

Unser Einsatz für eine nachhaltige Welt

Allianz SE

Nachhaltigkeitsbericht 2007 – Zusammenfassung

Allianz 

Inhalt

▶ Vorwort des Vorstandsvorsitzenden	2
▶ Ziele und Leistungen	3
▶ Leitvorstellungen für eine nachhaltige Entwicklung	6
▶ Umweltmanagement	7
▶ Unsere Umweltbilanz	8
▶ Klimawandel	10
▶ Mikroversicherungen	13
▶ Demografischer Wandel	15
▶ Nachhaltige Energieversorgung	17
▶ G3 Übersichtstabelle	19

▶ Um direkt zu den einzelnen Kapiteln zu gelangen, klicken Sie auf die Überschrift oder auf die Seitenzahl

▶ **Dieser Bericht ist eine Zusammenfassung. Der ausführliche Report ist auf unserer Internetseite zu finden.** Klicken Sie auf dieses Symbol, um zu weiteren Informationen und ergänzenden Internetseiten zu gelangen.

Als internationaler Finanzdienstleister verfügen wir über Kenntnisse und Erfahrungen, die Privatpersonen, Gemeinschaften oder Unternehmen helfen können, Risiken zu erkennen und sie zu begrenzen, ihre Vermögenswerte zu schützen und verantwortungsvoll in die Zukunft zu investieren. Wir sind davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit ein Teil unseres Geschäfts ist. Egal, ob es sich um Probleme des Klimawandels, der Demografie oder andere drängende, gesellschaftliche Fragen handelt. Um zu gewährleisten, dass wir dabei erfolgreich sind, müssen wir unsere Interessensparteien verstehen und auf ihre Bedürfnisse eingehen, und zwar so, dass unser Tun auf unser Geschäft und auf die Gesellschaft nachhaltig wirkt.

Im Internet berichten wir schon seit mehr als zehn Jahren über unser Engagement für eine nachhaltige Entwicklung. Dieses ist die dritte Zusammenfassung, die neben unserem fortlaufenden Einsatz auch über eine Reihe neuer Initiativen berichtet. Dazu zählen:

- Unsere Umweltbilanz
- Report gemäß der GRI G3 Indikatoren
- Nachhaltige Energieversorgung
- Vorwort des Vorstandsvorsitzenden
- Leitvorstellungen für eine nachhaltige Entwicklung

Highlights

- > Zum zweiten Mal in Folge als bestes Unternehmen im DJSI-Versicherungssektor ausgezeichnet
- > Partnerschaft mit dem WWF
- > Aufnahme in den Klimaindex des „Carbon-Disclosure-Project 5“
- ▶ *Allianz Knowledge-Seite*

↓ **20%**
Senkung der CO₂-Emissionen bis zum Jahr 2010
(ausgehend vom Stand im Jahr 2000)

€300–500m
Investitionen von 300 – 500 Millionen Euro in erneuerbare Energien von 2005 bis 2010

Vorwort des Vorstandsvorsitzenden

Ich heiÙe Sie auf dieser Seite willkommen. Hier berichten wir zum sechsten Mal über unsere Fortschritte bei der Nachhaltigkeit. Eine Umweltbilanz legen wir bereits seit 10 Jahren vor. Als internationaler Finanzdienstleister ist Nachhaltigkeit ein integraler Bestandteil unseres Geschäfts und unserer Werte. Sie entwickelt sich zunehmend zu einem Erfolgsfaktor von strategischer Bedeutung.



„Wir sind das führende Unternehmen im Versicherungssektor des Dow Jones Sustainability Index. Unsere Aktien sind in jedem dritten europäischen Fonds für sozial verantwortliche Investments“

Unser Nachhaltigkeits-Leitbild und unsere entsprechende Selbstverpflichtung wurden in diesem Jahr aktualisiert. Sie geben damit noch genauer wieder, welche Werte uns leiten und was die Erwartungshaltung unserer Interessensparteien ist. Diese waren wichtig, um unsere Nachhaltigkeitsinitiativen noch genauer auf Herausforderungen und Chancen zu lenken. Von diesen Änderungen unberührt ist unsere Hinwendung zum Kunden. Nach wie vor wollen wir Kundenzufriedenheit und -treue steigern. Zentral ist hier unsere groß angelegte Kundenfokus-Initiative, in der es um hervorragende Produkt- und Servicequalität geht. Sie wird inzwischen in 37 Tochtergesellschaften umgesetzt. In den letzten Monaten brachten wir eine Reihe „grüner Produkte“ auf den Markt. In Deutschland, Österreich und in Großbritannien bieten wir klimafreundliche Autoversicherungen an; in Deutschland darüber hinaus auch Hypotheken für besonders klima- und umweltschonende Eigenheime. In den USA sind wir mit einer Versicherung für Häuser, die als energieeffizient zertifiziert wurden, präsent. Außerdem emittierten wir eine Anleihe, deren Wertentwicklung an einen Öko-Index gekoppelt ist. In diesem Index werden Unternehmen mit einer verantwortungsvollen Umweltpolitik geführt.

Um im Urteil unserer Kunden ausgezeichnet abzuschneiden, müssen wir unseren Klienten den höchsten Gegenwert für ihr Geld bieten. Um dies zu gewährleisten war es unvermeidlich Arbeitsplätze abzubauen. Die Entscheidung dazu ist uns nicht leicht gefallen. So bedauerlich es ist, dass die Restrukturierung mit diesen Begleiterscheinungen verbunden ist, so überzeugt sind wir, dass diese schwierigen Änderungen notwendig sind, um auch in Zukunft nachhaltig und wettbewerbsfähig zu sein.

Unverändert setzen wir uns für die Verwirklichung der zehn Global-Compact-Prinzipien der Vereinten Nationen ein. Sie fordern eine Unternehmenspraxis, die in sozialer und ökologischer Hinsicht nachhaltig wirkt, und zwar international. Auf diesem Weg haben wir bereits erhebliche Fortschritte gemacht. Im Dow Jones Sustainability Index sind wir die Nummer eins im Versicherungssektor. Unsere Aktie wird von jedem dritten europäischen SRI-Fonds (SRI = Socially Responsible Investment) geführt. Im Rahmen unserer Klimastrategie haben wir uns vorgenommen, bis 2012 unseren CO₂-Ausstoß um 20 Prozent zu verringern. Bis 2010 wollen wir über 300 Millionen Euro in erneuerbare Energien investieren; schon jetzt sind 150 Millionen Euro in deutsche und italienische Windparks angelegt.

Was sind die nächsten Wegmarken? Besonders stolz bin ich darauf, dass wir mit der Climate Solutions GmbH eine Strategiegruppe zusammengestellt haben. Unser Kooperationspartner bei Klimainitiativen und bei entsprechender Forschung ist der World Wide Fund for Nature. Wir hoffen, dass es uns gelingt, über die erstmalige Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts für Mitarbeiter im Herbst 2007 das Engagement unserer Mitarbeiter weiter zu steigern.

Als international führender Finanzdienstleister, bewerten wir Herausforderungen wie den Klimawandel als Trends, die Geschäftschancen öffnen, wenn wir mit Verantwortung an sie herangehen. Ich hoffe, dass Ihnen die Lektüre dieser Web-Seiten ein deutlicheres Bild von der Allianz als Ganzes vermittelt und von unserem Einsatz für eine nachhaltige Entwicklung.

Michael Diekmann

M

Michael Diekmann

Michael Diekmann
Vorstandsvorsitzender



Auszeichnungen

Auf dem Weg zu unseren Zielen wird unser Engagement auch extern anerkannt. Unter den aktuellen Auszeichnungen sind:

- > **FT's Emissionshändler des Jahres 2006**
Dresdner Bank
- > **Felix Burda Preis 2007**
Allianz SE
- > **Service Quality Award**
Allianz Leben Indonesien

Ziele und Leistungen ▶

Ein wichtiger Indikator, um den Erfolg unserer Arbeit bewerten zu können, ist der konstante Abgleich mit unseren selbst gesteckten Zielen. Unsere Einbindung in verschiedene externe Initiativen – und auch die Auszeichnungen, die wir erhalten – helfen uns dabei, unsere Leistungen richtig einschätzen und bewerten zu können. Wir setzen uns stets neue Ziele und arbeiten stetig an der Verbesserung unserer Leistungen in diesem Bereich.

Zentrale Erfolge

- Im zweiten Jahr in Folge führend im DJSI-Versicherungssektor
- Veröffentlichung des ersten **Mitarbeiter-Nachhaltigkeitsberichts**
- Zusammenarbeit mit dem WWF, um Klimafragen in unsere unternehmerischen Entscheidungen zu integrieren
- Gründung der **Climate Solutions GmbH** und Umsetzung des Allianz Aktionsplans „Klimawandel“
- Relaunch des Diskussionsforums für nachhaltige Entwicklung: **Allianz Knowledge Webseite** ▶
- 37 operative Einheiten, die insgesamt 80 Prozent der gezeichneten Bruttoprämien der Allianz repräsentieren, setzen bereits die Vorgaben der **Customer Focus-Initiative** um
- Veröffentlichung von Länderberichten zum Klimawandel in den USA und Russland
- Entwicklung von Produkten, die speziell auf den Klimawandel und den demografischen Wandel zugeschnitten sind

Externe Bewertungen



Führend im Versicherungssektor 2006 und 2007



FTSE4Good

Teilnehmer seit 2002



C Bewertung



Im Advanced Sustainable Performance Index gelistet

CARBON DISCLOSURE PROJECT

Aufnahme in den CDP5 Klimaindex

Ziele: Fortschritte 2007 und Zielsetzungen für das Jahr 2008

	Ziel 2007	Status	Ziel 2008
Leistung	Führend in Sachen nachhaltiger Entwicklung werden	DJSI: Führend im Versicherungssektor 2006 und 2007	Führende Position im Versicherungssektor beibehalten
		FTSE4Good: Teilnehmer	
Nachhaltige Berichterstattung	Bericht anhand der GRI G3 Richtlinien	Abgeschlossen – B-Rating	Externe Bestätigung
Klimawandel	Entwicklung eines Klimawandel-Strategie-Plans	Strategie ratifiziert	
	Erfüllung des Allianz Aktionsplans „Klimawandel“: – Einbindung der Abteilungen – 20% Reduzierung der CO ₂ -Emissionen bis zum Jahr 2012 (ausgehend vom Jahre 2000) – Produktinnovationen einführen (in den Bereichen Versicherungen und Investments) und das Risikomanagement anpassen	Umsetzung läuft – Gründung der Allianz Climate Solutions GmbH – Erstellen eines Arbeitsplans für ein globales Umweltmanagement System – Kooperation mit dem WWF – damit der Finanzsektor verstärkt den Klimawandel adressiert	Entwicklung eines neuen klimarelevanten Versicherungs- und Bankproduktes Fortsetzung des Einsatzes, die CO ₂ -Emissionen bis zum Jahr 2012 um 20% zu reduzieren Fortsetzung der Zusammenarbeit mit dem WWF
Unsere Umweltbilanz und das Umweltmanagement System	Den Energieverbrauch reduzieren und effizienter gestalten	Läuft	Verbesserung des EMS – Einbindung von 80% der Mitarbeiter weltweit
	Einheitliche Umweltleitlinien für die gesamte Allianz Gruppe erarbeiten	In Arbeit – wird im Dezember 2007 abgeschlossen	
Nachhaltiges Investment	300 bis 500 Millionen Euro in erneuerbare Energien investieren – von 2005 bis 2010	Ein Drittel des bereitgestellten Betrags wurde bereits in Projekte in Italien und Deutschland investiert	Fortsetzung der Investitionen in erneuerbare Energien
	Erfolgreiche Gründung des EcoTrend-Fonds	Der Fonds umfasst bereits 938 Millionen Britische Pfund	Steigerung der Socially Responsible Investments von 0,42% auf 1,0% der Gesamtinvestitionen
Demografischer Wandel	Entwicklung von Initiativen und Programmen, um dem demografischen Wandel entgegenzutreten zu können	Abgeschlossene Studien: – „Demografie – ein globaler Trend“ Von: Allianz Global Investors – Studie über Rentensysteme. Von: Allianz Dresdner Management (ADAM)	Weitere Kontrolle und Einbindung der Ergebnisse in unsere Strategie
	Entwicklung von neuen Produkten und Dienstleistungen	Entwicklung mehrerer neuer Produkte und Dienstleistungen abgeschlossen (zum Beispiel die „Enkelpolice“) Globaler Aktienfond: „Demographic Trends“ (AGI) Gründung eines neuen Unternehmens: AMIS – mit der Kernkompetenz im Segment der Renteneinkünfte	Weitere Produktentwicklung

mehr

Ziele: Fortschritte 2007 und Zielsetzungen für das Jahr 2008

mehr			
	Ziel 2007	Status	Ziel 2008
Mikroversicherungen	Indonesien – Einführung einer Mikroversicherungspolice	Indonesien – 30.000 Versicherte in dem Programm	Indonesien – 50.000 Versicherungsnehmer erreichen und Entwicklung neuer Produkte
	Indien – 200.000 Inhaber einer Mikroversicherungspolice	Indien – Einführung von drei neuen Produkten	Indien – Neue Produkte entwickeln und den Kundenstamm erweitern
	Ägypten – Entwicklung von Mikroversicherungen	Ägypten – 30.000 Versicherte in dem Programm	Ägypten – Erweiterung des Programms und eventuelle Ausdehnung auf weitere afrikanische Länder
Gesellschaftliches Engagement	Relaunch der Knowledge-Webseite	Erreicht	Einführung eines globalen Programms für das Engagement unserer Mitarbeiter
	Klimawandel: Stakeholder-Workshop in Zusammenarbeit mit dem WWF	Umfassende Zusammenarbeit mit dem WWF, um Möglichkeiten und Gefahren des Klimawandels für den Finanzsektor zu evaluieren	Fortsetzung der Allianz/WWF-Kooperation
	Kundenerhebung: Unser Einsatz im Jahr 2007	Läuft	Den Ergebnissen entsprechend reagieren
	Allianz Umweltstiftung – jährliche „Benediktbeurer Gespräche“ (seit 1997)	Erreicht	Fortsetzung der jährlichen „Benediktbeurer Gespräche“
Mitarbeiter	Entwicklung einer Kommunikationsstrategie, um das interne Bewusstsein für eine nachhaltige Entwicklung zu stärken	Läuft	Entwicklung von KPIs für Mitarbeiterengagement, Feedback, Motivation und Diversität
	Veröffentlichung eines Mitarbeiter-Berichts	Mitarbeiter-Nachhaltigkeits-Bericht: Veröffentlichung Anfang 2008	
Kundenverantwortung	Führend in Kundenloyalität bis 2010	37 OEs, die für 80% der Allianz GWP stehen, wenden die Kunden-Fokus-Instrumente an	Weiter auf das Ziel 2010 hinarbeiten
	Internet: Net Promoter Score über dem Marktdurchschnitt		
Lieferkette	Gruppe: Neue ökologische Richtlinien für Lieferanten	Läuft	Abschließen
	USA: Entwicklung einer ökologischen Beschaffungs-Richtlinie	Läuft	Abschließen

Leitvorstellungen für eine nachhaltige Entwicklung ▶

Unsere Leitvorstellungen für eine nachhaltige Entwicklung sind zentrale Bestandteile der Unternehmensführung. Diese Vorstellungen beeinflussen die Vision unseres Geschäfts. Und sie verdeutlichen unsere Werte und Ziele einer nachhaltiger Entwicklung. Wie etwa unseren Verhaltenskodex, dem alle unsere Mitarbeiter folgen. Aber auch die Prinzipien nachhaltiger Entwicklung und nicht zuletzt unsere Risikostrategie, die uns dabei unterstützt, unsere Werte zu wahren und Ziele zu erreichen.

Unsere Werte

Bei der Allianz streben wir nach außergewöhnlichen finanziellen Erfolgen – fühlen uns aber auch einem Wachstum verpflichtet, das ökonomische Ziele mit einer ökologischen und sozialen Verantwortung in Einklang bringt, um so eine nachhaltig bessere Welt zu gestalten.

Unsere Leitbilder

Wissen ist der Schlüssel zu einem besseren Verständnis und Management von Risiken.

Wir werden weiterhin proaktiv die Wahrnehmung und das Wissen von nachhaltigen ökonomischen, sozialen und ökologischen Entwicklungen schärfen und vorantreiben. Schon jetzt werden diese Werte in unsere Risikomanagementabläufe und in die Entwicklung innovativer Versicherungs- und Finanzprodukte integriert.

Zusammenarbeit und Dialog sind die Schlüssel zu innovativen Lösungen.

Wir werden die Kooperationen mit unserem Netzwerk nichtstaatlicher Organisationen weiter ausbauen und den Dialog mit unseren Kunden intensivieren – um gemeinsam neue und verbesserte Angebote entwickeln zu können.

Unsere Prämien, Investments und unser Kapital stehen für finanzielle Stärke.

Wir schützen unsere Kunden vor finanziellen Risiken und möglichen Verlusten. Daher agieren wir auch als Vermittler von technologischen Innovationen und wirtschaftlichem Wachstum. Mit unseren finanziellen Möglichkeiten geht auch die Verantwortung einher, Antworten auf gesellschaftliche Veränderungen wie den demografischen Wandel, Armut oder Umweltgefahren zu liefern.

Vertrauen und Treue unserer Kunden sind die Grundlage unseres Erfolgs.

Beides ist von unschätzbarem Wert für das langfristige Wachstum der Allianz. Die Basis hierfür ist das persönliche Verhalten und die Kompetenz unserer Mitarbeiter. Unser Verhaltenskodex und unsere Leadership Values helfen unseren Mitarbeitern, dieses hohe Niveau an Zuverlässigkeit zu erreichen.

Unser Verhaltenskodex ▶

Der Verhaltenskodex für Geschäftsethik liefert die grundlegenden Standards für unsere Mitarbeiter. Er soll ihnen helfen, Situationen zu meistern, in denen unsere Integrität gefragt ist. Zu den insgesamt 22 Grundsätzen gehören unter anderem:

- > Redliche und regelgetreue Führung der Geschäfte
- > Niemand wird diskriminiert
- > Korruption oder Bestechung wird in keinerlei Form akzeptiert
- > Wir schützen das Gruppenvermögen und natürliche Ressourcen
- > Wir akzeptieren und gewähren Geschenke und andere Vergünstigungen nur unter Beachtung strenger Vorschriften
- > Wir pflegen eine transparente Kommunikation – sowohl intern als auch extern
- > Wir gehen verantwortungsbewusst und gesetzestreu mit Beschwerden um
- > Wir verhindern Geldwäsche und die Finanzierung terroristischer Aktivitäten, sowie alle anderen illegalen Aktivitäten
- > Wir verhalten uns auch innerhalb des Unternehmens ethisch korrekt
- > Bei Verdachtsmomenten gegen unsere Mitarbeiter schützen wir diese – bis ein Fehlverhalten zweifelsfrei nachgewiesen ist
- > Wir versuchen Interessenskonflikte mit Kunden und Geschäftspartnern früh zu erkennen und fair zu handhaben

Umweltmanagement

Um die Spuren, die wir unserer Umwelt hinterlassen, so gering wie möglich zu halten, haben wir ein Umweltmanagement Programm eingerichtet, das wir ständig weiter verbessern. Denn je mehr unser Verständnis von ökologischen Risiken wächst, desto bedeutender wird auch unser Engagement für die Umwelt. Die 1990 gegründete Allianz Umweltstiftung war eine unserer ersten Initiativen, mit der wir unser Umweltmanagement verbesserten. Seitdem suchen wir ständig nach weiteren Möglichkeiten, wie wir die negativen Auswirkungen auf die Umwelt reduzieren können.

Unser Umweltmanagement System (UMS) erlaubt eine systematische Kontrolle unserer Umweltbelastungen. Auf diesem Weg können wir sowohl unsere Umweltbelastungen verringern, aber auch kosteneffizienter arbeiten. Im Umweltmanagement System sind bisher etwa 102.000 Mitarbeiter erfasst – das entspricht rund 61 Prozent unserer gesamten Mitarbeiter. Darunter fallen auch Mitarbeiter in den größten Konzernniederlassungen in Deutschland, Italien, Frankreich, Großbritannien und den USA. Für das Jahr 2008 haben wir es uns zum Ziel gesetzt, 80 Prozent unserer Mitarbeiter im Umweltmanagement System zu erfassen.

Ziel	Status	Voraussichtlicher Abschluss
Entwicklung eines konzernweiten Umweltnetzwerkes, um sich auf gemeinsame Prinzipien des UMS zu verständigen	Umsetzung läuft	Dezember 2007
Einrichtung einer neuen UMS Teamstruktur	Freigabe durch den Vorstand erwartet	Dezember 2007
Erfassung der ökologischen Daten von 80 Prozent aller Mitarbeiter im gesamten Konzern	Umsetzung läuft	Dezember 2007
Ressourcenverbrauch minimieren	Umsetzung läuft	Umsetzung läuft
Reduzierung der CO ₂ -Emissionen bis zum Jahr 2012 um 20%*	Umsetzung läuft	2012

* ausgehend vom Stand im Jahre 2000

Unser Umweltmanagement System

- > Wir haben ein Umwelt Management Programm entwickelt, das wir ständig verbessern – denn je mehr unser Verständnis von ökologischen Risiken wächst, desto bedeutender wird auch unser Engagement für die Umwelt.
- > Im Umweltmanagement System sind bisher etwa 102.000 Mitarbeiter erfasst, das entspricht rund 61 Prozent unserer Angestellten – darunter auch unsere Mitarbeiter in den größten Konzernniederlassungen in Deutschland, Italien, Frankreich, Großbritannien und den USA.





Fakten

- > Eine Umweltbilanz zeigt die Auswirkungen, die eine Organisation auf die Umwelt hat
- > Unsere CO₂-Bilanz: 625.000 Tonnen im Jahr 2006. Das entspricht 3754 kg CO₂ pro Mitarbeiter
- > 5,1% unserer Emissionen resultieren aus dem Flugverkehr – der wiederum 34% unseres gesamten Geschäftsverkehrs ausmacht
- > Unser Ziel ist es, die CO₂-Emissionen bis 2012 um 20% zu senken (ausgehend vom Jahr 2000)

Unsere Umweltbilanz

Wir sind der Überzeugung, dass Unternehmen eine Verantwortung für die ökologischen Folgen ihrer Arbeit haben. Unser Ziel ist es, unsere Umweltbelastungen zu minimieren. Um darüber Rechenschaft abzulegen, veröffentlichen wir die Umweltbilanz unseres Unternehmens. Unser Umweltmanagement System sorgt dafür, dass wir unseren Energieverbrauch messen und modifizieren können, ebenso den Verbrauch an Ressourcen, sowie direkte und indirekte CO₂-Emissionen. Das System umfasst alle größeren Unternehmen der Allianz-Gruppe.

Die Umweltbilanz der Allianz

Da wir keine klassischen industriellen Aktivitäten haben, resultiert unser Einfluss auf die Umwelt weitgehend vom Energieverbrauch an unseren Standorten sowie von Geschäftsreisen. Heizen und Stromkosten machen einen Anteil von 75,8% unserer CO₂-Emissionen aus. Die Geschäftsreisen weitere 16,5%. Alles in allem deckt die Umweltbilanz folgende Faktoren ab:

Energie – Unser Energieverbrauch resultiert weitgehend durch die Unterhaltung unserer Dependancen – durch Licht, Heizungen, Klimaanlage und den Energieverbrauch unserer IT-Infrastruktur.

Erneuerbare Energien und Sekundärnutzung machen bei dem verbrauchten Strom ungefähr einen Anteil von 1,5% aus. 2006 verbrauchte jeder Allianz-Mitarbeiter im Durchschnitt 9724 kWh Energie. Das entspricht einer Zunahme von 4% im Vergleich zum Vorjahr – ein Anstieg der vor allem daraus resultiert, dass durch die Zusammenlegung von Rechenzentren der Verbrauch der schweizer und österreichischen Konzerneinheiten erstmals in unser Managementsystem eingeflossen ist.

Reisen – Geschäftsreisen machen einen Großteil unseres CO₂-Ausstoßes aus. 2006 legten unsere Mitarbeiter für Geschäftsreisen insgesamt eine Strecke von 716.852.110 Kilometer zurück. Hierbei nutzten sie zu 34% den Flugverkehr, zu 52% den Automobilverkehr und zu 14% den Bahnverkehr.

Papier – Obwohl unser Papierverbrauch in den letzten Jahren stetig abnahm – um 16,5% allein im Jahr 2006 – ist unser Anteil an recyceltem Papier mit 10,3% immer noch gering.

Wasser – 2006 verbrauchte jeder Mitarbeiter im Durchschnitt 17.990 Liter Wasser. Das entspricht einer Zunahme von 5,7% im Vergleich zum Vorjahr. Das resultiert weitgehend aus einer technischen Umstellung des Kühlungssystems unseres Rechenzentrums in Deutschland. So verbrauchten wir hier mehr Wasser – konnten dafür jedoch den Stromverbrauch auf möglichst geringem Stand halten.


Abfall – 2006 ergab eine Menge von 282 Kilogramm Abfall pro Mitarbeiter. Davon wurden 80% recycelt. Die Abfallmenge pro Mitarbeiter nahm insgesamt um 14,3% ab.

Lieferkette – Die Unternehmen der Allianz in Deutschland folgen ökologischen Richtlinien für die Beschaffung von Material – diesem Beispiel folgen viele andere Unternehmen der Allianz Gruppe mit dem Ziel ökologisches Management auch innerhalb der Lieferkette zu verbessern.

 **-14,3%**








Senkung des
Abfallvolumens pro
Mitarbeiter seit 2005

Unsere Umweltbilanz

 **-4,7%**
CO₂-Emissionen
seit 2005

 **-16,5%**
Papierverbrauch
seit 2005

* Die Abnahme der CO₂-Emissionen beruht zum Teil auf einen speziellen emissionsarmen Energiemix bei ADAG, RAS und Allianz Cornhill. Wir haben die Berechnungsgrundlage für Geschäftsreisen an das GHG Protokoll des World Business Council For Sustainable Development angepasst. Diese Modifikationen wurden nötig, um eine Vergleichbarkeit mit anderen, auch international agierenden Finanzdienstleistern zu gewährleisten.

	Wert insgesamt	Wert pro Mitarbeiter	Tendenz (seit 2005)
CO₂-Emissionen	625.500 Tonnen – 9% direkte Emissionen (Verbrauch fossiler Brennstoffe in unseren Betrieben) – 67% indirekte Emissionen durch Heizen und Elektrizität – 24% weitere indirekte Emissionen durch Geschäftsreisen, Verbrauch von Papier, Trinkwasser – Müllentsorgung	3754 kg CO ₂ *	-4,7% 
Energieverbrauch	1,6 Millionen MWh – 16,6% Fossile Brennstoffe, – 1,5% Wärmerückkopplung und regenerative Energie – 62,2% Strom – 19,7% Fernwärme	9724 kWh	+4% 
Recyclingpapier	3520 Tonnen – 10,3% des gesamten Papierverbrauchs	21 kg	+0,3% 
Papierverbrauch	34.000 Tonnen	204 kg	-16,5% 
Wasserverbrauch	3 Millionen m³	17.990 Liter	+5,7% 
Abfall	47.000 Tonnen – 80% recycelt – 19% thermisch behandelt – 1% Deponieablagerung	282 kg	-14,3% 
Reisen	716.852.000 km – 34% Flugreisen – 14% Bahnreisen – 52% Automobilreisen	4302 km	+3,8% 

Verbesserung der Umweltbilanz

Relevante ökologische Zusammenhänge zu erkennen, ist ein wichtiger Schritt – bedeutet aber wenig, solange wir diese Informationen nicht auch nutzen, um unser Verhalten zu verbessern. Unsere Aufgabe und unser Vorsatz ist es, zu gewährleisten, dass diese Erkenntnisse auch effektiv umgesetzt werden. Während einige dieser Änderungen Top-Down angestoßen werden – also von der Unternehmensleitung an die Mitarbeiter – ermuntern wir andererseits auch unsere Abteilungen, eigene Initiativen zu starten. So sorgt zum Beispiel seit 2006 eine Solaranlage auf unserem Maarweg Center in Köln für umweltfreundliche Energie. Insgesamt 576 Solarelemente wurden auf einem 715 Quadratmeter großen Dach installiert – so werden rund 90.000 kWh Energie produziert, das entspricht dem jährlichen Stromverbrauch von 30 Haushalten.

Um den Verbrauch in den Büros zu reduzieren, hat das französische Tochterunternehmen AGF 5000 Drucker, Fotokopierer und Faxmaschinen durch 1500 Multifunktionsgeräte ersetzt. AGF rechnet mit einer massiven Reduzierung des Papierverbrauchs, da die neuen Geräte Papier beidseitig bedrucken können.

Seit Inbetriebnahme des Allianz-Standorts in Unterföhring wurden mehr als 100 Millionen Liter Trinkwasser gespart – durch hochmoderne Regenwasser-Nutzung. Ein Photovoltaikanlage hat zudem rund 113.000 kg CO₂-Emissionen einsparen können. Durch Wärmerückkopplung konnten weiter 83.400.000 kWh Energie und 19.000.000 kg CO₂ eingespart werden.

Um unsere CO₂-Bilanz weiterhin verbessern zu können, müssen wir sowohl innovativ als auch realistisch denken. Natürlich müssen unsere Büros ausreichend beleuchtet und temperiert sein. Unsere Mitarbeiter werden auch weiterhin reisen müssen. Aber es gibt immer Möglichkeiten, die Folgen dieser und anderer Aktivitäten zu reduzieren – für die Umwelt. Dazu muss das Wissen transferiert werden – eine ganz zentrale Aufgabe. Sowohl das Intranet der Allianz als auch ein gesondertes Kommunikationsprogramm im Jahr 2007 soll das Bewusstsein der Mitarbeiter für Umweltfragen schärfen. Unser erster Mitarbeiter-Nachhaltigkeitsbericht soll zeigen, wie jeder einzelne seinen persönlichen Beitrag zum Bekämpfen des Klimawandels leisten kann.

Errechnen Sie Ihre eigene Umweltbilanz unter:

 <http://footprint.wwf.org.uk>


Relevante Sachverhalte zu erkennen, ist ein wichtiger Schritt – bedeutet aber wenig, solange wir diese Informationen nicht nutzen um unser Verhalten zu verbessern.

2006 wurden in Unterföhring 11,9 Millionen Liter Trinkwasser gespart – dank hochmoderner Regenwasser-Anlagen.

Klimawandel

Die Temperaturen steigen, die Gletscher schmelzen immer schneller und Süßwasser wird in vielen Teilen der Erde zu einem knappen Gut. Der Klimawandel ist Realität. Als internationaler Finanzdienstleister sehen wir es als unsere Pflicht an, unseren Kunden potenzielle Gefahren des Klimawandels aufzuzeigen, aber uns auch die Chancen zu Eigen zu machen – wie zum Beispiel die Fortschritte bei der Nutzung erneuerbarer Energien. Um dieses Ziel zu erreichen und um die Risiken des Klimawandels besser verstehen zu können, haben wir intensive Untersuchungen durchgeführt. Unser Ziel ist es, zum Vordenker bei der Bewältigung der Probleme des Klimawandels zu werden – und die besten Produkte dafür bereit zu stellen.

Unsere langfristige Strategie in Bezug auf Risiken und Chancen des Klimawandels



Mai 2007
Allianz Climate Solutions Gegründet von der Geschäftsleitung, um dem Kunden „grüne“ Produkte und Dienstleistungen anbieten zu können
Januar 2006
Klimastrategie Entwickelt, um einen Rahmen und erste konkrete Schritte gegen den Klimawandel zu erarbeiten
Oktober 2005
Allianz Klimagruppe Gegründet, um aktuelle Lösungsansätze zu koordinieren und initiieren

Der Klimawandel – Unsere Strategie

Unsere Strategie baut zunächst auf dem Ansatz auf, unsere globale Wirtschaft auf Technologien umzustellen, die mit besonders geringen CO₂-Emissionen auskommen. Die Strategie zielt auf folgende Gebiete:

1. Unsere CO₂-Emissionen bis zum Jahr 2012 um 20% reduzieren*

Wir analysieren und verbessern unsere Umweltbilanz durch unser Umweltmanagementsystem – mit dem 80% unserer Mitarbeiter erfasst werden.

2. Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen

Im Mai 2007 haben wir die Allianz Climate Solutions GmbH gegründet (eine hundertprozentige Tochter der Allianz), um auf den Klimawandel zugeschnittene Produkte entwickeln zu können.

3. Risikomanagement

Risiken, die durch den Klimawandel entstehen, werden in den Richtlinien der Geschäftsführung, aber auch in jedem einzelnen Geschäftsfeld berücksichtigt (Banken, Versicherungen und Vermögensverwaltung).

4. Forschung

Wir werden auch weiterhin unseren Beitrag für die Erforschung und Analyse des Klimawandels leisten. Wir haben uns bereits mit dem WWF zusammengeschlossen, um die Forschung voranzutreiben und einen gemeinsame Strategie entwickeln zu können. Unsere letzten Studien beinhalten Analysen der Klimarisiken von Ländern wie Russland oder der USA.

5. Kommunikation

Wir nehmen an verschiedenen internationalen Klima-Initiativen teil, darunter die „Climate Group“ und der „Global Roundtable on Climate Change“. Zur Zeit leiten wir die „UNEP FI Climate Change Working Group“. Durch die Kooperationen können wir lernen, wachsen – und die Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung gestalten und vorantreiben.

* ausgehend vom Jahr 2000

Zentrale Erfolge und weitere Ziele

- > Kooperation im Klimaschutz mit dem WWF
- > Aufnahme in den „Carbon Disclosure Project5 Climate Index“
- > Reduzierung des CO₂-Ausstoßes um 20% (ausgehend vom Jahr 2000)
- > Allianz Climate Solutions GmbH (eine hundertprozentige Tochter) – um Produkte zu entwickeln, die speziell auf den Klimawandel zugeschnitten sind
- > Das Umweltmanagementsystem soll bis 2008 80% der Mitarbeiter einbinden



40%

aller Versicherungsfälle gehen auf Naturkatastrophen wie Stürme und Flut zurück.

Die Finanzwirtschaft spielt eine zentrale Rolle, wenn es darum geht, die Folgen des Klimawandels in Schranken zu halten und neue, saubere und CO₂-neutrale Energien zu unterstützen.

Risiken meiden – Chancen nutzen

Klimawandel und nachhaltiges Versicherungswesen

Der Versicherungssektor muss neue Risiken realistisch bewerten. Deshalb verlässt man sich immer weniger auf die einseitige Analyse historischer Daten und bezieht mehr und mehr künftige Risiken durch lokale Wetterphänomene oder Änderungen des globalen Klimas ein. Derzeit sind 40% der Versicherungsfälle auf Naturkatastrophen wie Stürme und Flut zurückzuführen. Die Versicherungen können aus dieser Entwicklung unterschiedliche Schlüsse ziehen: Zum einen werden die Versicherungsbeiträge in Gegenden steigen, die besonders durch Wetterrisiken gefährdet sind. Zum anderen wird man auf die höhere Nachfrage nach Produkten reagieren müssen, die speziell auf die Folgen des Klimawandels zugeschnitten sind. Eine unserer Hauptbemühungen auf diesem Sektor ist es, unsere Methoden zur Risikoeinschätzung zu verfeinern, um etwa CO₂-Emittenten in die Pflicht zu nehmen und sorgfältige Prüfungsprozesse zu entwickeln.

Klimawandel und nachhaltiges Bankwesen

Auch Banken müssen auf den Klimawandel reagieren – zum einen müssen die neuen Gefahren in das Rückzahlungs-Risiko-Profil der Kunden integriert werden, zum anderen müssen die Reaktionen der internationalen Börsen auf eventuelle Klimakatastrophen eingeschätzt werden können. Im November 2006 wurde von den 18 führenden Unternehmen im Bereich CO₂-Handel – unter ihnen die Dresdner Bank – der Verband „European Carbon Investors and Services“ gegründet. Der Emissionshandel und Investitionen in den Klimaschutz sind ein neuer, wichtiger Markt.

Klimawandel und nachhaltiges Investment

Um unsere Aktionäre sorgfältig zu betreuen und auch zu schützen, müssen wir einschätzen können, ob und in welchem Maße der Klimawandel ein Geschäft beeinträchtigt – oder ob sich sogar neue Chancen auftun. Für den Aktienhandel ist der Klimawandel ein Thema, das je nach Unternehmen unterschiedlich bewertet werden muss. Deswegen setzen wir uns mit den Geschäftspraktiken eines Unternehmens auseinander, überprüfen inwieweit das Unternehmen vom Klimawandel betroffen ist, evaluieren die Geschäftspartner und Kunden, schätzen politische Entwicklungen und Änderungen der Gesetzgebung ab. Kurz: Wir bemühen uns um eine Analyse, die in grundlegende Forschungsergebnisse integriert werden kann und dabei hilft, wichtige Entscheidungen zu treffen.

Forschung zum Klimawandel

Ein Großteil unserer Bemühungen im Kampf gegen den Klimawandel baut direkt auf unserer Forschung zu diesem Thema, auf, die nicht zuletzt in enger Kooperation mit dem WWF entsteht. Die bisherigen Untersuchungen haben einige wichtige Fakten deutlich werden lassen:

- Die Folgen des Klimawandels werden sich in Zukunft noch verschärfen, Naturkatastrophen werden sich häufiger ereignen, die Schäden werden erheblicher. Diese Erkenntnisse müssen in die aktuellen Versicherungsmodelle mit eingerechnet werden
- Die Finanzwirtschaft muss ihre Geschäftsbereiche systematisch hinsichtlich der Gefährdungen durch den Klimawandel analysieren
- Neue Märkte werden entstehen – zum Beispiel im CO₂-Handel
- Die Finanzwirtschaft spielt eine zentrale Rolle, wenn es darum geht, die Folgen des Klimawandels zu reduzieren und neue, saubere und CO₂-neutrale Energien zu unterstützen

Die Zukunft

Wir verstehen mehr und mehr die Mechanismen des Klimawandels. Es ändern sich aber auch unsere Schwerpunkte bei der Betrachtung des Phänomens: Es geht nicht mehr nur darum, die zu erwartenden Schäden abzuschätzen, sondern auch darum, Strategien zu entwickeln, wie man mit ihnen umgeht. Unsere Forschungen helfen dabei, das Wissen zu vertiefen – und mit unserer Klimastrategie zeigen wir, dass es noch eine Menge zu erforschen gibt. In den USA und in Russland beteiligen wir uns weiterhin an Klimaforschungs-Untersuchungen, eine große Studie in Asien ist für das Jahr 2008 geplant. Wir werden auch weiterhin „grüne“ Produkte für unsere Kunden im Versicherungs- und Bankensektor entwickeln. Darüber hinaus haben wir uns das Ziel gesetzt, unseren CO₂-Ausstoß bis ins Jahr 2012 um 20% zu reduzieren (ausgehend vom Jahr 2000). Wir fühlen uns unseren Geschäftspartnern – und dazu zählen wir unsere Kunden, unsere Aktionäre und unsere Mitarbeiter – sowie der gesamten Welt gegenüber in der Verantwortung, unsere bisherigen Bemühungen weiter zu verfolgen und so die Folgen des Klimawandels in Grenzen zu halten.

Kooperationen gegen den Klimawandel



Partnerschaft mit dem WWF zur Erforschung des Klimawandels



GLOBAL ROUNDTABLE ON CLIMATE CHANGE

Global Roundtable on Climate Change



Mitglied



UNEP

Umwelt Programm der Vereinten Nationen (UNEP): UNEP FI Klimawandel Programm

Vorsitz der UNEP FI Arbeitsgruppe zum Klimawandel



Deutsche Unternehmer für Klimaschutz



Aufnahme in den CDP5 Klima Index

Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen



<p>Greenbond Dresdner Kleinwort und Dresdner Bank, Europa</p>	<p>Eine fünfjährige Anleihe, deren Gewinne an einen neuen Index geknüpft sind. Dieser listet Unternehmen, die in erneuerbare effiziente Energieprojekte investieren.</p>
<p>Emissionshandel und -beratung Dresdner Kleinwort, Weltweit</p>	<p>Angeboten werden Emissionshandelszertifikate – und Beratung in diesem Bereich. Ein Service, der Unternehmen den Kauf und Verkauf von Emissionsrechten erleichtert. Darüber abgewickelt werden kann der Handel mit CO₂-Zertifikaten, wie ihn die Richtlinien der International Swaps and Derivates Association (ISDA) aus dem Jahr 2004 vorsehen.</p>
<p>Versicherung für gesicherte Emissionsreduzierung, AGF, Frankreich</p>	<p>Ein Angebot für Unternehmen, die ihre CO₂-Emissionen gesenkt haben und nun ihre Emissions-Zertifikate verkaufen wollen. AGF bietet Versicherungsschutz für den Fall, dass ein Schaden oder Verlust den Verkauf der CO₂-Emissionsrechte verhindert. AGF ist einer der ersten Versicherer, der in diesem neuen und innovativen Markt tätig wird.</p>
<p>Finanzierung erneuerbarer Energieprojekte Dresdner Bank, Weltweit</p>	<p>Finanzierungspläne für erneuerbare Energieprojekte.</p>
<p>CO₂-Neutralität für Fahrzeuge Allianz, Deutschland</p>	<p>KFZ-Halter können die Abgas-Emissionen ihrer Wagen verrechnen, wenn sie eine Versicherung abschließen. Diese Dienstleistung wird von 3C angeboten, einem Consultingunternehmen, das sich auf CO₂-Neutralisierung durch Investitionen in erneuerbare Energieprojekte spezialisiert hat.</p>
<p>Ökobonus Allianz Elementar, Österreich</p>	<p>10% Nachlass auf die jährliche KFZ-Versicherungsprämie für Kunden, die ein Jahresticket des Öffentlichen Nahverkehrs vorweisen können.</p>
<p>Versicherung umweltfreundlicher Häuser Fireman's Fund Insurance Company, USA</p>	<p>5% Nachlass auf die Gebäudeversicherung – bei zertifizierten „grünen“ Gebäuden. Fireman's Fund ist der einzige US-amerikanische Finanzdienstleister, der speziell auf Geschäftsgebäude eingeht, die nach ökologischen Kriterien errichtet wurden. Die Redakteure des Builder's Magazins führten das Angebot des Fireman's Fund in ihrer Auflistung der „Top 100 Products“.</p>
<p>Windenergie Consulting Service AZT Risk & Technology GmbH, Weltweit</p>	<p>Beratung bei der Entwicklung von Windenergieanlagen – von der Realisierbarkeitsprüfung über das Projektmanagement bis zur technischen Beratung.</p>



Mikroversicherungen

Mikroversicherungsnehmer 2006/2007:

- > Indonesien: 40.000
- > Indien: 200.000
- > Ägypten: 30.000

Mikroversicherungen

Die Tsunami-Katastrophe des Jahres 2004 führte auf dramatische Weise vor Augen, wie leicht die Existenzgrundlage vieler Menschen zerstört werden kann – vor allem und immer öfter durch Naturkatastrophen. Wir sahen uns durch diese Tragödie dazu gedrängt, neue, auf die Bedürfnisse der Bevölkerung in Entwicklungsländern zugeschnittene Versicherungen zu entwickeln – und so ein soziales Sicherungsnetz anzubieten, das hilft, Armut zu bekämpfen. Eines dieser Konzepte ist die Mikroversicherung – ein Risikoschutz speziell für Haushalte mit niedrigen Einkommen.

Was ist eine Mikroversicherung?

„Wenn man nach einem so vernichtenden Ereignis wie dem Tsunami den Menschen langfristig beim Wiederaufbau ihres Lebens helfen will, muss man ihnen vor allem das Gefühl größerer Sicherheit geben.“
 Geoffrey Dennis,
 Generaldirektor CARE
 International

Die Mikroversicherung stellt ein entscheidendes Instrument zur Armutsbekämpfung dar. Es hilft den Menschen beim wirtschaftlichen Aufstieg, indem es ihnen ermöglicht, sich und ihre Familien gegen Risiken abzusichern. Es gibt verschiedene Gründe dafür, dass so wenige Menschen in Entwicklungsländern angemessen versichert sind – nicht zuletzt, weil es kaum adäquate Angebote gibt und das Prinzip der Versicherung vielen Kulturen fremd ist. Wir wollen das Bewusstsein für Versicherungen wecken und leicht zugängliche Versicherungspakete für die breite Masse der Bevölkerung anbieten, die bis dahin entweder keinen Zugang zu bezahlbaren Versicherungen hatte oder sich über die Vorteile einer Risikoabsicherung nicht bewusst war.

Mikrodarlehen sind oft nicht die richtige Maßnahme zur Armutsbekämpfung, da viele Haushalte riskieren, in die Schuldenfalle zu geraten, wenn sie die Darlehen nicht zurückzahlen können. Die Allianz arbeitet eng mit NGOs (Nichtregierungsorganisationen) und Mikrofinanzierungseinrichtungen zusammen, die die praktischen Verwaltungsprozesse besser überblicken, weil sie vor Ort agieren und Vertrauen zu örtlichen Gemeinschaften aufbauen können. Wir haben Fachkenntnisse im Bereich der Mikroversicherung entwickelt. Weitere Erfahrungen müssen jedoch gesammelt werden, um den Bedürfnissen eines immer noch relativ neuen Marktes gerecht zu werden.

Um das Konzept der Mikroversicherung in die Tat umzusetzen, mussten wir einige grundlegenden Vorstellungen des Versicherungsgeschäfts überdenken – um so den Schwerpunkt auf die Nachhaltigkeit und nicht nur auf einen kurzfristigen Profit zu legen. Die Mikroversicherung ist ein langfristiges Projekt – und mit der Kombination von sozialer Verantwortung und kreativer Finanzierung ein glänzendes Beispiel für die Werte, die das Unternehmen Allianz leiten.

Die Mikroversicherung in der Praxis

Mikroversicherungen sind deshalb praktikabel, weil der Versicherungsprozess stark vereinfacht wurde: Ein Vertrag deckt einen Pool von Kunden ab; dies ist deshalb möglich, da wir mit zwischengeschalteten Körperschaften zusammenarbeiten. Ein gutes Beispiel für diese Kooperationen findet sich in Nordafrika. In Ägypten arbeiteten wir mit Planet Finance, dem Surety Fund und einer Reihe europäischer Rückversicherer zusammen, um ein Pilotprojekt zu entwickeln, das mehr als 30.000 Kunden eine Lebens- bzw. Berufsunfähigkeitsversicherung anbietet. Zuvor gab es für diese Gemeinschaften keine vergleichbare Versicherung. Das Programm sieht darüber hinaus grundlegende Finanzschulungen für den Nichtregierungssektor vor.

Die Allianz kooperiert eng mit NGOs und Mikroversicherungseinrichtungen, die die praktischen Verwaltungsprozesse vor Ort besser überblicken können.

„Wenn die Versicherungsprodukte kundenorientiert sind und die Kunden den Nutzen einer Versicherung und den Zuwachs an Lebensqualität verstehen, dann sind sie selbstverständlich auch bereit, die Beiträge zu bezahlen“, sagt Vipin Sharma, *Direktor der Abteilung Mikroversicherung von CARE India*.

Fallstudie: India Bajaj Allianz

Indien war das erste Land, in dem die Allianz Mikroversicherungsprojekte verwirklichte. Bajaj Allianz brachte eine derartige Versicherung schon 2003 auf den Markt – inzwischen sind mehr als 100.000 Kunden versichert. Die humanitäre Katastrophe, die der Tsunami von 2004 auslöste, veranlasste die Allianz, mit CARE International zusammen zu arbeiten, einer Organisation, die im indischen Versicherungsgeschäft bereits große Erfahrungen gesammelt hatte. Unsere Mikroversicherung in Südindien kostet die Kunden 0,87 USD im Jahr – und zahlt im Todesfall oder bei einem Unfall 370 USD.



Fallstudie: Allianz Indonesia

Im Jahr 2005 schlossen wir eine Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), um die Realisierbarkeit von Mikroversicherungen in Indonesien zu untersuchen. Die GTZ ist sehr erfahren in dieser Region, sie arbeitet dort seit mehr als 20 Jahren. Nur fünf der 238 Millionen Indonesier sind lebensversichert. Diese Erkenntnisse waren die Grundlage, auf der wir unser Mikroversicherungsprojekt für Indonesien planten. Unter dem Namen Payung Keluarga („Familienschirm“) realisierten wir das Projekt – und bieten nun Lebensversicherungen für lediglich 0,66 USD im Jahr an.



Foto: Martin Hinz von Allianz Indonesien mit dem Mikroversicherungs-Kunden Ortiba und seiner Familie.

Demografischer Wandel

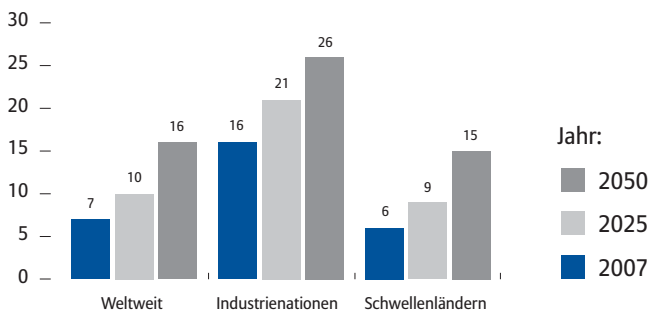
Die Weltbevölkerung verändert sich radikal – dank des medizinischen Fortschritts werden die Menschen immer älter, zugleich aber sinkt die Geburtenrate. Diese Veränderungen sind eine große Herausforderung für unsere sozialen Sicherungssysteme. Noch ist nicht abzusehen, welche Auswirkungen der demografische Wandel auf die Gesellschaft haben wird. Klar hingegen ist, dass wir als Finanzdienstleister in der Pflicht sind, wenn es um die Sicherung einer nachhaltigen Zukunft geht.

Eine alternde Gesellschaft – demografische Trends


2007 waren 464 Millionen Menschen älter als 65 Jahre; 2050¹ werden es schätzungsweise über eine Milliarde sein, die meisten davon werden dann in Europa und Asien leben (siehe untenstehende Grafik).

 **76m**
jährlicher globaler Bevölkerungszuwachs

Prozentsatz der Menschen über 65:



In Westeuropa wird die erwartete niedrige Geburtenrate eine Schrumpfung der Bevölkerung nach sich ziehen, während der Großteil der Menschen in Ländern leben wird, in denen die hohe Geburtenrate ein Wachstum der Bevölkerung zur Folge hat.

 **16%**
Bevölkerungszuwachs von Menschen über 65 bis 2050

Diese Entwicklung verunsichert die Menschen. Viele fürchten um ihre langfristigen finanziellen Sicherheiten. Es scheint fraglich, ob die Sozialsysteme angemessen auf den demografischen Wandel reagieren können.

¹ C. Haub, 2007 World Population Data Sheet, and United Nations Population Division

Highlights

- > Im Augenblick leben schätzungsweise 6,7 Milliarden Menschen auf der Welt, jährlich werden es um die 76 Millionen mehr. Man geht davon aus, dass die Weltbevölkerung im Jahr 2050 zwischen 9,2 und 11,8 Milliarden betragen wird.
- > Der demografische Wandel könnte in Europa zu einem Mangel an qualifizierten Arbeitskräften führen.
- > Die Allianz Deutschland hat die alternde Gesellschaft und die Folgen, die sich dadurch für die sozialen Sicherungssysteme ergeben, im Blick. Dafür bekam sie den Golden World Financial Services Sector Award überreicht.



Wir erforschen und bewerten die demografischen Trends der Weltbevölkerung, um die Risiken und Chancen einzuschätzen, die sich dadurch für die Allianz und ihre Kunden ergeben.

Der „doppelte Alterungseffekt“ der Gesellschaft – es gibt immer mehr alte Menschen, gleichzeitig sinkt die Geburtenrate – hat zur Folge, dass innovative Vorsorgestrategien heute wichtiger sind als je zuvor.

Die alternde Gesellschaft – demografische Trends

Üblicherweise funktionierte Altersvorsorge bisher so, dass Renten von der arbeitenden Bevölkerung über Abgaben getragen werden. Dieses Modell ist angesichts des „doppelten Alterungseffekts“ in unserer Gesellschaft nicht mehr zukunftsfähig – die Menschen werden immer älter, gleichzeitig sinkt die Geburtenrate. Deshalb sind innovative Altersvorsorgestrategien heute wichtiger als je zuvor.

Die Allianz und der demografische Wandel


2006 gründeten wir eine Arbeitsgruppe, welche die demografischen Trends der nächsten Jahrzehnte erforschen, und die Risiken und Chancen, die sich dadurch für die Allianz ergeben, abschätzen sollte. Darüber hinaus organisierten wir das „Living Longer Forum“ – eine Informationsveranstaltung für Politiker, Wissenschaftler und die interessierte Öffentlichkeit. Hier wurde über Themen wie Altersvorsorge, Pflege, Vermögensverwaltung und Immobilien diskutiert. Die Experten waren sich in folgenden Punkten einig:

- die dramatisch steigenden Beiträge für die Alters- und Gesundheitsvorsorge müssen durch Kapitalinvestitionen abgesichert sein, und
- Rentenbeiträge müssen auch weiterhin lebenslange Pensionen garantieren.

Eine Welt im Wandel – die Notwendigkeit demografischer Produkte

In den kommenden Jahren wird die Nachfrage nach neuen Produkten und Dienstleistungen, die eigens auf die Bedürfnisse älterer Menschen zugeschnitten sind, spürbar ansteigen – das Profil unserer Branche wird sich dadurch ändern. Zum Beispiel sind dringend neue Service Angebote im Bereich der häuslichen Pflege nötig, so dass die Menschen auch im Alter in ihren eigenen Wohnungen bleiben können.

Gerhard Creutz, Vorsitzender der Allianz Dresdner Bauspar AG, leitet eine Arbeitsgruppe, die sich mit den praktischen und logistischen Folgen des demografischen Wandels beschäftigt. Er erklärt: „Wir werden mehrere renommierte Städteplaner und Architekten bitten, mit uns zusammenzuarbeiten.“ Das Wissen darum, welche technischen Hilfsmittel und welche Infrastruktur alte Menschen brauchen, um sicher und bequem zu leben, ist entscheidend für den Marktführer im Bereich Versicherung und Finanzdienstleistung.

Produkte und Dienstleistungen zum demografischen Wandel 	
Notfallmelder für Senioren - „Funkfinger“ Mondial Assistance, Frankreich	Ein schnelles Meldesystem für Notfälle. Der Apparat kann um den Hals getragen werden und ist jederzeit einsatzbereit.
Unfall 60 aktiv Mondial Assistance Gruppe	Eine Unfallversicherung für Menschen ab 60 Jahren. Sie ist eigens auf die Bedürfnisse dieser Kunden zugeschnitten und bietet häusliche Pflege und Hilfe im Haushalt an, etwa einen Wasch- und einen Putzdienst sowie einen Einkaufsservice.
Allianz Income Management Service (AIMS) Allianz of America, USA	Bietet exklusive Produkte, die eigens für den gesamten Einkommenssektor entwickelt wurden.
Enkelpolice Allianz Deutschland	Ein Fond, in den Großeltern einzahlen können, um die Zukunft ihrer Enkel abzusichern.
Die erweiterte Senioren-Versicherung Allianz Deutschland	Eine umfassende Versicherung für alte Menschen, die im Fall einer Krankheit zuhause gepflegt werden wollen.



Highlights

- > Bis zum Jahr 2012 werden wir unsere CO₂-Emissionen um 20 Prozent senken (ausgehend vom Jahr 2000).
- > Die Allianz wird von 2005 bis 2010 zwischen 300.000 bis 500.000 Euro in erneuerbare Energien investieren.
- > Bisher haben wir mehr als 150.000 Euro in Windfarmen in Deutschland und Italien investiert.

Nachhaltige Energieversorgung

Nachhaltige Energie, das ist „Energie, die innerhalb eines Menschenlebens wieder nachwächst und der Umwelt keinen langfristigen Schaden zufügt.“² Als Finanzdienstleister und Risikomanager ist es für die Allianz Pflicht, den aktuellen Entwicklungsstand nachhaltiger Energien zu kennen und diese Technologien zu unterstützen. Um den Klimawandel in Grenzen zu halten, müssen wir nach neuen, CO₂-neutralen Energiequellen suchen.

Auf der Suche nach nachhaltiger Energie

Fossile Brennstoffe sind immer noch die wichtigste Energiequelle der Welt – aber diese Energieträger sind nicht erneuerbar und es wird sie nicht mehr lange geben. Beim gegenwärtigen Verbrauch reichen die weltweiten Vorräte noch schätzungsweise 60 Jahre.

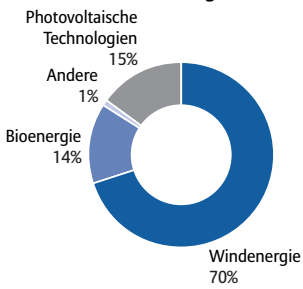
Doch dies ist nicht die einzige Herausforderung, die uns bevorsteht. Bisher konzentriert sich der hohe Ölkonsum auf einige wenige, hoch industrialisierte Regionen. Das ändert sich. In Boomländern wie China und Indien steigt der Ölbedarf rasant.

Die Energiekonzerne arbeiten mit Hochdruck daran, den gesteigerten Konsum zu befriedigen: zum einen, indem sie die Effizienz der bisherigen Energiegewinnung erhöhen, zum anderen, indem neue Energietechnologien entwickelt werden.

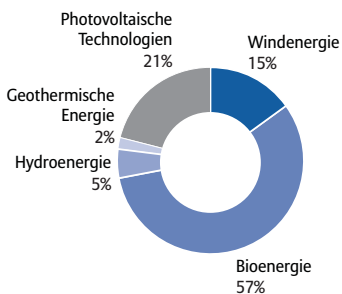
Erneuerbare Energie muss in einer umfassend Art und Weise betrachtet und bewertet werden. Aus heutiger Sicht spielt Energie, die aus Biomasse und Müllverbrennung gewonnen wird, lediglich eine untergeordnete Rolle. Die Bedeutung der Energiegewinnung im Sektor der erneuerbaren Energien wächst jedoch. Die Emissionen von Fahrzeugen, die mit Biokraftstoff angetrieben werden, bezeichnet man zwar als CO₂-neutral, aber die Leistung dieser Fahrzeuge ist immer noch nicht ideal. Wind-, Wellen-, Gezeiten-, und Solarenergie sind immer noch in hohem Maße auf staatliche Förderung angewiesen und werden das auch vorerst bleiben. All diesen Energieformen mangelt es noch an Zuverlässigkeit. Sie bedürfen einiger Verbesserungen. Das gilt sowohl für den Energietransport, als auch für die Energiespeicherung.

² JSDN Sustainable Energy www.jsdn.org/jm/susEnergy.htm

Aktuelle Finanzierungsanfragen für Projekte mit erneuerbarer Energie:



Künftige Finanzierungsanfragen für Projekte mit erneuerbarer Energie (Schätzung):



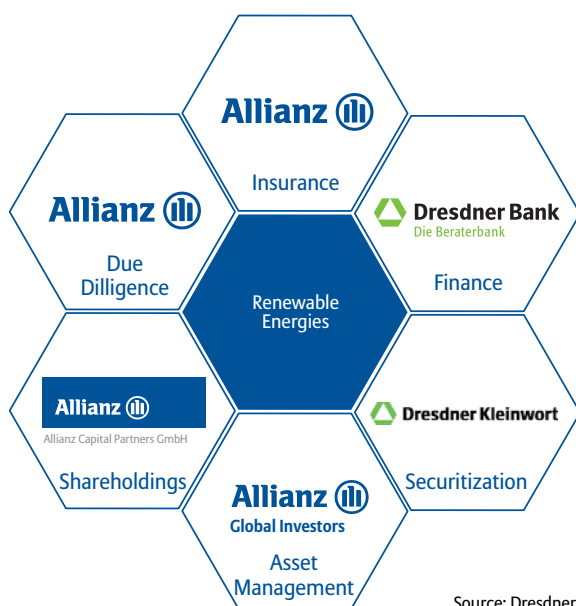
Im Jahr 2020 wird sich der Markt erneuerbarer Energien schätzungsweise auf 1,9 Milliarden US-Dollar belaufen. Zur selben Zeit will die EU 20% ihres Energiekonsums durch nachhaltige Quellen decken.

Wir sind stets darum bemüht, so viel wie möglich über erneuerbare Energien zu erfahren und Produkte und Angebote zu entwickeln, die die Arbeit unserer Kooperationspartner unterstützen.

Unser Einsatz für erneuerbare Energien

Wir streben danach, ökologisch verantwortlich und zukunftsweisend zu handeln. Wir sind stets darum bemüht, so viel wie möglich über erneuerbare Energien zu lernen und Produkte und Angebote zu entwickeln, die die Arbeit unserer Kooperationspartner unterstützen.

Im Juni 2007 veranstaltete die AZT Risk & Technology GmbH eine Tagung mit dem Titel: „Energie und Klima: Technische Lösungen für einen niedrigeren CO₂-Ausstoß.“ Wissenschaftler, internationale Vertreter aus Wirtschaft und Politik trafen sich für zwei Tage und diskutierten über die Vor- und Nachteile verschiedener Energiequellen sowie über die Sicherheit nachhaltiger Energiegewinnung. Die AZT Risk & Technology GmbH betreibt Grundlagenforschung zum Thema Versicherung, Bankwesen und Vermögensverwaltung und brachte die Allianz nun auch in die vorderste Reihe in der Erforschung erneuerbarer Energien. Unsere Produkte und Dienstleistungen auf diesem Sektor sind vielfältig, wie in folgendem Diagramm zu sehen ist.



Source: Dresdner Bank

Erneuerbare Energieprodukte und Dienstleistungen der Allianz ▶

Fallstudie: Strom – die Gefahr blinden Vertrauens

In einer aktuellen Studie der AZT Risk & Technology GmbH wird die Abhängigkeit der Gesellschaft von Strom diskutiert. Dort heißt es: „In vielen Bereichen der modernen Gesellschaft wird das Vorhandensein öffentlicher Energiequellen als völlig selbstverständlich angesehen. Sowohl Energieanbieter wie -verbraucher handeln, als wäre ein hoher Energieverbrauch ein legitimer, natürlicher und notwendiger Bestandteil unserer Zivilisation“. Dr. Kreuzer, Vorstand des Kompetenzzentrums für Risikomanagement bei der AZT.

Stromausfälle können für diese Gebiete katastrophale Folgen haben – und es wird erwartet, dass diese in Zukunft noch schlimmer sein werden. Die Stromnetze in weiten Teilen Europas und der USA arbeiten bereits heute am Rande ihrer Belastbarkeit, was an den großen „Black Outs“ der letzten Jahre sichtbar wurde. Es wird erwartet, dass es davon in Zukunft noch mehr geben wird.



G3 Übersichtstabelle

Seit 2007 orientiert sich die Allianz Gruppe erstmals in ihrem Report an den G3-Indikatoren der Global Reporting Initiative (GRI). Wir richten uns nach den GRI-Prinzipien der Unternehmenskommunikation unser Ziel für das Jahr 2008 ist es, unsere Berichterstattung extern prüfen zu lassen. Wir sehen unsere Arbeit innerhalb dieses Rahmens derzeit auf einem B-Niveau. Die unten aufgeführte Tabelle zeigt die verschiedenen Anwendungsebenen innerhalb der GRI.



Dieser Bericht befindet sich auf dem B-Niveau

Bericht Anwendungsebene	C	C+	B	B+	A	A+
G3 Profilangaben OUTPUT	Report über 1.1 2.1-2.10 3.1-3.8, 3.10-3.12 4.1-4.4, 4.14-4.15		Report über alle Punkte, die im Level C aufgeführt werden plus 1.2 3.9 etc.		Gleiche Anforderungen wie in Level B	
G3 Managementansatz OUTPUT	Nicht verlangt		Management-Ansatz für jede Kategorie		Management-Ansatz für jede Kategorie	
G3 Umsetzungs-Indikatoren & Sektoren: Umsetzungs-Indikatoren OUTPUT	Report über mindestens 10 Umsetzungsindikatoren, davon mindestens je einer aus dem Bereich ökonomisches, soziales oder ökologisches Engagement		Report über mindestens 20 Umsetzungsindikatoren, davon mindestens je einer aus dem Bereich ökonomisches, ökologisches, gesellschaftliches Engagement. Dazu Menschenrechte, Arbeit und Produkt-Verantwortung		Report über alle G3 (inklusive des Branchenbeiblattes) mit Beachtung des „Materiality“-Prinzips durch: a) Report über den Indikator oder b) Erklärung für das Weglassen	

Für die A+, B+ und C+ Niveaus wird ein externs Audit verlangt.

Wir sind ein internationaler Finanzdienstleister mit Ablegern in mehr als 70 Ländern, quer verteilt über West-, Zentral- und Osteuropa, über Nord- und Südamerika und über den gesamten Asien-Pazifik-Raum. Die Allianz Gruppe wird in dem Bericht in seiner Gesamtheit berücksichtigt, alle großen Allianzgesellschaften sind beteiligt: AGF, Allianz UK, Dresdner Bank, Fireman's Fund, Euler Hermes, Allianz SpA.

Die betrieblichen Umweltdaten beziehen sich auf alle großen Unternehmen der Allianz Gruppe. So werden rund 61% der Mitarbeiter erfasst – und rund 65% des erwirtschafteten Einkommens. Weitere betriebliche Einheiten werden als besondere Beispiele in dem Bericht aufgeführt. Die finanziellen Angaben und auch die Personaldaten beziehen sich auf alle Unternehmen, weltweit zusammengefasst.

Der Inhalt des Nachhaltigkeitsberichts resultiert aus einer internen Grundlagen-Analyse. Diese wurde mit Hilfe unserer Stakeholder durchgeführt – dazu gehört unsere Zusammenarbeit mit dem Weltwirtschaftsrat für Nachhaltige Entwicklung (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD), mit dem Carbon Disclosure Project und unsere Partnerschaft mit dem WWF. Die untersuchte Periode reicht von September 2006 bis September 2007.

Global Reporting Initiative – G3

Die untenstehende Tabelle zeigt auszugsweise einige Indikatoren, zu denen wir Rechenschaft ablegen. Nähere Informationen über all unsere G3-Indikatoren können auf unserer Homepage eingesehen werden.

Seit 2002 geben wir unsere Geschäftszahlen in Bezug auf nachhaltige Entwicklung weiter; auf diese Weise dokumentieren wir unsere Bemühungen und unsere Fortschritte auf diesem Gebiet. Wir sind stolz darauf, dass wir ökologische, soziale und wirtschaftliche Erfolge zu verzeichnen haben. In der folgenden Tabelle können Sie einige Schlüsselindikatoren sehen. Unser Report beinhaltet sowohl qualitative als auch quantitative Fakten.

Um unseren kompletten G3-Report samt Indextabelle einzusehen, besuchen Sie uns bitte im Internet.



Indikatoren der Allianzgruppe	2003	2004	2005	2006
Wirtschaftliche Entwicklung:				
Gesamter Umsatz (Mrd. Euro)	93,7	96,9	100,9	101,0
Operatives Ergebniss (Mio. Euro)	3982	6839	7743	10.386
Jahresüberschuss (Mio. Euro)	2691	2266	4380	7021
Eigenkapitalrente nach Steuern (%)	11,0	7,8	12,6	15,6
Ergebnis je Aktie (Euro)	7,96	6,19	11,24	17,09
Erwirtschafteter und verteilter ökonomischer Betrag (Mrd. Euro)	-	-	100,8	101,1
Karitative Ausgaben (Mio. Euro)	-	-	40,0	53,0
EVA (Economic value added) (Mrd. Euro)	-	-	-	3,5
Personal:				
Mitarbeiter (Anzahl)	173.750	162.180	177.625	172.065
Mitarbeiter, die an Fortbildungsmaßnahmen teilnehmen (Anzahl)	6063	4906	4023	3955
Weiterbildungsmaßnahmen pro Angestellten (Tage)	4,9	4,3	4,1	4,2
Fluktuationsrate (%)	13,3	13,0	12,9	11,9
Anteil von Frauen im mittleren und gehobenen Management (%)	25,2	26,2	25,4	28,4
Beitrag zum Umweltschutz:				
Prozentsatz der Angestellten, die dem Umweltmanagement unterstehen (%)	61	61	56	61
Energieverbrauch (kWh/Angestellter/Jahr)	8.103	8.415	9.353	9.724
Geschäftsreisen (km/Angestellter/Jahr)	3239	3356	4144	4302
Gesamt-CO ₂ -Ausstoß (kg/Angestellter/Jahr)	3711	3990	3939	3754
Wasserverbrauch (Liter/Angestellter/Jahr)	15.178	14.243	17.013	17.990
Papierverbrauch (Kg/Angestellter/Jahr)	234	199	245	204
Verbrauch von Recyclingpapier (% des Gesamtpapierverbrauchs)	-	-	10,04	10,34
Abfallmenge (Kg/Angestellter/Jahr)	333	299	328	282

Contacts

Dr. Lutz Cleemann

Vorstand des internationalen Strategieteam
Nachhaltigkeit der Allianz Gruppe

AZT Risk & Technology GmbH
Krausstrasse 22, D-85737 Ismaning, Deutschland

Tel: +49 (0) 89-38 00-62 13, Fax: -63 22
Email: lutz.cleemann@allianz-azt.de

Dr. Astrid Zwick

Leiterin des Nachhaltigkeitsbüros der
Allianz Gruppe

AZT Risk & Technology GmbH
Krausstrasse 22, D-85737 Ismaning, Deutschland

Tel: +49 (0) 89-38 00-64 00, Fax: -63 22
Email: sustainability@allianz-azt.de