



**Nachhaltig denken.  
Verantwortlich handeln.**

**ERGO**



Montagmorgen, 8 Uhr. Yvonne Adam bringt ihre fast zweijährige Tochter Caroline zu E-KIDS. Zusammen mit 17 anderen Kindern wird die Kleine in der Kita tagsüber rundum betreut. Spielen, essen, schlafen heißt es für die Kids, die bis zu ihrem Übergang zum Kindergarten dort liebevoll versorgt werden. Für Yvonne Adam bedeutet das, unbesorgt und flexibel ihrer Arbeit bei ERGO nachgehen zu können. Selbst wenn es mal 18 Uhr werden sollte. 2008 initiierte ERGO in Kooperation mit E.ON die Gründung des ersten Tagespflegenests. Seit 2011 gibt es zwei dieser Gruppen in unseren Räumlichkeiten am ERGO Hauptstandort Düsseldorf. Ein Beispiel, wie wir die Vereinbarkeit von Beruf und Familie fördern.

Mehr Informationen hierzu im Kapitel Mitarbeiter.

## Inhaltsverzeichnis

<b>Interview</b>	<b>2</b>
Dr. Thomas Schiedek, Mitglied des ERGO Kundenbeirats, im Gespräch mit Dr. Torsten Oletzky, Vorstandsvorsitzender von ERGO	
<b>Porträt</b>	<b>4</b>
Über die ERGO Versicherungsgruppe	
<b>Strategie</b>	<b>6</b>
Nachhaltigkeitsstrategie und Handlungsfelder – Organisatorische Verankerung – Stakeholderdialog – Corporate Governance und Compliance	
<b>Nachhaltig wirtschaften</b>	<b>10</b>
Kundenorientierung – Innovative Produkte – Verantwortungsvolle Kapitalanlage	
<b>Mitarbeiter</b>	<b>16</b>
Lebensphasenorientierte Personalstrategie – Aus- und Weiterbildung – Förderung von Vielfalt – Vereinbarkeit von Beruf und Familie – Gesundheitsförderung	
<b>Umwelt</b>	<b>22</b>
Klimaneutralität – Ressourcenschonung und nachhaltige Mobilität – Umweltmanagement	
<b>Gesellschaft</b>	<b>26</b>
Bildungsförderung – Soziale Projekte für Menschen in Not	
<b>Daten und Fakten</b>	<b>32</b>
Finanz-, Mitarbeiter- und Umweltkennzahlen – Ziele und Maßnahmen	
<b>GRI Index</b>	<b>37</b>
<b>GRI Bestätigungsvermerk</b>	<b>40</b>
<b>Ansprechpartner und Impressum</b>	<b>41</b>

## Über diesen Bericht

Unseren ersten Bericht zu unserer unternehmerischen Verantwortung haben wir im vergangenen Jahr vorgelegt. Mit diesem zweiten Bericht informieren wir unsere Interessengruppen (Stakeholder) über die Fortschritte, die wir gemacht haben, und zeigen auf, wo wir noch besser werden müssen. Unsere wesentlichen Stakeholder sind neben Mitarbeitern, Kunden und Kapitalgebern auch unsere Vertriebspartner, Vertreter aus Politik und Wissenschaft, Nichtregierungsorganisationen, Journalisten sowie die interessierte Fachöffentlichkeit. Mit ihnen pflegen wir einen offenen und konstruktiven Dialog, der Grundlage ist für die Bestimmung wesentlicher Themen und Maßnahmen.

### Orientierung an internationalen Richtlinien

Die Berichterstattung folgt den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI, Initiative zur Entwicklung von Leitlinien der Nachhaltigkeitsberichterstattung) in der Version G3 sowie dem Branchen-Zusatzprotokoll für Finanzdienstleistungen. Die GRI hat die Einhaltung des Levels B geprüft und bestätigt. Eine weitere wichtige Leitlinie sind die zehn Prinzipien des United Nations Global Compact, zu denen sich Munich Re, deren Teil ERGO ist, 2006 verpflichtet hat. Im CR-Portal von Munich Re wird die entsprechende Fortschrittsmitteilung jährlich aktualisiert ([www.munichre.com/corporate-responsibility/de](http://www.munichre.com/corporate-responsibility/de)).

### Berichtszeitraum und -grenzen

Berichtszeitraum ist das Jahr 2012 (1. Januar bis 31. Dezember 2012). Alle Aussagen beziehen sich auf die gesamte ERGO Versicherungsgruppe mit ihren Gesellschaften. Wenn nur Teile der Gruppe beschrieben werden, machen wir dies deutlich; bei den Kennzahlen nennen wir den Abdeckungsgrad. Im Interesse der Aktualität haben wir wesentliche Ereignisse aus dem ersten Halbjahr 2013 in den Bericht aufgenommen. Redaktionsschluss war der 30. Juni 2013.

Der Bericht erscheint jährlich – in deutscher und englischer Sprache. Kontinuierliche und aktuelle Informationen zu unserem Nachhaltigkeitsengagement bieten wir in unserem Portal zur Unternehmensverantwortung ([www.ergo.com/verantwortung](http://www.ergo.com/verantwortung)).

## Interview

# Nachgefragt

**Dr. Thomas Schiedek, Mitglied des ERGO Kundenbeirats, hinterfragt im Gespräch mit dem Vorsitzenden des Vorstands Dr. Torsten Oletzky, wie die ERGO Versicherungsgruppe ihre Nachhaltigkeitsstrategie konkret umsetzt.**

**Schiedek:** Das Versprechen von ERGO „Versichern heißt verstehen“ – was hat das mit dem Prinzip der Nachhaltigkeit zu tun?

**Oletzky:** Wir stellen den Menschen in den Mittelpunkt. Zuerst unsere Kunden, aber auch all jene Menschen, die am Unternehmensgeschehen beteiligt sind – Mitarbeiter, Vertriebspartner, Aktionäre. Dafür ist es wichtig, deren Bedürfnisse zu verstehen und die teilweise unterschiedlichen Vorstellungen dieser Interessengruppen ins Gleichgewicht zu bringen. Deshalb haben wir bei ERGO konkrete Zielgruppenversprechen definiert und arbeiten Tag für Tag daran, diesen gerecht zu werden.

**Schiedek:** Welche beispielsweise?

**Oletzky:** Bedürfnisorientierte und verständliche Versicherungsprodukte für unsere Kunden, mehr Möglichkeiten für unsere Mitarbeiter, Beruf und Familie unter einen Hut zu bringen, oder das Ziel, ERGO bis 2015 gruppenweit klimaneutral zu stellen. Ich bin jedenfalls davon überzeugt: Ein Unternehmen, das seinen eigenen Vorstellungen Vorrang vor jenen seiner Interessengruppen – vor allem der Kunden – einräumt, kann nicht nachhaltig erfolgreich sein.

**Schiedek:** Wie bringen Sie Ihre Kapitalanlagen mit den Grundsätzen der Nachhaltigkeit zusammen?

**Oletzky:** Für unsere Kapitalanlagestrategie gelten die gleichen Grundsätze wie für das Versicherungsgeschäft: Sie muss so ausgerichtet sein, dass wir sie langfristig durchhalten können, ohne dabei ökonomische, ökologische oder soziale Schäden in Kauf zu nehmen.

**Schiedek:** Was heißt das konkret?

**Oletzky:** An erster Stelle steht natürlich, den Verpflichtungen gegenüber unseren Kunden dauerhaft nachkommen zu können. Das ist uns bislang stets gelungen, und davon gehe ich auch für die Zukunft aus. Gleichzeitig haben unsere Kunden auch entsprechende Erwartungen hinsichtlich der Renditen und der Nachhaltigkeit. Wir bringen beides zusammen durch einen weit vorausschauenden Umgang mit Risiken und eine breite Streuung der Anlagen. Dabei orientieren wir uns an nachhaltigen Kriterien. Denn wir sind überzeugt, dass Anlagen, die sozial, ökologisch und ökonomisch verträglich sind, weniger Risiken aufweisen und langfristig erfolgreicher sein werden.

**Schiedek:** Sehen Sie als Versicherer eine Chance, mit Ihren Produkten Anreize für ein nachhaltiges Verhalten Ihrer Kunden zu schaffen?

**Oletzky:** Wir können nicht über eine günstigere Prämie den Kunden dazu bringen, zum Beispiel ein umweltfreundlicheres Auto zu kaufen. Aber wir können Kunden unterstützen, die ein solches fahren wollen. Auch wenn ein Betrieb Maßnahmen einleitet, um das Risiko des Eintritts von Umweltschäden zu verhindern, ist das letztendlich die Entscheidung des Unternehmers. Wir können ein solches schadenminderndes Verhalten aber durch Hinweise unserer Risikoingenieure fördern und durch günstigere Versicherungsprämien honorieren. Für Schadensfälle kämen ja dann auch weniger Kosten auf uns zu. So schaffen wir durchaus Anreize für nachhaltiges Verhalten – und das in vielen Bereichen.

---

„Ein Unternehmen, das seinen eigenen Vorstellungen Vorrang vor jenen seiner Interessengruppen – vor allem der Kunden – einräumt, kann nicht nachhaltig erfolgreich sein.“

Dr. Torsten Oletzky

---



Dr. Torsten Oletzky, Vorsitzender des Vorstands der ERGO Versicherungsgruppe AG



Dr. Thomas Schiedek, Mitglied des ERGO Kundenbeirats, Akademischer Rat an der Universität Darmstadt



**Schiedek:** Wie stellt sich ERGO dem Thema der alternden Gesellschaft? Spüren Sie bereits den Fachkräftemangel?

**Schiedek:** Ist das der wichtigste Schlüssel im Wettbewerb um die Talente?

**Schiedek:** Bis 2015 soll ERGO gruppenweit klimaneutral gestellt werden. Wie wollen Sie das erreichen?

**Schiedek:** Wie schaffen Sie es eigentlich, dass Mitarbeiter und Vertriebspartner die Werte von ERGO leben, also auch nachhaltig und umweltbewusst handeln?

**Schiedek:** Kunden und Öffentlichkeit fordern von Unternehmen zunehmende Transparenz. Wie gehen Sie damit um?

**Oletzky:** Ja, der Wettbewerb um Fachkräfte ist heute bereits spürbar. Wir haben uns schon früh dieser Herausforderung gestellt und eine Menge bewegt. Ein Schlüsselthema ist, unseren Mitarbeitern die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu ermöglichen. Hier haben wir, neben den etablierten Lösungen rund um die Elternzeit, auf freiwilliger Basis viele zusätzliche Instrumente geschaffen. Unsere Mitarbeiter können beispielsweise für pflegebedürftige Angehörige Auszeiten nehmen. Auch ein Sabbatical ist möglich. An vielen deutschen Standorten haben wir eine Kinderbetreuung eingerichtet, und wir bieten sehr flexible Arbeitszeitmodelle.

**Oletzky:** Sicherlich ein sehr wichtiger, um als Arbeitgeber attraktiv zu sein und Mitarbeiter langfristig an unser Unternehmen zu binden. Für uns gehört aber ebenso dazu, über ein breit gefächertes Weiterbildungsprogramm ihre Kompetenzen zu entwickeln und ihnen auch gezielte Angebote zur Gesundheitsförderung anzubieten. Mit diesem Bündel an Aktivitäten wollen wir uns langfristig als erstklassiger Arbeitgeber positionieren.

**Oletzky:** Wir sind auf einem guten Weg. In Deutschland haben wir dieses Ziel seit 2012 erreicht. Die internationalen Standorte folgen jetzt Schritt für Schritt. Priorität haben für uns die Reduktion des Ressourcenverbrauchs und die Substitution von fossilen Energiequellen. Unvermeidbare Emissionen kompensieren wir durch den Zukauf von CO<sub>2</sub>-Zertifikaten. Über diese fördern wir Energieversorgungsprojekte mit einer positiven sozialen und ökologischen Bilanz. Auch für ein Versicherungsunternehmen liegt der wirksamste Hebel in der Senkung des Verbrauchs von Energie und Rohstoffen. Und aufgrund der Außendienstorientierung unserer Organisation außerdem in einer umweltfreundlichen Mobilität.

**Oletzky:** Fast 50.000 Menschen arbeiten in 30 Ländern für ERGO, verstreut über ganz unterschiedliche Organisationseinheiten. Wir müssen es schaffen, durch gezielte Kommunikation bis in den letzten Winkel vorzudringen. Dafür haben wir beispielsweise mit unseren internen Medien ERGO Magazin und ERGO Intranet wirksame Instrumente. Entscheidend ist aber, dass wir Führungskräfte – auf allen Ebenen – in den Dialog mit unseren Mitarbeitern treten. Es ist unsere Aufgabe, die Unternehmensziele zu vermitteln. Und dazu zählen auch unsere Nachhaltigkeitsziele. Die Mitarbeiter müssen den Sinn verstehen, damit sie dann auch eigenes Engagement entwickeln und zur Erreichung dieser Ziele beitragen. Diese kommunikative Aufgabe müssen wir in der Führung sehr ernst nehmen.

**Oletzky:** Transparenz ist für ein Unternehmen – gerade in der Versicherungswirtschaft – ganz besonders wichtig. Wir wissen, dass Kunden vielfach das Gefühl haben, als Einzelne dem großen Versicherer unterlegen zu sein. Umso wichtiger ist es, dass wir unsere Produkte, unsere Leistung, unser Handeln transparent machen. Und dass wir all das in einer Sprache vermitteln, die der Kunde versteht.

## Porträt

# Versichern heißt verstehen

Dieser Anspruch leitet das Denken und Handeln der fast 50.000 Menschen, die der ERGO Versicherungsgruppe ein Gesicht geben. In mehr als 30 Ländern dieser Welt und über eine Vielfalt an Vertriebswegen bieten wir unseren Kunden ein umfassendes Portfolio aus Versicherungen, Vorsorge und Serviceleistungen. 2012 erwirtschaftete ERGO ein Beitragsvolumen von mehr als 18 Milliarden Euro und erbrachte Versicherungsleistungen in Höhe von über 17 Milliarden Euro.

### Lange Tradition im Dienste der Kunden

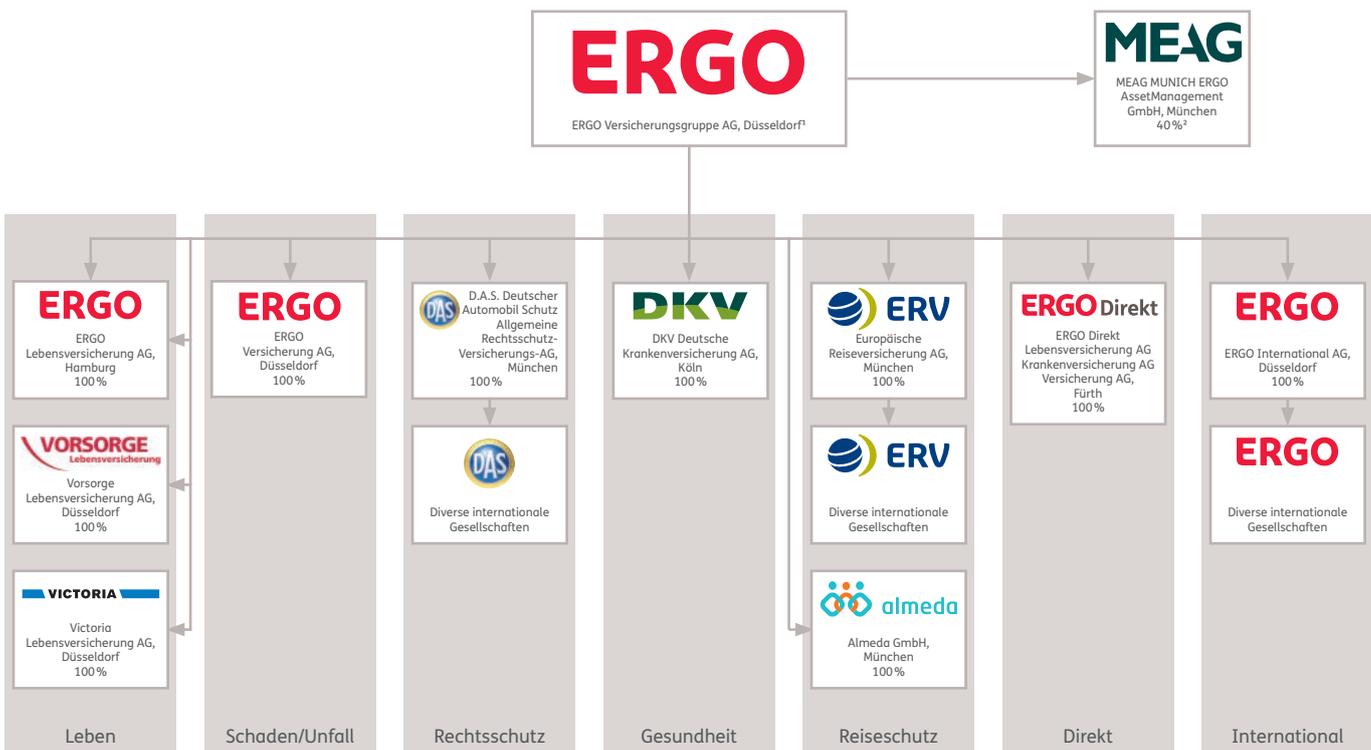
Unsere Wurzeln reichen weit zurück. Wir versammeln eine Erfahrung im deutschen und internationalen Versicherungsgeschäft, die bis weit in das 19. Jahrhundert zurückgeht. Seit rund einem Jahrhundert genießt die ERV (Europäische Reiseversicherung) das Vertrauen von Reisenden. Unsere Spezialisten für Rechtsschutz und Gesundheit, D.A.S. und DKV, arbeiten seit über 80 Jahren im Dienste der Kunden. Diese Tradition ist das Fundament, auf dem wir bauen. Mit Blick in die Zukunft und im Sinne der Nachhaltigkeit heißt das für uns,

langfristig den Bedürfnissen unserer Kunden gerecht zu werden und dabei auch auf ökonomische, ökologische und soziale Aspekte unseres Handelns zu achten.

### Vielfalt aus einer Hand

Die ERGO Versicherungsgruppe ist eine breit aufgestellte und leistungsstarke Organisation, fokussiert auf den Versicherungsschutz in allen Lebenslagen. Wir treten sowohl unter eigenem Namen als auch mit unseren spezialisierten

### Auf einen Blick – Organisation

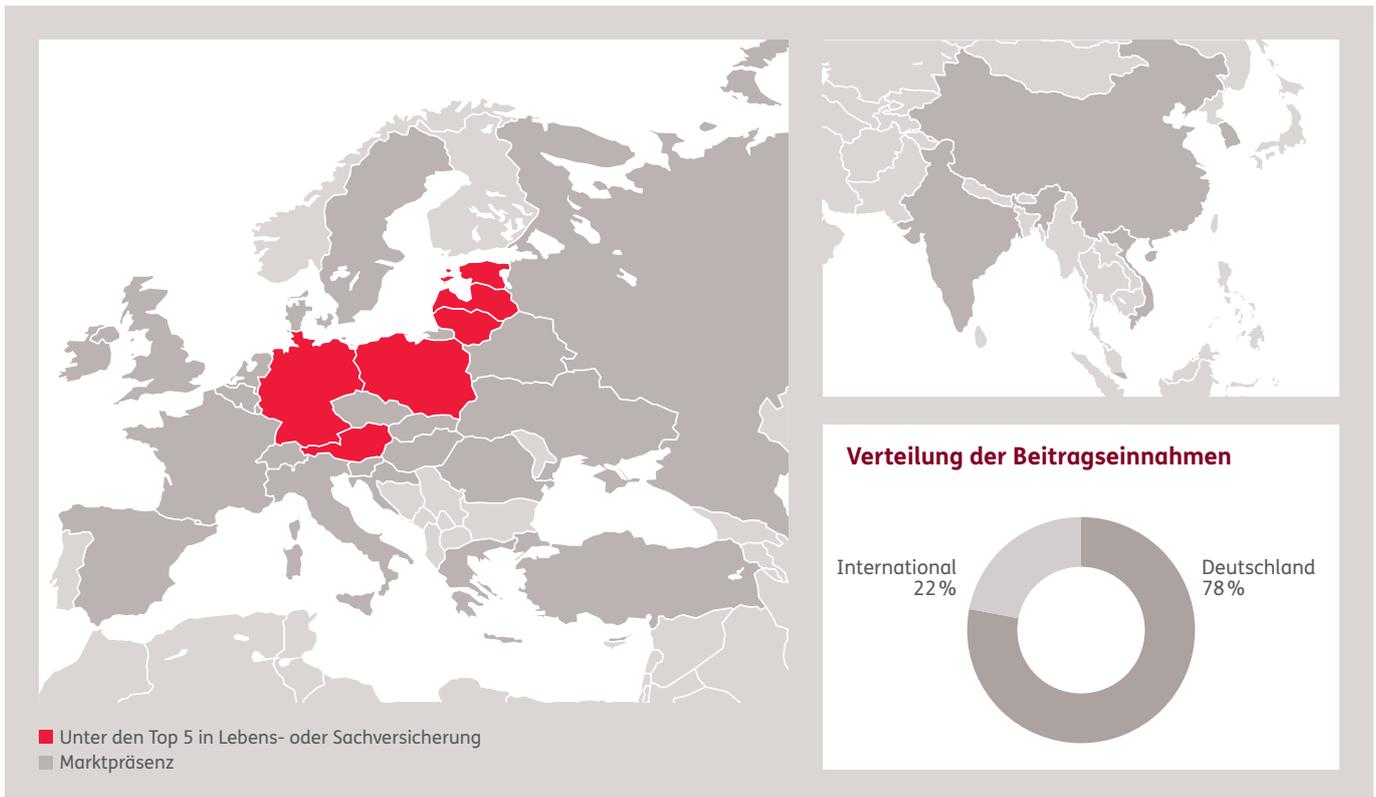


Das Organigramm gibt einen Überblick über die Gesellschaften der Gruppe und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

1 Die ERGO Versicherungsgruppe ist zu 100% im Besitz von Munich Re.

2 Munich Re hält die restlichen 60% der Anteile an MEAG.

## Auf einen Blick – ERGO international



Tochtergesellschaften auf. Unter der Marke ERGO bieten wir in erster Linie Lebens-, Schaden- und Unfallversicherungen an. Ergänzt wird das Angebot durch unsere Spezialisten für Gesundheit (DKV), Rechtsschutz (D.A.S.) und Reiseschutz (ERV). ERGO Direkt steht für die Kompetenz der Gruppe in der Direktversicherung, dem Verkauf per Internet und am Telefon. MEAG, der Vermögensmanager von ERGO, bietet Fonds für die Vermögensbildung und Altersvorsorge an. Die ERGO Versicherungsgruppe AG steuert die verschiedenen Unternehmen und Geschäftsfelder.

ERGO gehört zu Munich Re, einem der weltweit führenden Rückversicherer und Risikoträger. Das DAX-Unternehmen hält 100 Prozent der Anteile an der ERGO Versicherungsgruppe.

### Viele Wege führen zu ERGO

ERGO ist in mehr als 30 Ländern tätig, konzentriert auf Europa und Asien. Unsere Kunden können uns über verschiedene Wege erreichen. Für den persönlichen Kontakt stehen rund

18.000 hauptberufliche selbstständige Vermittler bereit, aber auch Makler und Kooperationspartner, wie zum Beispiel die UniCredit-Gruppe und andere Banken. Jederzeit erreichbar sind wir für unsere Kunden in Deutschland auch über unsere kostenlose Telefonhotline und über unsere Online-Kanäle.

### Individuell und verständlich

Ob privat oder geschäftlich – so individuell die Kunden von ERGO sind, so bedarfsgerecht sollen unsere Versicherungs-, Vorsorge- und Serviceleistungen für sie sein. Deshalb wollen wir die Wünsche unserer Kunden verstehen, damit wir sie bedürfnisnah umsetzen können. Dazu gehört auch, dass unsere Produkte und Leistungen für sie verständlich sind. Über verschiedene Kanäle bitten wir deshalb Kunden um ihre Meinung, entwickeln unser Angebot entsprechend weiter und sorgen mit klaren Formulierungen für Verständlichkeit. So leben wir unseren Anspruch „Versichern heißt verstehen“.

## Strategie

# Unser Versprechen

**Nähe suchen, zuhören, verstehen, offene Worte finden, Klartext sprechen, etwas bewirken und füreinander arbeiten. Diese Maximen sind im Leitbild von ERGO verankert. Sie beschreiben das Versprechen an unsere Interessengruppen (Stakeholder), den Menschen in den Mittelpunkt unseres Handelns zu stellen. Und sie bilden gleichzeitig die Grundlage für unser nachhaltiges unternehmerisches Handeln.**

## Stakeholder und Handlungsfelder

Kunden, Vertriebspartner, Mitarbeiter, Kapitalgeber und gesellschaftliche Interessengruppen sind die Stakeholder der ERGO Versicherungsgruppe. Ihre Bedürfnisse sind unterschiedlich, können teilweise auch gegensätzlich sein. Deshalb haben wir die in unserem Leitbild verankerten Handlungsmaximen in klare, konkrete Zielgruppenversprechen überführt und wollen dabei ökonomische, ökologische und soziale Gesichtspunkte in Einklang bringen. Abgeleitet aus den Richtlinien der Global Reporting Initiative werden sie vier Handlungsfeldern der Nachhaltigkeit zugeordnet: Wirtschaft, Mitarbeiter, Umwelt und Gesellschaft (Grafik S. 7).

## Nachhaltigkeit verankern

Mit dem Projekt „Corporate Responsibility in Business“ wollen wir diese Handlungsfelder in unserem Kerngeschäft verankern und wirksame Steuerungsinstrumente einführen. 2011 starteten wir das Programm zusammen mit unserer Muttergesellschaft Munich Re. Basierend auf den Inhalten der UN Principles for Sustainable Insurance (PSI), einem Rahmenwerk des Umweltprogramms der Vereinten Nationen für die

Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in der Versicherungswirtschaft, definierten wir zunächst einen konkreten Projektplan. Außerdem bauten wir ein Netzwerk aller Beteiligten auf und erarbeiteten einen detaillierten Fragebogen zur Erfassung des Status quo. Anfang 2012 startete eine Analysephase mit Interviews ausgewählter Führungskräfte aus allen Geschäfts- und Zentralbereichen. Auf dieser Grundlage erarbeiteten wir konkrete Handlungsempfehlungen und Pläne, wie sich die PSI in die gesamte Wertschöpfungskette integrieren lassen. Im Juni 2012 unterzeichnete Munich Re für den Gesamtkonzern und damit auch für ERGO die PSI-Erklärung. Munich Re hatte die Erklärung maßgeblich mitgestaltet.

## Themen im Fokus

Im April 2012 verabschiedete der Vorstand der ERGO Gruppe folgende Fokusthemen zur Verankerung von Nachhaltigkeitskriterien im Kerngeschäft:

- Vertrieb: Einführung zusätzlicher Instrumente und Maßnahmen für einen strukturierten und ganzheitlichen Beratungsprozess
- Compliance: Weiterer Ausbau des Compliance Management Systems der ERGO Gruppe



## ERGO Award

Mit dem ERGO Award zeichnen wir einmal im Jahr Mitarbeiter aus, die sich im Rahmen ihrer täglichen Arbeit in besonderem Maße für ERGO verdient gemacht haben. Ziel ist es, das Bewusstsein für das Leitbild und unsere Zielgruppenversprechen weiter zu stärken und deren nachhaltige Verankerung im Unternehmen zu fördern. Für den ERGO Award können alle Mitarbeiter der Gruppe im In- und Ausland – Einzelpersonen oder Teams – vorgeschlagen werden. Der ERGO Vorstand ermittelt aus zehn Nominierungen die jeweiligen Jahrgewinner.

- Marketing: Gezielte Marktforschung zu nachhaltig orientierten Versicherungskunden und -produkten sowie Entwicklung einer Ansprache für diese Zielgruppe
- Versicherungsverträge/-segmente: Integration von Nachhaltigkeitskriterien (ökonomisch, ökologisch und sozial) in den Zeichnungsrichtlinien

### Organisatorische Verankerung

Die 2011 neu geschaffene Organisationseinheit „Corporate Responsibility“ (CR) wurde mit Wirkung vom 1. Juli 2013 dem Bereich Konzernentwicklung zugeordnet, womit ERGO die strategische Relevanz von Nachhaltigkeit unterstreicht. Das fünfköpfige CR-Team koordiniert alle Projekte, Maßnahmen sowie die Kommunikation im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie der ERGO Gruppe, darunter auch das ERGO Nach-

haltigkeitsgremium, in dem Vertreter unterschiedlichster Geschäftsfelder und Fachabteilungen regelmäßig zusammenkommen.

### Interessengruppen informieren

Zu den wesentlichen Instrumenten der Kommunikation mit den verschiedenen Stakeholdern zählen der seit 2011 jährlich erscheinende Nachhaltigkeitsbericht, die Webseiten der ERGO Gruppe zum Thema „Verantwortung“ sowie der Geschäfts- und der Kundenbericht. Seit 2012 ist im Mitarbeitermagazin dem Thema Corporate Responsibility eine eigene feste Rubrik gewidmet. Direkt vor Ort informieren wir Mitarbeiter auch im Rahmen von CR-Info-Tagen. Die erste Veranstaltung fand im Oktober 2012 am ERGO Hauptsitz in Düsseldorf statt. Im Juni 2013 führten wir weitere an den Standorten Hamburg, Berlin, Köln, Mannheim und München durch.

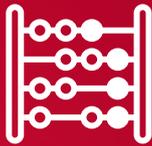
### Handlungsfelder unserer Nachhaltigkeitsstrategie



#### Umwelt

Umweltschutz und gruppenweite Klimaneutralität durch

- Reduktion des Ressourcenverbrauchs
- Effizienzsteigerung
- zertifiziertes Umweltmanagementsystem



#### Wirtschaft

Erfolg sichern durch

- Kundenorientierung
- Produktinnovationen
- nachhaltiges Kapitalanlagemanagement
- verantwortungsvolle Unternehmensführung



#### Mitarbeiter

Vielfalt aktivieren durch

- Aus- und Weiterbildung
- Vereinbarkeit von Beruf & Familie
- Gesundheitsförderung



#### Gesellschaft

Engagement für

- Bildungsförderung
- soziale Projekte für Menschen in Not

Mit dem intensiven Dialog wollen wir uns auf die Bedürfnisse unserer Stakeholder fokussieren und damit vom Wettbewerb besser abgrenzen. Zugleich bietet er die Möglichkeit, Herausforderungen und Risiken rascher zu erkennen und unsere Beziehungen zu unseren Interessengruppen aktiv zu steuern. Der Stakeholderdialog leistet einen wichtigen Beitrag, den Geschäftserfolg der ERGO Gruppe abzusichern.

### Erfolge messen

Unsere Fortschritte bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitskriterien bei ERGO dokumentieren wir unternehmensintern. So können wir auch Schwachstellen aufdecken und daraus folgend weitere Verbesserungen einleiten. Außerdem unter-

ziehen wir uns seit 2011 extern dem „Robeco SAM-Rating“, der weltweit wichtigsten Bewertung im Bereich Corporate Sustainability, die jährlich als Grundlage für die Zusammensetzung des Dow Jones Sustainability Indexes dient. 2012 konnten wir unser Ergebnis gegenüber dem Vorjahr verbessern und liegen in allen drei Bewertungsdimensionen – Wirtschaft, Umwelt, Gesellschaft – über dem Branchendurchschnitt. Besonders positiv bewertet wurden Verbesserungen in den Bereichen Kommunikation und gesellschaftliches Engagement, Mikroversicherungen, Personalentwicklung sowie Kundenorientierung. Verbesserungsbedarf besteht bei den Themen Mitarbeiter- und Umweltkommunikation, der Berücksichtigung der gesamten Wertschöpfungskette sowie bei der Mitarbeitergewinnung und -bindung.

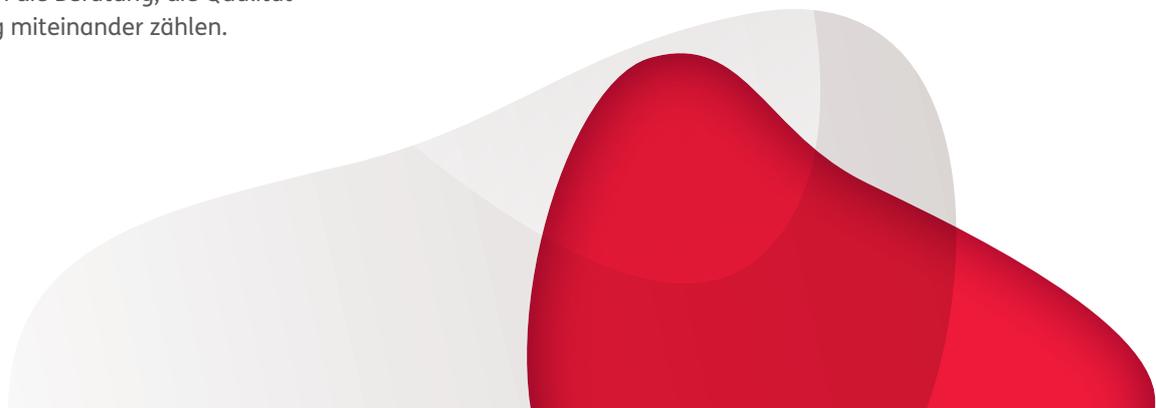
## Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Corporate Governance, also die verantwortungsvolle, auf langfristige Wertschöpfung ausgerichtete Leitung und Kontrolle des Unternehmens, ist für ERGO ein wesentliches Fundament der strategischen Steuerung. Dies impliziert auch die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, interner Regelwerke, aber auch maßgeblicher ethischer Standards.

### Umfassendes Regelwerk

Neben der strikten Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben setzt ERGO auch auf eine Vielzahl freiwilliger Kodizes und gruppeneigener Regelwerke (s. auch Kasten S. 9). Alle zusammen bilden sie den Rahmen für die Corporate Governance der Gruppe. Unsere hohen ethischen Standards spiegeln sich im ERGO Verhaltenskodex wider. Er ist für alle angestellten Mitarbeiter, leitenden Angestellten und Mitglieder der Geschäftsleitungen der ERGO Versicherungsgruppe AG sowie aller Unternehmen der Gruppe gültig. Für den selbstständigen Außendienst hat ERGO zusammen mit den Interessenvertretungen eigene Grundsätze formuliert. Damit setzen wir ein klares Zeichen, wonach in der Zusammenarbeit von ERGO mit den Vertriebspartnern vor allem die Beratung, die Qualität des Geschäfts und der Umgang miteinander zählen.

Die ERGO Rahmenrichtlinie „Anti-Fraud-Management“ legt Regeln und Grundsätze fest, die in den Unternehmen der ERGO Gruppe eine angemessene und wirksame Vorbeugung, Aufdeckung und Reaktion im Zusammenhang mit wirtschaftskriminellen Handlungen sicherstellen sollen. Die „Incentive-Richtlinie“ ist wiederum eine klare Vorgabe und Hilfestellung, wenn es um die Ausschreibung und Ausgestaltung von Anreizen geht. Um die Aufdeckung von Wirtschaftskriminalität bzw. von vergleichbaren Rechtsverstößen zu erleichtern, haben wir zudem einen externen Ombudsmann benannt, bei dem Verstöße gemeldet werden können.



**Corporate Governance – wesentliche Kodizes, Richtlinien, Regelwerke**

Bereich	Kodex/Leit- oder Richtlinie
Nachhaltigkeitsstrategie	UN Global Compact UN Principles for Sustainable Insurance (PSI)
Kapitalanlagen	UN Principles for Responsible Investment (PRI)
Compliance	ERGO Verhaltenskodizes für Mitarbeiter, leitende Angestellte, Mitglieder der Geschäftsleitung und für den selbstständigen Außendienst ERGO Incentive-Richtlinie
Personal	Charta der Vielfalt Munich Re Diversity Policy
Wirtschaftskriminalität	ERGO Rahmenrichtlinie Anti-Fraud-Management
Umwelt- und Klimaschutz	United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP FI) ERGO Umweltleitlinien
Einkauf und Beschaffung	ERGO Einkaufsrichtlinien mit konkreten Nachhaltigkeitsaspekten

**Kontrolle und Hilfestellung**

Das Compliance Management System der ERGO Gruppe wurde 2012 durch Schaffung eines eigenen Compliance-Bereiches mit direkter Berichtslinie zum Vorstandsvorsitzenden gestärkt. Das Team ist Ansprechpartner für die gesamte

Organisation. Beratend steht es – unabhängig von Ebene oder Bereich – jedem Mitarbeiter zur Seite, wenn es darum geht, Schaden vom Einzelnen, aber auch vom Unternehmen abzuwehren. Hohen Stellenwert hat dabei die Aufgabe, durch Information ein klares Verständnis zu schaffen, was regelkonform ist und was nicht.

**Transparenzinitiative**

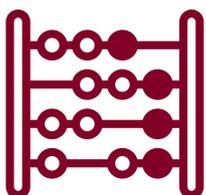
Nachdem 2011 gravierende Verfehlungen bei einer Wettbewerbsreise nach Budapest im Jahr 2007 und Vorwürfe zum Versicherungsgeschäft bekannt wurden, hatte ERGO umfangreiche Prüfungen veranlasst und deren Ergebnisse bekannt gegeben. Dennoch kam im Jahr 2012 der Vorwurf auf, ERGO habe über das Fehlverhalten von Vermittlern nicht ausreichend berichtet. Um dem eigenen Anspruch an Transparenz noch besser gerecht zu werden, haben wir

im Rahmen einer Transparenzinitiative im Oktober 2012 alle bisherigen Fälle von Fehlverhalten oder sonstige Auffälligkeiten bei Wettbewerbsreisen auf unserer Homepage veröffentlicht und die Konsequenzen genannt, die wir gezogen haben. ERGO wird weiterhin jedem Hinweis auf Auffälligkeiten bei Wettbewerbsreisen nachgehen und Fehlverhalten transparent machen.

[www.ergo.com/transparenz](http://www.ergo.com/transparenz)

Nachhaltig wirtschaften

# Kunden in den Mittelpunkt stellen

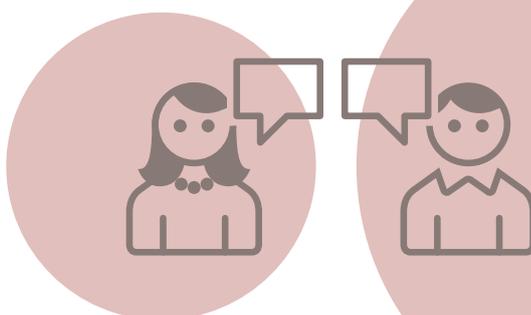


Die Nachhaltigkeit unserer wirtschaftlichen Entwicklung sichern wir durch konsequente Kundenorientierung – in allem, was wir tun. Dazu zählen auch die Entwicklung innovativer, maßgeschneiderter Versicherungslösungen und eine wertorientierte Kapitalanlagestrategie.

## Kundenzufriedenheit steigern

29%

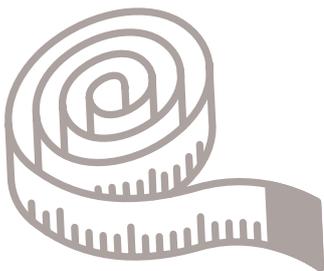
unserer Kunden in Deutschland würden ERGO ohne jeden Vorbehalt weiterempfehlen. Wir arbeiten daran, diesen Wert zu steigern.



89%

unserer Kunden in Deutschland bewerten unsere Leistung als ausgezeichnet, sehr gut oder gut. Damit haben wir das hohe Niveau von 2011 (88 %) gehalten.

## Innovativ versichern



# Maßgeschneidert

ist der Unfallschutz von ERGO, den wir zusammen mit unseren Kunden entwickelt haben – nur ein Beispiel für ein innovatives Versicherungsprodukt von ERGO.

### Wie entwickelt ERGO neue Produkte?

#### 1. Verstehensphase

Ermitteln des Kundenbedürfnisses. Wir beobachten Kunden in ihrer Alltagswelt, reden mit ihnen. Und wir sprechen mit unseren Kundenbeiräten. Je detaillierter die Beobachtung, je besser wir unseren Kunden zuhören, umso besser wird die spätere Entwicklung des Produktes.

#### 2. Ideenphase

Sammeln und sortieren. Erst schaffen wir Räume für Ideen, dann entwickeln wir Lösungen. Im Sinne der Co-Kreation sind auch hier Kunden integriert. Wir fragen immer wieder: Deckt die Idee tatsächlich das Bedürfnis ab? Und wir integrieren die ERGO Kundenwerkstatt.

#### 3. Konzeptphase

Beschreiben, ausgestalten, rechnen. Gemeinsam mit Kunden gehen wir ins Detail und fragen: Ist das Produkt noch verständlich? Wir diskutieren mit unseren Vertriebspartnern. Tarife werden kalkuliert und erstellt. Kundenversprechen und Verständlichkeit testen wir mit unseren Kunden.

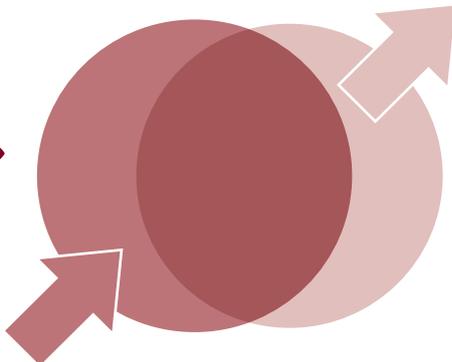
#### 4. Einführungsphase

Kommunizieren, verankern, vertreiben. Formulare und Infoblätter werden getextet und gestaltet, rechtlich geprüft und mit Kunden getestet. Arbeitsrichtlinien für den Kundenservice werden erstellt, Werbung produziert. Die Kampagne läuft an. Der Vertrieb übernimmt.

**Stabil wirtschaften**

**18,6 Mrd.**

Euro Beitragseinnahmen erwirtschaftete die ERGO Gruppe 2012.



**17,6 Mrd.**

Euro Versicherungsleistungen zahlte ERGO 2012 an ihre Kunden aus.

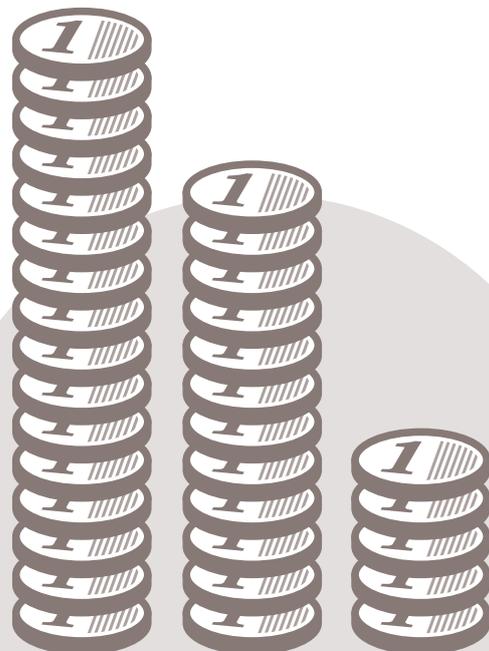
**Kapitalanlagen verantwortungsvoll anlegen**

Stand 31.12.2012

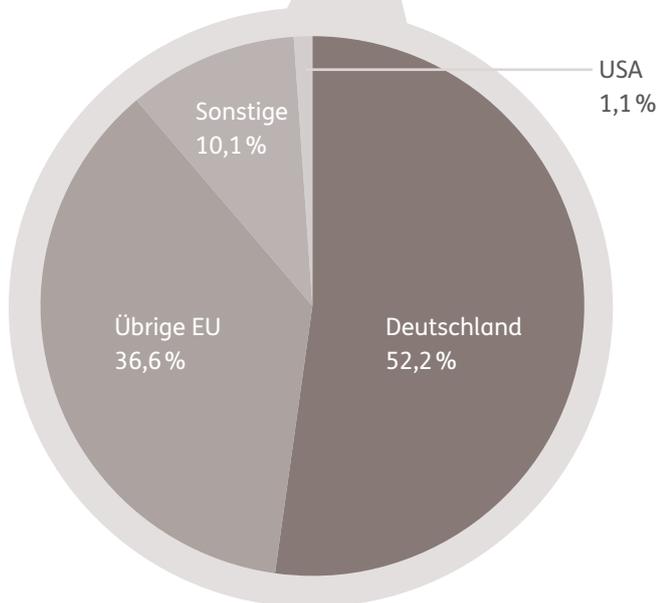
**125 Mrd.** EUR Kapitalanlagenbestand

**90%** der Kapitalanlagen sind festverzinsliche Papiere (Zinsträger).

**40%** der Zinsträger sind Staatsanleihen.



**Staatsanleihen, sortiert nach Ländern, Regionen und nach Zeitwert<sup>1</sup>**



Anteil der Zinsträger, deren Ratings mindestens die Kategorie A (stark) erfüllen und besser: 83,7%<sup>2</sup>

<sup>1</sup> festverzinsliche Papiere  
<sup>2</sup> inklusive eigener Hypothekendarlehen 88,3%

## Kundenbedürfnisse erkennen, verstehen, umsetzen

Nachhaltig zu wirtschaften, bedeutet für die ERGO Gruppe an erster Stelle, die Bedürfnisse ihrer Kunden zu erkennen, sie zu verstehen und danach zu handeln – etwa bei der Gestaltung innovativer Versicherungs- und Servicelösungen. Zahlreiche Instrumente sorgen dabei für einen direkten Austausch mit den Kunden.

### Im Gespräch mit unseren Kunden

In Deutschland ist der zweimal jährlich tagende ERGO Kundenbeirat ein wesentliches Instrument für den direkten Austausch. In diesem Kreis bringen 25 repräsentative Kunden der deutschen Unternehmen unserer Gruppe ihre Perspektive, aber auch neue Ideen für Prozesse, Produkte und Services ein. Als erstes großes Versicherungsunternehmen richtete ERGO 2011 dieses Gremium ein. Die Teilnahmequote von regelmäßig über 90 Prozent zeigt die hohe Motivation der Kundenbeiräte. Die Wirksamkeit des Gremiums belegen konkrete Verbesserungen wie etwa eine optimierte Ansprache von Bestandskunden und die Forderung, dass Kundenzufriedenheit als Steuerungsgröße zur Richtschnur für alle wird. Diese Forderung wird nun im Rahmen der noch konsequenteren Steuerung nach Kundenbedürfnissen umgesetzt, die ERGO im Jahr 2013 beschlossen und auf den Weg gebracht hat.

### Offene Plattform für Innovationen

Die ERGO Kundenwerkstatt ist eine offene Internetplattform, in der wir unsere Arbeit vorstellen und bewerten lassen. Nach der kostenlosen Registrierung haben die derzeit rund 4.000 Teilnehmer die Möglichkeit, über anonyme Umfragen die Weiter- und Neuentwicklung von Druckstücken, Produkten oder Leistungen von ERGO mitzugestalten. Eine konkrete Verbesserung, die 2012 aus der Kundenwerkstatt generiert wurde und in die Entwicklung unserer Produkte und Leistungen einfluss, war ein Internetportal rund um das Thema Pflegeversicherung ([www.pflegeversicherung.info](http://www.pflegeversicherung.info)).

### Klartext schafft Klarheit

Für viele Verbraucher sind die Vertragsinformationen zu ihren Versicherungen häufig schwer verständlich. Unsere Antwort darauf: die ERGO Klartextinitiative. Die Kunden sollen besser nachvollziehen können, was wir sagen und schreiben. Daher

haben wir, zum Beispiel bei unseren Versicherungsbedingungen, die Inhalte auf das Wesentliche reduziert sowie die Texte in klarer, verständlicher Sprache formuliert. Das Ergebnis: Bis Ende 2012 hat eine Auflage von rund 29 Millionen neu formulierten Briefen und von mehr als 850.000 überarbeiteten Vertragsbedingungen unsere Kunden erreicht. Auch in Sachen Verständlichkeit ist uns die Rückmeldung unserer Kunden wichtig. Dazu gingen 2012 einige Hundert Anregungen ein. Die umsetzbaren Vorschläge, im vergangenen Jahr mehr als 60, haben wir mit einer Prämie von je 50 Euro belohnt.

### Gut bewertet

Als erste Versicherungsgruppe in Deutschland unterzog ERGO 2012 ihre Kundenkommunikation einer Verständlichkeitsprüfung durch den TÜV Saarland und erhielt Anfang 2013 das Siegel mit der Note „gut“. Fast ein Jahr lang analysierte der TÜV unter anderem ausgewählte Versicherungsbedingungen, Produktinformationen und Kundenbriefe. Aber auch bei Kundengesprächen waren die Prüfer als Beobachter dabei. Bewertet wurde damit der gesamte Prozess der Kundenkommunikation. Ziel ist es, diese Verständlichkeit unserer Dokumente und Prozesse stetig zu verbessern.



## Kundenbericht: Mit Kunden und für Kunden

2012 haben wir den ersten ERGO Kundenbericht veröffentlicht, der seitdem jährlich erscheint. Der zweite folgte im Mai 2013. Wir wollen damit deutlich machen, wie wir unser Versprechen „Versichern heißt verstehen“ umsetzen. In Interviews stellen Kunden konkrete Fragen an einzelne Verantwortliche bei ERGO. Die Antworten machen deutlich, wo wir stehen, woran wir arbeiten und wie wir mit Fehlern umgehen. Die Themen des Kundenberichts haben wir gemeinsam mit den Mitgliedern unseres Kundenbeirats festgelegt. Der Schwerpunkt der Ausgabe 2013 war das Thema Beratung – konkret: Wie Kunden sich bei ihrem Vertriebspartner aufgehoben fühlen und was ERGO alles für gute Versicherungs- und Vorsorgelösungen tut.

### Beschwerden ernst nehmen

Wenn Kunden von ERGO sich durch eine Entscheidung ungerade fühlen und Hilfe brauchen, gibt es für sie innerhalb von ERGO eine direkte Anlaufstelle. Dort werden die Anliegen aufgegriffen, die aus Kundensicht nach der Bearbeitung durch das ERGO-interne Qualitäts- und

Beschwerdemanagement nicht zufriedenstellend gelöst werden konnten. Seit 2011 sind Ralf Königs und sein Team für diese Kunden in Deutschland Ansprechpartner. Als Schlichter erhebt er im Unternehmen die Stimme für die Gesuche der Kunden, klärt Missverständnisse und sucht nach Lösungen. 2012 waren es 320 Fälle, bei rund zwei Dritteln konnte eine Entscheidung zugunsten der Kunden herbeigeführt werden.

### Auch online gut versichert

Viele unserer Kunden schätzen nach wie vor die persönliche Betreuung. Aber auch das Internet wird zu einem immer wichtigeren Kontaktkanal. ERGO folgt diesem Kundenbedürfnis und baut ihr Online-Angebot systematisch aus. Im Internet sind die Informationen rund um die Uhr und 365 Tage im Jahr per Computer oder Smartphone verfügbar. In einem eigenen Bereich können Kunden darüber hinaus die Informationen rund um ihre Verträge jederzeit abrufen. Eine 2012 installierte „RechnungsApp“ der DKV ermöglicht den Versicherten, ihre Arzt- oder Zahnarztrechnungen der Privatärztlichen Verrechnungsstellen (PVS) auch bequem per Smartphone einzureichen – Originalbelege müssen nicht mehr geschickt werden.

## Zukunft gestalten, Anreize schaffen

Nachhaltigkeit spiegelt sich bei ERGO auch in speziellen neuen Versicherungslösungen wider, mit denen wir frühzeitig auf neue Trends reagieren, aber auch Anreize schaffen – zum Beispiel für umweltschonendes Verhalten.

### Die Zukunft erneuerbarer Energien sichern

Die Bedeutung erneuerbarer Energien und deren Technologien ist nicht nur in den Augen von Verbrauchern, sondern auch für Unternehmen in den letzten Jahren stetig gewachsen. Mit einer kombinierten Sach- und Betriebsunterbrechungsversicherung bietet ERGO in Deutschland einen umfangreichen Komplettschutz. Die Verträge sind auf Photovoltaik, Windenergie, Wasserkraft, Biogas sowie Brennstoffzellen und deren Besonderheiten zugeschnitten.

Als einer von wenigen Versicherern bietet ERGO mit ihrer „Minderertragsversicherung“ eine innovative Deckungserweiterung für Betreiber von Photovoltaikanlagen. Diese gewährt

Schutz, wenn der erwartete Jahresenergieertrag der Anlage infolge geringerer Globalstrahlung oder mangelhafter Komponenten nicht erreicht wird.

Der Bereich erneuerbare Energien findet seit 2012 auch explizite Berücksichtigung beim Haftpflichtschutz zur Absicherung gegen Ansprüche Dritter. Der Tarif enthält einen konkreten Abschnitt mit Informationen, klaren Zeichnungsrichtlinien und besonderen Deckungsinhalten, die zur Versicherung der spezifischen Haftpflichtrisiken notwendig sind.

## Ökologische Systeme versichern

Das europäische Umweltrecht nimmt Verursacher von Schäden an Flora, Fauna, Gewässern und Böden zunehmend in die Verantwortung. Im Schadensfall können immense Sanierungskosten die Existenz unserer Kunden bedrohen. Mit der Umweltschadensversicherung trägt ERGO diesem Bedarf Rechnung. Seit 2009 ist die Umweltschadensversicherung generell Bestandteil unserer Betriebs-Haftpflichtversicherung. Mittlerweile haben rund 100.000 Kunden diesen spezifischen Versicherungsschutz abgeschlossen.

## Anreize zur Einsparung

Mit der aktuellen Produktgeneration unserer Hausratversicherungen in Deutschland übernehmen wir im Versicherungsfall die Mehrkosten für umweltschonende Haushaltsgeräte, falls eine Neuanschaffung notwendig wird.

Auch für Kraftfahrzeuge bietet ERGO in Deutschland umweltfreundliche Versicherungslösungen an. Derzeit gewähren wir in sechs verschiedenen Fahrzeugklassen für etwa 50 ausgesuchte Fahrzeugtypen mit besonders geringem CO<sub>2</sub>-Ausstoß einen Nachlass in der Kfz-Haftpflichtversicherung sowie in der Vollkasko-Versicherung. Damit unterstützen wir umweltbewusste Verbraucher und schaffen Anreize zur umweltfreundlichen Mobilität.

## Neue Märkte

Mit Blick auf die langfristigen Wachstumsperspektiven in Entwicklungs- und Schwellenländern trägt ERGO mit speziellen Lösungen zum Aufbau noch unterentwickelter Versicherungsmärkte bei. Zum Beispiel in Indien, wo die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung keinen Zugang zu den klassischen Versicherungsprodukten hat. Unser deutsch-indisches Gemeinschaftsunternehmen HDFC ERGO entwickelt Mikroversicherungen in enger Absprache mit Nichtregierungsorganisationen und Mikrofinanzierungsinstituten. Entscheidend für die Produkte ist, dass sie nachvollziehbar aufgebaut sind und äußerst kostengünstig und auf innovativen Wegen vertrieben werden können.

In der Provinz Uttar Pradesh wurden zum Beispiel Verkaufsräume in rund 50 ländlichen Supermärkten eingerichtet. Die Policen reichen von Kranken- über Unfall- und Sachversicherungen bis hin zum Schutz gegen den Verlust von Arbeits-tieren sowie Ernteausfälle. Gemeinsam mit der Biocon Foundation bietet HDFC ERGO zudem eine Krankenversicherung, die für eine sehr geringe Prämie Krankenhausaufenthalte sowie medizinische Behandlungen und Operationen absichert. Ein mobiles, handybasiertes Registrierungssystem ermöglicht einen unkomplizierten und papierlosen Vertragsabschluss.

Ein weiteres Produkt sind Wetterversicherungen in Abhängigkeit eines Wetterereignisses. Tritt dieses ein, erhält der Kunde einen vom Schaden unabhängigen Pauschalbetrag ausgezahlt. Dies erspart die oft aufwendige und teure Schadensermittlung.



## Einmaliger Unfallschutz

Erkennen – verstehen – umsetzen. Wenn ein Unfall passiert, ist finanzielle Absicherung wichtig, oft ist die praktische Unterstützung aber ebenso wertvoll. Dieses Kundenbedürfnis ist bei der Entwicklung des neuen ERGO Unfallschutzes maßgeblich eingeflossen. Er ist speziell auf die Bedürfnisse unterschiedlicher Zielgruppen zugeschnitten. Besonders attraktiv sind die zusätzlichen Assistenzleistungen, die sich an der jeweiligen Lebenssituation orientieren, zum Beispiel ein individueller Beratungsservice oder praktische Hilfe im Alltag (Haushaltsorganisation, Fahrdienste, Kinderbetreuung etc.). Bei bleibender Beeinträchtigung können unsere Kunden auch spezielle Rehabilitationsmaßnahmen zur beruflichen Reintegration oder bei besonders schweren Unfallfolgen individuelle Nachsorgeleistungen, wie zum Beispiel eine Sportprothese, in Anspruch nehmen. So helfen wir den Betroffenen, wieder möglichst aktiv am Leben teilnehmen zu können. Erst seit Mitte 2012 im Verkauf, wurden bis Jahresende über 138.000 Verträge abgeschlossen. Ein sichtbarer Beweis für die kundenorientierte Produktentwicklung bei ERGO.

## Nachhaltigkeit bei Kapitalanlagen

Die Grundsätze der Nachhaltigkeit gelten auch für die Kapitalanlagen der ERGO Versicherungsgruppe. Dieser Verantwortung tragen wir Rechnung durch ein umsichtiges und vorausschauendes Anlagenmanagement sowie mit einem ausgefeilten Steuerungssystem.

### Maximale Sicherheit für die Kunden

Als Orientierungsrahmen für unsere nachhaltige Anlagestrategie gelten konzernweit die allgemeinen Anlagerichtlinien (General Investment Guidelines) von unserer Muttergesellschaft Munich Re sowie die United Nation Principles for Responsible Investments (PRI), die wir im Jahr 2006 unterzeichnet haben. Primäres Ziel unseres Anlagemanagements ist, unsere Verpflichtungen gegenüber den Kunden zu jedem möglichen Zeitpunkt erfüllen zu können. Für alle Sparten gilt damit als Vorgabe: maximale Sicherheit für die Anleger. Die Anlagestrategien richten sich nach den unterschiedlichen Versicherungsleistungen. Bei einer klassischen Lebensversicherung beispielsweise müssen, neben der Überschussbeteiligung, zwingend die garantierten Leistungen erwirtschaftet werden. In der Krankenversicherung geht es hingegen darum, laufende Kosten zahlen zu können und Rücklagen für eventuelle höhere Gesundheitsleistungen im Alter zu bilden. In allen Sparten müssen wir somit darauf achten, dass die Laufzeiten unserer Kapitalanlagen denen unserer Verpflichtungen entsprechen. Gleichzeitig unterstützen wir Kunden, die ihr Geld nachhaltig anlegen wollen. Sie können beispielsweise bei einer fondsgebundenen Rentenversicherung nachhaltige Fonds für ihre Vorsorge wählen.

### Verpflichtungen strategisch managen

Die Kapitalanlagen der ERGO von rund 125 Milliarden Euro verwaltet überwiegend die MEAG, der gemeinsame Vermögensmanager von ERGO und Munich Re. Das Unternehmen ist einer der großen Investoren im europäischen Finanzsektor. Ein umfangreiches gemeinsames Steuerungssystem von ERGO und MEAG sorgt dafür, dass wir die Erfüllung unserer Verpflichtungen gegenüber unseren Kunden langfristig sicherstellen. Ein eigenes Frühwarnsystem der ERGO Gruppe kontrolliert täglich die Einhaltung der Mandatsvorgaben an die MEAG, auch hinsichtlich der Anlageklassen, Qualität und Grenzen.

Im Dienste der Sicherheit liegt der Schwerpunkt der Investments von ERGO bei festverzinslichen Wertpapieren wie zum Beispiel Staatsanleihen, Pfandbriefen oder Darlehen. Zudem werden die Anlagen auf unterschiedliche Schuldner – Staaten, Banken oder Industrieunternehmen – verteilt. Daneben investieren wir in Immobilien und auch in Aktien von Unternehmen, die überwiegend aus dem europäischen Raum stammen.

Holger Kerzel

MEAG Geschäftsführer | Portfoliomanagement Aktien und andere Eigenkapitalanlagen

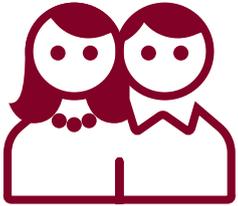
„Mit unserer nachhaltigen Anlagestrategie sorgen wir dafür, dass ERGO ihre Verpflichtungen gegenüber ihren Kunden heute, morgen und übermorgen einhalten kann und entsprechende Renditen erzielt. Um dies sicherzustellen, gehen wir mit Risiken sehr sensibel und vorausschauend um. Und weil nachhaltige Anlagen auf längere Sicht weniger Risiken bergen als andere, berücksichtigen wir auch ökologische und soziale Standards, die Einhaltung von Verhaltensregeln in der Unternehmensführung oder die Vermeidung von Umweltverschmutzung.“

Wir sind überzeugt: Nachhaltig zu investieren, zahlt sich für die Kunden von ERGO langfristig aus.“



Mitarbeiter

# Vielfalt aktivieren



Durch aktive Förderung unserer Mitarbeiter, das Schaffen von Freiräumen für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie und den Schutz ihrer Gesundheit aktivieren wir die Vielfalt in unserem Unternehmen. Dieses Potenzial ist ein wertvolles Fundament für unseren Erfolg.

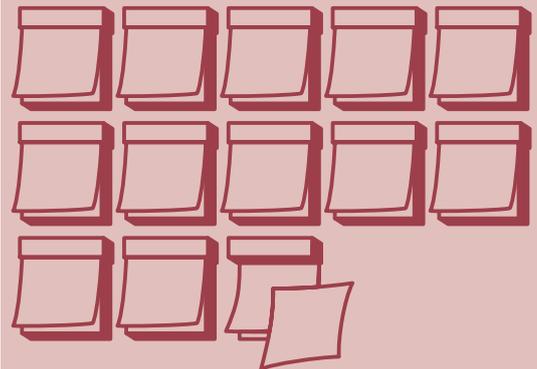
Verantwortungsvoller Arbeitgeber



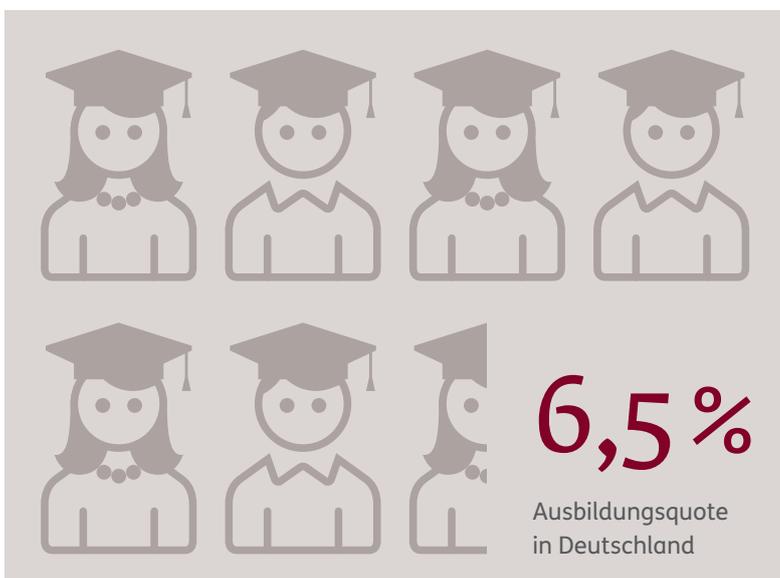
<sup>1</sup> Innendienst und angestellter Außendienst im In- und Ausland

## 12,2 Jahre

arbeiten unsere Mitarbeiter durchschnittlich für ERGO im Innendienst und als Angestellte im Außendienst.



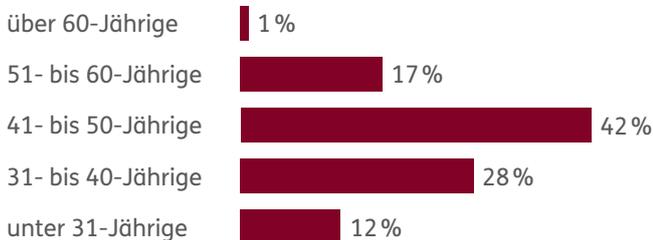
Mitarbeiter qualifizieren und fördern



**3,3** Weiterbildungstage je Mitarbeiter im Innendienst in Deutschland



## Vielfalt im Unternehmen wertschätzen und verankern

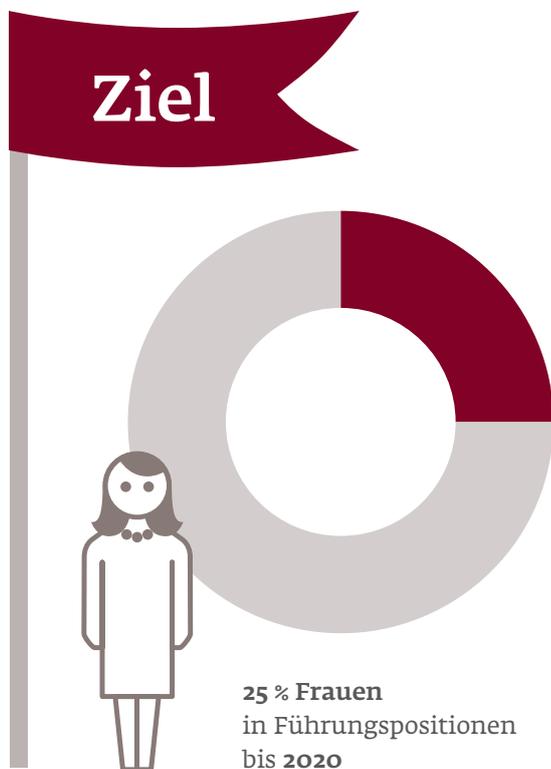


Wir nutzen das Potenzial, das die Zusammenarbeit von Mitarbeitern unterschiedlichen Alters mit sich bringt.

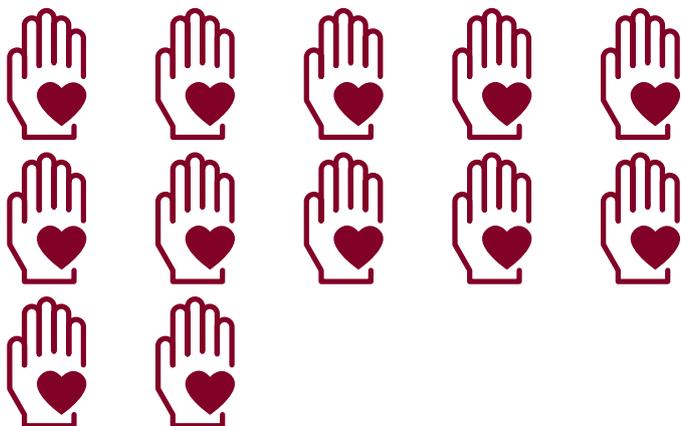


**21,4 %**

der Managementpositionen waren 2012 von Frauen besetzt.



## Vereinbarkeit von Beruf und Familie



**12 Monate**

Freistellung für die Pflege der Angehörigen unserer Mitarbeiter

## Gesundheit erhalten

**Über 50**

Sportarten und Neigungsgruppen bietet ERGO ihren Mitarbeitern an sieben Standorten an.



## Potenzial nutzen

Eine alternde Gesellschaft, in der Folge ein zunehmender Mangel an Nachwuchskräften, aber auch das wachsende Bedürfnis der Arbeitnehmer nach einer besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie – dies sind die wesentlichen Herausforderungen, denen sich die zukunftsorientierte Personalpolitik von ERGO stellt.

### Bevorzugter Arbeitgeber

Unser Anspruch im Handlungsfeld Mitarbeiter ist hoch: Wir wollen in der Versicherungswirtschaft ein bevorzugter Arbeitgeber werden. Hierfür schaffen wir Instrumente, welche die Leistungsfähigkeit und -bereitschaft unserer fast 30.000 Mitarbeiter im Innen- und Außendienst unterstützen – über alle Lebensphasen hinweg. Zugleich müssen wir sicherstellen, dass diese Maßnahmen auch den Anforderungen des Unternehmens Rechnung tragen.

### Mitarbeiter verstehen

Verstehen – dieser Anspruch gilt auch in Bezug auf unsere Mitarbeiter. Ein wichtiges Instrument, um zu erkennen, was sie bewegt, ist unsere Mitarbeiterbefragung. Wir führten sie

im Juni 2012 zum zweiten Mal deutschlandweit durch. Schwerpunkte waren die Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen, die Beurteilung der direkten Führungskraft sowie Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten. Erstmals berücksichtigten wir auch Aspekte der Gesundheit und Arbeitsbelastung. In der Bewertung der übergeordneten Themen stand, wie schon 2010, die Arbeitsplatzsicherheit auf einem der ersten Plätze. Positive Entwicklungen zeigten sich bei der Zusammenarbeit mit Führungskräften und Kollegen. Wichtig sind jedoch vor allem jene Ergebnisse, die Verbesserungspotenzial aufdecken. Zum Beispiel die mit 52 Prozent relativ geringe Beteiligung an der Befragung – hier hat sich ERGO zum Ziel gesetzt, die Quote zu erhöhen.

## Freiräume schaffen

Persönliche Veränderungen, unterschiedliche Lebensphasen oder plötzliche Umbrüche in der Familie wirken sich auch immer auf das Berufsleben aus. Vielfalt heißt für ERGO deshalb auch, Freiräume zu schaffen, die dieses Spannungsfeld entkräften.

### Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Angebote, die den einzelnen Lebensphasen der Mitarbeiter gerecht werden, tragen nachweislich zur Attraktivität als Arbeitgeber bei. Dazu zählen in besonderem Maße Arbeitsmodelle, die eine bessere Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben ermöglichen, wie zum Beispiel Teilzeit, Elternzeit oder Pflegezeiten. So unterschiedlich unsere Mitarbeiter sind, so flexibel sollten auch die Lösungsansätze sein, die wir ihnen bieten. 2012 legten wir einen besonderen Schwerpunkt darauf, die flexiblen Arbeitszeitmodelle bei ERGO sichtbar zu machen. Die im Juni 2013 veröffentlichte Broschüre „Wir leben Vielfalt – Diversity bei ERGO“ informiert konkret darüber.

Das unabhängige Audit „berufundfamilie“<sup>®</sup> bestätigte uns erneut eine familienbewusste Personalpolitik. Die berufundfamilie gGmbH, Tochter der gemeinnützigen Hertie-Stiftung, zeichnet damit Unternehmen aus, die sich kontinuierlich für

die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie engagieren. Bereits seit 2002 unterzieht sich ERGO diesem Audit. 2012 erhielten alle großen deutschen Verwaltungsstandorte von ERGO eine entsprechende Auszeichnung.



Elena de Graat

Auditorin | berufundfamilie gGmbH

„ERGO hat in ihrer Personalstrategie sehr gute Modelle und Instrumente geschaffen, um das Thema Vereinbarkeit von Beruf und Familie im Unternehmen zu verankern, und spielt hier sicherlich schon heute in der ersten Liga. Die große Herausforderung wird sein, dass diese Instrumente auch nachhaltig angenommen werden – sowohl von den Führungskräften als auch von den Mitarbeitern. Hierzu bedarf es Zeit und vieler kleiner Schritte, um jede Einheit, jeden Einzelnen zu erreichen und damit auch die Chancen zu nutzen.“

Letztendlich geht es um eine Veränderung der Unternehmenskultur, die nachweislich dazu beitragen kann, die Motivation, aber auch den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens zu steigern.“



## Frauenförderung

Der Anteil von Frauen in Führungspositionen bei ERGO ist noch immer vergleichsweise gering. Wir haben uns vorgenommen, diese Quote bis Ende 2020 konzernweit auf mindestens 25 Prozent zu steigern. 2012 waren 21,4 Prozent der Mitarbeiter im Management weiblich.

## Vielfalt greifbar machen

Das Team des ERGO Projektes „Diversity“, das direkt an den Personalvorstand berichtet, koordiniert alle Initiativen zur Verankerung von Vielfalt im Unternehmen. Zu seinen Aufgaben

zählt auch, Umsetzungsverantwortliche zu sensibilisieren und zu qualifizieren sowie ressortspezifische Initiativen zu begleiten. Um die Vielfalt im Unternehmen sichtbar zu machen, werden einzelne Initiativen und konkrete Beispiele auch grundsätzlich in allen regelmäßigen Kommunikations- und Dialogformaten von ERGO thematisiert.

Beim 1. Deutschen Diversity-Tag im Juni 2013 konnten unsere Mitarbeiter am ERGO Hauptsitz in Düsseldorf in einem Parcours den Nutzen unserer lebensphasenorientierten Angebote spielerisch erleben. Die Veranstaltung wurde von der Initiative „Charta der Vielfalt“ zu einer der zehn besten Aktionen deutschlandweit gewählt.

## Entwicklung fördern

ERGO setzt mit Kraft auf das Thema Vielfalt. Die Wertschätzung der unterschiedlichen Erfahrungen und Talente in unserer Belegschaft und des darin liegenden Potenzials untermauern wir durch die gezielte Förderung unserer Mitarbeiter.

## Frei von Vorurteilen und Ausgrenzung

Mit der Einführung der gruppenweit gültigen Richtlinie „Diversity Policy“ hat unsere Muttergesellschaft Munich Re im Jahr 2011 die Grundlagen geschaffen, das in der Vielfalt unserer Belegschaft vorhandene Potenzial durch gezielte

Instrumente und Maßnahmen zu aktivieren. ERGO ist auch Unterzeichner der „Charta der Vielfalt“, einer Initiative deutscher Unternehmen. Damit haben wir uns verpflichtet, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei ist von Vorurteilen und Ausgrenzung. Mitarbeiter sollen Wertschätzung erfahren – unabhängig von Geschlecht, Nationalität, Religion, Behinde-

rung, Alter und sexueller Orientierung oder Identität. Um Chancengleichheit sicherzustellen, gibt es im Unternehmen seit 2002 eine Gleichstellungsbeauftragte, die sich um die Belange der Beschäftigten in Deutschland kümmert und insbesondere für die Förderung von Frauen eintritt.

## Lebenslanges Lernen

Um unsere Beschäftigten und Vertriebspartner über alle Hierarchieebenen hinweg stets auf den neuesten Kenntnisstand zu bringen, setzt ERGO auf ein umfassendes Weiterbildungsprogramm. Eine immer wichtigere Rolle spielen dabei Online-Angebote wie zum Beispiel unser e-Campus, eine in Deutschland gern genutzte Lernplattform mit zahlreichen E-Learning-Modulen. Auch für unsere selbstständigen Vertriebspartner bieten wir umfassende Schulungen mit den Schwerpunkten Service- und Beratungskompetenz an. 2012 absolvierten unsere Mitarbeiter mehr als 28.000 Teilnehmertage. Hinzu kommen knapp 30.000 Teilnehmertage aus dem Kreise der selbstständigen Vertriebspartner.

## Perspektiven in der Ausbildung

Es ist ein erklärtes Ziel unserer Personalpolitik, durch eine qualifizierte Ausbildung den Nachwuchs zu sichern. Wir wollen jungen Menschen eine dauerhafte Perspektive im Unternehmen bieten. Dies setzt voraus, dass wir sie bedarfsgerecht ausbilden, also in den Bereichen mit Zukunft. Gleichzeitig erwarten unsere Kunden Versicherungsprodukte zu akzeptablen Preisen, genau wie eine hervorragende Betreuung. Das verändert auch die Anforderungen an die Personalbedarfsplanung. Während wir im Innendienst Prozesse straffen, parallele Strukturen abbauen und damit auch Mitarbeiterzahlen reduzieren, verstärken wir konsequent unseren Außendienst. Dieser Trend spiegelt sich bei unserer Ausbildung wider. Infolge der geringeren Stellenzahl im Innendienst und der niedrigen Fluktuationsrate bei ERGO können wir ab dem Einstellungsjahr 2013 nicht mehr garantieren, dass wir Absolventen im Innendienst – selbst mit sehr guten Leistungen – auch übernehmen. Die Ausbildung im Außendienst bauen wir dagegen weiter aus. Die Gesamtausbildungsquote bei ERGO wird sich 2013 im Vergleich zum Vorjahr (6,5%) kaum verändern. Ende 2012 beschäftigten wir in Deutschland 1.485 Auszubildende im Innendienst und im angestellten Außendienst.



## Kompetenz und Sensibilisierung

Das Berufsbildungswerk der Deutschen Versicherungswirtschaft (BWV) lobt jährlich den Bildungspreis InnoWard aus. 2012 erhielten wir für das Seminar „Gelebte Vielfalt“ den ersten Preis in der Kategorie „Berufliche Erstausbildung“. Die Jury überzeugten vor allem die drei Seminarmodule Gruppensozialkompetenz, Sensibilisierung für das Andere und das Anderssein sowie praxisnahe Projektarbeit zum Thema Vielfalt. 2013 wurde das Seminar als Standard in das Ausbildungsprogramm von ERGO übernommen.

## Talente erkennen und fördern

Unser Ziel ist es, das derzeit deutschlandweit auf Führungskräfteebene bestehende Talent Management über alle Hierarchieebenen hinweg auszubauen und zu internationalisieren. Seit Anfang Juli 2012 können auch unsere großen internationalen Gesellschaften auf das interne Jobportal von ERGO und Munich Re zugreifen. Über das ERGO Mentoringprogramm wird unser weiblicher Führungsnachwuchs von erfahrenen Kollegen – auch unternehmens- und branchenübergreifend – an die Hand genommen. Das Programm wurde 2012 zum zweiten Mal aufgelegt und wird 2013 fortgesetzt.

## Leistungsgerechte Vergütung

Eine leistungsgerechte Entlohnung ist ein wichtiger Baustein, um Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden. Die Vergütungsstruktur bei ERGO ist transparent aufgebaut und umfasst in Deutschland neben dem Grundgehalt auch eine Reihe von Sondervergütungen und Zulagen. Zudem bieten wir eine attraktive betriebliche Altersversorgung. In Deutschland basiert die Entlohnung der tariflichen Mitarbeiter auf dem Tarifvertrag für das Versicherungsgewerbe. Auf der Führungsebene unterstützt die Entlohnungsstrategie bei

ERGO mit einem gezielten Anreizsystem die klare Ausrichtung der Vorstände und Führungskräfte an der Wertschaffung: Je höher ein Geschäftsleitungsmitglied oder eine Führungskraft in der Managementhierarchie angesiedelt ist, desto stärker hängt die Vergütung von der Nachhaltigkeit des Geschäftserfolges ab.

### Generationenwerkstatt

Dem Thema altersübergreifendes Arbeiten kommt in den nächsten Jahren eine hohe Bedeutung zu. Dies unterstreicht auch die Altersstruktur unserer Belegschaft: 60 Prozent sind über 41 Jahre alt. Mit der 2012 ins Leben gerufenen „Generationenwerkstatt“, an der sich Mitarbeiter aller Altersgruppen

beteiligen, suchen wir Antworten auf die Frage, ob Mitarbeiter unterschiedlichen Alters tatsächlich ihre Arbeit anders bewältigen. Und, wenn ja, welche Konsequenzen das für die altersübergreifende Zusammenarbeit hat. Erste Erkenntnisse waren, dass es bei der Bewältigung der Arbeit generell nur wenige Unterschiede zwischen den Generationen gibt. Darüber hinaus wird die Zusammenarbeit zwischen Alt und Jung geschätzt. Und auch das Thema Flexibilisierung der Arbeit ist generationsunabhängig zunehmend wichtiger. Die gute Resonanz auf die erste Generationenwerkstatt hat uns dazu bewogen, im Oktober 2013 in die nächste Runde zu gehen. Impulse aus der Generationenwerkstatt flossen in Projekte zur Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort sowie in ein Modell zur Unterstützung von leitenden Angestellten beim gleitenden Ausschwingen in den Ruhestand.

## Gesundheit erhalten

Arbeit und Gesundheit gehören zusammen. Für ERGO bedeutet ein ganzheitliches Personal-Konzept deshalb auch, das Wohl der Mitarbeiter zu schützen und ihre unterschiedlichen gesundheitlichen Bedürfnisse in allen Lebens- und Berufsphasen zu berücksichtigen.

### Spezialisten beraten und helfen

In unserem deutschen Heimatmarkt, in dem der größere Teil unserer Mitarbeiter arbeitet, sind fünf Betriebsärzte und eine Sozialbetreuerin darauf spezialisiert, in akuten Fällen zu helfen und den Arbeitnehmern rund um das Thema Gesundheit zur Seite zu stehen. Sie bieten Vorsorgeuntersuchungen, Impfungen oder Erste-Hilfe-Versorgung an. Darüber hinaus helfen sie bei beruflichen oder privaten Schwierigkeiten, beraten bei Suchtgefahr und im Umgang mit Stress.

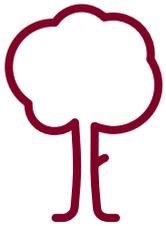
Beispielhaft für unsere Vorsorgeaktionen ist ein Pilotprojekt zur Darmkrebsvorsorge. Es startete im März 2012 am Standort Düsseldorf und wurde ein Jahr später auf alle deutschen Standorte sowie für die festangestellten Mitarbeiter im Außendienst erweitert. Mithilfe eines immunologischen Stuhltests wird dabei ein Screening durchgeführt, mit dem bereits Vorstufen von Dickdarmkrebs erkannt werden können.

### Einladung zum Mitmachen

An allen deutschen Standorten besteht ein umfangreiches Angebot zur betrieblichen Gesundheitsförderung, etwa zu den Themen Ernährung, Bewegung und Entspannung. Als eine der bundesweit größten Betriebssportgemeinschaften ist ERGO sports zentral unter einem Dach organisiert und bietet an sieben Standorten mehr als 50 Sportarten und Neigungsgruppen an. Ganzjährig stattfindende Laufveranstaltungen, Fußball- und Beachvolleyballturniere sowie internationale Events, wie der ERGO Cup und die Sail Challenge, führen Kollegen aus allen Standorten und Fachbereichen zusammen. Im Mittelpunkt der Aktivitäten steht neben Spaß an der Bewegung auch die Förderung des Gesundheitsbewusstseins und der Teambildung. Ebenso kommen musische und künstlerische Interessen nicht zu kurz, zum Beispiel bei den ERGO Bands, dem Chor ERGO Cantamus oder der Theater-AG.

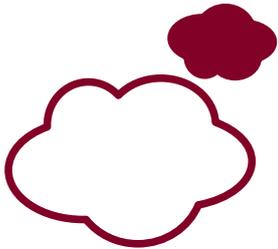
## Umwelt

# Ressourcenbewusst handeln



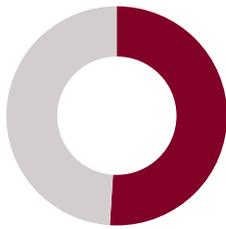
Gruppenweite Klimaneutralität ist unser Ziel. Dafür setzen wir an erster Stelle auf die konsequente Senkung des Ressourcenverbrauchs und die Substitution fossiler Energiequellen.

## Weniger verbrauchen



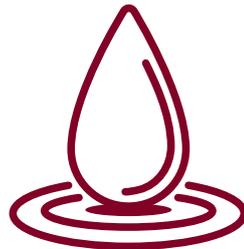
17%

CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Mitarbeiter haben wir 2012 gruppenweit im Vergleich zum Vorjahr eingespart.



51%

des genutzten Drucker- und Kopierpapiers in der ERGO Gruppe sind recycelt.



5,5%

weniger Wasser als im Vorjahr hat ein Mitarbeiter der ERGO Gruppe 2012 durchschnittlich verbraucht.

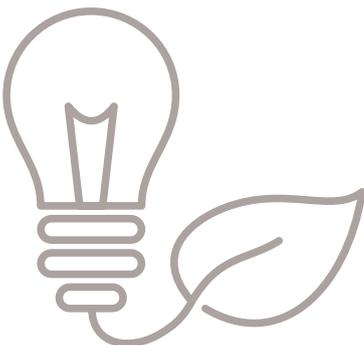
## Umweltschutz managen

12

Standorte sind nach ISO 14001 zertifiziert – darunter beinahe alle großen Standorte in Deutschland und fünf von der DAS in Großbritannien.



## Fossile Energiequellen ersetzen



# Ökostrom

nutzen wir an allen großen deutschen Standorten.

## CO<sub>2</sub>-Emissionen kompensieren



Unvermeidbare CO<sub>2</sub>-Emissionen kompensieren wir durch den Zukauf von Emissionszertifikaten.

ERGO unterstützt nach dem „Social Carbon Standard“ zertifizierte Klimaprojekte.

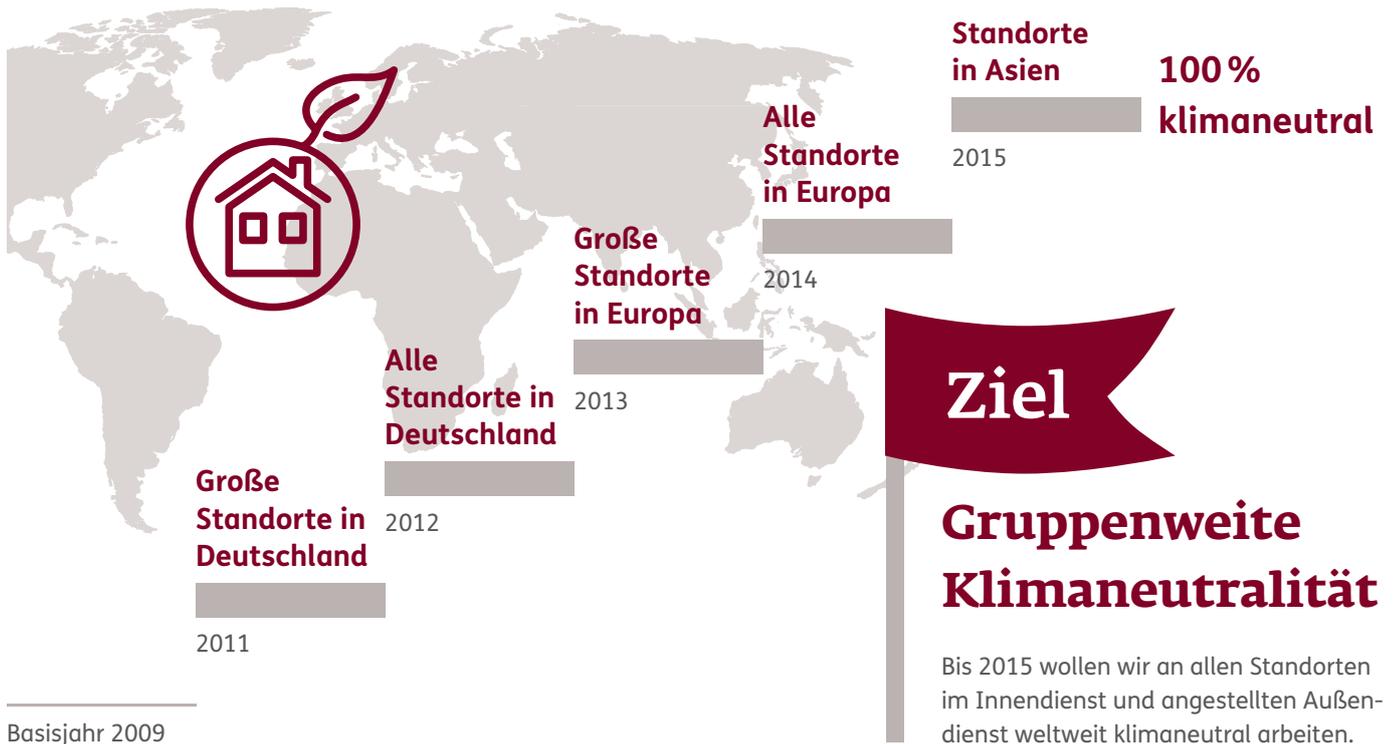
## Klimaneutraler Versicherungsbetrieb

# CO<sub>2</sub>-neutral

ist der Geschäftsbetrieb der ERGO Versicherungsgruppe seit 2012 an allen Standorten in Deutschland.



### Fünf-Stufen-Plan



## Reduktion, Substitution, Kompensation

ERGO verfolgt das Ziel, bis 2015 gruppenweit klimaneutral zu sein. Ein Fünf-Stufen-Plan beschreibt, in welchen Schritten wir das erreichen wollen. Priorität haben die Senkung des Energie- und Ressourcenverbrauchs, unvermeidbare Emissionen kompensieren wir durch den Zukauf von CO<sub>2</sub>-Zertifikaten.

### Fortschritte bei Klimaneutralität

Im Jahr 2012 konnten wir alle deutschen Standorte im Innen- und angestellten Außendienst der ERGO Gruppe bezüglich Energie, Wasser, Drucker-/Kopierpapier, Abfall sowie Dienstreisen klimaneutral stellen. Durch Modernisierungen der Heizungs- und Klimatechnik sowie der technischen Infrastruktur wie etwa Netzwerk-Computer erzielten wir eine deutliche Senkung des Energieverbrauchs. Der Einkauf von Strom aus regenerativen Energiequellen und die teilweise Eigenproduktion von Strom und Wärme in energieeffizienten Blockheizkraftwerken verringerten die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Berichtszeitraum in Deutschland gegenüber 2011 nochmals um rund 20 Prozent.

Unvermeidbare Emissionen kompensiert ERGO durch den Kauf von CO<sub>2</sub>-Emissionszertifikaten. Wir unterstützen damit Projekte mit ökologischem und sozialem Mehrwert, die nach dem internationalen „Social Carbon Standard“ des Ecologica Institute zertifiziert sind. 2012 wurden dadurch der Bau von kleinen Wasserkraftwerken in China und Windkraftanlagen in Indien sowie die Modernisierung eines Geothermiewerks in Indonesien gefördert.

Auch außerhalb Deutschlands wurden weitere Fortschritte bei der Senkung des Ressourcenverbrauchs erzielt. Die D.A.S. Österreich erhielt zum Beispiel von der Österreichischen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (ÖGNB) eine Auszeichnung für die Renovierung und Verbesserung der Energieeffizienz der Zentrale in Wien.

### Pro Recycling

Gemeinsam mit anderen großen deutschen Unternehmen engagiert sich ERGO in der nationalen Initiative „Pro Recyclingpapier“. Ziel ist es, nachhaltiges Wirtschaften zu fördern und die Akzeptanz von Recyclingpapier weiter zu erhöhen. 2012 betrug in Deutschland unsere Quote für recyceltes Drucker- und Kopierpapier 67,9 Prozent gegenüber einem Anteil von 79,1 Prozent im Jahr 2011. Wir arbeiten daran, den Anteil von recyceltem Papier wieder zu steigern.

Die Rückführung von wiederverwertbaren Wertstoffen in den Wirtschaftskreislauf ist selbstverständlich. Deshalb sorgen wir für eine geeignete Trenninfrastruktur und verkaufen Recyclingmaterial an spezialisierte Verwerter. Unsere Mitarbeiter werden zum Thema Müllentsorgung gezielt informiert.



### Standardisiertes Umweltmanagement

Basis für die gruppenweite Standardisierung sind unsere unternehmensweit gültigen Umweltleitlinien und die internationale Umweltmanagementnorm ISO 14001. Bis 2013 sollen alle großen deutschen Standorte der Gruppe zertifiziert werden. Langjährig zertifiziert sind die Standorte in Berlin sowie Leipzig, Düsseldorf und Mannheim, Köln seit 2011 und München seit 2012. Hamburg wird 2013 folgen. Außerhalb Deutschlands erhielten bisher alle großen Standorte in Großbritannien und Irland das Zertifikat. Bezogen auf die Zahl der Beschäftigten deckt die Zertifizierung nach ISO 14001 bereits 53,8 Prozent der ERGO Mitarbeiter in Deutschland und 36,4 Prozent gruppenweit ab.

## Umweltbewusstsein schärfen

Für ein Dienstleistungsunternehmen ist das umweltbewusste Verhalten der Mitarbeiter ein wichtiger Hebel zur Reduktion des Ressourcenverbrauchs. Bei ERGO verfolgen wir dieses Ziel mit gruppenübergreifenden, aber auch standortbezogenen Initiativen. Beispielsweise mit den Aktionen „Handys clever entsorgen“ in München, Bereitstellung von Strommessgeräten und e-bikes in Köln oder „Sparen und Umweltschonern“ in Mannheim, die den Verbrauch von Hygienepapier sowie die Entsorgung von Elektroschrott in den Fokus stellte. Mithilfe des 2012 entwickelten CO<sub>2</sub>-Rechners haben unsere Mitarbeiter in Deutschland ab 2013 auch die Möglichkeit, ihren privaten und beruflichen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu berechnen. Und sie erhalten gleichzeitig konkrete Optimierungsvorschläge.

## Weniger Daten, weniger Energie

2012 wurden in Deutschland 1.000 PC durch ressourcenschonendere Netzwerk-Computer ausgetauscht. Dadurch haben wir Energieleistungen in Höhe von zirka 135.000 Kilowattstunden pro Jahr eingespart und den CO<sub>2</sub>-Ausstoß um rund 55 Tonnen gesenkt. Darüber hinaus fanden im Oktober 2012 die „ERGO Bit-weg-Tage“ statt. Das Prinzip: Durch das gezielte Löschen nicht mehr benötigter oder redundant gesicherter Daten IT-Speicherkapazitäten zu entlasten. In nur zwölf Tagen löschten deutschlandweit die Mitarbeiter über 2.100 Gigabyte Datenvolumen, was einer Senkung des Ausstoßes um fast sechs Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr entspricht.

## Nachhaltige Mobilität

In Deutschland konnten die Dienstreisen, gemessen an der Zahl der Kilometer je Mitarbeiter, gegenüber 2011 um zirka 2,2 Prozent reduziert werden, beispielsweise durch die verstärkte Nutzung von Video-Konferenzen. Kundennähe bleibt jedoch ein Grundprinzip von ERGO und setzt vor allem im Vertrieb die persönliche Präsenz vor Ort voraus. CO<sub>2</sub>-neutrale Bahnreisen, eine unternehmenseigene Mitfahrzentrale und gezielte Schulungen tragen in Deutschland dennoch wirksam zur Reduktion der Umweltbelastung bei. Ebenso wie die 2012 aktualisierte Fuhrparkregelung, die – bis in die Vorstandsebene hinauf – treibstoffsparende Fahrzeugklassen mit maximalen CO<sub>2</sub>-Ausstoß-Grenzen vorgibt. Sie verpflichtet darüber hinaus alle Dienstwagen-Nutzer, ein ECO-Fahrtraining zu absolvieren. Messungen nach den Trainings ergaben einen um zehn Prozent niedrigeren durchschnittlichen Kraftstoffverbrauch. Unseren gesamten Kraftstoffverbrauch in Deutschland haben wir um fast 14 Prozent im Vergleich zum Vorjahr reduziert und damit verknüpft die Emissionen des Fuhrparks um fast 16 Prozent verringert.

Außerhalb Deutschlands erzielte vor allem die DAS in Großbritannien weitere Fortschritte bei der Umsetzung eines umweltfreundlichen Dienstreise-Konzeptes. Unser Tochterunternehmen erhielt dafür 2012 bereits zum vierten Mal bei den „West of England Travel Awards“ die höchste Auszeichnung.

Dr. Ralf Utermöhlen

Geschäftsführer Agimus GmbH | Umweltgutachter der ERGO Gruppe

„Echte Klimaneutralität wird nur erreicht, wenn so viele Emissionen wie möglich vermieden werden. Nur die wirklich nicht vermeidbaren Emissionen sollten durch den Zukauf von Klimazertifikaten ausgeglichen werden. Für einen Finanzdienstleister sind intelligentes Bauen, Green IT und umweltbewusstes Reiseverhalten der Mitarbeiter ganz wesentliche Hebel zur Senkung der Emissionen.

ERGO ist bei all diesen Themen auf einem guten Weg. Die 2012 umgesetzten IT-Umrüstungen sowie die neue Fuhrparkregelung sind vorbildlich. Eine Herausforderung sehe ich bei der Einbeziehung der internationalen Gesellschaften in die Klimaneutralitätsstrategie. Hier sollte das Prinzip Sorgfalt vor Eile gewahrt werden.“



Gesellschaft

# Aktiv teilnehmen



Mit unserem gesellschaftlichen Engagement eröffnen wir Perspektiven für eine gute Zukunft. Deshalb investieren wir in Bildung und helfen darüber hinaus Menschen, die in Not geraten sind. Das sind die Schwerpunkte unseres CR-Engagements.

## 268.715

Euro haben wir 2012 für die Unterstützung

**sozialer Projekte**

investiert.

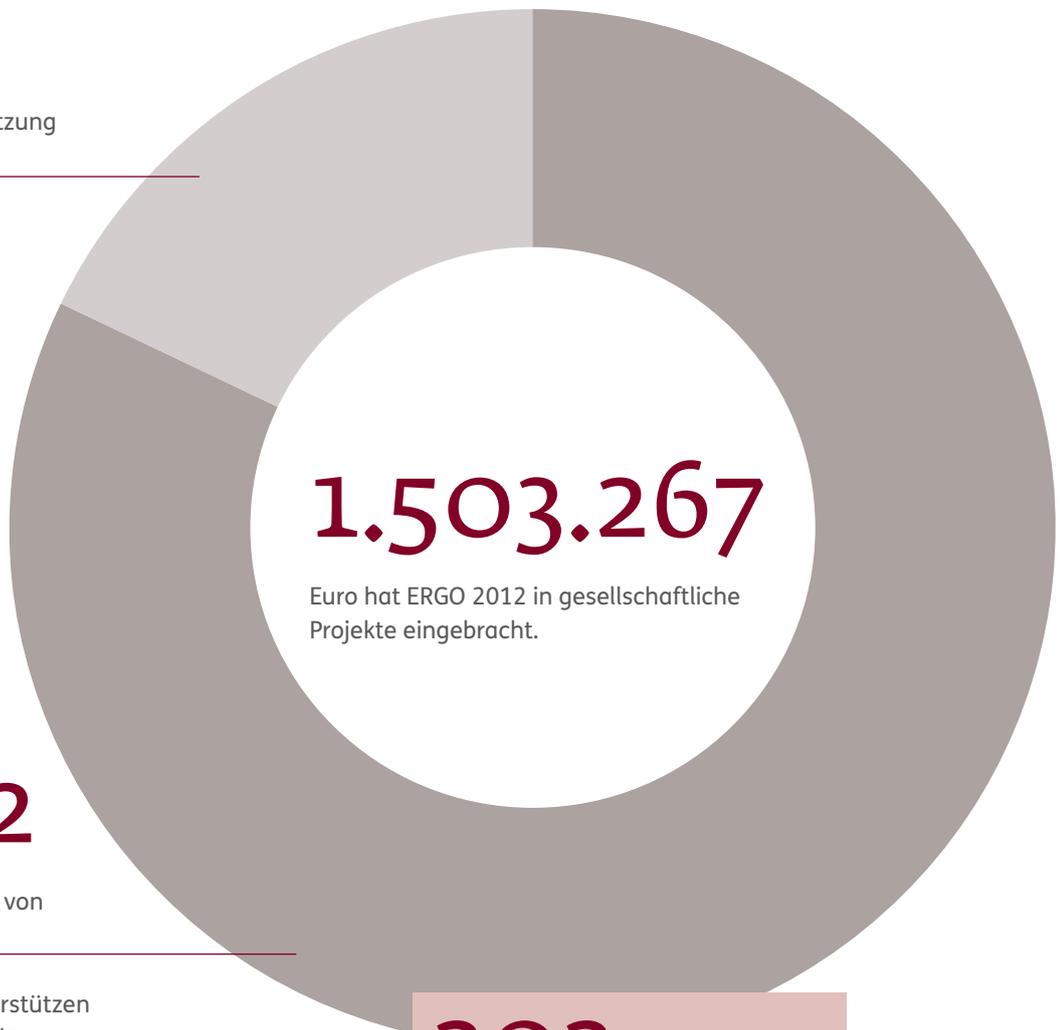
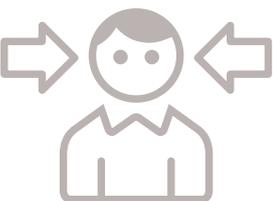


## 1.234.552

Euro setzte ERGO 2012 zur Förderung von

**Bildung**

ein. Die persönliche Entwicklung unterstützen wir auch durch Musik- und Sportprojekte.



## 1.503.267

Euro hat ERGO 2012 in gesellschaftliche Projekte eingebracht.

## 202

gesellschaftliche Projekte haben wir 2012 insgesamt gefördert.

## Bildung fördern



# 2012

hat ERGO zusammen mit dem GENISIS Institute die Initiative „Bildungsstifter“ ins Leben gerufen. Die Online-Plattform bringt Bildungsinnovationen mit unterstützungswilligen Partnern zusammen.



# 13.000

Schüler nahmen bislang Gesangsunterricht im Rahmen des von ERGO unterstützten Düsseldorfer Projektes SingPause.

## Menschen in Not helfen



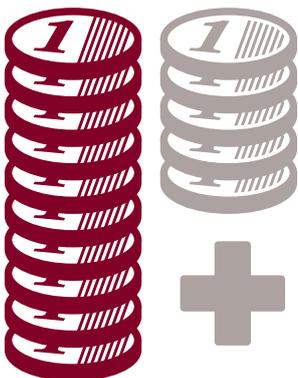
# 133.000

Euro hat der Verein „ergo: wir helfen“ 2012 eingesetzt, um soziale Projekte zu fördern. So wurden zum Beispiel verletzte Kinder aus Krisengebieten in deutschen Krankenhäusern versorgt.

**ergo: wir helfen e.v.**

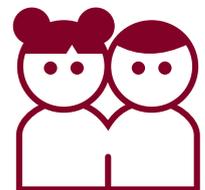
# 50 %

Zuschuss gibt ERGO auf die gespendeten Centbeiträge an „ergo: wir helfen e. V.“



# Seit 14 Jahren

fördert unsere Unternehmensstiftung „Jugend & Zukunft“ benachteiligte Kinder und Jugendliche durch Hilfe zur Selbsthilfe.



**ERGO Stiftung**

# Jugend & Zukunft

## Zukunftsfaktor Bildung

Bildung ist die beste Versicherung. Sie eröffnet Perspektiven und Möglichkeiten der Zukunftsgestaltung. Aus diesem Verständnis heraus legt ERGO einen Schwerpunkt ihres gesellschaftlichen Engagements auf diesen Themenbereich.

### Eigenverantwortung fördern

Mit unserem gesellschaftlichen Engagement – groß oder klein, national oder international – wollen wir Menschen ermöglichen, ihr Leben selbst in die Hand zu nehmen und aktiv an der Gesellschaft teilzuhaben. Bildung ist eine wichtige Voraussetzung dafür. Sie umfasst nach unserem Verständnis auch die musische und gesundheitliche Entwicklung. Und weil die Grundlagen vor allem in jungen Jahren gelegt werden, sind Kinder und Jugendliche unsere primäre Zielgruppe. Denn ein gut ausgebildeter Nachwuchs und die ständige Weiterentwicklung in Wissenschaft und Forschung sind unverzichtbar für die Zukunftsfähigkeit einer modernen Gesellschaft – und unseres Unternehmens.

### Bildungsstifter für neue Lernkultur

Zusammen mit dem GENISIS Institute for Social Innovation and Impact Strategies hat ERGO 2012 die Initiative „Bildungsstifter“ ins Leben gerufen. Diese Online-Plattform bringt besonders wirkungsvolle Bildungsinnovationen mit unterstützungswilligen Partnern zusammen. Ein Gremium mit anerkannten Persönlichkeiten der deutschen Bildungslandschaft wählt die Projekte nach klar definierten Kriterien aus. Dazu zählen zum Beispiel die Förderung von Potenzialentfaltung, die

Innovationskraft des Konzeptes oder der Wirkungsgrad der Initiative. Über einen Bildungsatlas können interessierte Förderer oder Helfer gezielt – sei es regional und oder nach Art des Engagements – Projekte suchen. ERGO unterstützt diese bislang einzigartige Initiative finanziell und personell in der Aufbauphase, aber auch dauerhaft als Hauptförderer. Wir wollen damit einen aktiven Beitrag zu mehr Bildungsgerechtigkeit und einer neuen Lernkultur in Deutschland leisten.

### ERGO Stiftung „Jugend & Zukunft“

Eine besondere Stellung unter den Bildungsinitiativen von ERGO kommt auch der seit 1999 bestehenden Unternehmensstiftung „Jugend & Zukunft“ zu. Unterstützt werden gemeinnützige und öffentliche Träger von Projekten wie etwa Vereine, Wohlfahrtsverbände und Stiftungen. Im Fokus steht die Förderung von benachteiligten Kindern und Jugendlichen durch Hilfe zur Selbsthilfe. Das Stiftungsvermögen belief sich 2012 auf 7,5 Millionen Euro. 45.000 Euro wurden 2012 in die Kinder- und Jugendarbeit investiert.

Die ERGO Stiftung „Jugend & Zukunft“ hat es sich zum Ziel gesetzt, jungen Menschen Mut zu machen, ihr Potenzial zu entdecken und ihre Zukunft selbst zu gestalten. Mit ihrem Engagement sollen die Bildungsperspektiven für Kinder und



### Lesen, lernen, Horizont erweitern

Bildungsarbeit im ländlichen Bereich leistete im ersten Halbjahr 2013 ein Projekt von ERGO in China. In der Provinz Shandong wurden an öffentlich gut zugänglichen Orten drei so genannte „Reading Corners“ mit Mobiliar und mehr als 1.000 Büchern eingerichtet. Dort werden insbesondere Kinder und Frauen aus sozialen Randgruppen gezielt an das Lesen herangeführt, mit dem Ziel, ihren Horizont zu erweitern und ihre Perspektiven zu verbessern.

## Bildungsförderung 2012 (Beispiele)

Projektname	Homepage/Beschreibung	Land
3-2-1 Ignition	<a href="http://www.junge-tonhalle.de">www.junge-tonhalle.de</a>	Deutschland
Bildungsstifter	<a href="http://www.bildungsstifter.de">www.bildungsstifter.de</a>	Deutschland
Contemporary Education Foundation (ÇEV, Zeitgenössische Bildungsstiftung)	Projekt „The Great Talents“ (große Talente), Musikförderung	Türkei
Deutschlandstipendium	<a href="http://www.deutschland-stipendium.de">www.deutschland-stipendium.de</a>	Deutschland
FOCUS Schülerwettbewerb „Schule macht Zukunft“	<a href="http://www.focus.de/schule/">www.focus.de/schule/</a>	Deutschland
Forum V	<a href="http://www.forum-v.de">www.forum-v.de</a>	Deutschland
Klasse in Sport	<a href="http://www.klasse-in-sport.de">www.klasse-in-sport.de</a>	Deutschland
Mathematik.de (bis Ende 2012)	<a href="http://www.mathematik.de">www.mathematik.de</a>	Deutschland
Musik in den Häusern der Stadt	<a href="http://www.kunstsalon.de">www.kunstsalon.de</a>	Deutschland
Reading Corner (Bücher-/Leseecken)	s. Info-Kasten S. 28	China
Rock Your Life!	<a href="http://www.rockyourlife.de">www.rockyourlife.de</a>	Deutschland
Schumannfest Düsseldorf	<a href="http://www.schumannfest-duesseldorf.de">www.schumannfest-duesseldorf.de</a>	Deutschland
SingPause	<a href="http://www.singpause.de">www.singpause.de</a>	Deutschland
Wiener Lerntafel	<a href="http://www.lerntafel.at">www.lerntafel.at</a>	Österreich
Wir machen Dich stark	<a href="https://ergodirekt.de/de/unternehmen/engagement/wir_machen_dich_stark.html#">https://ergodirekt.de/de/unternehmen/engagement/wir_machen_dich_stark.html#</a>	Deutschland

Jugendliche in Deutschland nachhaltig verbessert werden. Im Jahr 2012 unterstützte die ERGO Stiftung zwei Projekte in Hamburg. Über die Initiative „Freiwilliges Soziales Jahr Kultur“ können sich junge Menschen zwölf Monate lang freiwillig in unterschiedlichen kulturellen Einrichtungen engagieren. Das bereits seit längerem durchgeführte stiftungseigene

Projekt „Job-Lokomotive“ bietet sozial benachteiligten Jugendlichen Hilfe bei der Entwicklung beruflicher Perspektiven, aber auch beim Übergang in die Ausbildung oder eine Arbeitsstelle. Ab 2013 wird die Stiftung jährlich einen mit bis zu 100.000 Euro dotierten Bildungspreis ausschreiben. Dieser ist inhaltlich eng verknüpft mit der Initiative „Bildungsstifter“.

**Peter Spiegel**

Institutsleiter und Geschäftsführer GENISIS Institute for Social Innovation and Impact Strategies gGmbH  
Mitinitiator „Bildungsstifter“

„Im Bildungsbereich stehen wir vor gewaltigen Herausforderungen. Durch das Internet wird der Zugang zu Wissen immer einfacher. Was junge Menschen heute in unseren Schulen vor allem lernen sollten: Wie können sie lebenslang, allein und in Teams, das jeweils neue notwendige Wissen einfach, präzise und dauerhaft in sich aufnehmen? Und wie können sie es möglichst kreativ, sozialkompetent und erfolgreich praktisch anwenden?“

Die Qualifizierungsanforderungen in der Arbeitswelt wie in der Gesellschaft haben sich genau in diese Richtung stark verändert. Deshalb brauchen wir eine breit angelegte Bildungsbewegung – ähnlich wie in den 80er Jahren die Umweltbewegung – die diese Veränderung vorantreibt. Dabei können Unternehmen wie ERGO durch Förderung von Projekten ihren Beitrag leisten.“





### Im Einklang

Gemeinsames Musizieren führt zusammen und schafft Gemeinschaft. Besonders Kindern hilft Musik dabei, sich zu entfalten und mehr aus sich zu machen – in allen Lebensbereichen. ERGO fördert mit einer Reihe von Projekten – unabhängig von Herkunft und Elternhaus – musikalische Fähigkeiten, insbesondere von Kindern und Jugendlichen.

Wir unterstützen unter anderem das Projekt SingPause. Es erreicht inzwischen fast 13.000 Kinder an 54 Düsseldorfer Grundschulen. Das sind etwa zwei Drittel aller Grundschüler der Stadt. Dabei kommen zwei Mal pro Woche professionelle Gesangslehrer in die beteiligten Schulen, vermitteln musikalische Grundkenntnisse, machen Stimmübungen und studieren mit den Kindern ein festes Liederprogramm ein. Im Oktober 2012 ließen 30 Schüler der Düsseldorfer Grundschule Rolandstraße ganz neue Töne im Foyer der ERGO Zentrale erklingen. Für unsere Mitarbeiter war der gelungene Auftritt ein sichtbarer und hörbarer Beweis der Wirkung des gesellschaftlichen Engagements von ERGO.

## Hilfe für Menschen in Not

Eine Versicherung hilft, wenn Menschen in Not geraten. Das ist Teil unseres Geschäfts und der zweite Schwerpunkt unseres sozialen Engagements. Wir möchten Menschen helfen, die aufgrund ihrer Lebensumstände Unterstützung und eine Chance brauchen, um wieder aktiv an der Gesellschaft teilnehmen zu können.

### Eine Chance bekommen

Ladengeschäfte, die Kindern auf ihrem Schulweg Hilfe anbieten, Aktionen zur Spendensammlung für krebskranke Kinder, die Betreuung von Waisenkindern in der Slowakei – das sind nur einige Beispiele unserer kontinuierlichen Förderung von sozialen Projekten. Darüber hinaus helfen unsere Gesellschaften vor Ort auch in akuten Fällen. Nach einem Erdbeben in der chinesischen Region Wechuan, Provinz Sichuan, unterstützte ERGO beispielsweise die „China Youth Foundation“, eine Stiftung zur Jugendförderung, beim Wiederaufbau von Schulen. ERGO Austria unterzeichnete 2012 einen Kooperationsvertrag mit der Organisation „Hilfe im eigenen Land – Katastrophenhilfe österreichischer Frauen“.

### Dazugehören

Auch Menschen mit Behinderungen ebnen wir den Weg, damit sie ihre Zukunft selbst in die Hand nehmen können. Bei ERGO gehören Mitarbeiter mit Behinderung ganz selbstverständlich dazu. Ein eigenes Integrationsteam sorgt dafür, dass deren Belange nachhaltig berücksichtigt werden. Etwa durch die angemessene Ausstattung des Arbeitsplatzes oder das Angebot, auf Probe zu arbeiten. Ein herausragendes Beispiel erfolgreicher Integration bei ERGO ist unsere Tochtergesellschaft ERGO Hestia in Polen. Gefördert von einer unternehmenseigenen Stiftung, betreuen dort Mitarbeiter mit Körperbehinderung die Kunden am Telefon. Seit 2010 kooperiert die D.A.S. mit der Münchner Integrationsfirma ICP Verwaltungs- und Service GmbH (IVS). Schwerbehinderten Mitarbeitern wird durch die Vermittlung qualifizierter Tätigkeiten geholfen, auf dem ersten Arbeitsmarkt Fuß zu fassen. Und ERGO Direkt

Soziale Projekte 2012 (Beispiele)

Projektname	Homepage/Beschreibung	Land
AfB Arbeit für Menschen mit Behinderungen	<a href="http://www.afb-group.eu">www.afb-group.eu</a>	Deutschland
China Youth Foundation (Chinesische Stiftung zur Jugendförderung)	Wiederaufbau Schulen	China
ergo: wir helfen e. V.	<a href="http://www.ergo.com/verantwortung">www.ergo.com/verantwortung</a>	Deutschland
Helfende Hand e.V.	<a href="http://www.helfendehand.net">www.helfendehand.net</a>	Deutschland
Hilfe im eigenen Land	<a href="http://www.koef.at">www.koef.at</a>	Österreich
Kooperation mit der Integrationsfirma ICP	<a href="http://www.icpmuenchen.de">www.icpmuenchen.de</a>	Deutschland
Laufen-Spenden-Helfen	<a href="http://www.phoenikks.de">www.phoenikks.de</a>	Deutschland
Madeleine Schickedanz-Kinderkrebs-Stiftung	<a href="http://www.kinderkrebsstiftung-schickedanz.de">www.kinderkrebsstiftung-schickedanz.de</a>	Deutschland
SOS Kinderdörfer	Förderung und aktive Unterstützung vor Ort durch D.A.S. Griechenland	Griechenland
Waisenhaus Bratislava	Förderung und aktive Unterstützung vor Ort durch die ERGO Mitarbeiter	Slowakei
Estonian Cancer Union	Einsatz Mammographie-Busse (bis Ende 2012)	Estland

arbeitet seit 2007 mit „AfB Arbeit für Menschen mit Behinderungen“ zusammen. Es ist das erste gemeinnützige IT-Systemhaus in Deutschland. Dort reparieren Menschen mit Behinderung gebrauchte IT-Hardware, die dann wieder verkauft oder gespendet wird.

**Engagierte ERGO Mitarbeiter**

Unter dem Motto „Mit wenig von vielen vielen helfen“ unterstützt der gemeinnützige Verein „ergo: wir helfen“ vorwiegend Kinder, die Hilfe und Zuwendung brauchen. Mehr als 4.600 Mitglieder – aktive und ehemalige Mitarbeiter von ERGO

sowie Außendienstpartner – verzichten auf Centbeträge ihrer Gehalts- bzw. Provisionsabrechnung oder spenden monatlich maximal 1,50 Euro. ERGO fördert diese Vereinsarbeit durch eine Verdopplung der Centbeiträge und übernimmt auch die Verwaltungsaufwendungen. 2012 wurden 68 soziale Projekte mit insgesamt 133.000 Euro unterstützt. Damit wurden zum Beispiel verletzte Kinder aus Krisengebieten in deutschen Krankenhäusern versorgt oder Schülerpatenschaften in Peru und Indien übernommen.



**GOLD – Du kannst mehr, als Du denkst!**

„GOLD“ – dafür brennen die drei Athleten, die sich in dem gleichnamigen Kinofilm auf die Paralympics 2012 in London vorbereiten. „Du kannst mehr, als Du denkst!“ – der Untertitel bringt deren Kämpfergeist auf den Punkt. Die Dokumentation zeigt, wie sie mit ihrer Behinderung umgehen und über sich hinauswachsen. ERGO unterstützte mit anderen Firmen dieses ganz besondere Projekt, mit dem die Haltung, die Kraft und das Durchhaltevermögen der Sportler zum Vorbild für Menschen mit und ohne Behinderung werden.

## Daten und Fakten

# Gradmesser für Nachhaltigkeit

Unsere Leistungen und Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit machen wir anhand detaillierter Kennzahlen transparent und messbar. Sie sind für uns die Grundlage, um unsere unternehmerische Verantwortung systematisch weiterzuentwickeln.

## Unsere Finanzkennzahlen

Im Jahr 2012 prägten die schwierigen Rahmenbedingungen erneut den Geschäftsverlauf. Aufgrund von Veräußerungen und organischen Effekten sanken die Beitragseinnahmen gegenüber dem Vorjahr. Das operative Ergebnis verzeichnete dagegen einen kräftigen Anstieg. Insgesamt nahmen wir 2012 Beiträge in Höhe von über 18,6 Mrd. Euro ein und erbrachten für unsere Kunden Versicherungsleistungen von über 17,6 Mrd. Euro.

		2012	2011	Veränderung Vorjahr (%)
Gesamte Beitragseinnahmen	Mio. €	18.562	20.270	-8,4
Gebuchte Bruttobeiträge	Mio. €	17.091	18.519	-7,7
Versicherungsleistungen (brutto)	Mio. €	17.556	17.369	1,1
Ergebnis aus Kapitalanlagen	Mio. €	5.262	4.116	27,8
Operatives Ergebnis	Mio. €	951	806	17,9
Konzernergebnis	Mio. €	289	349	-17,2
Kapitalanlagenbestand	Mio. €	125.390	117.309	6,9
Versicherungstechnische Rückstellung (netto)	Mio. €	120.859	113.977	6,0
Eigenkapital	Mio. €	4.587	3.827	19,9

## Gesamte Beitragseinnahmen nach Geschäftsfeldern

		2012	2011	Veränderung Vorjahr (%)
Leben Deutschland	Mio. €	4.754	4.955	-4,1
Gesundheit	Mio. €	4.932	5.975	-17,4
Komposit Deutschland	Mio. €	3.138	3.087	1,6
Direktversicherung	Mio. €	1.212	1.422	-14,8
Reiseversicherung	Mio. €	460	485	-5,2
International	Mio. €	4.066	4.346	-6,4
<b>Gesamt</b>	<b>Mio. €</b>	<b>18.562</b>	<b>20.270</b>	<b>-8,4</b>

## Unsere Mitarbeiterkennzahlen

Wir wollen die Vielfalt und unterschiedlichen Potenziale unserer knapp 30.000 Mitarbeiter fördern. Denn mit ihrer Kompetenz und ihrer Innovationskraft sind sie zentrale Treiber unseres Geschäftserfolgs. Den Anteil von Frauen in Managementpositionen konnten wir 2012 leicht erhöhen. Das Durchschnittsalter unserer Belegschaft stieg auf 41,3 Jahre. Die Ausbildungsquote von 6,5 Prozent konnten wir im Vergleich zum Vorjahr konstant halten.

		2012	2011	2010
Mitarbeiter gesamt <sup>1</sup>		29.768	31.311	32.997
Mitarbeiter nach Region in % <sup>2</sup>	Deutschland	64,50	63,00	61,00
	Übriges Europa	35,30	34,00	37,00
	Sonstiges Ausland	0,30	3,00	2,00
Mitarbeiter nach Funktion <sup>3</sup>	Innendienst	24.166	25.352	26.748
	Angestellter Außendienst	5.602	5.959	6.349
	Selbstständiger Außendienst	17.862	19.087	22.460
Anteil von Frauen und Männern in % <sup>1</sup>	Gesamtbelegschaft Frauen	56,90	56,40	56,70
	Gesamtbelegschaft Männer	43,10	43,60	43,30
Konzernzugehörigkeit in Jahren <sup>1</sup>		12,20	11,40	11,50
Durchschnittsalter in Jahren <sup>1</sup>		41,30	40,60	40,70

### Mitarbeiterkennzahlen der ERGO Gruppe in Deutschland

		2012	2011	2010
Anteil von Frauen und Männern in Managementpositionen in % <sup>4</sup>	Frauen	21,40	21,00	20,60
	Männer	78,60	79,00	79,40
Altersstruktur in % <sup>5</sup>	Mitarbeiter unter 30	12,10	13,20	12,50
	Mitarbeiter zwischen 30 und 50 Jahren	67,20	69,10	68,50
	Mitarbeiter über 50 Jahre	18,80	17,70	18,90
Anzahl Auszubildende	Inkl. Azubis in Agenturen	1.485	1.551	1.583
	Exkl. Azubis in Agenturen	1.212	1.252	1.287
Ausbildungsquote in %		6,50	6,50	6,70
Beschäftigte mit Schwerbehinderung (inkl. Gleichstellung)		688	618	639
Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnis in % <sup>5</sup>	Mitarbeiter in Vollzeit	75,00	77,00	78,00
	Mitarbeiter in Teilzeit	19,80	19,40	18,00
	Ruhendes Arbeitsverhältnis	3,90	3,90	4,00
Krankenstand in % <sup>5</sup>		6,50	5,70	5,40
Fluktuationsrate in % <sup>5</sup>		4,10	7,50	8,00
Weiterbildungskosten je Mitarbeiter in €		682	791	833,00
Weiterbildungstage je Mitarbeiter		3,30	3,70	3,50

#### Legende

- 1 Innendienst und angestellter Außendienst im In- und Ausland
- 2 Innendienst und angestellter Außendienst
- 3 Im In- und Ausland
- 4 Innendienst und angestellter Außendienst im Inland
- 5 Innendienst

## Ausgaben für Spenden und soziale Sponsoringaktivitäten

Entsprechend unseren Förderschwerpunkten erfassen wir unsere Ausgaben für Spenden, Mitgliedschaften in sozialen und gemeinnützigen Organisationen sowie soziale Sponsorings in den vier Kategorien Wissenschaft/Bildung, Soziale Projekte, Gesundheit/Sport und Musik/Kultur. Unser Engagement im Bereich Bildungsförderung haben wir 2012 besonders ausgebaut.

### Ausgaben für Spenden, Mitgliedschaften und Sponsorings

		2012	2011
Wissenschaft/Bildung	€	816.901	576.707
Soziale Projekte	€	268.715	478.493
Gesundheit/Sport	€	304.770	276.065
Musik/Kultur	€	112.881	121.946
<b>Gesamt</b>	<b>€</b>	<b>1.503.267</b>	<b>1.453.211</b>

Parteispenden von insgesamt 75.000 Euro wurden 2012 zu gleichen Teilen auf CDU, CSU, SPD, Grüne und FDP verteilt. Mitgliedsbeiträge an parteinahe Organisationen lagen bei 18.000 Euro.

## Unsere Umweltkennzahlen

Um unseren Ressourcenverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen konsequent zu reduzieren, haben wir ein systematisches Umweltmanagement etabliert. Dieses fußt auf einer soliden Erfassung unserer Umweltdaten. Dabei konnten wir den Abdeckungsgrad unserer Umweltkennzahlen in den vergangenen Jahren kontinuierlich steigern. Inzwischen erfasst das nach ISO 14001 zertifizierte Umweltmanagementsystem 10.864 Mitarbeiter. Es deckt damit 36,5 Prozent unserer Belegschaft ab – fast doppelt so viel wie 2010.

### Datenabdeckung in Bezug auf Mitarbeiter in %

	2012	2011	2010
Papier	79,68	75,95	78,10
Direkter Energieverbrauch	65,35	61,48	59,52
Elektrizität	66,84	62,88	61,01
Indirekte Energie	62,87	57,70	55,63
Wärmeerzeugung vor Ort	64,38	60,58	58,47
Wasser	64,38	60,58	58,47
Abfall	62,22	58,46	56,34
Transport	74,97	71,40	71,78

Der direkte Energieverbrauch je Mitarbeiter, also der Verbrauch aus selbst erzeugter Energie, stieg 2011 deutlich an. Dies ist auf die Inbetriebnahme von weiteren effizienten Blockheizkraftwerken mit Kraft-Wärme-Kopplung an den Standorten Düsseldorf und Köln zurückzuführen. 2012 ist der direkte Energieverbrauch aufgrund von Reparatur- und Umbaumaßnahmen und der dadurch bedingten Ausfallzeiten der Blockheizkraftwerke zurückgegangen. Die Deckung eines großen Anteils des Strom- und Wärmebedarfs an den Standorten Düsseldorf und Köln wirkt sich insgesamt positiv auf die CO<sub>2</sub>-Bilanz aus. Der indirekte Energieverbrauch, also der Bezug von fremd erzeugter Energie, ist aufgrund dieser Eigenerzeugung im gleichen Zeitraum deutlich gesunken. Mit der Umstellung auf CO<sub>2</sub>-freien Strom aus erneuerbaren Energien in unserer Hauptverwaltung und an allen großen deutschen Standorten verbesserte sich unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz deutlich. Weiteren Einfluss haben Energieeffizienzmaßnahmen im Bereich der Gebäude- und Bürotechnik. So haben wir beispielsweise deutschlandweit 1.000 PC durch ressourcensparende Netzwerk-Computer ausgetauscht.

Umweltkennzahlen<sup>1</sup>

		2012	2011	2010
Papierverbrauch gesamt in t		987,87	1.023,49	1.004,60
Papierverbrauch je Mitarbeiter in t <sup>2</sup>		0,03	0,03	0,03
Anteil Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz in t <sup>3</sup>		499,53	662,23	727,93
Anteil Recyclingpapier in %		50,59	64,71	72,46
Direkter Energieverbrauch in Gigajoule (GJ)		691.118,46	947.806,04	482.581,82
Direkter Energieverbrauch nach Primärenergiequelle in GJ	Erdgas	106.294,00	279.059,57	168.276,68
	Erdgasverbrauch für BHKW <sup>4</sup>	584.365,67	667.682,47	313.304,49
	Heizöl	0,00	455,43	108,86
	Treibstoff für Notstromaggregat	458,79	608,57	891,79
Direkter Energieverbrauch je Mitarbeiter in GJ		23,23	30,27	14,63
Indirekter Energieverbrauch in GJ		527.014,02	584.048,74	689.158,21
Indirekter Energieverbrauch nach Primärenergiequelle in GJ	Eingekaufte Elektrizität	307.890,96	362.158,42	418.376,49
	Bezogener Ökostrom	161.035,74	188.625,66	48.184,10
	Fernkühle	16.819,38	15.599,30	17.166,28
	Fernwärme	120.934,88	112.442,42	133.474,52
Indirekter Energieverbrauch je Mitarbeiter in GJ		17,71	18,65	20,89
Gesamtwasserentnahme nach Quellen in m <sup>3,5</sup>		482.448,67	537.357,18	477.982,18
Wasserverbrauch je Mitarbeiter		16,21	17,16	15,48
Treibhausgasemissionen in kg		97.881.911	124.107.372	109.339.922
Treibhausgasemissionen in kg	Scope 1 <sup>6</sup>	46.006.679	64.535.872	44.671.099
	Scope 2 <sup>7</sup>	41.495.835	47.665.805	55.159.437
	Scope 3 <sup>8</sup>	10.379.396	11.905.695	9.509.387
Treibhausgasemissionen je Mitarbeiter in kg		3.288	3.964	3.540
Abfall in t		7.654,44	7.962,25	10.191,56
Abfall nach Art und Entsorgungsmethode in t	Recyceltes Material	4.842,96	4.347,74	6.815,61
	Thermische Verwertung	1.739,17	1.674,09	1.722,37
	Deponieabfall	164,62	268,65	265,65
	Spezielle Abfallentsorgung zur Wiederverwertung	53,18	180,12	122,91
	Biomüll	694,46	1.323,97	1.076,30
	Sonstiger Abfall	156,19	167,67	188,72
Abfall je Mitarbeiter in t		0,26	0,25	0,33
Geschäftsreisen in km		101.566.104,00	124.960.626,00	144.148.525,00
Geschäftsreisen je Mitarbeiter in km		3.411,92	3.990,95	4.666,96

## Legende

1 Die Ausweitung der Datenerfassung, vor allem mit Blick auf die internationalen Standorte von ERGO, hat teilweise rückwirkende Veränderungen bei den Kennzahlen zur Folge, da die Verbrauchsberechnung auf einer erweiterten und verbesserten Grundlage durchgeführt wurde.

2 Beinhaltet Drucker- und Kopierpapier

3 Bezieht sich auf Recyclingpapier für Drucker und Kopierer

4 Blockheizkraftwerk

5 Es wird ausschließlich Leitungswasser verwandt.

6 Umfasst direkte Energie und Pkw-Dienstreisen

7 Umfasst indirekte Energie

8 Umfasst Papier, Wasser, Abfall, Flug- und Bahnreisen

## Ziele und Maßnahmen

Ziele	Termin	Maßnahmen (bis 30. Juni 2013)
<b>Wirtschaft</b>		
Integration von Nachhaltigkeitskriterien in das Kerngeschäft	laufend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterzeichnung der United Nation Principles for Sustainable Insurance (PSI) durch Munich Re für den Gesamtkonzern (Juni 2012)</li> <li>• Projekt „Corporate Responsibility in Business“ zur Integration von ESG-Kriterien (ökologische, soziale und die Unternehmensführung betreffende Kriterien) ins Kerngeschäft: Durchführung einer Analysephase mit Führungskräfteinterviews und Ableitung konkreter Handlungsempfehlungen (2012)</li> </ul>
Ausbau der Kundenorientierung	laufend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überprüfung der gesamten ERGO Kommunikation auf Verständlichkeit, Bestätigung durch Siegel des TÜV Saarland (2012)</li> <li>• Intensiver Kundendialog und Einbinden der Kundeninteressen in die Produktentwicklung</li> <li>• Stärkere Ausrichtung der Steuerung nach Kunden an allen wichtigen Kontaktpunkten angestrebt, wird seit 2013 in einem eigenen Projekt ausgearbeitet</li> </ul>
Verantwortungsbewusste Kapitalanlage	laufend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• General Investment Guidelines von Munich Re sowie United Nation Principles für Responsible Investments (PRI) als Orientierungsrahmen (seit 2006)</li> </ul>
Sicherstellung von regelkonformem Verhalten und entsprechende Offenlegung	laufend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Information, Beratung und Überwachung durch eigene Compliance-Abteilung mit sieben Mitarbeitern im Ressort des Vorstandsvorsitzenden (seit 2012)</li> <li>• Erweiterung der Homepage um die Rubrik Transparenz im Rahmen der Transparenzinitiative (seit 2012)</li> </ul>
<b>Mitarbeiter</b>		
Steigerung Mitarbeiterzufriedenheit	laufend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durchführung der zweiten deutschlandweiten Mitarbeiterbefragung (2012)</li> </ul>
Vielfalt im Unternehmen steigern	laufend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1. Deutscher Diversity-Tag in Düsseldorf zur Information der Mitarbeiter; Sensibilisierung der Mitarbeiter über die Broschüre „Wir leben Vielfalt – Diversity bei ERGO“ (2012)</li> </ul>
25 % Frauen in Managementpositionen deutschlandweit	2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frauenanteil in Managementpositionen bei 21,4 % (2012)</li> <li>• Fortsetzung des Mentoringprogramms für weibliche Führungskräfte (2012)</li> </ul>
Bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie	laufend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Audit „berufundfamilie“ an allen deutschen Verwaltungsstandorten erfolgreich umgesetzt (2012)</li> <li>• Kinderbetreuung „E-Kids“ am Standort Düsseldorf (1. Gruppe 2008, 2. Gruppe 2010)</li> <li>• Pilotprojekt: Führen in Teilzeit – Arbeitszeitreduktion für Führungskräfte (2012)</li> <li>• Fortsetzung der familienunterstützenden Angebote zur Flexibilisierung der Arbeitszeit (z.B. Umwandlung von Sonderzahlungen in Freizeit oder befristete Teilzeit)</li> </ul>
Mitarbeitersensibilisierung für Verantwortung und Nachhaltigkeit	laufend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durchführung der ersten CR-Info-Tage in der ERGO Hauptverwaltung, Düsseldorf (2012)</li> <li>• Roll-out CR-Info-Tage auf die Standorte Hamburg, Berlin, Köln, Mannheim und München (Juni 2013)</li> <li>• Thema „CR bei ERGO“ in den Einführungsveranstaltungen für neue Mitarbeiter ausgebaut (2012)</li> </ul>
<b>Umwelt</b>		
Senkung des Energie- und Ressourcenverbrauchs/ gruppenweite Klimaneutralität	laufend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geschäftsbetrieb an allen deutschen Standorten CO<sub>2</sub>-neutral umgesetzt (2012)</li> <li>• Ausbau der Erfassung internationaler Umweltkennzahlen und Weiterverfolgung des Fünf-Stufen-Plans zur Erreichung der gruppenweiten Klimaneutralität bis 2015</li> <li>• Modernisierung der Klima-, Heizungs- und Kältetechnik in Köln (2012) und Hamburg (läuft noch)</li> <li>• Inbetriebnahme eines zweiten Blockheizkraftwerks am Standort Düsseldorf bis zum 30. Juni 2013</li> <li>• „ERGO Bit-weg-Tage“ deutschlandweit durchgeführt zur Motivation der Mitarbeiter, IT-Speicherkapazitäten durch das Löschen unnötiger Daten zu entlasten (2012)</li> <li>• 1.000 PC durch ressourcenschonendere Netzwerk-Computer deutschlandweit ausgetauscht (2012); Austausch weiterer 10.000 Geräte bis 2015 geplant</li> <li>• Ausbau der Videokonferenzräume und der Webconferencing-Möglichkeiten (2012/2013)</li> <li>• Deutschlandweite neue Fuhrparkregelung zur Umstellung der Dienstwagenflotte auf treibstoffsparende Fahrzeugklassen (2012)</li> <li>• Deutschlandweite Verpflichtung aller Dienstwagenfahrer zu einem ECO-Fahrtraining (2012)</li> <li>• CO<sub>2</sub>-freie Bahnreisen in Deutschland (seit Juli 2011)</li> <li>• CO<sub>2</sub>-Zertifikate in Höhe von 52.000 Tonnen eingekauft (1. Januar bis 31. Dezember 2012, für Deutschland)</li> <li>• Entwicklung eines CO<sub>2</sub>-Rechners für Mitarbeiter in Deutschland (2012)</li> </ul>
Zertifiziertes Umweltmanagement nach ISO 14001	laufend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sieben deutsche Standorte, darunter die Hauptverwaltung der ERGO in Düsseldorf, sowie fünf Standorte von der DAS in Großbritannien sind zertifiziert</li> </ul>
<b>Gesellschaft</b>		
Förderung von Bildung	laufend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bildungsprojekte mit insgesamt 1.234.552 Euro gefördert (1. Januar bis 31. Dezember 2012)</li> <li>• Online-Plattform „Bildungsstifter“ initiiert und Aufbau unterstützt (2012)</li> <li>• Neukonzeption eines Bildungspreises der ERGO Stiftung „Jugend &amp; Zukunft“, der an die Kriterien von „Bildungsstifter“ anknüpft (2013)</li> </ul>
Unterstützung von sozialen Projekten	laufend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung von Projekten für Menschen in Not mit insgesamt 268.715 Euro (1. Januar bis 31. Dezember 2012)</li> <li>• Förderung von 68 sozialen Projekten mit insgesamt rund 133.000 Euro durch ergo: wir helfen e.V. (1. Januar bis 31. Dezember 2012)</li> </ul>

# GRI Index

Indikator	Status	Verweis
<b>Strategie und Analyse</b>		
1.1 Vorwort des Vorstands- oder Aufsichtsratsvorsitzenden	●	S. 2/3
1.2 Zentrale Nachhaltigkeitsauswirkungen, -risiken und -chancen	●	S. 2/3, 6–8, 36
<b>Organisationsprofil</b>		
2.1 Name der Organisation	●	S. 4
2.2 Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen	●	S. 4/5
2.3 Organisationsstruktur	●	S. 4/5
2.4 Hauptsitz der Organisation	●	S. 4/5, 41
2.5 Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt	●	S. 5, <a href="http://www.ergo.com/de/Unternehmen/Overview/ERGO-International">www.ergo.com/de/Unternehmen/Overview/ERGO-International</a>
2.6 Eigentümerstruktur und Rechtsform	●	S. 4, Geschäftsbericht 2012 S. 136–146
2.7 Märkte	●	S. 4/5, <a href="http://www.ergo.com/de/Unternehmen/Overview/ERGO-International">www.ergo.com/de/Unternehmen/Overview/ERGO-International</a>
2.8 Größe der Organisation	●	S. 4/5
2.9 Signifikante Änderungen im Berichtszeitraum	●	S. 32, Geschäftsbericht 2012 S. 19–22
2.10 Auszeichnungen	●	S. 12, 18, 20, 24, 25
<b>Berichtsparameter</b>		
3.1 Berichtszeitraum	●	S. 1
3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts	●	S. 1
3.3 Berichtszyklus	●	S. 1
3.4 Ansprechpartner	●	S. 41
3.5 Vorgehensweise zur Auswahl der Berichtsinhalte	●	S. 1, 6/7
3.6 Bilanzierungsgrenzen des Berichts	●	S. 1
3.7 Einschränkungen des Berichtsumfangs	●	S. 1
3.8 Joint Ventures, Tochterunternehmen, ausgelagerte Tätigkeiten	●	S. 4/5
3.9 Datenerfassung	●	S. 32–35
3.10 Änderungen Informationsdarstellung	●	S. 35
3.11 Änderungen Umfang, Berichtsgrenzen, Messmethoden	●	S. 1, 32–35
3.12 GRI Content Index	●	S. 37–39
3.13 Bestätigung durch externe Dritte	●	Der Bericht wurde nicht durch externe Dritte geprüft.
<b>Unternehmensführung, Verpflichtungen und Engagement</b>		
4.1 Führungsstruktur	●	S. 4/5, Geschäftsbericht 2012 S. 14/15, <a href="http://www.ergo.com/de/Unternehmen/Overview/Corporate-Governance/ERGO-Satzung">www.ergo.com/de/Unternehmen/Overview/Corporate-Governance/ERGO-Satzung</a>
4.2 Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden	●	Geschäftsbericht 2012 S. 14/15
4.3 Kontrollorgan der Unternehmensführung	●	Geschäftsbericht 2012 S. 14/15
4.4 Mechanismen für Aktionärs- und Mitarbeiterempfehlungen	●	Geschäftsbericht 2012 S. 14/15
4.5 Kopplung der Bezahlung der Führungsgremien an Unternehmensleistung	●	Geschäftsbericht 2012 S. 7, 130–132
4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten	●	S. 8/9
4.7 Qualifikation der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans	●	S. 6–9 (Es ist ein Nominierungsausschuss vorhanden.)
4.8 Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien	●	S. 6–9
4.9 Kontrolle der Nachhaltigkeitsleistung durch das höchste Leitungsorgan	●	S. 7
4.10 Verfahren zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung des höchsten Leitungsorgans	●	S. 7
4.11 Vorsorgeprinzip	●	Geschäftsbericht 2012 S. 31–41
4.12 Extern entwickelte Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	●	S. 6–9
4.13 Mitgliedschaften	●	S. 6–9, 24, 29, 31

Indikator	Status	Verweis
4.14 Einbezogene Stakeholdergruppen	●	S. 1, 6
4.15 Auswahl der Stakeholder	●	S. 1, 6
4.16 Einbeziehung von Stakeholdern	●	S. 1, 6, 12/13, 18, 20
4.17 Fragen und Bedenken von Stakeholdern	●	S. 12/13, 18, 20
<b>Ökonomische Leistungsindikatoren</b>		
MA EC Managementansatz	●	S. 6/7, 10–15, 32, Geschäftsbericht 2012 S. 10–13, 19–22
EC1 Erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	●	S. 32, 34, Geschäftsbericht 2012 S. 48–50, 150
EC2 Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels	●	S. 13/14
EC3 Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	●	S. 20, Geschäftsbericht 2012 S. 104–107
EC8 Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwesen	●	S. 14
EC9 Art und Umfang indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen	●	S. 13/14
<b>Ökologische Leistungsindikatoren</b>		
MA EN Managementansatz	●	S. 6/7, 22–25, 36
EN1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	●	S. 34/35
EN2 Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz	●	S. 34/35
EN3 Direkter Energieverbrauch nach Primärenergiequellen	●	S. 34/35
EN4 Indirekter Energieverbrauch nach Primärenergiequellen	●	S. 34/35
EN5 Energieeinsparungen	●	S. 25, 34/35
EN6 Energieeffiziente Produkte und Dienstleistungen	●	S. 13/14 (Es ist keine Berechnung von Kennzahlen möglich.)
EN7 Initiativen zur Reduktion des indirekten Energieverbrauchs	●	S. 22–25
EN8 Gesamtwasserentnahme	●	S. 34/35 (Es wird ausschließlich Leitungswasser verwandt.)
EN16 Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen	●	S. 34/35
EN17 Andere Treibhausgasemissionen	●	S. 34/35
EN18 Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen	●	S. 22–25, 35
EN22 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	●	S. 34/35
EN26 Initiativen zur Verminderung von Umweltauswirkungen der Produkte	●	S. 13/14, 22–25
EN29 Umweltauswirkungen des Transports der Produkte	●	S. 22–25 (Der Transport von Waren ist für eine Versicherungsgruppe im Vergleich zu produzierenden Unternehmen nicht relevant.)
<b>Gesellschaftliche Leistungsindikatoren</b>		
<b>1. Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung</b>		
MA LA Managementansatz	●	S. 6/7, 17–21, 36
LA1 Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnissen und Regionen	◐	S. 33
LA2 Mitarbeiterfluktuation	◐	S. 33 (Es erfolgt keine Erhebung nach weiteren Kriterien.)
LA5 Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	●	Wir halten die lokalen und nationalen gesetzlichen Mitteilungsfristen und -pflichten ein.
LA7 Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage	◐	S. 33 (Als Finanzdienstleister ist das Risiko von Berufsunfällen und arbeitsbedingten Todesfällen gering.)
LA8 Gesundheitsvorsorge, Beratungsangebot in Bezug auf ernste Krankheiten	●	S. 21
LA10 Aus- und Weiterbildungsstunden	◐	S. 33
LA11 Wissensmanagement und Programme für lebenslanges Lernen	●	S. 20/21
LA13 Diversität der Mitarbeiter und leitender Organe	●	S. 19, 30/31, 33

Indikator	Status	Verweis
<b>2. Menschenrechte</b>		
MA HR Managementansatz	●	S. 6–9, 19
HR1 Investitionsvereinbarungen, die Menschenrechte berücksichtigen	●	S. 6–9
HR6 Geschäftstätigkeiten, bei denen ein Risiko auf Kinderarbeit oder Zwangsarbeit besteht bis und ergriffene Maßnahmen	●	Als Versicherungsgruppe hat dieses Thema für ERGO geringe Relevanz. Außerdem ist ERGO in Ländern vertreten, in denen dieses Thema gesetzlich geregelt ist. Über den Beitritt zum Global Compact des Mutterkonzerns Munich Re zeigt ERGO jedoch, dass Menschenrechtsverletzungen, wie Kinder- und Zwangsarbeit oder die Verletzung der Rechte der Ureinwohner, nicht toleriert werden.
HR7		
HR9 Vorfälle der Verletzung der Rechte der Ureinwohner	●	
<b>3. Gesellschaft</b>		
MA SO Managementansatz	●	S. 8/9, 26–31
SO2 Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken untersucht wurden	◐	S. 8/9 (Die Richtlinien sind im Internet zum Download verfügbar.)
SO3 Mitarbeiterschulungen bzgl. Antikorruption	◐	S. 8/9 (Die Richtlinien gelten für alle Mitarbeiter des Unternehmens.)
SO5 Teilnahme an der politischen Meinungsbildung	●	S. 34 (Die Beteiligung an der politischen Meinungsbildung wird über unseren Mutterkonzern Munich Re und die Abteilung Group Legal [Governmental Affairs] gesteuert. Schwerpunkte der Lobbyingarbeit liegen bei Fragen der nationalen, europäischen und internationalen Gesetzgebung zur Versicherungsaufsicht. [siehe auch <a href="http://www.munichre.com/corporate-responsibility/de/facts-and-figures/GRI-global-compact/default.aspx">www.munichre.com/corporate-responsibility/de/facts-and-figures/GRI-global-compact/default.aspx</a> ])
<b>4. Produktverantwortung</b>		
MA PR Managementansatz	●	S. 10–15
PR3 Grundsätze zur Produktkennzeichnung	●	S. 12/13
PR5 Kundenzufriedenheit	●	S. 10, 12/13
PR6 Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung	●	S. 10–13
<b>Finanzsektorspezifische Indikatoren</b>		
FS1 Richtlinien mit ökologischen und sozialen Komponenten	●	S. 6–9, <a href="http://www.ergo.com/de/Unternehmen/Overview/Corporate-Governance">www.ergo.com/de/Unternehmen/Overview/Corporate-Governance</a>
FS2 Verfahren zur Erkennung und Bewertung ökologischer und sozialer Risiken	●	S. 6/7, Geschäftsbericht 2012 S. 33–44, 48/49
FS3 Kontrollprozesse auf Kundenseite zur Einhaltung ökologischer und sozialer Anforderungen in Verträgen und Transaktionen	●	S. 6–9
FS4 Weiterbildung von Mitarbeitern zu ökologischen und sozialen Richtlinien und Prozessen	●	S. 6–9, 25
FS5 Dialog mit Kunden/Investoren/Geschäftspartnern zu ökologischen und sozialen Risiken	●	S. 8–15, 36
FS6 Anteil des Portfolios für Geschäftsbereiche	●	S. 32
FS9 Audits zur Beurteilung der Implementierung ökologischer und sozialer Richtlinien	●	S. 8/9, 24/25
FS11 Einlagen, die ökologischen oder sozialen Auswahltests unterworfen sind	◐	S. 15
FS13 Zugangstellen in wenig besiedelten oder wirtschaftlich schwachen Gebieten	◐	S. 14
FS14 Initiativen zur Verbesserung des Zugangs zu Finanzdienstleistungen für benachteiligte Menschen	●	S. 14
FS15 Richtlinien für faire Gestaltung und Verkauf von Finanzdienstleistungen	●	S. 12

## Legende:

● Über den GRI-Indikator wird vollständig berichtet.

◐ Über den GRI-Indikator wird teilweise berichtet.

○ Über den GRI-Indikator wird nicht berichtet.



## Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **ERGO Versicherungsgruppe** ihren Bericht „ERGO Nachhaltigkeitsbericht 2012“ den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene B erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3 Richtlinien aufzeigt. Für die Methode siehe [www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf](http://www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf)

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, 4. November 2013

Nelmara Arbex  
Deputy Chief Executive  
Global Reporting Initiative



*Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierte Organisation, die den Weg für die Entwicklung des weltweit meist verwendeten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bereitet hat und sich zu seiner kontinuierlichen Verbesserung und weltweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfaden legen die Prinzipien und Indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen verwenden können. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)*

**Disclaimer:** Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 25. Oktober 2013. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

## Ansprechpartner und Impressum

Bei Fragen zur unternehmerischen Verantwortung der ERGO Gruppe wenden Sie sich bitte an:

ERGO Versicherungsgruppe AG  
Corporate Responsibility (CORD)  
Heike Poganaz

Victoriaplatz 2  
40198 Düsseldorf  
Deutschland  
Tel. +49 211 477-3088  
Fax +49 211 477-1698  
heike.poganaz@ergo.de

Mehr zur unternehmerischen Verantwortung finden Sie im Internet unter [www.ergo.com/verantwortung](http://www.ergo.com/verantwortung)

### Herausgeber

ERGO Versicherungsgruppe AG  
40198 Düsseldorf, Deutschland

### Konzept, Text und Gestaltung

akzente kommunikation und beratung gmbh, München

### Fotografie

Christoph Bünten Fotografie, ERGO, MEAG, AGIMUS GmbH, work & life/Foto Bethke, GENESIS Institute, parapictures

### Druck

Schirmer Medien GmbH & Co. KG, Ulm-Donautal

### Papier

BVS matt – ein Papier aus nachhaltiger Waldwirtschaft mit hohem Zellstoffanteil aus Durchforstungsholz, welches von der Papierfabrik Scheufelen GmbH & Co. KG in Oberlenning (Schwäbische Alb) produziert wird. Durch die regionale Nähe der Papierfabrik zur Druckerei konnten transportbedingte CO<sub>2</sub>-Emissionen vermieden werden.



### Hinweis

Um die Lesbarkeit zu erleichtern, verwenden wir in diesem Bericht überwiegend die männliche Form bei Personenbezeichnungen. Gemeint sind grundsätzlich Frauen und Männer.

