasemissionen ($CO_2e$) in Tonnen

| | 2015 | 2014[1] | 2013[1] |
|---|---|---|---|
| Scope 1 – Direkte Treibhausgasemissionen, gesamt | 65 328 | 63 213 | 68 374 |
| Scope 2 – Indirekte Treibhausgasemissionen, gesamt | 127 791 | 125 573 | 150 120 |
| Scope 3 – Andere indirekte Treibhausgasemissionen, gesamt | 108 220 | 111 750 | 115 015 |
| Scope 1-3 – Treibhausgasemissionen, gesamt | 301 339 | 300 536 | 333 509 |
| Treibhausgasemissionen pro Mitarbeiter | 2,12 | 2,12 | 2,37 |

1 Historische Daten der Jahre 2013 und 2014 wurden aufgrund von signifikanter Desinvestition im Jahr 2015 und Fehlerkorrekturen für 2013 und 2014 angepasst.

## Energie

| | 2015 | 2014[1] | 2013[1] |
|---|---|---|---|
| Energieverbrauch gesamt (GJ) | 2 577 050 | 2 516 470 | 2 850 903 |
| Energieverbrauch pro Mitarbeiter (GJ) | 18,15 | 17,73 | 20,22 |
| Strom (%) | 66,5 | 66,90 | 63,20 |
| Fossile Brennstoffe (%) | 21 | 21,20 | 22,30 |
| Fernwärme (%) | 12,2 | 11,60 | 13,70 |
| Sonstige (Energie aus eigenen Quellen, einschl. Photovoltaikanlagen, Nutzung interner Abwärme, Brennstoffzellen) (%) | 0,3 | 0,3 | 0,9 |
| Grüne Energie als Anteil des gesamten Energiebezugs (%) | 42,7 | 41,60 | 42,10 |

## Wasser

| | 2015 | 2014[1] | 2013[1] |
|---|---|---|---|
| Wasserverbrauch gesamt ($m^3$) | 1 917 707 | 1 962 972 | 1 955 299 |
| Wasserverbrauch pro Mitarbeiter (Liter) | 13 508 | 13 830 | 13 871 |
| Trinkwasser (%) | 85,6 | 88,2 | 89,8 |
| Regenwasser (%) | 0,3 | 0,4 | 0,8 |
| Natürliches Wasser (%) | 14,1 | 11,4 | 9,4 |

1 Historische Daten der Jahre 2013 und 2014 wurden aufgrund von erheblicher Desinvestition im Jahr 2015 und Fehlerkorrekturen für 2013 und 2014 angepasst.

Geprüft (Unabhängiger Assurance-Bericht der KPMG, Seite 84).

# ÜBER DIESEN BERICHT/ DATEN UND PRÜFUNG

## Abfall

| | 2015 | 2014[1] | 2013[1] |
|---|---|---|---|
| Abfall gesamt (Tonnen) | 21 265 | 22 026 | 25 429 |
| Abfall pro Mitarbeiter (kg) | 150 | 155 | 180 |
| Abfallverbrennung (%) | 39,7 | 33,40 | 32,60 |
| Abfallwiederverwertung (%) | 41,8 | 45,7 | 44,6 |
| Abfall auf Mülldeponie (%) | 17,8 | 19,6 | 21,4 |
| Abfallsonderbehandlung (%) | 0,7 | 1,3 | 1,4 |

## Papier

| | 2015 | 2014[1] | 2013[1] |
|---|---|---|---|
| Papierverbrauch gesamt (Tonnen) | 16 941 | 17 112 | 17 656 |
| Papierverbrauch pro Mitarbeiter (kg) | 119 | 121 | 125 |
| Recyclingpapier (%) | 34,5 | 40,4 | 32,4 |
| FSC-zertifiziertes Papier (%) | 38,5 | 41,7 | 29,3 |

## Reisen

| | 2015 | 2014[1] | 2013[1] |
|---|---|---|---|
| Reisen gesamt (km) | 908 442 250 | 901 101 104 | 906 429 552 |
| Reisen pro Mitarbeiter (km) | 6 399 | 6 349 | 6 430 |
| Straßenverkehr (%) | 47,6 | 50,2 | 48,8 |
| Flugverkehr (%) | 44,5 | 42,5 | 44,1 |
| Eisenbahnverkehr (%) | 7,9 | 7,3 | 7,1 |

1 Historische Daten der Jahre 2013 und 2014 wurden aufgrund von erheblicher Desinvestition im Jahr 2015 und Fehlerkorrekturen für 2013 und 2014 angepasst.

Geprüft (Unabhängiger Assurance-Bericht der KPMG, Seite 84).

## Mitarbeiter nach Ländern[1]

| | Stand 31. Dezember 2015 |
|---|---|
| Deutschland | 40 600 |
| Frankreich | 15 822 |
| USA | 8 133 |
| Großbritannien | 7 182 |
| Italien | 6 710 |
| Russland | 4 042 |
| Australien | 5 451 |
| Schweiz | – |
| Spanien | 3 525 |
| Österreich | 3 443 |
| Brasilien | 3 421 |
| Andere Länder | 44 130 |

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

## Mitarbeiter nach Geschlecht[1]

| | Stand 31. Dezember 2015 |
|---|---|
| Männer (%) | 47,6 |
| Frauen (%) | 52,4 |

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

## Beschäftigungsverhältnis[1]

| | 2015 | 2014 | 2013 |
|---|---|---|---|
| Fest angestellte Mitarbeiter (%) | 92,7 | 93,2 | 93,3 |
| Zeitlich befristet angestellte Mitarbeiter (%) | 7,3 | 6,8 | 6,7 |
| Vollzeitbeschäftigte (%) | 87,8 | 88,2 | 88,5 |
| Männlich (%) | 52,8 | 52,3 | 52,0 |
| Weiblich (%) | 47,2 | 47,7 | 48,0 |
| Teilzeitbeschäftigte (%) | 12,2 | 11,8 | 11,5 |
| Männlich (%) | 18,0 | 17,0 | 17,9 |
| Weiblich (%) | 82,0 | 83,0 | 82,1 |
| Trainees[2] (%) | 2,6 | 2,3 | 2,2 |

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, beispielsweise Auszubildende, Trainees, Praktikanten und Werkstudenten mit einer formalen Anstellung (zum Beispiel Mitarbeitervertrag oder Vereinbarungen mit einer Hochschule oder Universität).

## Mitarbeiterfluktuation

| | 2015 | 2014 | 2013 |
|---|---|---|---|
| Mitarbeiterfluktuationsrate (%) | 15,5 | 16,1 | 14,9 |
| Fluktuationsrate (Männer) (%) | 14,1 | 14,6 | 13,7 |
| Fluktuationsrate (Frauen) (%) | 16,8 | 17,4 | 15,8 |
| Fluktuationsrate nach Regionen (%) – Asien-Pazifik | 22,7 | 23,8 | 21,7 |
| Fluktuationsrate nach Regionen (%) – Osteuropa | 26,6 | 31,6 | 22,5 |
| Fluktuationsrate nach Regionen (%) – Deutschland | 6,5 | 6,5 | 6,8 |
| Fluktuationsrate nach Regionen (%) – Mittlerer Osten und Afrika | 15,5 | 5,4 | 10,2 |
| Fluktuationsrate nach Regionen (%) – Nordamerika | 22,9 | 13,6 | 11,0 |
| Fluktuationsrate nach Regionen (%) – Übriges Europa | 15,9 | 16,8 | 17,6 |
| Fluktuationsrate nach Regionen (%) – Südamerika | 13,1 | 14,9 | 14,4 |
| Neueinstellungen gesamt | 23 163 | 23 844 | 25 387 |
| Neueinstellungsrate auf Konzernebene (%) | 16,3 | 16,7 | 17,9 |
| Einstellungen gesamt (männlich) (%) | 45,5 | 44,1 | 43,4 |
| Einstellungen gesamt (weiblich) (%) | 54,5 | 55,9 | 56,6 |
| Einstellungen gesamt nach Regionen (%) – Asien-Pazifik | 28,5 | 25,6 | 24,4 |
| Einstellungen gesamt nach Regionen (%) – Osteuropa | 15,8 | 19,2 | 22,2 |
| Einstellungen gesamt nach Regionen (%) – Deutschland | 9,2 | 8,7 | 9,7 |
| Einstellungen gesamt nach Regionen (%) – Mittlerer Osten und Afrika | 26,6 | 30,3 | 19,2 |
| Einstellungen gesamt nach Regionen (%) – Nordamerika | 13,8 | 13,5 | 16,5 |
| Einstellungen gesamt nach Regionen (%) – Übriges Europa | 18,4 | 19,7 | 21,3 |
| Einstellungen gesamt nach Regionen (%) – Südamerika | 15,7 | 17,5 | 19,5 |

## Krankheitsbedingter Arbeitsausfall

| (durchschnittliche Tage pro Mitarbeiter)[1] | 2015 | 2014 | 2013 |
|---|---|---|---|
| Durchschnittliche Krankheitstage pro Mitarbeiter | 8,0 | 7,4 | 7,0 |
| Krankheitstage nach Regionen | | | |
| Asien-Pazifik | 3,7 | 3,9 | 3,5 |
| Osteuropa | 5,9 | 5,5 | 5,6 |
| Deutschland | 12,0 | 11,3 | 8,6 |
| Mittlerer Osten und Afrika | 3,2 | 4,0 | 4,0 |
| Nordamerika | 2,6 | 1,2 | 3,8 |
| Übriges Europa | 8,1 | 7,4 | 8,1 |
| Südamerika | 3,4 | 2,3 | 2,5 |

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

## Vielfalt

| Frauen in Führungspositionen[1] | 2015 | 2014 | 2013 |
|---|---|---|---|
| Weibliche Führungskräfte[2] (%) | 23,3 | 23,1 | 21,2 |
| Weibliche Manager[3] (%) | 36,8 | 36,2 | 35,5 |
| Anteil der Frauen (%) | 52,4 | 52,9 | 52,8 |
| In Führungspositionen vertretene Nationalitäten[4] | 61 | 62 | 57 |

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

2 Bezogen auf Frauen in sämtlichen Führungspositionen unterhalb der Vorstandsebene.

3 Bezogen auf Frauen, die funktional für anderes Personal verantwortlich sind, unabhängig von der Ebene, zum Beispiel Bereichs- und Abteilungsleiterinnen sowie Teamchefinnen.

4 Die Berechnungsgrundlage schließt alle Führungspositionen unterhalb der Vorstandsebene ein.

## Altersstruktur[1]

| | 2015 | 2014 | 2013 |
|---|---|---|---|
| 24 oder jünger (%) | 6,8 | 7,0 | 7,7 |
| 25–34 (%) | 27,7 | 27,5 | 27,5 |
| 35–44 (%) | 27,9 | 28,4 | 28,5 |
| 45–54 (%) | 25,3 | 25,4 | 25,2 |
| 55–64 (%) | 11,8 | 11,3 | 10,6 |
| 65 oder älter (%) | 0,5 | 0,4 | 0,5 |

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

## Fort- und Weiterbildung von Mitarbeitern[1]

| | 2015 | 2014 | 2013 |
|---|---|---|---|
| Fort- und Weiterbildungsausgaben gesamt (MIO €) | 85,3 | 91,4 | 85,7 |
| Fort- und Weiterbildungsausgaben pro Mitarbeiter (€) | 621 | 668 | 629 |
| Durchschnittliche Anzahl der Fort- und Weiterbildungstage | | | |
| Mitarbeiter | 2,8 | 3,0 | 3,0 |
| Manager | 3,1 | 3,0 | 3,2 |
| Anzahl der Mitarbeiter, die mindestens an einer Fort- oder Weiterbildung teilgenommen haben | | | |
| Mitarbeiter (%) | 68,7 | 63,8 | 67,1 |
| Manager (%) | 76,0 | 73,1 | 83,9 |

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

## My Finance Coach[1]

| | 2015 | 2014 | 2013 |
|---|---|---|---|
| Anzahl ehrenamtlicher Helfer bei der Allianz | 727 | 723 | 772 |
| Anzahl der erreichten Schulen | 308 | 306 | 304 |
| Anzahl der erreichten Menschen | | | |
| Anzahl der erreichten Schüler | 282 490 | 219 070 | 155 171 |
| Anzahl der erreichten Lehrer | 954 | 692 | 781 |

1 Die Zahlen beziehen sich nur auf Deutschland.

# Begleitende Erläuterungen – Umweltmanagement

Diese begleitenden Erläuterungen beziehen sich auf den $CO_2$-Fußabdruck des Allianz Konzerns, dargestellt in $CO_2$-Äquivalenten, und die Daten bezüglich der fünf globalen Kennzahlen für den Verbrauch von Ressourcen bzw. die Erzeugung von Abfall. Die Kennzahlen zum $CO_2$-Fußabdruck des Konzerns und die fünf Umweltindikatoren auf Konzernebene des Geschäftsjahres 2015 wurden von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft unabhängig geprüft.

## Berichterstattungsstandards

Unsere Umweltberichterstattung erfolgt grundsätzlich auf Basis der Sustainability Reporting Guidelines (G4) der Global Reporting Initiative. Der $CO_2$-Fußabdruck des Konzerns erfolgt in Anlehnung an das Greenhouse Gas 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 an, da dieser Bedürfnisse eines Finanzdienstleisters einbezieht. Unsere internen Richtlinien zur Umweltberichterstattung definieren darüber hinaus detaillierte Anweisungen zur Erhebung der Kennzahlen.

## Organisationsgrenzen

Zur Bestimmung der Organisationsgrenzen wendet die Allianz den im GHG-Protokoll definierten Ansatz operativer Kontrolle an. Operative Kontrolle ist gegeben, wenn die Allianz oder eine ihrer Gesellschaften über die volle Entscheidungsbefugnis bezüglich Einführung und Umsetzung von Regelwerken für den operativen Betrieb hat und somit die operative Kontrolle über die Gesellschaft besitzt. Die Emissionen aller Allianz Gesellschaften, die unter operativer Kontrolle der Allianz stehen, sowie die aller eigenen und geleasten Anlagen und Fahrzeuge des Unternehmens werden in unseren Umweltdaten erfasst. Wenn entsprechende Messungen oder 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 Gesellschaften, die ihrer operativen Kontrolle unterliegen. 2015 erreichten wir eine Abdeckung von 91,3 % aller Mitarbeiter. Der verbleibende Anteil wurde anhand von Durchschnittswerten des Allianz Konzerns für jede Kennzahl extrapoliert.

## Methodische Neuerungen

### 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. Die Auswirkungen der neuen Berichtspflichten für Emissionen nach Scope 2 des GHG-Protokolls wurden analysiert und vorbereitende Maßnahmen für ihre künftige Umsetzung getroffen. 2015 haben wir die lokalen Emissionsfaktoren für Strom und örtliche Fahrzeugflotten (wo vorhanden) aktualisiert, um die Datengenauigkeit weiterhin zu verbessern

Unsere Emissionsdaten beinhalten vorgelagerte Emissionen aus der Stromerzeugung mit erneuerbaren Energien und der Gewinnung fossiler Brennstoffe. Dies wurde bisher unter Scope 1 oder 2 erfasst und ist nun in Scope 3 enthalten.

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

### Neuerungen in der Datenabdeckung

Die Allianz unternimmt angemessene Anstrengungen, um relevante Umweltdaten von ihren Gesellschaften und deren Betrieb zu erheben. Gesellschaften, die mindestens ein volles Berichtsjahr Teil der Allianz waren, werden in der Umweltdatenermittlung und Berichterstattung erfasst. Auf Konzernebene wird die Anzahl der Mitarbeiter von Gesellschaften, die dieses Kriterium nicht erfüllen, aber für HR-Zwecke in der offiziellen, von Konzern-HR bereitgestellten Gesamtmitarbeiterzahl für das Berichtjahr enthalten sind, von dieser subtrahiert. Daraus ergibt sich die Gesamtzahl der Konzernangestellten für die Umweltberichterstattung, was eine 100-prozentige Erfassung bedeutet. 2015 wurden acht Einheiten im Geschäftsbericht der Allianz mit einer Gesamtzahl von 491 Angestellten erstmalig konsolidiert und lagen so außerhalb der Berichtsgrenze und wurden, wie unten beschrieben, ausgenommen. Diese Gesellschaften werden erstmals in den Umweltkennzahlen des Berichtsjahres 2016 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 % extrapoliert.

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

- Für Teile einer Gesellschaft werden die entsprechenden Durchschnittswerte der jeweiligen Gesellschaft verwendet.
- Für ganze Gesellschaften werden die entsprechenden Durchschnittswerte des Konzerns verwendet.

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

### Reporting Scopes

Die Allianz hat gemäß den Berichterstattungsstandards Methoden zur Ermittlung und Analyse von $CO_2$-Äquivalenten entwickelt, die in drei verschiedene Kategorien – sogenannte „Scopes" – unterteilt werden:

Scope 1 – Direkte Treibhausgasemissionen:
Emissionsquellen, die sich im Besitz der Allianz befinden oder ihrer Kontrolle unterliegen:

- Stationäre Verbrennung: Gas-und Ölheizungen, Notstromgeneratoren. Daten beruhen auf Zählerständen oder Rechnungsbeträgen (sofern jeweils verfügbar) sowie Schätzungen der Gesellschaften. Mobile Verbrennung: Im Besitz des Unternehmens befindliche Fahrzeuge. Daten beruhen auf Spesenabrechnungen (sofern verfügbar) oder Schätzungen der Gesellschaften.

Scope 2 – Indirekte Treibhausgasemissionen:
Emissionen, die durch den Verbrauch gekaufter Energie (Strom, Wärme oder Dampf) erzeugt werden.

- Strom: Büros und Rechenzentren. Daten beruhen auf Zählerständen oder Rechnungsbeträgen (sofern jeweils verfügbar) sowie Schätzungen der Gesellschaften.
- Fernwärme: Büros und Rechenzentren. Daten beruhen auf Zählerständen oder Rechnungsbeträgen (sofern jeweils verfügbar) sowie Schätzungen der Gesellschaften.

Scope 3 – Andere indirekte Treibhausgasemissionen:
Emissionen aus anderen Quellen, einschließlich Reisen, Wasser, Abfall, Papier und vorgelagerte Emissionen durch die Nutzung von Energie.

- Daten zu Geschäftsreisen umfassen nur Flug-, Bahn- und Autoreisen.
- Flugreisen: Unterteilung in Kurzstreckenflüge (< 500 km) und Langstreckenflüge (> 500 km); die Extrapolation der $CO_2$-Äquivalente erfolgt auf Basis der tatsächlich zurückgelegten Strecke und/oder auf Basis der Reisekosten. Die Emissionsfaktoren für Flugreisen berücksichtigen nicht den Strahlungsantrieb.
- Bahnreisen: die Berechnung der Emissionen durch Bahnreisen erfolgt auf Basis der tatsächlich zurückgelegten Strecke oder auf Basis der Reisekosten multipliziert mit dem jeweiligen $CO_2$-Umrechnungsfaktor.
- Autoreisen: die Berechnung der Emissionen durch Autoreisen erfolgt auf Basis der tatsächlich zurückgelegten Strecke oder auf Basis der Reisekosten multipliziert mit dem jeweiligen $CO_2$-Umrechnungsfaktor.
- Wasser, Abfall und Papier: Daten beruhen auf Zählerständen oder Rechnungsbeträgen (sofern jeweils verfügbar) sowie Schätzungen der Gesellschaften. Einzelheiten zu den drei verschiedenen Scopes und den jeweils zugeordneten Treibhausgasemissionen finden Sie unter Umweltmanagement und Umweltkennzahlen.
- Vorgelagerte Emissionen durch die Nutzung von Energie (Strom aus erneuerbaren Quellen und fossilen Brennstoffen) werden auf Basis von Zählerständen oder Rechnungsbeträgen (sofern jeweils verfügbar) sowie Schätzungen der Gesellschaften berechnet und mit dem jeweiligen $CO_2$-Umrechnungsfaktor multipliziert.

### Bilanzierung des $CO_2$-Fußabdrucks

Unsere Bilanzierung beruht auf $CO_2$-Äquivalenten (wo vorhanden), die universelle Maßeinheit für das globale Erderwärmungspotenzial jedes der sechs einzelnen Treibhausgase, ausgedrückt durch das globale Erwärmungspotenzial einer Einheit $CO_2$. Dies dient der Berechnung der Freisetzung (oder vermiedenen Freisetzung) verschiedener Treibhausgase in derselben Einheit. Die Quelle für das Erderwärmungspotenzial bildet der Vierte Sachstandsbericht des Zwischenstaatlichen Ausschusses für Klimaänderungen (Intergovernmental Panel on Climate Change – IPCC; Zeithorizont: 100 Jahre).

Unser $CO_2$-Fußabdruck beruht auf der Netto-Berechnungsmethode für $CO_2$, das heißt, wir verwenden die von unseren Lieferanten angegebenen vertraglichen Emissionsfaktoren. Der Gesamtbetrag der berichteten $CO_2$-Emissionen des Allianz Konzerns berücksichtigt bereits die Neutralisierungsaktivitäten von einigen unserer Gesellschaften.

Unser Referenzjahr für den $CO_2$-Fußabdruck ist 2006, da es das erste Berichtsjahr ist, für das globale Daten mit der erforderlichen Güte vorliegen.

Unser Referenzjahr für Energie ist 2010, da es das aktuellste Jahr ist, für das geprüfte Ist-Daten zum Zeitpunkt der Überprüfung der Konzernziele im Jahr 2011 vorlagen.

Zu den erneuerbaren Energien zählen Elektrizität aus Wasserkraft, Windparks, Solar- und Biomasseanlagen sowie auch Fernwärme und eigenproduzierte Energie aus erneuerbaren Quellen.

### Vergleichbarkeit

Entsprechend dem GHG-Protokoll sind historische Emissionen bei strukturellen oder methodischen Änderungen anzupassen, wenn solche Änderungen die ausgewiesenen Emissionen erheblich beeinflussen. Bei der Allianz gelten dazu folgende Schwellenwerte:

- Strukturelle Änderungen: 5 % pro Kennzahlenkategorie der Gesamtemissionen eines laufenden Jahres.
- Methodische Änderungen: 5 % auf Konzernebene oder 10 % auf Gesellschaftsebene pro Kennzahlenkategorie der Gesamtemissionen eines laufenden Jahres.
- Fehler: 5 % auf Konzernebene oder 10 % auf Gesellschaftsebene pro Kennzahlenkategorie.

Dies bedeutet, dass, wenn sich Gesamtbestände durch eine strukturelle Änderung um mindestens 5 % oder durch eine methodische Änderung oder die Summe von Fehlern um mindestens 5 % auf Konzernebene bzw. 10 % auf Gesellschaftsebene erhöhen oder verringern, die historischen Daten entsprechend rückwirkend anzupassen sind. Eine strukturelle Änderung, die den Gesamtbestand um weniger als 5 % nach oben oder unten verändert, wird nur prospektiv berücksichtigt.

So wurden historische Daten für 2010-2014 aufgrund von erheblicher Desinvestition im Jahr 2015 und Fehlerkorrekturen für 2013 und 2014 neu ausgewiesen.

### Klimaneutralität

Die Allianz ist seit 2012 klimaneutral. Hierfür investieren wir direkt in qualitativ hochwertige Klimaschutzprojekte, welche Emissionsrechte zur Neutralisierung unserer eigenen verbleibenden Emissionen generieren, anstatt diese einfach am Markt für $CO_2$-Produkte zu erwerben. 2015 haben wir 301 339 Zertifikate, die jeweils einer Tonne vermiedene $CO_2$-Emissionen entsprechen, aus unseren eigenen Projekten stillgelegt.

### Datenqualität

Wir werden weiterhin an der Verbesserung und Formalisierung unserer Systeme, Prozesse und internen Kontrollen für unsere Umweltberichterstattung sowohl auf Konzern- als auch auf Ebene unserer Gesellschaften 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.

Geprüft (Unabhängiger Assurance-Bericht der KPMG, Seite 84).

# Unabhängiger Assurance-Bericht

An den Vorstand der Allianz SE, München

Wir haben eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit hinsichtlich der qualitativen und quantitativen Angaben zur Umweltleistung, einschließlich der begleitenden Erläuterungen, sowie des Indikators Unternehmensspenden im Allianz Nachhaltigkeitsbericht 2015 (im Folgenden „Bericht") für das Geschäftsjahr 2015 der Allianz SE, München (im Folgenden „Allianz") durchgeführt.

Die im Umfang unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung enthaltenen ausgewählten qualitativen und quantitativen Nachhaltigkeitsangaben sind im Bericht mit dem folgenden Symbol kenntlich gemacht: ✓

## Verantwortlichkeit der gesetzlichen Vertreter für den Bericht

Die gesetzlichen Vertreter der Allianz sind für die Erstellung des Berichts in Übereinstimmung mit den in den G4 Sustainability Reporting Guidelines der Global Reporting Initiative genannten Prinzipen und Standardangaben zusammen mit internen Richtlinien, wie in den begleitenden Erläuterungen dargestellt (im Folgenden „Berichtskriterien"), verantwortlich.

Diese Verantwortlichkeit beinhaltet zum einen die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Erstellung des Berichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen qualitativen und quantitativen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen plausibel sind. Zum anderen beinhaltet die Verantwortlichkeit die Konzeption, Implementierung und Aufrechterhaltung von Systemen und Prozessen, um die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

## Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wir haben die Anforderungen an die Unabhängigkeit sowie weitere ethische Anforderungen des Verhaltenskodex für Berufsangehörige („Code of Ethics for Professional Accountants") des International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA-Kodex), der auf den fundamentalen Grundsätzen der Integrität, Objektivität, berufliche Kompetenz und erforderliche Sorgfalt, Verschwiegenheit sowie berufswürdiges Verhalten basiert, eingehalten.

Das Qualitätssicherungssystem der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft beruht auf dem International Standard on Quality Control 1 „Quality Control for Audit, Assurance and Related Service Practices" (ISQC 1) sowie ergänzend auf den nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen, insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer, sowie der gemeinsamen Stellungnahme der WPK (Wirtschaftsprüferkammer) und des IDW (Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland):

Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (VO 1/2006).

## Verantwortlichkeit des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Tätigkeiten und des in diesem Rahmen erhaltenen Materials eine Beurteilung der mit ✓ em folgenden Symbol gekennzeichneten ausgewählten qualitativen und quantitativen Nachhaltigkeitsangaben abzugeben: ✓

## Art und Umfang der betriebswirtschaftlichen Prüfung

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" sowie des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3410: „Assurance Engagements on Greenhouse Gas Statements", herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), durchgeführt. Danach haben wir die Berufspflichten einzuhalten und den Auftrag so zu planen und durchzuführen, dass mit einer begrenzten Sicherheit ausgeschlossen werden kann, dass die oben genannten Angaben in wesentlichen Belangen nicht in Überstimmung mit den vorgenannten Berichtskriterien aufgestellt worden sind. Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Dies beinhaltet die Beurteilung von Risiken

wesentlicher falscher Angaben im Bericht unter Einbezug der Berichtskriterien.

Im Rahmen unseres Auftrags haben wir bei der betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit unter anderem folgende Tätigkeiten durchgeführt:

- Eine Risikoeinschätzung, einschließlich einer Medienanalyse, zu relevanten Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung der Allianz in der Berichtsperiode.
- Einschätzung der Konzeption und der Implementierung von Systemen und Prozessen für die Ermittlung, Verarbeitung und Kontrolle der im Prüfungsumfang enthaltenen qualitativen und quantitativen Nachhaltigkeitsangaben, 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 verantwortlich sind, einschließlich der begleitenden Erläuterungen.
- Beurteilung interner und externer Dokumente, um zu bestimmen, ob die Nachhaltigkeitsangaben durch ausreichend Nachweise hinterlegt sind.
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends, welche zur Konsolidierung auf Konzernebene von allen operativen Einheiten gemeldet wurden.
- Standortbesuche in Bratislava (Slowakei), Mailand (Italien), Istanbul (Türkei) und Warschau (Polen) zur Beurteilung der lokalen Datenerhebungs- und Berichterstattungsprozesse sowie zur Beurteilung der Verlässlichkeit der berichteten Daten.
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der ausgewählten qualitativen und quantitativen Nachhaltigkeitsangaben, die im Prüfungsumfang enthalten sind.

## Ergebnis

Auf der Grundlage unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung und des in diesem Rahmen erhaltenen Materials sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die ausgewählten, mit dem Symbol ✓ gekennzeichneten qualitativen und quantitativen Nachhaltigkeitsangaben im Bericht für das Geschäftsjahr 2015 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien erstellt worden sind.

Dieser Assurance-Bericht wurde auf Grundlage eines Auftrags zur betriebswirtschaftlichen Prüfung der Allianz erstellt. Der Auftrag der betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit wurde für die Zwecke der Allianz durchgeführt und der Assurance-Bericht dient ausschließlich Informationszwecken der Allianz bezüglich der Ergebnisse des Auftrags. Der vorliegende Assurance-Bericht eignet sich nicht als (finanzielle) Entscheidungsgrundlage für Drittparteien jeglicher Art. Unsere Verantwortung besteht allein der Allianz gegenüber. Wir übernehmen keine Verantwortung gegenüber Drittparteien.

Düsseldorf, 29. Februar 2016

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Simone Fischer — ppa. Carmen Auer
Wirtschaftsprüferin

**Impressum**
Copyright © Allianz SE 2016

**Veröffentlicht durch**
Allianz SE
Group Communications and Corporate Responsibility
Königinstraße 28
80802 München
Deutschland
www.allianz.com/de/
sustainability@allianz.com

**Projektverantwortung**
Dr. Saskia Juretzek
Group Communications and Corporate Responsibility
Allianz SE

**Konzept und Produktion**
Radley Yeldar, London, UK
ry.com

**Design**
heinrich+gretchen GmbH
www.heinrichundgretchen.com

Wir möchten uns bei allen unseren Kollegen und Partnern bedanken, die zur Erstellung dieses Berichts beigetragen haben.

Veröffentlichungstag: 2. Mai 2016

**Vorbehalt bei Zukunftsaussagen**

Die Aussagen in diesem Dokument können die Zukunft betreffende Erwartungen oder andere Prognosen beinhalten, die auf den aktuellen Ansichten und Annahmen des Managements beruhen und mit bekannten und unbekannten Risiken und Ungewissheiten verbunden sind. Die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse können daher wesentlich von dem abweichen, was in den Aussagen geäußert oder impliziert wurde. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die Zukunftsaussagen zu aktualisieren.