

Die Zukunft
wird gut.
Wenn wir jetzt
etwas tun.



Inhalt

Es ist Zeit zu handeln – für die Menschen und den Planeten. Wir leisten unseren Beitrag.

| | | | |
|--|-----------|---|-----------|
| Unser Ansatz | 3 | Unsere Verpflichtung als Teil der Gesellschaft | 45 |
| Vorwort | 4 | Unser Anspruch und Ansatz | 46 |
| Über uns | 5 | Die Zurich Gruppe Deutschland unterstützt Projekte zur Verbesserung des Umwelt- und Klimaschutzes | 47 |
| Wesentlichkeit, Mitgliedschaften, Governance | 6 | Unsere Kooperation mit Instituto Terra | 49 |
| Herleitung unserer Nachhaltigkeitsstrategie | 9 | Unsere Partnerschaft mit Boris Herrmann und Team Malizia | 50 |
| Unsere Nachhaltigkeitsstrategie entlang der vier Rollen | 12 | Moor-Renaturierung | 51 |
| Unsere Verpflichtung für die Umwelt als Unternehmen und Arbeitgeber | 14 | Highlights 2022/2023 | 52 |
| Unser Anspruch und Ansatz | 15 | Soziales Engagement | 53 |
| Unsere Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen | 16 | Unser Commitment gegenüber unseren Kunden, Mitarbeitenden und Lieferanten | 56 |
| Unsere klimarelevanten Emissionen (Scope 1–3) | 19 | Unser Anspruch und Ansatz | 57 |
| Im Vertrieb | 20 | Unser Commitment gegenüber unseren Kunden | 58 |
| Unsere Verantwortung als Investor und Berater | 22 | Zufriedenheitsbefragungen nach dem Net Promoter System | 59 |
| Unser Anspruch und Ansatz | 23 | Vertrauen in eine digitale Gesellschaft | 61 |
| ESG-Integration | 25 | Unser digitales Angebot – Zurich Kundenportal | 62 |
| Impact Investing | 27 | Mitarbeitenden-Entwicklung | 63 |
| Gemeinsamer Fortschritt | 29 | Zufriedenheitsbefragungen | 65 |
| Unser Leistungsversprechen als Versicherer und Risikoträger | 31 | Diversität und Inklusion | 66 |
| Unser Anspruch und Ansatz | 32 | Wohlbefinden und Gesundheit – Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz | 70 |
| Lebensversicherung – nachhaltige Altersvorsorge | 33 | Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten | 71 |
| Kompositversicherung | 36 | Menschenrechte | 73 |
| Kompositversicherung – Privat- und Gewerbekunden | 38 | Über dieses Dokument | 75 |
| Kompositversicherung – Commercial Insurance Claims | 39 | | |
| | 43 | | |



Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Unser Ansatz



Vorwort

Werte. Nachhaltig. Schaffen.

Die Welt befindet sich in einem stetigen Wandel und zeigt sich uns mit einem immer wieder neuen Gesicht. Bahnbrechende Innovationen und veränderte gesellschaftliche, ökologische und ökonomische Rahmenbedingungen, aber auch weltweite Risiken und Pandemien stellen uns vor ungeahnte Herausforderungen und ziehen all das in Zweifel, woran wir uns bisher orientiert haben. Auch die sich häufenden Extremwetter-Ereignisse in Deutschland machen deutlich, dass der Klimawandel kein abstraktes Phänomen ist: Er ist wissenschaftlich belegt und hat bereits heute starke Auswirkungen auf die Lebensqualität, auf die Existenzgrundlage vieler Menschen, auf die Geschäftsmodelle zahlreicher Unternehmen und auf die Lebensräume künftiger Generationen. Die Fakten zwingen zum Handeln.

Wir wollen nachhaltige Werte schaffen für unsere Kunden, Mitarbeitenden, Aktionäre und die Gemeinschaften, in denen wir leben und arbeiten. Deshalb verfolgt die Zurich Gruppe Deutschland einen ganzheitlichen Ansatz, der unsere Nachhaltigkeitsambitionen in alle Geschäftsbereiche und -entscheidungen integriert und auf allen Ebenen organisatorisch verankert. Nicht Dogmen und Ideologien, sondern die Kraft der Marktwirtschaft, technologieoffenes Denken und die intrinsische Motivation, nachhaltig zu handeln, werden dabei zum Erfolg führen.

Ich freue mich über Ihr Interesse an Zurich und lade Sie ein, unser Nachhaltigkeitsengagement näher kennenzulernen.

Viel Freude beim Lesen wünscht Ihnen

Dr. Carsten Schildknecht
Vorstandsvorsitzender
Zurich Gruppe Deutschland



Über uns

Wer wir sind

Die **Zurich Gruppe Deutschland (ZGD)** gehört zur weltweit tätigen Zurich Insurance Group. Mit Beitragseinnahmen von rund 6 Milliarden EUR, Kapitalanlagen von mehr als 49 Milliarden EUR und rund 4.700 Mitarbeitenden (2022) zählt die Zurich Gruppe Deutschland zu den führenden Versicherungen im Schaden- und Lebensversicherungsgeschäft in Deutschland. Zurich bietet innovative, leistungsfähige und nachhaltige Lösungen und Services zu Versicherungen, Vorsorge und Risikomanagement aus einer Hand. Im Einklang mit dem Ziel, „gemeinsam eine bessere Zukunft zu gestalten“, strebt Zurich danach, eines der verantwortungsbewusstesten und wirkungsvollsten Unternehmen der Welt zu sein.

Zu den Vertriebspartnern der Zurich Gruppe Deutschland gehören: unsere Ausschließlichkeitsorganisation Zurich Exklusivpartner (Z-EP), unabhängige Makler, Mehrfachagenten, die Deutsche Bank sowie die Postbank und Kooperationen.

| | | |
|---|--|---|
| <p>Über 11,5 Millionen Kunden vertrauen auf den Schutz der Zurich Gruppe Deutschland (ZGD).</p> | <p>Nachdem 1872 das Stammhaus der Zurich Insurance Group in Zürich gegründet worden war, öffnete 1875 die erste Filiale in Deutschland.</p> | <p>Seit Juni 2022 sind wir Mitglied im Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft e.V. (BNW)</p> |
| <p>Zur ZGD gehört die Real Garant Versicherung AG, ein führender Garantievversicherer im Automobilbereich.</p> | <p>Als Mitglied des InsurLab Germany treibt die ZGD den Wissenstransfer im Bereich Digitalisierung voran und gestaltet digitale Potenziale der Zukunft.</p> | <p>Mit DA Direkt zählt die ZGD zu den führenden Kfz-Direktversicherern mit innovativem Service-Netzwerk.</p> |
| <p>Die ZGD ist Versicherungspartner der Deutschen Bank sowie der Postbank.</p> | <p>Die Zurich Gruppe Deutschland hat mit Weltumsegler und Klima-Botschafter Boris Herrmann eine Partnerschaft etabliert.</p> | <p>Die ZGD ist Partner der MediaMarktSaturn-Gruppe Deutschland für Garantievversicherungen.</p> |

Stand 07/2023

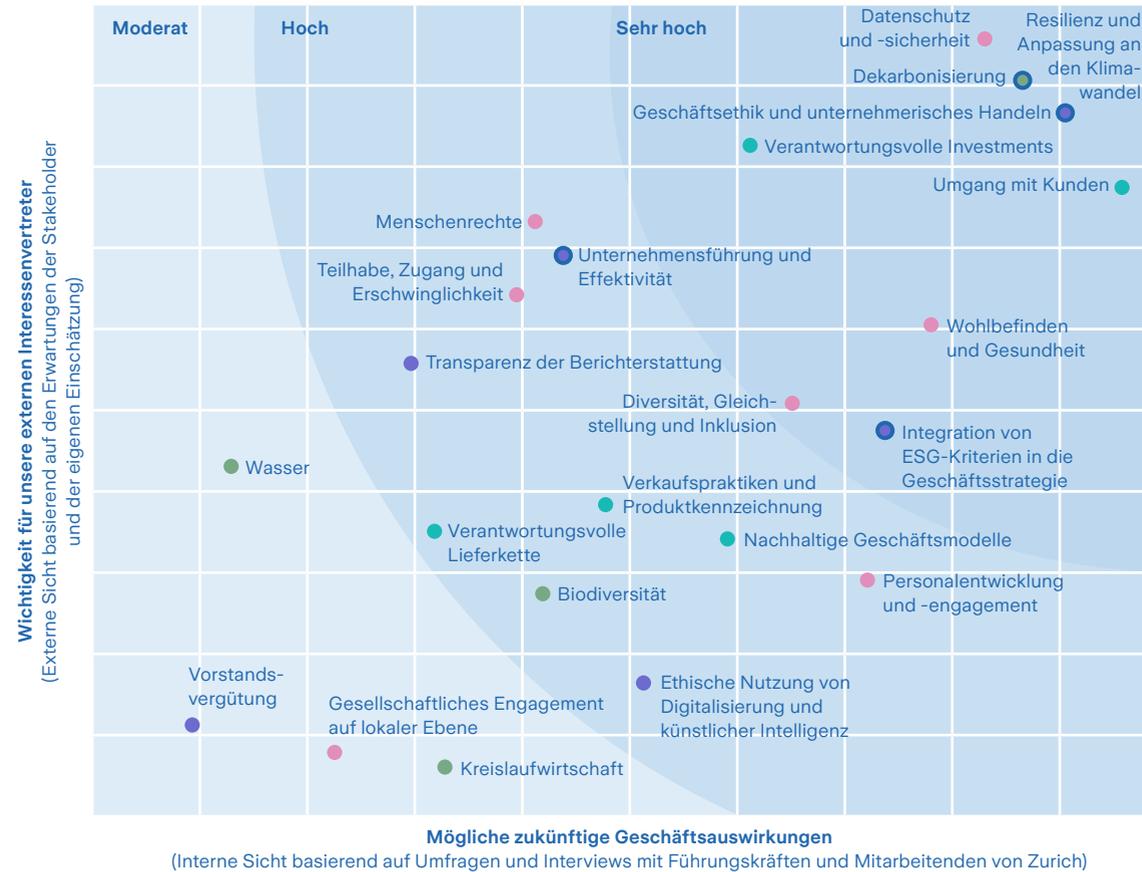


Wesentlichkeit, Mitgliedschaften, Governance

- 1
- 2
- 3

Wesentlichkeitsanalyse – identifizieren, was wichtig ist

Die Wesentlichkeitsanalyse legt offen, welche Elemente der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Menschen und die Umwelt einwirken und welchen entscheidenden Einfluss diese im Umkehrschluss auf die Geschäftstätigkeit der Zurich haben (Doppelte Wesentlichkeit). Sie analysiert die positiven und negativen Wirkungen und gibt an, wie diese Erkenntnisse in die eigenen Prozesse einfließen.



- Umwelt
- Soziales
- Unternehmensführung
- Geschäftsmodell
- Die fünf wichtigsten Themen für Investoren

Im Jahr 2022 hat die Zurich Insurance Group (ZIG) eine vollständige Aktualisierung der weltweiten Wesentlichkeitsbewertung vorgenommen, um zu verstehen, welche nachhaltigkeitsbezogenen Themen für interne und externe Stakeholder am wichtigsten sind. Die Bewertung, die sowohl quantitative als auch qualitative Analysen umfasste, stützte sich auf unser internes Risikowissen, den Austausch mit zehn verschiedenen Stakeholder-Gruppen und Erkenntnisse aus Big-Data-Tools. Als Ergebnis identifizierte und priorisierte Zurich **23 Nachhaltigkeitsthemen**.

Dieser Überblick bestätigt die Bedeutung von Bereichen, an denen wir seit vielen Jahren arbeiten: Klimaresilienz und -anpassung, Dekarbonisierung, Datenschutz und -sicherheit sowie Geschäftsethik und -verhalten. Einige **neue Themen**, die in die Bewertung für 2022 aufgenommen wurden, gehören zu den am höchsten eingestuft Themen: **ESG*-Integration in die Geschäftsstrategie, Umgang mit Kunden sowie Wohlbefinden und Gesundheit**.

Die ZGD adaptiert diese Erkenntnisse in ihre Geschäftsprozesse und Aktivitäten. Lokale Wesentlichkeitsanalysen auf Gesellschaftsebene sind geplant.

* Unter ESG versteht man die Berücksichtigung von Kriterien aus den Bereichen Umwelt (Environmental), Soziales (Social) und verantwortungsvolle Unternehmensführung (Governance).



Wesentlichkeit, Mitgliedschaften, Governance

① ② ③

Zurich möchte eines der verantwortungsbewusstesten und wirkungsvollsten Unternehmen der Welt werden.

Als einer der ersten Unterzeichner des UN Global Compact hat sich die Zurich Insurance Group (ZIG) zur Förderung der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen – den sogenannten Sustainable Development Goals (SDGs) – verpflichtet.

Die SDGs bieten ein globales Zielsystem für die gemeinsame Bewältigung der Herausforderungen des 21. Jahrhunderts.

Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen



Die Zurich Insurance Group engagiert sich in zahlreichen globalen Initiativen und Allianzen, wie z. B.:

- United Nations Global Compact
- Business Ambition for 1.5°C Pledge
- Principles for Sustainable Insurance
- Principles for Responsible Investment
- Net-Zero Asset Owner Alliance
- Renewable Energy 100 (RE100)
- Electric Vehicle 100 (EV100)
- Zurich Flood Resilience Alliance

- ➔ **Mehr erfahren**
Sustainable Development Goals (SDGs)
- ➔ **Mehr erfahren**
Nachhaltigkeitsbezogene Offenlegung
- ➔ **Mehr erfahren**
Zurich Flood Resilience Alliance
- ➔ **Mehr erfahren**
United Nations Global Compact

Die Ambition der Zurich Insurance Group verpflichtet auch die Zurich Gruppe Deutschland als Unternehmen und Arbeitgeber, Versicherer und Risikomanager, Investor und Berater sowie als Teil der Gesellschaft, Maßnahmen zu initiieren und zu unterstützen, mit denen wir wirkungsvollen Klimaschutz erreichen und die Transformation hin zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft vorantreiben. Daher richten wir unsere eigenen Geschäftsfelder und Aktivitäten ebenfalls an den aufgeführten Initiativen und Standards der ZIG aus und verfolgen eigene Nachhaltigkeitsziele mit Kennzahlen, die auch in die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Zurich Insurance Group einfließen.

- ➔ **Mehr erfahren**
Business Ambition for 1.5°C Pledge
- ➔ **Mehr erfahren**
Renewable Energy 100 (RE100)
- ➔ **Mehr erfahren**
Electric Vehicle 100 (EV100)
- ➔ **Mehr erfahren**
Zurich Insurance Group Geschäftsbericht 2022

Wesentlichkeit, Mitgliedschaften, Governance

① ② ③

Der „tone at the top“ ist ein Schlüsselfaktor für eine glaubhafte und umfassende Umsetzung von Nachhaltigkeit in der Unternehmenskultur.



Die Geschäftsleitung der ZGD setzt sich ein für das Thema Nachhaltigkeit und ist für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie verantwortlich. Das Erreichen von Nachhaltigkeitszielen ist daher u. a. mit zehn Prozent Bestandteil der erfolgsabhängigen variablen Vergütung der erweiterten Geschäftsleitung.

Darüber hinaus hat die Zurich Insurance Group die Reduzierung der betrieblichen Emissionen mit einer Gewichtung von zehn Prozent zum Bestandteil der langfristigen erfolgsabhängigen Vergütung für die Mitglieder des Executive Committees der ZIG gemacht. Innerhalb des nächsten Strategiezyklus 2023-2025 sollen weltweit 65.000 Tonnen CO₂e-Emissionen eingespart werden.

Ferner ist die Geschäftsleitung davon überzeugt, dass eine umfassende und glaubhafte Umsetzung des Themas nur gelingen kann, wenn alle Mitarbeitenden ihren Beitrag leisten. Daher wurde das Thema Nachhaltigkeit bewusst in allen Geschäftsbereichen verortet.

Zur Koordinierung und zum regelmäßigen Austausch über die operative Umsetzung der Nachhaltigkeitsaktivitäten wurde das Programm Sustainability@ZGD geschaffen. Es ist eine regelmäßig stattfindende Austauschplattform für alle Nachhaltigkeitsthemen, -maßnahmen und -aktivitäten und trägt das Thema Nachhaltigkeit in die Mitarbeiterschaft der ZGD.

Ein Nachhaltigkeitsteam koordiniert und bündelt übergreifend die Nachhaltigkeitsaktivitäten in der ZGD. Es überprüft zudem regelmäßig die strategische Ausrichtung und monitort das Erreichen der gesetzten Nachhaltigkeitsziele.

Wir haben nachhaltige Ziele und setzen im Kern auf die Kraft einer ökologisch-sozialen Marktwirtschaft. In ihr soll ein wirtschaftliches und gesellschaftliches Umfeld gefördert werden, welches Anreize für nachhaltige Investitionen in die Zukunft schafft. An unserer Expertise, beispielsweise im Bereich der Risikoprävention, lassen wir politisch Handelnde teilhaben.

Mit ihnen pflegen wir einen offenen und transparenten Austausch. Dabei stützt sich Zurich auf Fachwissen und Erkenntnisse bei Extremwetter-Ereignissen, Umweltkatastrophen und Klimamodellierungen, die wir in über 150 Jahren Unternehmensgeschichte gesammelt haben. Gepaart mit unserer Marktkenntnis und dem Verständnis für die individuellen Bedürfnisse der Menschen in unserem Land stellen wir damit wertvolles Faktenwissen aus der Praxis zur Verfügung.

Herleitung unserer Nachhaltigkeitsstrategie

1 2 3

Nachhaltigkeitsstrategie der ZGD



Nachhaltiges Verhalten und Wirtschaften ist ein Handlungsprinzip

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ ist nicht einheitlich definiert und die konkrete inhaltliche Bedeutung ist umstritten. Die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung der Vereinten Nationen definierte in ihrem Bericht „Unsere gemeinsame Zukunft“ von 1987 den Begriff „Nachhaltigkeit“ folgendermaßen: „Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der heutigen Generation befriedigt, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen.“

Durchgesetzt hat sich bei der Interpretation ein Drei-Säulen-Modell mit den Dimensionen Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft. Implizit geht es bei dem Modell darum, dass alle Menschen das Recht auf die Erhaltung des Ökosystems und auf einen gerechten Zugang zu lebensnotwendigen Ressourcen zur Befriedigung von Grundbedürfnissen haben. Nachhaltigkeit ist dabei als ein Prozess stetigen Wandels zu begreifen. Das Ziel ist es, eine kontinuierliche Verbesserung zu erzielen.

Diesem Leitbild und der aktuellen Wesentlichkeitsanalyse aus 2022 folgend haben wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie Ende 2022 weiterentwickelt und für uns, die auf der nachfolgenden Seite skizzierten drei wesentlichen Handlungsfelder, neu definiert.

Herleitung unserer Nachhaltigkeitsstrategie

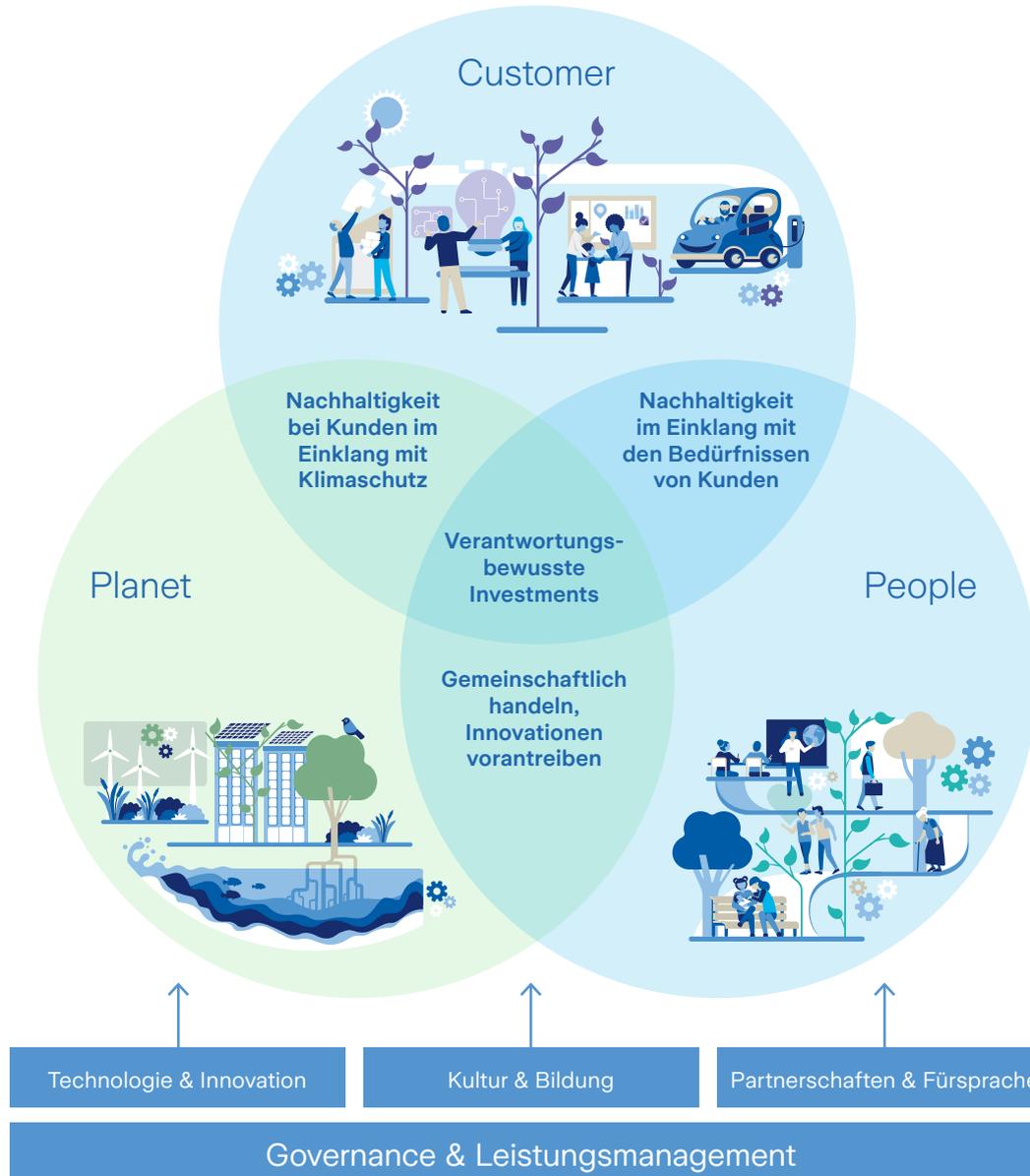
① ② ③

Unsere drei Handlungsfelder

Angelehnt an die aktuelle Wesentlichkeitsanalyse und die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie der Zurich Insurance Group betrachten auch wir bei der ZGD die folgenden **drei Handlungsfelder: Planet, Customer und People**. Dabei liegt unser Fokus auf der Bewahrung unseres Planeten und der **Einhaltung des 1,5-°C-Ziels gemäß des Pariser Klimaschutzabkommens**.

Planet

Wir nutzen unsere Hebel, um die Transformation hin zu einer Netto-Null-Wirtschaft zu unterstützen, die Widerstandsfähigkeit unseres Unternehmens und unserer Gesellschaft zu stärken und um ein tieferes Verständnis für die Integration naturbezogener Risiken und Chancen aufzubauen.



Customer

Wir begleiten unsere Kunden auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Zukunft, indem wir skalierbare Lösungen entlang der Wertschöpfungskette anbieten und den ethischen Umgang mit den Daten unserer Kunden pflegen. Dabei steht der Kunde im Zentrum unseres Handelns.

People

Um langfristig die geeignetsten Mitarbeitenden zu haben und diese auch halten zu können, schaffen wir gute Rahmenbedingungen. Unser Ziel ist es, den Anteil an internen Einstellungen weiter zu erhöhen. Die Grundlage, um Potenziale weiterentwickeln zu können, bildet für uns Chancengleichheit und Diversität am Arbeitsplatz.

Herleitung unserer Nachhaltigkeitsstrategie

① ② ③

Im Handlungsfeld „Planet“ wollen wir über unsere vier Rollen einen Beitrag für eine lebenswerte Zukunft leisten

Das bedeutet für uns vor allen Dingen, die Erderwärmung gemäß dem Beschluss des Pariser Klimaschutzabkommens auf möglichst 1,5 °C zu beschränken. Ausgehend von diesem angestrebten Ziel haben wir konkrete Zielvorgaben festgelegt und mit Maßnahmen unterlegt – und dies **für jede unserer vier Rollen**.



Rolle 1: Unternehmen und Arbeitgeber

Als Unternehmen und Arbeitgeber sind wir bestrebt, kontinuierlich CO₂e*-Emissionen in unseren betrieblichen Prozessen zu vermeiden und bis 2030 auf ein Minimum zu reduzieren. Darüber hinaus fördern wir Klima- und Umweltprojekte, um zusätzlich positive Klimawirkungen auf dem Weg zum 1,5-°C-Ziel zu erreichen.



Rolle 3: Versicherer und Risikomanager

Durch die zunehmende Ausrichtung unserer Produkt- und Serviceangebote auf Nachhaltigkeit in den Bereichen Privat- und Gewerbekunden (Retail) und Commercial Insurance machen wir uns auch als Versicherer und Risikomanager auf den Weg, das 1,5-°C-Ziel zu unterstützen. Außerdem helfen wir unseren Kunden mit bedürfnisgerechten Produkten und Services dabei, ihr Leben nachhaltiger zu gestalten. Bei der Kfz-Direktversicherung bieten wir über einen externen Partner an, private CO₂e*-Emissionen zu kompensieren.



Rolle 2: Investor und Berater

Unser erklärtes Ziel als Investor und Berater ist es, schrittweise die gemessene CO₂e-Intensität im Bilanzvermögen bis hin zu Netto-Null** zu reduzieren. Wir achten auch im Bereich unserer Kapitalanlagen in Aktien auf eine Stimmrechts- und Mitwirkungspolitik, die auf nachhaltige Investments abgestimmt ist, und versuchen im Dialog mit den Unternehmen, diese auf dem Transformationsweg hin zu einer Netto-Null-Wirtschaft zu unterstützen. Im Rahmen der privaten Altersvorsorge verbinden z. B. unsere Depotmodelle ETF mit Klima-Fokus ESG-Standards mit den Renditechancen eines gut gemischten Anlageportfolios.



Rolle 4: Teil der Gesellschaft

Auch als Teil der Gesellschaft tragen wir Verantwortung: Wir unterstützen Klimaforschung und belohnen herausragende Initiativen zum Umweltschutz. Darüber hinaus engagieren wir uns langfristig in sozialen Projekten in Deutschland.

* CO₂e: Emissionen anderer Treibhausgase als Kohlendioxid (CO₂) werden zur besseren Vergleichbarkeit entsprechend ihrem globalen Erwärmungspotenzial in CO₂-Äquivalente umgerechnet.

(Quelle: <https://www.umweltbundesamt.de/service/glossary/c>)

** Netto-Null: kontinuierliche Reduzierung der Emissionen über wissenschaftlich fundierte Zwischenziele im Einklang mit dem Pariser Klimaschutzabkommen, Neutralisierung der unvermeidbaren Rest-Emissionen durch dauerhafte Beseitigung von CO₂ aus der Atmosphäre. Die Standards zu Netto-Null wurden durch die Initiative „Science based Targets“ formuliert. (Quelle: <https://www.myclimate.org/information/faq/>)

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie entlang der vier Rollen

1 2

Die Nachhaltigkeitsziele der Zurich Gruppe Deutschland

Auf Basis des Jahres 2019 haben wir uns in unseren vier Rollen bis 2050 Ziele gesetzt: Wir wollen, bezogen auf alle vier Rollen, mindestens Netto-Null und sogar klimapositiv¹ in unseren betrieblichen Abläufen sein.



Als **Unternehmen** und **Arbeitgeber**

| Dimension | 2022 | 2022 Ist | 2025 | 2030 | 2050 |
|--|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------|------------------------------------|--------------|
| CO ₂ e im Betrieb | 20% Reduktion | 73% Reduktion | 50% Reduktion | > 70% Reduktion + CCS ² | Klimapositiv |
| Unterstützung von Natur-/ Klimaschutzprojekten mit einer positiven Klimawirkung von | > 2.000 t CO ₂ e | Spende in NABU-Klimafonds | > 6.000 t CO ₂ e | > 8.000 t CO ₂ e | |



Als **Investor** und **Berater**

| | | | | | |
|---|---------------|-----------------|------------------|---------------|------------|
| CO ₂ e-Intensität des Bilanzvermögens | 10% Reduktion | 0% ³ | 25% Reduktion | 50% Reduktion | Netto-Null |
| Neugeschäfts-Quote fondsgebundener ESG-Anlagen | 25% | 81% | 60% ⁴ | 70% | |



Als **Versicherer** und **Risiko-manager**

| | | | | | |
|--|--|--|-----------------|--|------------|
| Anteil des Sustainable Revenues am Gesamtportfolio Retail ⁵ | n/a | 1,7% | 4% ⁶ | ist noch zu definieren (Marktschwankungen) | Netto-Null |
| CO ₂ e-Intensität Underwriting-Portfolio Commercial | Zielformulierung in den kommenden bis Mitte 2024 | Kategorien Engagement, Insuring the transition, CO ₂ -Reduction | | | |



Als **Teil der Gesellschaft**⁷

| | | | | | |
|--|--------|--------|-------|-------|-----------------|
| Top-Platzierung im Zielke Nachhaltigkeits-Ranking | Top 5 | Top 2 | Top 3 | Top 1 | Top-Versicherer |
| Brand Consideration ⁸ Nachhaltiges Unternehmen | Top 10 | Top 10 | Top 7 | Top 5 | |

Basisjahr 2019
Seit 2023 sind die Nachhaltigkeitsziele Teil der **variablen Vergütung** der Vorstandsmitglieder.

1 Klimapositiv: Die wirtschaftliche Aktivität geht über das Erreichen von Netto-Null-Emissionen hinaus, indem zusätzliche Treibhausgase der Atmosphäre entzogen und dadurch ein positiver Umweltnutzen geschaffen wird – durch technische Entnahme, soweit diese Technik bis 2050 verfügbar ist. (Quelle: eigenes Verständnis)

2 CCS: Carbon Capture and Storage, Kohlenstoffabtrennung und -speicherung

3 Kurzfristig wurde die CO₂e-Intensität stark von Marktwertschwankungen auf den Kapitalmärkten beeinflusst (betrifft Aktien, Anleihen und Immobilien), weshalb sie im Jahr 2022 nach einem starken Rückgang im Vorjahr wieder angestiegen ist. Um Schwankungen bei der CO₂e-Intensitätsreduzierung besser managen zu können, sind längerfristige Ziele notwendig. Wir verfolgen daher weiterhin konsequent unser Ziel einer Reduktion um 25 % bis 2025.

4 Aufgrund des positiven Ergebnisses im Jahr 2022 wurde die ESG-Neugeschäftsquote für 2025 im Vergleich zu den Zielangaben im vergangenen Jahr von 35% auf 60% hochgesetzt. Bei der Zieldefinition für 2025 wurden gegenüber 2022 u.a. auch Unsicherheiten hinsichtlich eines ausreichenden Angebots an geeigneten ESG-Fonds in den kommenden Jahren durch evtl. Verschärfungen in der Regulatorik berücksichtigt.

5 **Sustainable Revenues** sind Einnahmen aus Produkten und Serviceleistungen und basieren auf unserer eigenen internen Konzerndefinition. Aufgrund fehlender Marktstandards im Retail-Segment sind Werte nicht mit Wettbewerbern vergleichbar. Im Rahmen der steigenden Regulatorik werden in den kommenden Jahren weitere Kennzahlen erwartet, die eigene interne Definitionen ablösen werden. Die Kennzahl wurde erstmals für das Gesamtjahr 2022 ermittelt.

6 Analog Fußnote 5; vorbehaltlich Änderungen bei weiterer Ausarbeitung des Marktstandards.

7 Erläuterung zu den eingebundenen Messgrößen: Die Kennzahl „Top-Platzierung im Zielke Nachhaltigkeits-Rating“ misst die Transparenz unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. Mit der Messgröße Brand Consideration überprüfen wir, ob unser nachhaltiges Engagement positive Effekte auf unsere Markenbekanntheit hat.

8 Aufgrund von veränderter Metrik hat sich das Ziel im Vergleich zum vergangenen Jahr von Top 9 auf Top 10 verändert.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie entlang der vier Rollen

① ②

Nachhaltige Maßnahmen 2022

Mit folgenden Maßnahmen haben wir die definierten Nachhaltigkeitsziele für 2022 verfolgen können (Auszug).

| | | Seite |
|---|---|--------|
|  <p>Als Unternehmen und Arbeitgeber</p> | <p>CO₂e im Betrieb</p> <ul style="list-style-type: none"> Energieeffiziente Hauptstandorte, Strom aus 100% erneuerbarer Energie, Nutzung von Fernwärme Anpassung der Dienstreise-Richtlinie zur Stärkung von Zugfahrten Weiterführung des Homeoffice-Angebots mit bis zu 50% Homeoffice-Anteil, Deutschland-Ticket- und Bike-Leasing-Angebot für Mitarbeitende | 15 ff. |
| | <p>Beitrag Natur-Klimaschutzprojekte</p> <ul style="list-style-type: none"> Spende an den NABU zur Unterstützung des NABU-Klimafonds für die Förderung eines Moorschutzprojektes Baumpflanzaktion im Frankfurter Stadtwald | 51 f. |
|  <p>Als Investor und Berater</p> | <p>CO₂e-Intensität des Bilanzvermögens</p> <ul style="list-style-type: none"> Fortführung eines Dialogs mit den CO₂e-intensivsten Unternehmen in unserem Portfolio, welche sich bisher noch keine CO₂e-Reduktionsziele gesetzt haben Ausbau von Anlagen mit dem Ziel, finanzielle Rendite und gesellschaftliche Wirkung zu vereinen, sog. „Impact Investments“ (z. B. erneuerbare Energien, Gesundheits-, Bildungs- oder Sozialprojekte) Klimafreundliche Energieversorgung bei Immobilien, bei denen die ZGD (Mit-)Eigentümer ist | 22 ff. |
| | <p>Neugeschäfts-Quote fondsgebundener ESG-Anlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> Fokussierung auf Vorsorgeangebote, mit denen u. a. auch ökologische und soziale Aspekte gefördert werden (z. B. unsere ESG-Depotmodelle), einschließlich der Weiterbildung unserer Vertriebspartner Start von gemanagten Depotmodellen ETF Klima-Fokus | 33 ff. |
|  <p>Als Versicherer und Risiko- manager</p> | <p>Anteil des Sustainable Revenues am Gesamtportfolio Retail</p> <ul style="list-style-type: none"> Versicherung von E-Bikes, Pedelecs, E-Scootern, Solarthermie- und Photovoltaikanlagen Deckungserweiterung in Kfz-Produkten um die Mobilitätsgarantie für E-Autos und All-Risk-Deckung für Akkus Übernahme der Mehrkosten für nachhaltigen Wiederaufbau in der Wohngebäudeversicherung für SME | 38 |
| | <p>CO₂e-Intensität Underwriting-Portfolio Commercial</p> <ul style="list-style-type: none"> Zurich Resilience Solutions: Services zur Risikobewertung und -prävention für klimawandelbezogene Risiken Ausbau der Expertise und des Angebots von Versicherungsschutz für Erneuerbare-Energien-Projekte Ausschlüsse im Underwriting u. a. in den Bereichen Kohle, Ölschiefer und Ölsand | 39 ff. |
|  <p>Als Teil der Gesellschaft</p> | <p>Top-Platzierung im Ziele Nachhaltigkeits-Ranking</p> <ul style="list-style-type: none"> Erstmalige Veröffentlichung der Nachhaltigkeitsbroschüre (Geschäftsjahr 2021) Maßnahmen für und von Mitarbeitenden wie die Community Week und die Planet Hero Week | 46 ff. |
| | <p>Brand Consideration Nachhaltiges Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> Planet Hero Award und weitere Maßnahmen zur Unterstützung klimaschutzfördernder Initiativen und solchen Verhaltens Vertiefung der Partnerschaft mit Boris Herrmann als Zurich Nachhaltigkeitsbotschafter | 47 ff. |

Unsere Verpflichtung für die Umwelt als Unternehmen und Arbeitgeber



Unser Anspruch und Ansatz

Unsere Ambitionen zur Reduzierung von Treibhausgas-Emissionen

Die Zurich Insurance Group will mit eigenem Handeln dazu beitragen, die Erderwärmung auf maximal 1,5 °C gegenüber vorindustrieller Zeit zu begrenzen. Dazu hat sie sich konkrete wissenschaftsbasierte Reduktionsziele (Science-based Targets, SBT) für die internen Betriebsprozesse gesetzt und verfolgt diese mit gezielten Maßnahmen. Daran orientieren sich die Nachhaltigkeitsziele der Zurich Gruppe Deutschland.

In der ZGD generieren wir in unseren betrieblichen Abläufen sowohl direkt als auch indirekt Emissionen. Deshalb ist es unser Ziel, Treibhausgase ganz bewusst zu vermeiden, zu reduzieren und unvermeidbare Rest-Emissionen zu kompensieren.

Das letzte Jahr war geprägt durch eine fortdauernde Umsetzung unserer ergriffenen Maßnahmen. Wir konnten unsere Flugemissionen seit 2019 um 80 % reduzieren, indem wir digitale Möglichkeiten zum Austausch und die Bahn als alternatives Reisemittel verstärkt genutzt haben. Bei der Transformation unserer Flotten auf Elektroantrieb bietet sich nun eine breite Auswahl an Hybrid- und Elektro-Fahrzeugen an. Außerdem wurden die Ladekapazitäten an unseren großen Standorten stark ausgebaut.

Die Nutzung von Strom aus erneuerbaren Energien führen wir fort. Die Rückkehr an die Standorte nach der Corona-Pandemie eröffnet uns wieder alle Möglichkeiten der Zusammenarbeit und durch Umsetzung von emissions-reduzierenden Maßnahmen konnten wir unsere eigenen Treibhausgase gegenüber 2021 um 14 % reduzieren.

So haben wir unsere Treibhausgas-Emissionen seit 2019 um 73 % reduzieren können und einen Jahresverbrauch von 0,8 Tonnen CO₂e je Mitarbeitenden im Jahr 2022 erreicht.

„ Wir wollen durch unser Handeln weiterhin mit gutem Beispiel vorangehen. Bei all unseren Aktivitäten und der bewussten Reduzierung unserer betrieblichen Emissionen leisten wir einen positiven Beitrag für die Umwelt. “

Horst Nussbaumer
Vorstand – Chief Operation Officer
Zurich Gruppe Deutschland



Unsere Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen

1 2 3

Unser Netto-Null-Ziel bis 2030*

Bereits erreichte Ziele



100 % „grüner Strom“

an unseren Standorten seit 2021

Wir haben uns der weltweit agierenden Initiative RE100 angeschlossen und haben bereits 2021 unseren kompletten Stromverbrauch auf erneuerbare Energien umgestellt.



-70 % Flugemissionen

bis 2022 gegenüber 2019

Unser Dienstreiseverhalten haben wir einer Transformation unterzogen. Emissionen aus Flugreisen wurden bereits um 80 % gegenüber 2019 reduziert. Dafür setzen wir heute auf digitale Austauschformen und vermehrt Bahnreisen.

Zu erreichende Ziele



-70 % Papieremissionen

bis 2025 gegenüber 2019

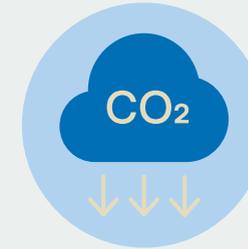
Mit umfangreichen Digitalisierungsvorhaben, digitaler Kundenkommunikation, Papiervermeidung in unseren Büros, Nutzung von Recyclingpapier und Druckoptimierungen sind wir auf einem guten Weg, unser gesetztes Ziel zu erreichen.



100 % Elektrofahrzeuge

bis 2029 gegenüber 2019

Seit 2022 können Dienstwagen nur noch aus einem Elektro- oder Hybrid-Angebot ausgewählt werden. Dadurch konnten wir innerhalb eines Jahres den Anteil alternativer Antriebe deutlich erhöhen auf über 40%. Ab 2025 wollen wir das Angebot komplett auf Elektroantrieb ausrichten.



-70 % vermeidbare Gesamtemissionen

bis 2029 gegenüber 2019

Unser Ziel ist es, Emissionen bis 2029 um 70 % zu senken. Wir planen, ab diesem Zeitpunkt nur noch die verbliebenen Emissionen durch „Carbon Capture and Storage“**-Zertifikate (soweit verfügbar) zu kompensieren. Neben dem Controlling werden wir weiterhin Maßnahmen identifizieren, die ihren Beitrag zur Vermeidung und Reduzierung leisten.

* durch Kompensation unvermeidbarer Emissionen in Carbon Capture and Storage-Zertifikate, soweit diese 2030 verfügbar sind.

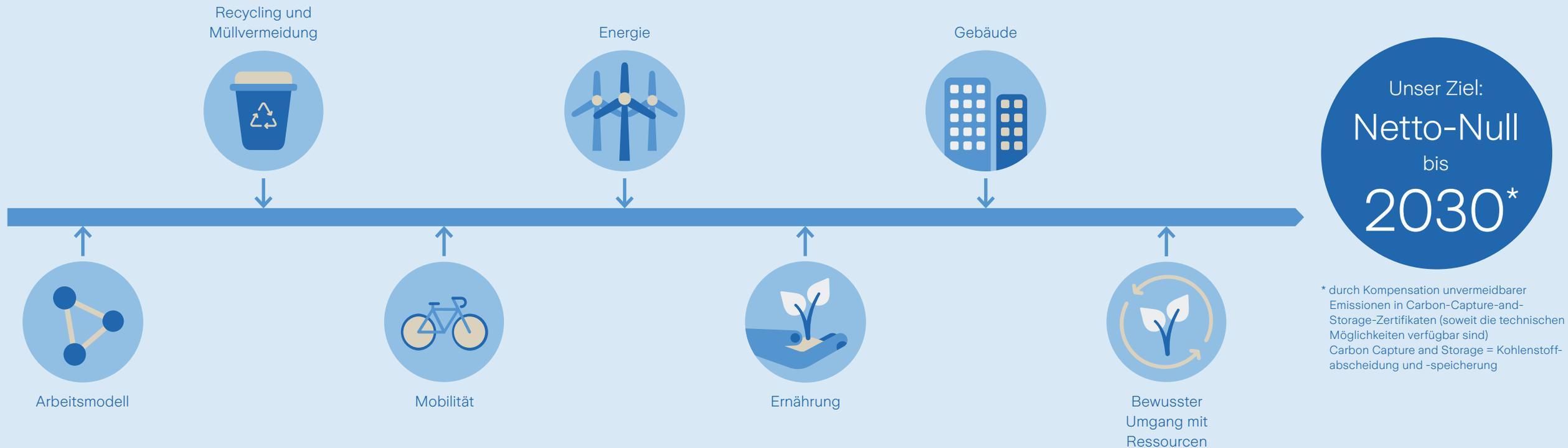
**Carbon Capture and Storage = Kohlenstoffabscheidung und -speicherung

Unsere Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen

1 2 3

Nachhaltigkeit in den betrieblichen Abläufen

Neben unserer Verpflichtung zu konkreten Reduzierungszielen ergreifen wir zahlreiche weitere Maßnahmen, die ebenfalls Auswirkungen auf unseren eigenen Treibhausgas-Ausstoß haben. Über die Klimabilanz können wir unseren Beitrag zur Einsparung von Emissionen in Zahlen verdeutlichen.



* durch Kompensation unvermeidbarer Emissionen in Carbon-Capture-and-Storage-Zertifikaten (soweit die technischen Möglichkeiten verfügbar sind) Carbon Capture and Storage = Kohlenstoff-abscheidung und -speicherung

Unsere Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen

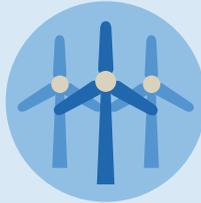
1 2 3

Nachhaltigkeit in den betrieblichen Abläufen



Recycling und Müllvermeidung

Wir vermeiden Einwegplastik, reduzieren die Anzahl der Ausdrucke an unseren Standorten und nutzen ein Recyclingsystem für Papierhandtücher. Dies sind nur einige Beispiele unserer Maßnahmen im Bereich Recycling und Müllvermeidung.



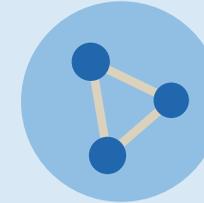
Energie

An allen deutschen Standorten werden erneuerbare Energien genutzt und wir achten auf einen möglichst effizienten Betrieb unserer Büroflächen. Energie- und wassersparende Systeme wie LED-Beleuchtung, Sensorarmaturen oder Durchflussbegrenzer in den Sanitärbereichen sind die wichtigsten Elemente in diesem Bereich.



Ernährung

Unsere Betriebsrestaurants und Kioske bauen ihr Angebot an frischen, regionalen und saisonalen Produkten stetig aus. Neue Speisenkonzepte aus vegetarischen und veganen Gerichten sind Teil des regelmäßigen Angebots.



Arbeitsmodell

Mit der Weiterentwicklung des Arbeitsmodells verfolgen wir das Ziel einer gesunden Balance zwischen nachhaltigem Unternehmenserfolg, Kunden- und Geschäftspartnerzufriedenheit und den Bedürfnissen der Mitarbeitenden. Dabei ist uns wichtig, dass wir als ZGD als berufliches Zuhause verstanden werden: Deshalb wird ein besonderer Fokus auf die Förderung von Gemeinschaftsgefühl und sozialer Interaktion gesetzt.



Mobilität

Wir unterstützen unsere Mitarbeitenden bei der Wahl nachhaltiger Mobilität. So bieten wir unseren Mitarbeitenden ab dem 1. Mai 2023 das Deutschland-Ticket (49-Euro-Ticket) zu einem Eigenkostenanteil von 18 EUR an. Die Nutzung von BahnCards für Dienstreisen fördert klimafreundliches Reisen. An unseren großen Standorten stellen wir umfangreich Ladeinfrastruktur für Elektroautos zur Verfügung, die nicht nur für unsere Dienstwagen, sondern auch für die Privatfahrzeuge unserer Mitarbeitenden genutzt werden kann. Aber auch in den Pausen oder bei der Freizeitgestaltung helfen Zurich E-Scooter und Diensträder sowie die Möglichkeit eines Bike-Leasings, nachhaltig zu pendeln.



Bewusster Umgang mit Ressourcen

Neben den technischen Möglichkeiten zur Vermeidung und Reduzierung von Treibhausgas-Emissionen setzen wir auf nachhaltiges Verhalten der Mitarbeitenden und den bewussten Umgang mit Ressourcen. Regelmäßige interne Kampagnen sollen hierfür sensibilisieren.



Gebäude

Unsere Hauptstandorte Köln und Frankfurt sind nach dem DGNB**-Standard in Gold zertifiziert und werden energieeffizient betrieben. Zusätzlich nutzen wir Fernwärme. Neben dem vierjährigen gesetzlich verpflichtenden Energieaudit (EDL-G) unterziehen wir uns jedes Jahr einem freiwilligen Energie- und Umweltaudit. So schaffen wir es, die Anforderungen der einschlägigen Gesetze und Verordnungen zu erfüllen, und nutzen diese Gelegenheit zum Austausch über Nachhaltigkeits- und Umweltmaßnahmen.

** Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen

Wichtiger Bestandteil der modernen Arbeitswelt bei der ZGD ist das flexible Arbeitsmodell FlexWork 2.0. Dieses Arbeitsmodell bietet unseren Mitarbeitenden drei Optionen an. Sie können wählen zwischen sog. FixOffice, FlexOffice und HomeOffice. FlexWork 2.0 trägt dazu bei, dass Treibhausgas-Emissionen reduziert werden, indem Mitarbeitende teilweise von zu Hause aus arbeiten können. So entfallen die Treibhausgas-Emissionen, die sonst durch den Pendelverkehr entstehen würden.

Unsere klimarelevanten Emissionen (Scope¹–3)

| Kennzahlen (Maßeinheit: CO ₂ e in Tonnen) Stand: 13.06.2023 | 2019 (Bezugs- basis) | 2020 ² | 2021 ² | 2022 | 2022 Veränderung zu Bezugsbasis |
|--|----------------------------|-------------------|-------------------|------------------|---------------------------------------|
| Gesamt Treibhausgas-Emissionen Emissionen in allen Betriebsprozessen | 14.902 | 5.984 | 4.592 | 3.965 | -73% |
| Scope-1-Emissionen | 804 | 617 | 807 | 734 | -9% |
| Dienstwagen | 669 | 501 | 748 ³ | 637 ³ | -5% |
| Bauseitige Heizungen (Öl, Gas) | 135 | 116 | 59 | 97 | -28% |
| Scope-2-Emissionen | 2.336 | 1.474 | 1.135 | 981 | -58% |
| Fernwärme (Market-based) | 2.269 | 1.375 | 1.135 | 981 | -57% |
| Strommix (Market-based) | 67 | 99 | 0 | 0 | -100% |
| Strom aus erneuerbaren Energien | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Scope-3-Emissionen | 11.762 | 3.893 | 2.650 | 2.250 | -81% |
| Flugreisen | 635 | 120 | 54 | 129 | -80% |
| Bahnreisen | 57 | 21 | 13 | 56 | -2% |
| Mietwagen | 109 | 36 | 24 | 37 | -66% |
| Energie- und brennstoffbezogene Tätigkeiten | 510 | 350 | 393 | 344 | -33% |
| Arbeitsweg der Mitarbeitenden („Pendeln“) ⁴ | 9.686 | 3.063 | 1.915 | 1.468 | -85% |
| Bedrucktes Papier | 716 | 282 | 238 | 204 | -72% |
| Abfall | 49 | 21 | 13 | 12 | -76% |

Erklärungen

Unsere Gesellschaften Real Garant Versicherung AG und dentolo Deutschland GmbH sind nicht in den ausgewiesenen Emissionen enthalten. Bei der Ermittlung unserer Klimabilanz orientieren wir uns am Greenhouse Gas Protocol. Die Daten zur Ermittlung unserer Treibhausgase werden nach bestem Wissen und Gewissen zusammengestellt und geprüft. Im Rahmen eines externen Gruppen-Audits werden diese jährlich geprüft und verifiziert.

2019 ist unsere Bezugsbasis und dient als Referenz für unsere Reduzierungsziele.

¹ ClimatePartner. Was sind Scope-Emissionen.

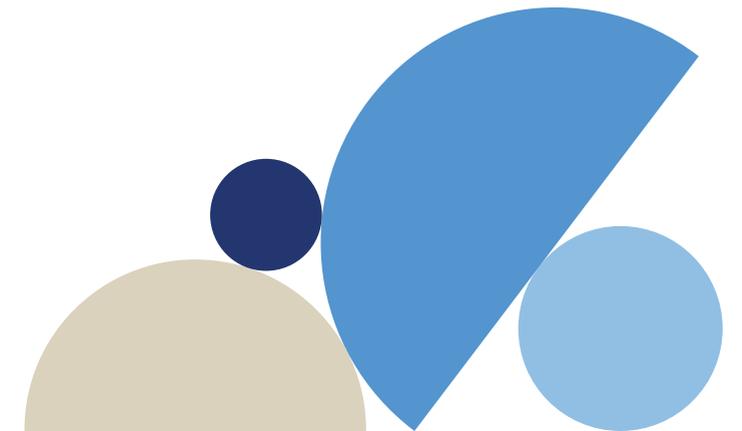
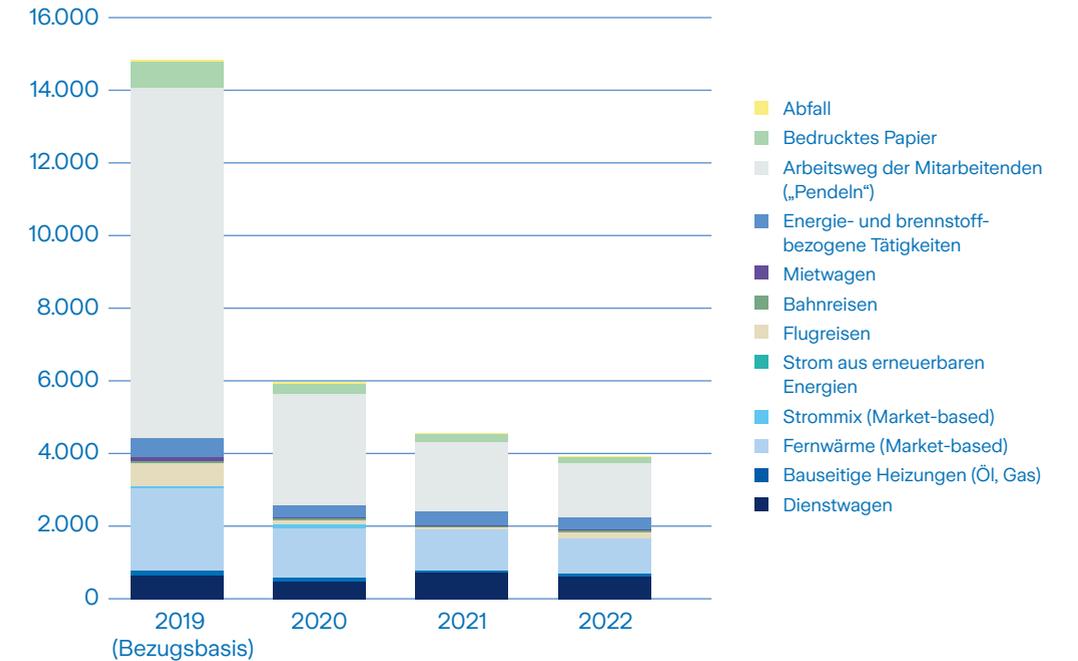
www.climatepartner.com/de/climate-action-insights/scope-emissionen-reduzieren

² Die Corona-Pandemie hat unsere Emissionen niedriger ausfallen lassen als geplant. Die Lerneffekte daraus haben wir genutzt, um unsere weiteren Handlungsfelder festzulegen, ambitionierte Ziele zu entwickeln und Maßnahmen mit einem direkt positiven Emissionseffekt, wie z. B. die Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Energien, umzusetzen.

³ Die Anzahl unserer Dienstwagen hat sich gegenüber dem Vorjahr erhöht.

⁴ Daten basieren auf Umfragewerten von Mitarbeitenden für das Jahr 2019. Folgejahre wurden um die durchschnittlichen Anwesenheitswerte von vergleichbaren europäischen Ländern fortgeschrieben.

Emissionen nach Quelle in Tonnen CO₂e



Im Vertrieb

1 2

Initiativen im Vertrieb

Die regulatorische Anpassung hinsichtlich der Abfrage von Nachhaltigkeitspräferenzen hat erneut die Relevanz des Themas bestärkt. Nun liegt es an uns, gemeinsam mit unseren Vertriebspartnern, unsere Kunden in allen Facetten zu diesem Thema zu sensibilisieren und weiterhin ganzheitlich zu beraten.

„ In einem herausfordernden Marktumfeld möchten wir unseren Kunden als starker und verlässlicher Partner zur Seite stehen. Dazu bedarf es einer engen Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern. Denn nur gemeinsam können wir es schaffen, auch die Nachhaltigkeitsaspekte E, S und G kundenzentriert in Einklang zu bringen. “

Ulrich Christmann

Vorstand Privat- und Gewerbekunden
Zurich Gruppe Deutschland

Auszug aus unseren Initiativen im Vertrieb:

- Wir nutzen digitale Formate zur Betreuung der Außendienstmitarbeiter
- Unsere Online-Services für unsere Kunden, wie beispielsweise Beratung via Bildschirm, Self-Services im Web oder das Kundenportal zur Vertragsauskunft und Schadenregulierung, bauen wir sukzessive aus
- Wir unterstützen die Initiative „Nachhaltiger Vermittlerbetrieb“ des Bundesverbands Deutscher Versicherungskaufleute
- Wir sind Mitinitiator bei der Verleihung des Makler-Awards „Deutschlands nachhaltigstes Maklerbüro“
- Wir helfen unseren Agenturen auf dem Weg zur Netto-Null-Emission



Im Vertrieb

① ②

Wertvolle Beiträge unserer Agenturen auf dem Weg zum nachhaltigen Vermittlerbetrieb

In den letzten beiden Jahren nach dem Start der BVK*-Initiative „Nachhaltiger Vermittlerbetrieb“ hat sich einiges getan. Unsere Pilotagenturen haben in ihren Geschäftsräumen viele Möglichkeiten identifiziert, um Ressourcen zu sparen. Aber nicht nur der bewusstere Umgang mit Ressourcen, auch das Engagement im sozialen Bereich ist ein relevanter Aspekt, der ebenfalls auf Nachhaltigkeit einzahlt.

Einige unserer Ausschließlichkeitsagenturen der Zurich Exklusiv Partner (Z-EP) setzen sich bereits aktiv mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander. „Wir haben den richtigen Weg eingeschlagen. Das Thema Nachhaltigkeit in unseren Vermittlerbetrieben ist für mich eine Herzensangelegenheit, die es nun weiter voranzutreiben gilt“, so Ulrich Christmann. Wie genau die Agenturen mit ihrem Handeln auf die ESG-Dimensionen einzahlen, haben wir hier auszugsweise dargestellt.

Das Projekt „Nachhaltige Agentur“



Versicherungsagentur W. Sander

Die Aufgabe, unsere Welt für kommende Generationen lebenswert zu erhalten, obliegt jedem Einzelnen, um als Kollektiv etwas verändern zu können. In unserer Agentur haben wir uns darauf geeinigt, kein Essen mehr zu bestellen, das in Plastik angeliefert wird, verwenden keine Papiertücher im Bad und regeln die Heizung mit digitalen Thermostaten – viele kleine Dinge, die uns dabei helfen, einen Unterschied zu erzielen.



Zurich Regionaldirektion Weber

Seit zwei Jahren liegt unser besonderer Fokus im Nachhaltigkeitsmanagement auf dem Thema Inklusion: Die Agentur unterstützt den „F.I.T. e.V. – Freundeskreis Inklusion Tegernsee“ bei der Beschaffung von Sportgeräten für Menschen mit Behinderung. Die Regionaldirektion Weber hat es sich zur Aufgabe gemacht, das Thema Inklusion sichtbar zu machen, um das Miteinander in unserer Gesellschaft zu fördern. Nach dem Motto: „Miteinander füreinander“.



Zurich Regionaldirektion M. Bantle

Dient der Mensch dem Unternehmer oder das Unternehmen dem Menschen? Diese Frage von Götz Werner (Gründer dm-Markt) begleitet mein Handeln. Für mich dient das Unternehmen dem Menschen, fördert dessen Entwicklung. Hierfür dürfen die Mitarbeitenden Verantwortung übernehmen, Freiraum nutzen und sich täglich ein Stück weiter zu ihrem – und damit unserem Wohl – weiterentwickeln.

* Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute

Unsere Verantwortung als Investor und Berater



Unser Anspruch und Ansatz

1 2

Gut wirtschaften und dabei Gutes tun

Wir sehen in unseren Investmententscheidungen die stärkste Hebelwirkung in der Begleitung hin zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft. Die Bedeutung von verantwortungsvollen Investitionen für den Kapitalmarkt zeichnet sich bereits durch den wachsenden Marktanteil ab.

Die Idee des „verantwortungsvollen Investierens“ ist, dass Investitionen nicht nur durch Gewinnpotenzial, sondern auch durch soziale und ökologische Ziele motiviert sein sollten. Ein Ziel schließt das andere nicht aus, in Wirklichkeit gehen sie oft Hand in Hand. Dieser Ansatz für die Verwaltung unserer Reserven verbessert unsere Fähigkeit, „gut zu wirtschaften“, weil er das Risiko finanzieller Verluste mindert und zugleich neue Möglichkeiten für finanzielle Erträge schafft. Dadurch stellen wir darüber hinaus sicher, dass wir „Gutes tun“, indem wir Institutionen und Maßnahmen finanzieren, die der Umwelt, unseren Kunden, Mitarbeitenden und der Gesellschaft zugutekommen.

Gleichzeitig werden wir hierdurch unserer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht. Wir bezeichnen diesen Ansatz daher als „verantwortungsvolles Investieren“ oder „Responsible Investment“. 100 % unserer Kapitalanlagen sind Teil unserer übergeordneten Responsible-Investment-Strategie.

Die Zurich Insurance Group hat sich das Ziel gesetzt, bis 2050 ein Investmentportfolio mit **netto-null** CO₂e*-Emissionen zu erreichen. Um dieses Ziel zu unterstreichen, ist sie im September 2019 der „UN Net-Zero Asset Owner Alliance“ als Gründungsmitglied beigetreten.

In der Umsetzung unserer CO₂e-Reduktionsziele setzen wir primär auf ein Engagement mit den von uns investierten Unternehmen über Zeit, haben uns aber kurz bis mittelfristige Zwischenziele auf Ebene der Zurich Insurance Group gesetzt: 25 % Reduktion der CO₂e-Intensität der Bilanzanlagen bis 2025, 50 % bis 2030 bis hin zu Netto-Null bis 2050.

Wir wenden für unsere gesamten Kapitalanlagen Ausschlusslisten an. Diese umfassen den Abbau von Kohle, Ölsanden und Ölschiefer und geächtete Waffen.



„Durch unsere Investitionen wollen wir die Realwirtschaft hin zu einem kohlenstoffärmeren Geschäftsmodell unterstützen.“

Tatjana Helbing
Chief Investment Officer
Zurich Gruppe Deutschland



Investor of the year

Unser Engagement wurde von Environmental Finance ausgezeichnet:

- 2022: „**Investor of the year**“ (1. Platz: Environmental Finance Bond Awards)
- 2023: „**Re/insurer of the year**“ (1. Platz: Sustainability Investment Award)



* CO₂e: Emissionen anderer Treibhausgase als Kohlendioxid (CO₂) werden zur besseren Vergleichbarkeit entsprechend ihrem globalen Erwärmungspotenzial in CO₂-Äquivalente CO₂e umgerechnet (CO₂ = 1). (Quelle: <https://www.umweltbundesamt.de/tags/co2-aequivalente>).

Unser Anspruch und Ansatz

1 2

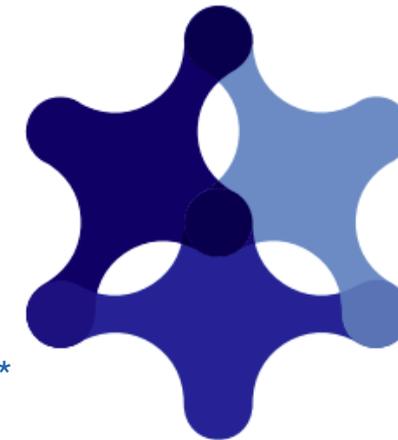
Die drei Säulen unserer weltweiten Investmentstrategie

Nach sorgfältiger Prüfung der bestehenden nachhaltigen Investment-Methoden hat Zurich bereits im Jahr 2012 entschieden, eine Nachhaltigkeitsstrategie in der Kapitalanlage anzuwenden, welche auf folgenden drei Säulen beruht:

- Integration von ökologischen, sozialen und Aspekten guter Unternehmensführung (ESG-Integration)
- Impact Investing
- Gemeinsamer Fortschritt

ESG-Integration

- Ausbildung
- Information
- Prozessintegration
- Active Ownership**



Impact Investing

- Absicht
- Messbarkeit
- Profitabilität

Gemeinsamer Fortschritt

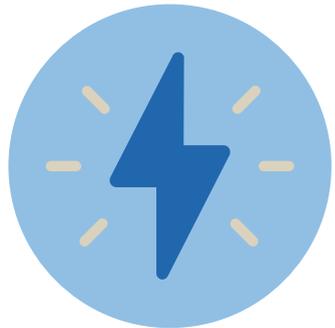
- Innovation
- Kooperation
- Verbreitung

* Proaktive Mitbestimmung als Aktionär

ESG-Integration

1 2

Risiken und Chancen



Die erste Säule „**ESG-Integration**“ fokussiert auf die Erfassung von ESG-Risiken und Chancen zur Verbesserung unserer risikoadjustierten Rendite. Wir betrachten bei der Analyse einzelner Investitionen nicht nur deren finanzielle Kennzahlen, sondern untersuchen auch die Leistung im Hinblick auf ESG-Faktoren. Die Ergebnisse fließen in unsere Entscheidung über den Erwerb oder die Veräußerung von Vermögenswerten ein und sind somit in unsere Investmentprozesse integriert.

Wir schaffen bei unseren Mitarbeitenden im Bereich Investment-Management ein Bewusstsein für den richtigen Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken in der Kapitalanlage. Dies schaffen wir durch interne und externe Schulungen oder Seminare, den regelmäßigen internen Austausch innerhalb der Zurich Insurance Group sowie den Austausch mit externen und internen Vermögensverwaltern.

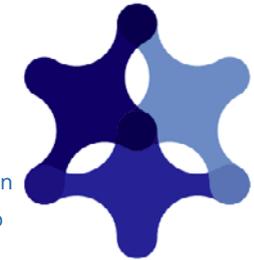
Des Weiteren stellen wir für unsere Mitarbeitenden den Zugang zu ESG-relevanten Daten bereit. Hierbei bedienen wir uns externer Datenanbieter, die uns eine Vielzahl an Daten, beispielsweise zum CO₂-Ausstoß oder zur Vergütung des Managements der investierten Unternehmen, zur Verfügung stellen.

Anhand dieser Daten können wir unser Portfolio analysieren, laufend überwachen und den zukünftigen Erfolg unserer Strategie in Richtung einer verantwortungsvolleren Kapitalanlage messen. Wir schließen von vornherein Unternehmen oder Sektoren für unsere Investitionen anhand unserer sogenannten „Restricted List“ aus. So nehmen wir keine Investitionen in Unternehmen vor, die geächtete Waffen wie Streubomben oder Landminen produzieren, lagern, verteilen oder verkaufen. Außerdem investieren wir nicht in Unternehmen, die 30 % und mehr ihrer Erträge durch die Förderung von Kohle, Ölsanden und Ölschiefer erwirtschaften oder mehr als 20 Millionen Tonnen Kohle pro Jahr fördern. Wir legen ebenfalls kein Kapital an in Unternehmen, die mindestens 30 % ihres Stroms mit Kohle produzieren.

Obwohl Nachhaltigkeit für unsere Investitionen eines unserer handlungsleitenden Prinzipien ist, wollen wir nicht einfach alle Unternehmen und Sektoren kategorisch ausschließen, die wir aktuell als weniger verantwortungsvoll betrachten. Denn dies würde unserem Ansatz widersprechen, Einfluss auf solche Unternehmen auszuüben, die im Hinblick auf die Umsetzung einer verantwortungsvollen Unternehmensstrategie deutlich mehr tun könnten.

ESG-Integration

- Ausbildung
- Information
- Prozessintegration
- Active Ownership



Impact Investing

- Absicht
- Messbarkeit
- Profitabilität

Gemeinsamer Fortschritt

- Innovation
- Kooperation
- Verbreitung

ESG-Integration

① ②

Als ein großer und global agierender Investor haben wir die Möglichkeit, entweder direkt oder indirekt über unsere externen Vermögensverwalter mit dem Management der Unternehmen, in die wir investieren, in den Dialog zu treten. Wir sprechen gezielt an, inwiefern der Aspekt Nachhaltigkeit in der Strategie der einzelnen Unternehmen Berücksichtigung findet. Dabei werden auch Bedenken und Verbesserungsvorschläge adressiert und diskutiert. Eine zusätzliche Option zur Mitbestimmung bei der Unternehmensstrategie haben wir, wenn wir Aktionär, also (Mit-)Inhaber eines Unternehmens sind. In einem solchen Fall üben wir auf der Hauptversammlung des Unternehmens unsere Stimmrechte aus. Bei Bedarf stimmen wir gegen eine vom Vorstand des investierten Unternehmens vorgestellte Unternehmensstrategie, sofern diese unserer Ansicht nach den Aspekt Nachhaltigkeit nicht ausreichend berücksichtigt.

Zuletzt nehmen auch unsere Vermögensverwalter eine wichtige Rolle bei der Umsetzung der ESG-Integration ein. Wir achten darauf, dass sowohl interne wie externe Vermögensverwalter über genügend Fachwissen zum Thema „Verantwortungsvolles Investieren“ verfügen. Im Auswahlprozess externer Vermögensverwalter werden schon bei der Kontaktaufnahme Fragen zur Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in den Investitionsprozess gestellt und bewertet. Auch nach der Mandatierung eines Vermögensverwalters bleiben wir mit diesem im Hinblick auf Nachhaltigkeitsaspekte im Dialog, überprüfen und entwickeln sie gemeinsam weiter. Wir überwachen sehr genau, ob unsere Vermögensverwalter die von uns vorgegebenen Ausschlusskriterien einhalten.

Fast alle börsennotierten Unternehmen, in die wir investieren, haben ein ESG-Rating von externen Datenanbietern. Diese Unternehmen machen knapp ein Drittel unserer gesamten Kapitalanlagen aus. Das gewichtete ESG-Rating entspricht einem „AA“, was der zweithöchsten Kategorie entspricht.

99% der Allgemeinflächen unserer Immobilien-Investments werden mit Strom aus erneuerbaren Energien versorgt.

ESG-Prinzipien sind vollständig in den Lebenszyklus unserer Immobilien eingebettet. Dies beinhaltet die Berücksichtigung von ESG-Prinzipien beim Kauf, der Entwicklung, der Verwaltung, der Renovierung und beim Verkauf der Immobilie.



Impact Investing

1 2

Konkrete und messbare Ziele



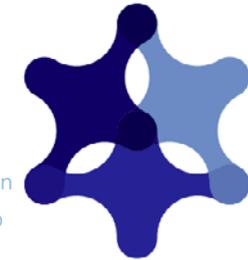
Als global agierendes Versicherungsunternehmen spürt die Zurich Insurance Group unmittelbar die Auswirkungen des Klimawandels. Aus diesem Grund haben wir als Versicherer ein Interesse an einem nachhaltigen globalen Wirtschaftswachstum und der Unterstützung von Gemeinschaften, um widerstandsfähiger gegenüber ökologischen und sozialen Herausforderungen zu werden. Die zweite Säule unserer Responsible-Investment-Strategie, das sogenannte **Impact Investing**, hilft dabei, solche Herausforderungen anzugehen. Gleichzeitig bietet es eine angemessene risikoadjustierte Rendite. Während sich die ESG-Integration darauf beschränkt, ESG-relevante Daten in den gesamten Investitionsprozess zu integrieren, gehen wir beim Impact Investing einen Schritt weiter. Hier investieren wir in Unternehmen, Institutionen oder Projekte, die adäquate Renditen erbringen. Gleichzeitig werden durch die Investitionen gezielt und messbar beispielsweise Umweltrisiken verringert und/oder einzelnen Gemeinden oder Kommunen der Zugang zu sozialer Infrastruktur und Dienstleistungen gewährt.

Wir haben uns klare Ziele gesetzt, wie viele Impact Investments wir erreichen und welche positiven Auswirkungen auf die Umwelt oder Gesellschaft wir dadurch erzielen wollen: So verfolgt die Zurich Insurance Group weltweit das Ziel, über ihre Impact Investments jährlich 5 Millionen Tonnen CO₂e zu vermeiden und jedes Jahr die Lebensqualität von 5 Millionen Menschen positiv zu beeinflussen. Um diese Ziele zu erreichen, hat sich die Zurich Insurance Group vorgenommen, bis 2025 5 % ihrer eigenen Investitionen in Impact Investments vorzunehmen.

Zum 31. Dezember 2022 betrug das Impact-Investing-Portfolio der Zurich Insurance Group mehr als 6,3 Milliarden USD. Dadurch half das Impact-Investing-Portfolio dabei, jährlich 3,2 Millionen Tonnen CO₂e zu vermeiden, und verbesserte die Lebensqualität von jährlich 4,7 Millionen Menschen.

ESG-Integration

- Ausbildung
- Information
- Prozessintegration
- Active Ownership



Impact Investing

- Absicht
- Messbarkeit
- Profitabilität

Gemeinsamer Fortschritt

- Innovation
- Kooperation
- Verbreitung

Impact Investing

1 2

Für die Zurich Insurance Group leistet die Zurich Gruppe Deutschland einen bedeutenden Anteil am globalen Impact-Investing-Portfolio. Per Ende Dezember 2022 wurden 1,4 Milliarden EUR investiert, das entspricht einem Anteil von rund 24% der weltweiten Impact Investments der Zurich Insurance Group. Den Großteil unserer Impact Investments machen dabei sogenannte Green Bonds – also „grüne Anleihen“ – aus, aber auch sogenannte Social Bonds oder Sustainability Bonds haben einen bedeutsamen Anteil an unseren Impact Investments. Während anfänglich solche Anleihen hauptsächlich von quasistaatlichen Institutionen wie der Weltbank ausgegeben wurden, gehören mittlerweile auch immer mehr Unternehmen und Staaten zu den regelmäßigen Emittenten.

Ein Green Bond wird genauso wie eine „normale“ Anleihe emittiert, um Fremdkapital an den Kapitalmärkten zu sammeln. Dieses Kapital dient dem Zweck, ökologische Projekte zu finanzieren. Hierzu gehören u. a. der Ausbau erneuerbarer Energien, Investitionen in die Steigerung von Energieeffizienz, Schadstoffreduktion, Müllvermeidung oder grüne Mobilität.

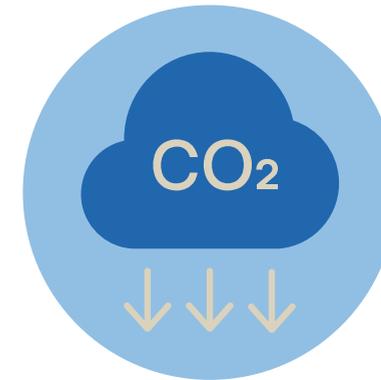
Ein Beispiel für einen Green Bond ist eine Anleihe eines Energieversorgers, deren Verwendungszweck ausschließlich die Investition in die Erzeugung erneuerbarer Energien darstellt.

Social Bonds werden emittiert, um grundlegende Infrastrukturen wie Trinkwasser, Kanalisation oder sanitäre Einrichtungen, den Zugang zu Bildung und Gesundheitsversorgung oder bezahlbaren Wohnraum (sozialer Wohnungsbau) zu finanzieren. Sustainability Bonds stellen eine Kombination aus Green und Social Bonds dar.

Über die verschiedenen Green, Social oder Sustainability Bonds hinaus investiert die Zurich Gruppe Deutschland auch in Infrastrukturprojekte, die einen positiven Einfluss auf die Umwelt oder Gesellschaft haben. Dazu gehören Investitionen in Solar- und Windparks oder den sozialen Wohnungsbau.

Zurich Gruppe Deutschland per Ende 2022

- 1,4 Mrd. EUR an Impact Investments (dies entspricht 5,5% der gesamten Kapitalanlagen), davon:
 - 890 Mio. EUR Green Bonds (erneuerbare Energien)
 - 190 Mio. EUR Social/Sustainability Bonds (sozialer Wohnungsbau, Krankenhäuser, Schulen)
 - 330 Mio. EUR Infrastrukturprojekte (Windkraft, Solarenergie, sozialer Wohnungsbau)



Ziele der Zurich Insurance Group*
5 Millionen Tonnen
 CO₂e-Emissionen vermeiden durch Impact Investing



Ziele der Zurich Insurance Group*
5 Millionen Menschen
 von einer verbesserten Lebensqualität durch unsere Investments profitieren lassen

* An den weltweiten vermiedenen CO₂e-Emissionen hat die ZGD einen entsprechenden Anteil.

Gemeinsamer Fortschritt

1 2

Gemeinsam Verantwortung übernehmen



Die dritte Säule lautet „**Gemeinsamer Fortschritt**“: Verantwortliches Investieren kann nur miteinander weiterentwickelt und vorangetrieben werden. Wir tun dies gemeinsam mit einer breiten Auswahl von Anspruchsgruppen, sowohl in der Theorie als auch in der Praxis.

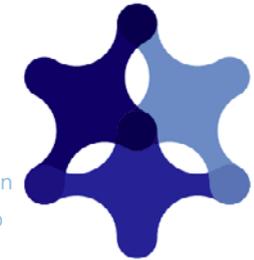
Das Konzept des verantwortungsvollen oder nachhaltigen Investierens ist noch vergleichsweise neu. In den letzten Jahrzehnten hat es jedoch an Bedeutung gewonnen, auch wenn der Ansatz noch einen weiten Weg vor sich hat, ehe er dem Mainstream angehören wird. Hierfür sind weitere Studien dazu erforderlich, inwiefern ESG-Faktoren Risiken erhöhen oder mindern. Als Investor benötigen wir außerdem für das Impact Investing mehr Kapitalanlageinstrumente und mehr Investoren, die diesen Ansatz anwenden. Wir brauchen für die Agenda des verantwortungsvollen Investierens zudem umfangreichere Unterstützung aus dem öffentlichen Sektor.

Erforderlich sind insbesondere folgende Maßnahmen:

- Eine Pflicht zur Offenlegung von qualitativ hochwertigen ESG-Daten von Unternehmen, unterstützt durch eine angemessene Regulierung und Politik
- Wirksame Mechanismen zur Schaffung von Kostentransparenz durch die Internalisierung ökologischer und sozialer Faktoren (z.B. Verursacherprinzip, funktionierender CO₂-Zertifikatehandel mit angemessenem Kohlenstoffpreis), unterstützt durch eine stabile Regulierung und eine kohärente Nachhaltigkeitspolitik der beteiligten Staaten
- Verstärkte Konzentration auf Wirkungsmessgrößen, die es der Politik, den Unternehmen und Investoren ermöglichen, ihre Beiträge zur Nachhaltigkeit auf bestimmte Ziele auszurichten (z.B. 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen)
- Laufende öffentliche und private Investitionen in Bildung, Ausbildung, Forschung und geeignete Hilfsmittel (z.B. Datenbanken mit relevanten ESG-Daten)

ESG-Integration

- Ausbildung
- Information
- Prozessintegration
- Active Ownership



Impact Investing

- Absicht
- Messbarkeit
- Profitabilität

Gemeinsamer Fortschritt

- Innovation
- Kooperation
- Verbreitung

Gemeinsamer Fortschritt

① ②

Die Umsetzung dieser Maßnahmen setzt ein kollektives Handeln aller Beteiligten voraus. Unser Ziel ist es, verantwortungsvolles Investieren in seiner Wirksamkeit zu steigern und den Ansatz in die breitere Anwendung zu bringen. Dazu engagiert sich Zurich weltweit in verschiedenen Initiativen zur Weiterentwicklung und Stärkung verantwortungsvoller Investments. Zurich hat die von den Vereinten Nationen unterstützten Principles for Responsible Investment (PRI) und Principles for Sustainable Insurance (PSI) unterzeichnet, deren Ziele grundsätzlich in die Investitionsstrategie der Zurich Gruppe Deutschland integriert sind.

Die Mitgliedschaft in diesen Initiativen verpflichtet uns u. a. zu einer Fortschrittsmessung und zu einer transparenten Berichterstattung, der wir auf Ebene unseres Mutterkonzerns nachkommen.

Zudem arbeiten wir mit dem Global Impact Investing Network (GIIN) zusammen. Das GIIN ist eine gemeinnützige Organisation, die sich eine Steigerung des Volumens und der Wirksamkeit von Impact Investments zum Ziel gesetzt hat.

Auch im Bereich unserer Kapitalanlagen in Aktien achten wir auf eine Stimmrechts- und Mitwirkungspolitik, die auf verantwortungsvolle Investments abgestimmt ist. Über die Investment Leaders Group (ILG) der Universität Cambridge finanzieren wir zudem wissenschaftliche Forschung zum nachhaltigen Investieren.



Unser Leistungs- versprechen als Versicherer und Risiko- träger



Unser Anspruch und Ansatz

Risiken bewerten, Handlungsmöglichkeiten aufzeigen

Zukünftige Risiken zu bewerten, Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen und die Transformation zu mehr Nachhaltigkeit mitzugestalten, verstehen wir als unsere Kernaufgabe als Versicherungsunternehmen, denn noch können wir handeln.

Die Extremwetter-Ereignisse in vergangenen Jahren haben die Risiken des Klimawandels weltweit deutlich gemacht.

Neben der Reduzierung von Treibhausgas-Emissionen wird verstärkt an korrelierenden Herausforderungen gearbeitet. Dazu gehören der Biodiversitätsverlust, soziale Teilhabe oder die Erfüllung der gesetzlichen Anforderungen zum Schutz der Menschenrechte.



„**Nachhaltigkeitsrisiken** sind Ereignisse [...] aus den Bereichen Umwelt, Soziales oder Unternehmensführung, deren Eintreten tatsächlich oder potenziell negative Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie auf die Reputation eines Unternehmens haben können.“*

Zurich befasst sich aktiv mit Nachhaltigkeitsrisiken und berücksichtigt diese in strategischen und operativen Entscheidungen. Dabei werden Nachhaltigkeitsrisiken als Teil der bestehenden Risikoarten nach einem etablierten three-lines-of-defense Governance-System bewertet, gesteuert und überwacht.

Die Zurich Insurance Group ist als ein strategischer Partner des Weltwirtschaftsforums an der Entwicklung des Global Risks Report beteiligt, der darauf abzielt, die sich ständig verändernde Risikolandschaft zu identifizieren, zu verstehen und zu navigieren.

* Quelle: BaFin Merkblatt zum Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken https://www.bafin.de/SharedDocs/Downloads/DE/Merkblatt/dl_mb_Nachhaltigkeitsrisiken.html

Globale Risiken nach Schweregrad auf kurze und lange Sicht

Auf lange Sicht werden die umweltbezogenen Risiken immer relevanter.

In den nächsten zwei Jahren

- Krise bei den Lebenshaltungskosten
- Naturkatastrophen und Extremwetter-Ereignisse
- Geoökonomische Konfrontation
- Versäumnisse bei der Eindämmung des Klimawandels
- Erosion des sozialen Zusammenhalts und Polarisierung der Gesellschaft
- Großflächige Umweltschäden
- Scheitern der Anpassung an den Klimawandel
- Weit verbreitete Cyberkriminalität und Cybersicherheitslücken
- Krisen bei den natürlichen Ressourcen
- Unfreiwillige Migration in großem Maßstab

In den nächsten zehn Jahren

- Versagen bei der Eindämmung des Klimawandels
- Versäumnisse bei der Anpassung an den Klimawandel
- Naturkatastrophen und Extremwetter-Ereignisse
- Verlust der biologischen Vielfalt und Zusammenbruch von Ökosystemen
- Unfreiwillige Migration in großem Maßstab
- Krisen bei den natürlichen Ressourcen
- Erosion des sozialen Zusammenhalts und gesellschaftliche Polarisierung
- Weit verbreitete Cyberkriminalität und Cyberunsicherheit
- Geoökonomische Konfrontation
- Großflächige Umweltschäden

● ökonomisch ● umweltbezogen ● geopolitisch ● sozial ● technologisch

Quelle: World Economic Forum Global Risks Report 2023

Lebensversicherung – nachhaltige Altersvorsorge

1 2 3

Absicherung ist Vertrauenssache

Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst: Sowohl in unseren Produkten und Services als auch im Investieren des uns anvertrauten Geldes befinden wir uns im Transformationsprozess hin zu mehr Nachhaltigkeit.

Bei der Auswahl der Unternehmen, in die wir investieren, fokussieren wir uns auf Unternehmen, die glaubwürdige und wissenschaftsbasierte Klimapläne haben und sich erkennbar auf dem Transformationsweg zu einer **Netto-Null-Wirtschaft** befinden. Dies halten wir für effektiver, als mit pauschalen Deckungsausschlüssen für einzelne Branchen und Sektoren zu agieren.

Selbstverständlich setzen wir dabei auch die gesetzlichen Anforderungen um, wie z.B. die nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungsverordnung. Wir tun dies in einer kundenorientierten Art und Weise; im Kundengespräch ist die Abfrage und Berücksichtigung der Nachhaltigkeitspräferenz fester Bestandteil.

Wir bieten schon seit 2019 in allen drei steuerlichen Förderstufen hauseigene Altersvorsorgeprodukte an, die sich an den aktuellen Nachhaltigkeitsstandards orientieren.

Hierdurch ermöglichen wir unseren Kunden, unsere Investment-Expertise auch für die Kapitalanlage ihrer Altersvorsorge zu nutzen.

Dabei bedienen wir die unterschiedlichen Risikopräferenzen unserer Kunden. Mit unserem Angebot der ESG-Depotmodelle haben wir eine Vorreiterrolle eingenommen, die wir 2022 mit den Depotmodellen „ETF Klima-Fokus“ stärkten.

Diese letztgenannten Modelle verfolgen einen konsequenten Nachhaltigkeitsansatz und verbinden strenge Nachhaltigkeitsstandards mit einem klaren Fokus auf das 1,5-°C-Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens.

Insbesondere bei unseren fondsgebundenen Lebensversicherungen arbeiten wir daher beständig am Ausbau des nachhaltigen Produktangebotes*. Auch bestehende Verträge partizipieren an den Veränderungen der zugrunde liegenden Fondspalette.



„Nur gemeinsam haben wir die Kraft, etwas zu bewirken.“

Björn Bohnhoff
Vorstand Life Technical
Zurich Gruppe Deutschland

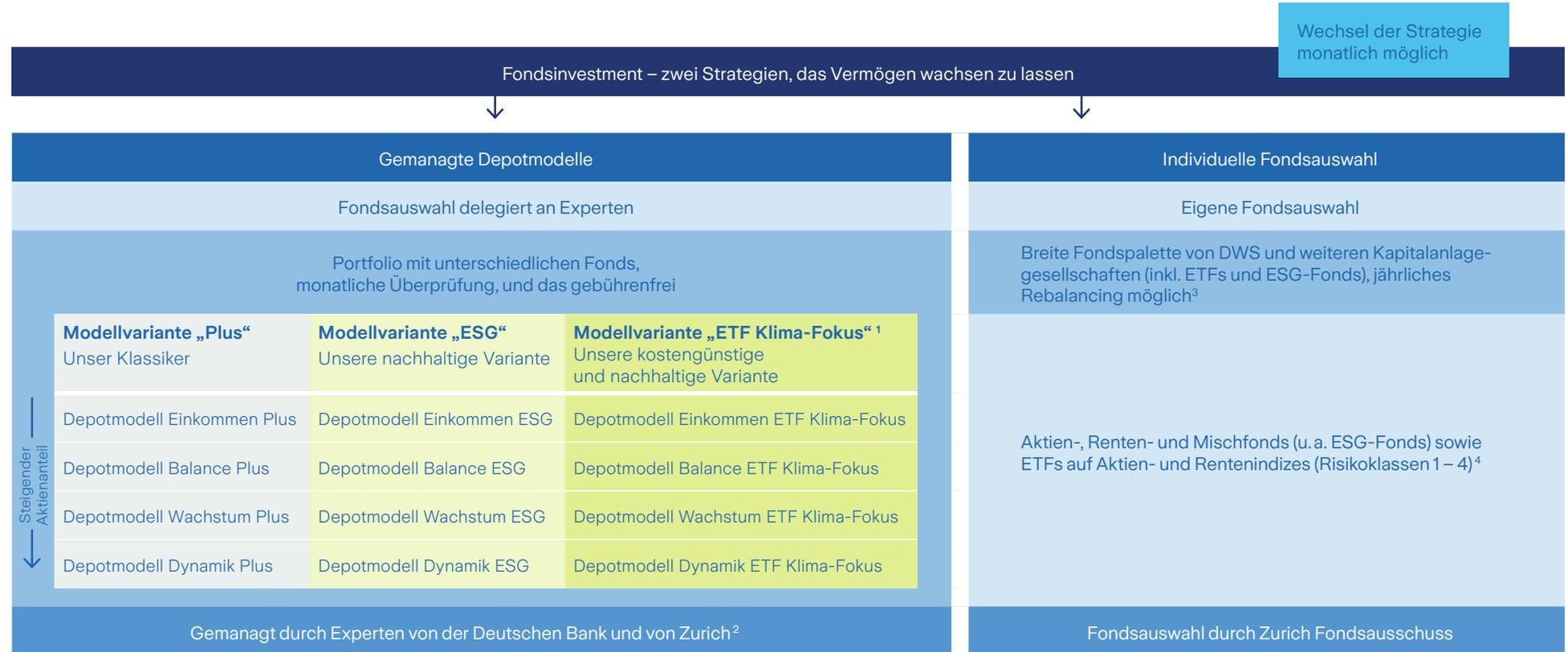
➔ **Mehr erfahren**
Nachhaltig absichern

* Teilweise gibt es rechtliche Vorgaben zum Thema ESG, die noch näher konkretisiert werden müssen, sowie noch nicht finalisierte Regulierungsvorhaben. Dies könnte dazu führen, dass die Einstufung von gegenwärtig als nachhaltig bezeichneten Finanzdienstleistungen und Finanzprodukten zukünftig noch angepasst wird. Insbesondere kann dies dazu führen, dass Finanzdienstleistungen und Finanzprodukte, die heute als nachhaltig eingestuft werden, künftig als nicht nachhaltig eingestuft werden.

Lebensversicherung – nachhaltige Altersvorsorge

① ② ③

Wege für den Vermögensaufbau



¹ Teilweise gibt es rechtliche Vorgaben zum Thema ESG, die noch näher konkretisiert werden müssen, sowie noch nicht finalisierte Regulierungsvorhaben. Dies könnte dazu führen, dass die Einstufung von gegenwärtig als nachhaltig bezeichneten Finanzdienstleistungen und Finanzprodukten zukünftig noch angepasst wird. Insbesondere kann dies dazu führen, dass Finanzdienstleistungen und Finanzprodukte, die heute als nachhaltig eingestuft werden, künftig als nicht nachhaltig eingestuft werden.

² Modellvariante „ETF Klima-Fokus“ wird nur durch Zurich gemanagt.

³ Sofern mindestens zwei Fonds ausgewählt wurden.

⁴ Teilweise kostengünstiger aufgrund rückvergütungsfreier bzw. institutioneller Fondsanteilklassen.

Lebensversicherung – nachhaltige Altersvorsorge

1 2 3

Kriterien ...

... zur Aufnahme von Fonds in die Fondspalette der ESG-Depotmodelle

Im Rahmen der ESG-Depotmodelle investieren wir nur in dezidierte ESG-Fonds. Diese Fonds sind nach Artikel 8 und Artikel 9 der Offenlegungsverordnung klassifiziert und berücksichtigen ESG-Kriterien explizit als Teil der Anlagestrategie.

Somit werden bei der Fondsselektion neben traditionellen Finanzkennzahlen auch Nachhaltigkeitsaspekte aus den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung beachtet. Dabei kommt in der Regel ein zweistufiger Ansatz zur Anwendung. Im ersten Schritt wird nach klaren Ausschlusskriterien wie Umsatzschwellenwerten für kontroverse Wirtschaftssektoren gefiltert. Anschließend werden die ESG-Vorreiter innerhalb eines Wirtschaftssektors im Fondsportfolio höher gewichtet. Die Einhaltung dieses Nachhaltigkeitsansatzes wird durch kontinuierliche Überwachung sichergestellt.

... zur Auswahl von ETF Klima-Fokus

Die Umsetzung der Investmentstrategie erfolgt dabei ausschließlich mit hochwertigen, kosteneffizienten ETFs. Durch den Verzicht auf eine Dachfondshülle werden zusätzlich Managementgebühren eingespart. So ergibt sich für den Kunden eine extrem wettbewerbsfähig gepreiste Anlageoption. Das aktive Management der Depotmodelle durch Zurich ist dabei für den Kunden kostenfrei.

Der konsequente und innovative Nachhaltigkeitsansatz wird durch die eingesetzten ETFs umgesetzt. Dabei bauen wir auf eine neuartige Kombination von ESG-Indizes, die von den eingesetzten ETFs abgebildet werden. Die Einhaltung der strengen ESG-Kriterien zum einen sowie des Klima-Fokus zum anderen überwachen wir als Produktgeber zudem laufend.

Betriebliche Altersversorgung

Als Zurich Deutscher Herold Lebensversicherung bieten wir über unser nachhaltiges Produktangebot auch Arbeitgebern innerhalb der betrieblichen Altersversorgung die Möglichkeit, für ihre Mitarbeitenden in eine zukunftsgerichtete Versorgung zu investieren.

Die Deutsche Pensionsfonds AG (DPAG) ermöglicht Unternehmen die lohnsteuerfreie Übertragung eingegangener Pensionsverpflichtungen gemäß § 3 Nr. 66 EStG. Die Kapitalanlage wird mit dem Kunden individuell vereinbart. Dabei können auf Wunsch des Kunden im Einzelfall Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt werden.



Sachversicherung

1 2

Interview mit Dr. Claudia Max

Als Vorstandsmitglied verantwortet Dr. Claudia Max die Risikoprüfung und Produktgestaltung für alle Versicherungsbedarfe in den Sachversicherungssparten. Dabei nimmt auch das Thema Nachhaltigkeit eine immer wichtiger werdende Rolle in der täglichen Arbeit ein. Worauf Claudia und ihr Team hier den Fokus legen und was wir erreichen wollen, berichtet Claudia im Interview.

Frage: Warum ist das Thema Nachhaltigkeit für Dein Team und Zurich wichtig?

Als Versicherer sichern wir unsere Kunden vor Risiken und deren Folgen ab. Die Aufgabe meines Ressorts ist es, diese Risiken einschätzen und bewerten zu können. Anschließend entwickeln wir Versicherungslösungen, die auf den Kunden und seine persönlichen Bedarfe zugeschnitten sind.

Durch den Klimawandel steigt die Häufigkeit von Risiken wie Stürmen, Überschwemmungen oder Bränden. Gleichzeitig sind die entstandenen Schäden häufig größer als früher. Aus diesem Grund gehen Versicherungsschutz und Klimaschutz Hand in Hand – wir müssen unseren Beitrag leisten, um den Klimawandel und die wachsenden Risiken zu bekämpfen. Nur dann können wir diese auch weiter versichern.

Neben unseren Aktivitäten als Versicherer sehen wir aber auch Entwicklungen bei unseren Kunden. Sie nehmen die Veränderungen durch den Klimawandel genauso wahr. Das Bedürfnis nach einem Versicherungsschutz, der auf nachhaltiges Handeln ausgerichtet ist, steigt. Das sehen wir auch am steigenden Kundeninteresse für passende Versicherungslösungen. Dieses reicht von Balkonkraftwerken bis zu industriellen Solarparks.



„Nachhaltigkeit steht im Fokus unseres Denkens. Deshalb entwickeln wir Versicherungslösungen, die aktiv zum Klimaschutz beitragen und unsere Kunden in ihrem nachhaltigen Handeln unterstützen.“

Dr. Claudia Max
Vorstand Chief Underwriting Officer
Zurich Gruppe Deutschland

Sachversicherung

1 2

Frage: Zurich engagiert sich bereits vielseitig beim Thema Nachhaltigkeit. Wie könnt Ihr denn konkret Nachhaltigkeit – auch bei Euren Kunden – fördern und unterstützen?

Als Zurich wollen wir eines der verantwortungsbewusstesten und wirkungsvollsten Unternehmen hinsichtlich Nachhaltigkeit werden. Wir nutzen unsere Einflussmöglichkeiten, um unsere Kunden beim Übergang in eine klimaneutrale Zukunft zu begleiten und Lösungen zur Prävention von Klimarisiken anzubieten.

Frage: Was ist denn Euer Ansatz bei Industriekunden?

Wir begleiten unsere Unternehmenskunden auf ihrem Transformationsweg. Hierfür stehen wir vor allem mit unseren Großkunden und zunehmend auch mit mittelständischen Unternehmen in sehr engem Austausch. Wir versuchen, ihre Ziele und Herausforderungen zu verstehen und gemeinsam zu erarbeiten, wie Zurich sie unterstützen kann. Wir fördern nachhaltige Technologien mit innovativen Versicherungslösungen, indem wir vor allem in den Ausbau unseres Angebots für erneuerbare Energien investieren. Zusätzlich helfen wir unseren Kunden dabei, klimawandelbezogene Risiken frühzeitig zu erkennen und Risikopräventionsmaßnahmen umzusetzen.

Frage: Und wie geht Ihr bei Privat- und Gewerbekunden vor?

Bei der Versicherung unserer Privatkunden und kleineren Firmenkunden fokussieren wir uns auf nachhaltige Standardlösungen, die nachhaltiges Handeln versichern. So benötigen Kunden etwa Schutz bei nachhaltiger Mobilität, z. B. ihrer Pedelecs, oder bei nachhaltiger Energieerzeugung – Stichwort Photovoltaikanlagen. Ebenso achten wir auf Produkt- und Servicewertschöpfung, indem wir z. B. Reparatur einem Ersatz vorziehen. Präventive Klimaschutzmaßnahmen unterstützen wir, indem wir Anreize zum nachhaltigeren Handeln in unsere Produkte integrieren oder Versicherungen von nachhaltigen Technologien ausbauen und forcieren.

Frage: Was glaubst Du – was sind die wichtigsten Entwicklungen der Zukunft?

Nachhaltigkeit ist eines der dominierenden Themen im 21. Jahrhundert. Mitarbeitende, Kunden und Vertriebspartner – alle sind vom Thema Nachhaltigkeit betroffen. Als Versicherungsbranche können und werden wir uns davor nicht verschließen. Häufig spielt die Dimension der Energiewende die Hauptrolle in der Diskussion. Gleichzeitig werden aber auch neue Dimensionen und Aspekte in die Überlegungen aufgenommen. In Zukunft werden wir sicher auch intensiver darüber sprechen müssen, wie Versicherungen und soziale Nachhaltigkeit zusammenpassen, wobei es auch hier bereits Lösungen und Ansätze gibt. Letztlich gilt: Wir – als Zurich – gestalten die Transformation in eine klimaneutrale Zukunft von Kunden und Unternehmen mit und bieten dazu passende Produkte und Services, die unsere Kunden hierbei unterstützen.



Sachversicherung – Privat- und Gewerbekunden

Wir schützen die Werte von Menschen und Unternehmen mit marktorientierten nachhaltigen Produktlösungen und Services



Die Alternativen zum Kfz-Verbrennungsmotor werden immer wichtiger. Für kurze Strecken bieten sich das Fahrrad oder akkubetriebene Zweiräder wie E-Bike, Pedelec oder E-Scooter an, die deutlich umweltfreundlicher sind. Wenn diese beispielsweise wegen Entfernung oder zu transportierender Last nicht genutzt werden können, ist der Elektromotor bei einem E-Fahrzeug die klimaschonendere Variante – egal, ob es das eigene E-Fahrzeug ist oder ob es sich um die Nutzung über ein Abomodell handelt.

Für diese Mobilitätsalternativen bieten wir umfangreichen Versicherungsschutz über diese Produkte:

- 
E-MobilSchutz
Versicherung von E-Bikes, Pedelecs, E-Scootern
- 
ElektroPlus
Deckungserweiterungen in der Kfz-Versicherung, u.a. All-Risk-Deckung für den Akku*
- 
Mobilitäts-garantie**
Verbringung zur nächsten Ladesäule, wenn Akku leer, Ladesäule defekt oder blockiert ist
- 
Vermietportal
Kurz- und mittelfristige Vermietung (Abomodelle) von kleinen und mittleren Fahrzeugen (zunehmend E-Fahrzeuge)

Besteht derzeit keine Möglichkeit, auf den Verbrennungsmotor zu verzichten, bieten wir den Kunden der DA Deutsche Allgemeine Versicherung AG (kurz: DA Direkt) die Möglichkeit, den eigenen CO₂-Ausstoß durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten auszugleichen.

* Dieses Angebot enthält unser Tarif der DA Direkt.
 ** Für E.ON-Kunden sowie im DA-Direkt-Tarif.

Zunehmend steigt die Nachfrage nach alternativer Stromerzeugung sowie effizienteren Technologien und Geräten. Auch wird vermehrt auf nachhaltige Baustoffe geachtet. Der Klimaschutz insgesamt rückt stärker in den Fokus von Privat- und Geschäftskunden.

Die damit einhergehenden Risiken bzw. Mehrkosten sichern wir u. a. mit folgenden Produkten ab:

- 
Wohngebäudeversicherung
Übernahme der Mehrkosten für umweltfreundliche Baustoffe/Geräte und Wiederaufforstung von Bäumen und Gärten
- 
SolarPlus+
Versicherung von Solarthermie- und Photovoltaikanlagen
- 
Haftpflichtversicherung
Absicherung der Schäden aus dem Betrieb von Photovoltaikanlagen und sonstigen Anlagen von kleinen und mittelständischen Unternehmen

Nachhaltige Produktlösungen, die einen Beitrag zum Klimaschutz leisten und weitere wichtige Kriterien erfüllen, werden bei Zurich als **Sustainable Revenue** gemessen. Diese **Zurich-interne Definition** ist eine erste Messgröße, um Produktlösungen im Privat- und Gewerbekundenbereich messbar zu machen. Langfristig erwarten wir hier weitere Messgrößen, die als Markt- und Branchenstandard etabliert werden. So können wir langfristig eine Vergleichbarkeit mit weiteren Marktteilnehmern sicherstellen.

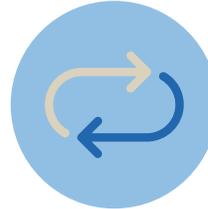
Sachversicherung – Commercial Insurance

- 1
- 2
- 3
- 4



„ Verantwortung heißt für uns, dass wir unsere Kunden auf dem Weg zu einer klimaneutralen Zukunft begleiten und sie bei der Transformation aktiv unterstützen. “

Petra Riga-Müller
Vorstand Commercial Insurance
Zurich Gruppe Deutschland



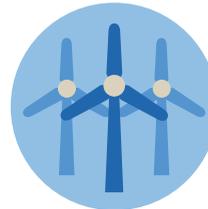
Unsere Kunden bei der Transformation begleiten

Verantwortung bedeutet für uns, dass wir unsere Kunden auf dem Weg zu einer klimaneutralen Zukunft begleiten. Wir unterstützen unsere Kunden, die glaubwürdige und wissenschaftsbasierte Klimapläne haben, aktiv auf ihrem Transformationsweg. Dies halten wir für effektiver, als mit pauschalen Deckungsausschlüssen für einzelne Branchen im Gießkannenprinzip vorzugehen.



Resilienz von Unternehmen gegen Klimagefahren erhöhen

Mit unseren Climate Change Resilience Services helfen wir Unternehmen, heutige und künftige Risiken, die mit dem Klimawandel einhergehen, zu erkennen, zu bewerten, zu mindern und sich darauf einzustellen. In enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden stellen wir sicher, dass diese über das nötige Wissen verfügen, um maßgeschneiderte Strategien zur Steigerung der Widerstandsfähigkeit ihrer Unternehmen zu entwickeln.



Nachhaltige Technologien fördern

Um unsere Kunden bei der Transformation zu unterstützen, wollen wir verstärkt Versicherungsschutz für erneuerbare Energien anbieten. Zusätzlich zu kleineren Projekten, die wir bereits seit vielen Jahren abdecken, bieten wir dezidierte Kapazitäten für größere, komplexere Erneuerbare-Energien-Projekte an. Dafür investieren wir in den Ausbau unserer Underwriting- und Risk-Engineering-Fähigkeiten in Deutschland, um unseren Kunden eine breite Palette von innovativen Produkten und Dienstleistungen anbieten zu können.



Netto-Null-Emissionen im Underwriting-Portfolio bis 2050

Zurich hat sich zum Ziel gesetzt, die Treibhausgas-Emissionen, die mit unserem Underwriting-Portfolio verbunden sind, bis 2050 auf **Netto-Null** zu reduzieren und die Transformation auf nachhaltige Art und Weise zu unterstützen. Unseres Erachtens ist es im Underwriting nicht zielführend, pauschal ganze Branchen auszuschließen, bevor es nachhaltige Alternativen für einzelne Technologien im Markt gibt. Wir versuchen daher vielmehr, unsere Kunden in CO₂-intensiven Branchen bei der Transformation zu unterstützen und unseren gesellschaftlichen Einfluss zu nutzen.

Sachversicherung – Commercial Insurance

① ② ③ ④

Zurich Resilience Solutions (ZRS) weitet die Climate Change Resilience Services aus

Das Team von **Zurich Climate Change Resilience Solutions** ermittelt im Rahmen unserer **Climate Change Resilience Services** gemeinsam mit Unternehmen deren klimabedingte Risiken, indem es Erkenntnisse zu aktuellen und potenziellen künftigen Risiken bereitstellt und praktikable Maßnahmen zur Minderung und Anpassung vorschlägt.

Klimarisiken betreffen nicht nur die Betriebsstätten in Form physischer Risiken. Während die Transformation zu nachhaltigen Geschäftsmodellen immer stärker in den Mittelpunkt rückt, werden die potenziell weitreichenden Auswirkungen des Klimawandels erkennbar, die sogenannten Transformationsrisiken.

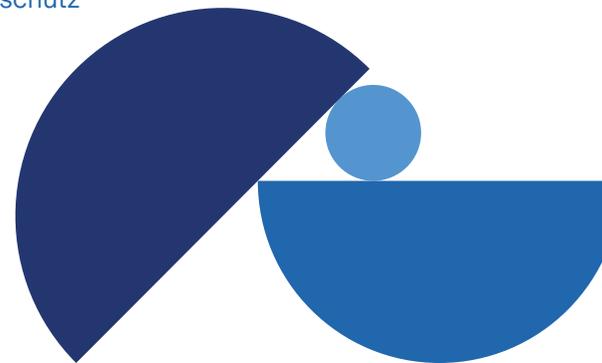
Unsere Kunden gehen vermehrt von der Definition ihrer Nachhaltigkeitsziele zur operativen Umsetzung spezifischer Maßnahmen über. Dabei unterstützen wir sowohl Konzerne als auch mittelständische Unternehmen in:

- 1 der Vermeidung erhöhter Nachhaltigkeitsrisiken, indem Schutzmaßnahmen an bestehenden Standorten zur Implementierung vorgeschlagen werden.
- 2 der Identifizierung von Standorten mit hohen Naturgefahren- und Klimawandelrisiken
- 3 der Nachhaltigkeitsberichterstattung in bestehenden Berichtsrahmen (z. B. Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD))
- 4 praktischen Lösungen, die alle Aspekte der Nachhaltigkeit abdecken, einschließlich Sozialem und Unternehmensführung sowie Umwelt- und Klimaschutz



„Nachhaltigkeits- und Klimaservices unterstützen mehrere Funktionen in den Organisationen unserer Kunden, nicht nur durch die Erstellung von Szenarioanalysen zu Auswirkungen des Klimawandels und passenden Lösungen. Sie helfen auch in anderen Bereichen der Nachhaltigkeit, wie z. B. bei Fragen von Diversität am Arbeitsplatz sowie Gleichberechtigungs- und Inklusionsevaluierungen. Jeder unserer Services baut auf der langjährigen Expertise von Zurich in diesen Bereichen auf.“

Paulos Asbe
Head of Zurich Resilience
Solutions Germany



Sachversicherung – Commercial Insurance

1 2 3 4

Zurich unterstützt Unternehmenskunden in ihrer Transformation

In die richtigen Bahnen gelenkt: Resilience Solutions für die AUDI AG



Als Global Head of Climate Resilience Services beraten Amar Rahman und sein Team von Ingenieuren bei der Zurich Resilience Solutions Kunden dazu, wie sie mit zugeschnittenen Lösungen ihre Resilienz gegenüber Naturkatastrophen stärken können.

Einer unserer langjährigen Kunden ist der Automobilhersteller AUDI AG der Volkswagen Gruppe. Nachdem im Jahr 2016 der Produktionsstandort Neckarsulm der AUDI AG im Südwesten Deutschlands durch einen Starkregen getroffen worden war, entschied sich der Automobilhersteller, eine Transformation seiner Flutresilienz anzustreben. Die daraus entstandenen innovativen Maßnahmen wie aufblasbare Wasserbarrieren sollen nicht nur den Produktionsstandort an sich, sondern auch die dort verorteten Angestellten und die umliegenden Gemeinden schützen.

„Für Klimaresilienz bedarf es für Unternehmen einer schnellen Investition in Adaption ohne Warten auf neue Daten oder Regulatorik“, sagt Amar Rahman. „Wenn sie warten, wird es zu spät sein, um Lösungen zu entwickeln und anzuwenden.“

Im Juni 2021 sollte es zum Test kommen, als abermals heftiger Niederschlag den Produktionsstandort Neckarsulm traf. Der resultierende Schaden war minimal und der Autohersteller prüft, die gesammelten Erfahrungen auf andere Standorte der Volkswagen Gruppe zu übertragen.



Amar Rahman
Global Head of Climate
Resilience Services

Zurich und BASF: eine langfristige Partnerschaft

Der deutsche Chemieriese BASF ist seit den achtziger Jahren ein Kunde von Zurich. Die Beziehung wurde in den letzten Jahren noch vertieft, da das Chemieunternehmen den Übergang zur Nachhaltigkeit eingeleitet hat.

„Das Wichtigste für mich ist die Zuverlässigkeit. Wir brauchen einen zuverlässigen Partner für diesen Transformationsprozess“, so Patrick Fiedler, Senior Vice President bei BASF. „Man braucht einen Versicherer, der die branchenspezifischen Herausforderungen versteht, an den Herausforderungen interessiert ist und bereit ist, zu helfen und Teil der Lösung zu sein.“



„Man braucht einen Versicherer, der die branchenspezifischen Herausforderungen versteht.“

Patrick Fiedler
Senior Vice President, BASF

Sachversicherung – Commercial Insurance

① ② ③ ④

Nachhaltigkeit als Kernbestandteil des Underwriting



Klimaziele für unser Underwriting-Portfolio

Zurich hat sich zu Netto-Null-Emissionen im Underwriting-Portfolio bis 2050 verpflichtet. Bis zum Sommer 2024 wird Zurich sich weltweit konkrete Ziele setzen. Die ersten Ziele in der Kategorie Engagement werden bereits im Jahr 2023 veröffentlicht.

Seit dem Jahr 2020 führt Zurich bereits regelmäßig eine umfassende Analyse der Kohlenstoffintensität des Commercial-Insurance-Versicherungsportfolios der Zurich Gruppe Deutschland, basierend auf der Methodologie des Chief-Risk-Officers-(CRO-)Forums, durch.

2024 wird Zurich klare Dekarbonisierungsziele für das Underwriting-Portfolio veröffentlichen. Mithilfe der Bemessungsstandards der Partnership for Carbon Accounting Financials (PCAF) wird zukünftig jährlich über den Fortschritt transparent berichtet werden. Zurich begleitet dabei Kunden auf ihrem Weg zum Erreichen von Netto-Null-Emissionen bis zum Jahr 2050.

Erneuerbare Energien

Zurich erweitert das Angebot und stärkt die Kompetenzen im Bereich der erneuerbaren Energien, um eine umfassendere, auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene Palette von Produkten und Dienstleistungen anbieten zu können.

Zusätzlich zu kleineren Erneuerbare-Energien-Projekten, die wir bereits früher abdecken konnten, bieten wir seit 2022 Kapazitäten für größere, komplexere Projekte an.

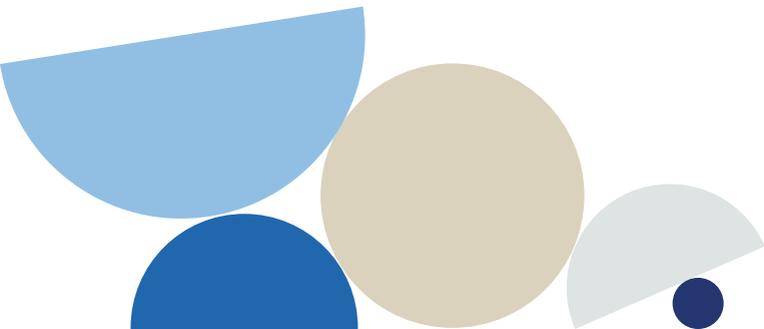
Wir investieren in Underwriting- und Risk-Engineering-Kapazitäten, um unseren Kunden individuellen Versicherungsschutz und Beratungsleistungen anbieten und sie mit Experten unterstützen zu können. Die ZGD ist innerhalb der Zurich Insurance Group (ZIG) eines von vier Kompetenzzentren für erneuerbare Energien.

Underwriting-Ausschlüsse

Zurich hat weltweit bereits seit einigen Jahren klare Richtlinien für CO₂-intensive Industrien. Kunden mit glaubwürdigen und wissenschaftsbasierten Klimaplänen unterstützt Zurich aktiv in ihrer Transformation.

Im Bereich von Kohle, Ölsand und Ölschiefer bestehen Restriktionen, sofern Unternehmen z. B. mehr als 30 % ihres Umsatzes in diesem Bereich erwirtschaften, mehr als 20 Millionen Tonnen Kohle pro Jahr fördern oder weiterhin aktiv in den Ausbau von Kohleinfrastruktur investieren.

Neben dem Umweltaspekt beachtet Zurich auch die beiden weiteren Aspekte von ESG und hat Richtlinien in Bezug auf „Soziales“ und „Unternehmensführung“ etabliert. Darunter sind beispielsweise strikte Vorgaben für Unternehmen, die im Zusammenhang mit Menschenrechtsverletzungen, Kinder- und Zwangsarbeit oder Waffenhandel stehen.



Claims

1 2

Schadenmanagement der Zukunft



Das Schadenmanagement der Zurich liefert mit seiner Schadenstrategie einen wesentlichen Beitrag im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie der ZGD. Das Schadenmanagement nutzt seine Kompetenzen zur wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Steuerung.

Unser Leitprinzip

Um Kunden und uns die Möglichkeit zu bieten, einen Beitrag zur Nachhaltigkeit und zu einer nachhaltigen Gesellschaft zu leisten, ist es unabdingbar, umweltbewusste und sozial verantwortbare Angebote, Services und Hilfen vorzuhalten. Darauf müssen Kunden vertrauen können. Wir tragen hier Verantwortung. Nachvollziehbare und ökologisch geeignete Mehrleistungen sind abgedeckt. Darauf sind wir ausgerichtet.

Schadenprävention und innovative Schadenvermeidung sind gleichermaßen ein Erfolgsfaktor zur Nachhaltigkeit, schonen sie doch Ressourcen, folglich die Umwelt und damit auch unser Klima.

Die Kernelemente der Nachhaltigkeit im Schadenmanagement



„Die Nachhaltigkeit hat im Schadenmanagement der Zurich eine hohe und priorisierte strategische Bedeutung. Unser Ansatz: Im Schaden- und Leistungsfall gibt es für Kunden Angebote, die einen nachhaltigen Beitrag ermöglichen, ohne Verlust von Leistung, Service und Qualität.“

Markus Troche
Bereichsleiter Claims



Claims

① ②

Acht Elemente der Nachhaltigkeit

Im Schadenmanagement stehen acht Elemente zur Nachhaltigkeit im Fokus



Digitalisierungsstrategie

- Verzicht auf Papier: von der Schadenmeldung bis zum Abschluss der Schadenbearbeitung
- Nutzung von digitalen Möglichkeiten zur Beschleunigung der Schadenregulierung



Kundenhilfe

- Bereitstellung von passgenauen Hilfs- und Beratungsangeboten im Schadenfall
- Fürsorge und kompetente Unterstützung für schutzbedürftige/vulnerable Kunden



„Grüne“ Schadenregulierung

- Möglichkeiten umweltbewusster Wiederherstellung und nachhaltiger Ersatzleistungen
- Ressourcenschonende Ersatzbeschaffung und Wiederverwendungsmöglichkeiten



Schadenprävention und Aufklärung

- Unfallverhütungs- und Gesundheitsangebote
- Angebot von Beratungsmöglichkeiten zur Schadenverhütung und Frühwarnsysteme



Mitarbeitendenentwicklung

- Permanenter Ausbau und Entwicklung von digitalen und fachlichen Kompetenzen
- Schulungen: Empathie und Umgang mit schutzbedürftigen Kunden



Schadenflotte

- Umstellung der Schadenflotte im Außendienst auf Hybrid- oder E-Fahrzeuge
- Anbotsmöglichkeit eines E-Fahrzeuges als Ersatzfahrzeug für Kunden



„Grüne“ Partnerschaften

- Nachhaltigkeit als entscheidender Aspekt im Beschaffungsentscheid
- Schaffung, Einhaltung und Ausbau von Nachhaltigkeitsstandards bei Schadenpartnern



Diversität, Inklusion, Nachhaltigkeitsbewusstsein

- Fürsprache und Positionierung bei Diversität und Inklusion

Unsere Verpflichtung als Teil der Gesellschaft



Unser Anspruch und Ansatz

Gemeinsam engagiert



Die gesellschaftliche und soziale Verantwortung – von Klima- und Naturschutz über Schutz der Artenvielfalt bis hin zu sozialen Projekten – ist ein wichtiges Handlungsfeld für uns alle.

Die **klimatischen Veränderungen** stellen über Jahrzehnte gelernte Handlungsmuster infrage und erfordern umfassende Verhaltensänderungen sowohl auf der **individuellen als auch auf der kollektiven Ebene**. Unternehmen und ihre Mitarbeitenden sind dabei wichtige Akteure.

Es gilt nicht nur, das eigene Verhalten selbstkritisch zu betrachten. Vielmehr ist es notwendig, dass aus diesen Überlegungen auch tatsächlich Verhaltensänderungen resultieren. **Gemeinsames Engagement** leistet einen wichtigen Beitrag, schafft eine gute Stimmung und motiviert, sich für weitere Aktionen einzusetzen.

Bewusst setzen wir auf **Partnerschaften**, wie z. B. mit dem Instituto Terra und unserem Zurich Forest, mit Boris Herrmann und seinem Team Malizia mit dem Motto „A Race We Must Win“ und mit Aktionen mit dem NABU, dem mitgliederstärksten und bekanntesten Umweltverband Deutschlands.

Wir nehmen auch an der **jährlichen Europäischen Nachhaltigkeitswoche** teil. Daher haben wir die sogenannte Planet Hero Week ins Leben gerufen, in der wir Mitarbeitende eine Woche

lang dazu anregen, Impulse für ihr eigenes nachhaltiges Handeln mitzunehmen und weiterzugeben. Es finden externe und interne Vorträge statt, das Betriebsrestaurant bietet nachhaltiges Essen mit Zutaten aus der Region an und wir laden nachhaltige Start-ups ein, ihre Ideen zu präsentieren.

Auch bei **sozialem Engagement** sind Unternehmen, aber auch jeder Einzelne von uns wichtige Stützen in der Gesellschaft.

Unsere jährlich stattfindende **Community Week** ist Symbol für soziale und nachhaltige Engagements und motiviert dazu, sich als „helfende Hände“ einzusetzen. Zurich Mitarbeitende unterstützen soziale Projekte an unseren Standorten und waren z. B. auch im Ahrtal aktiv. Zurich fördert diese Engagements mit Freistellungen an zwei sogenannten Community-Tagen. Viele Teams nutzen dies, um gemeinsam Menschen, die Hilfe brauchen, tatkräftig unter die Arme zu greifen.



Die Zurich Gruppe Deutschland unterstützt Projekte zur Verbesserung des Umwelt- und Klimaschutzes

1 2

Planet Hero Award

Im Rahmen unserer Partnerschaft mit Klima-Botschafter Boris Herrmann und seinem Team Malizia haben wir den Planet Hero Award ins Leben gerufen, welcher seit 2021 jährlich für besonders klimafördernde Initiativen ausgelobt wird. Mit dem Planet Hero Award möchten wir Engagements wertschätzen und fördern, die dazu beitragen, die Klimaerwärmung auf 1,5 °C zu beschränken, Biodiversität zu fördern oder die Ozeane zu schützen.

Teilnehmen können in Deutschland ansässige Privatpersonen über 18 Jahren, Universitäten, Schulen, Vereine oder gemeinnützige Organisationen. Sie können sich mit ihrem Projekt in den Kategorien Klimaschutz, Biodiversität, Ozean- und Gewässerschutz bewerben.

Eine Jury aus Zurich Vertretern, Boris Herrmann und anerkannten Klimaexpertinnen und -experten sichtet alle Bewerbungen und wählt die Nominierten sowie die finalen Gewinner aus.

Die Siegerprojekte erhalten ein Fördergeld, das sie für einen Zeitraum von bis zu drei Jahren dabei unterstützt, laufende Projekte auszubauen oder weiterzuentwickeln – denn auch hier zählt für uns die Nachhaltigkeit.

Je nach Umfang der Initiative steht den drei Erstplatzierten ein Förderbetrag in Höhe von insgesamt bis zu 100.000 EUR, 60.000 EUR oder 30.000 EUR zur Verfügung.

Zusätzlich wird seit 2022 ein Community-Preis unter allen Nominierten vergeben. Hierfür dürfen die bestehende Planet Hero Community sowie die Communities der nominierten Projekte über ein Voting für ihr Lieblingsprojekt abstimmen. Das Projekt mit den meisten Stimmen wird mit dem Community-Preis ausgezeichnet. Der Community-Preis ist mit 10.000 EUR dotiert.



Die Zurich Gruppe Deutschland unterstützt Projekte zur Verbesserung des Umwelt- und Klimaschutzes

① ②

Planet Hero Award

Die aktuelle Jury



Boris Herrmann ist seit 2001 professioneller Offshore-Segler. Der Planet Hero Award ist eines der gemeinsamen Projekte von ZGD, Boris Herrmann und Team Malizia.



Dr. Katharina Reuter engagiert sich seit 20 Jahren für eine zukunftsorientierte Wirtschaft. Seit 2014 führt sie die Geschäfte des ökologisch orientierten Unternehmensverbands Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft e. V. Seit 1992 engagieren sich hier Unternehmen, die Verantwortung für Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft miteinander verbinden.



Dr. Carina Fugger ist bei der ZGD im Strategieteam des CEO tätig. In der Zurich Nachhaltigkeitsstrategie sieht sie die Chance, effektiven Klimaschutz mit effizienten Maßnahmen im Unternehmen umzusetzen sowie Kunden in ihrem nachhaltigen Verhalten zu unterstützen.



Robert Marc Lehmann ist u. a. Meeresbiologe, Forschungstaucher, Fotograf und Umweltschützer. Er bereiste mehr als 100 Länder auf allen Kontinenten, immer mit einem Ziel: die Welt zu erkunden, ihre Schönheit und gleichzeitig ihre Zerbrechlichkeit zu dokumentieren, um das Bewusstsein der Menschen zu verändern.



Louisa Dellert ist eine deutsche Autorin, Moderatorin und Influencerin. Sie klärt seit mehr als fünf Jahren zum Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz Kinder an Schulen, aber auch ihre Community auf Social Media auf. Ihr Motto: „Wenn viele Menschen an vielen Orten viele kleine Dinge tun, dann werden sie das Gesicht der Welt verändern.“



Dr. Carsten Schildknecht ist CEO der Zurich Gruppe Deutschland. Der promovierte Wirtschaftsingenieur fördert eine Unternehmenskultur, die Nachhaltigkeit als Basis unternehmerischen Handelns versteht. Er plädiert für eine technologieoffene Diskussion, um Ökologie und Ökonomie in Einklang zu bringen, und setzt dabei auf innovative technologische Angebote.

Unsere Kooperation mit Instituto Terra

Das Projekt Zurich Forest



In Zusammenarbeit mit dem **Instituto Terra**, einer gemeinnützigen, in Brasilien ansässigen Organisation, trägt Zurich über das **Zurich Forest Projekt** dazu bei, dass **700 Hektar Wald renaturiert werden**. Die Abholzung tropischer Regenwälder vernichtet nicht nur wichtige Kohlenstoffspeicher, sondern birgt auch die Gefahr, dass vom Aussterben bedrohte Pflanzen- und Tierarten für immer verloren gehen. Mit dem Zurich Forest Projekt werden das Wachstum von einheimischen Arten und die Entwicklung eines gesunden tropischen Regenwaldes und insgesamt Biodiversität unterstützt. Den Klimawandel buchstäblich an der Wurzel zu packen ist etwas, das Zurich sehr am Herzen liegt.

Der renaturierte Wald wird vollständig selbst erhaltend und biodivers sein – mit 297 Pflanzenarten, die in der Region heimisch sind.

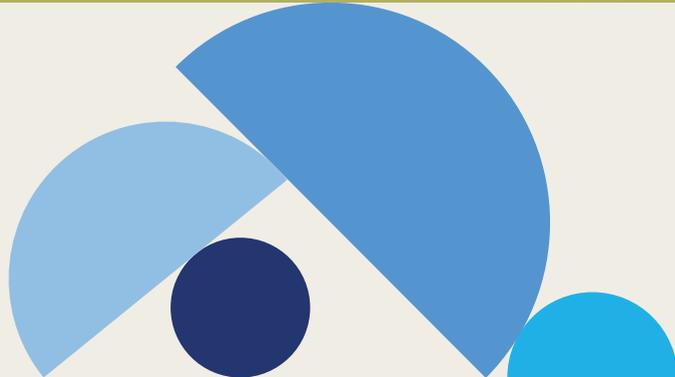
Als **Zurich Gruppe Deutschland** übernehmen wir dabei **50% der Kosten des Zurich Forest Projekts** und leisten damit unter den weltweiten Standorten den größten Beitrag.

Für den Fotografen Sebastião Salgado und seine Frau Lélia Wanick Salgado, die 1998 das Instituto Terra gründeten, ist es wichtig, gemeinsam am Erhalt unserer Umwelt zu arbeiten.



„Eine Idee zu haben ist sehr wichtig. Aber das ist nicht genug. Man muss Partner haben.“

Sebastião Salgado und Lélia Wanick Salgado gründeten 1998 das Instituto Terra



Unsere Partnerschaft mit Boris Herrmann und Team Malizia

Partner von Team Malizia

Die Zurich Gruppe Deutschland ist offizieller Partner von Boris Herrmann und seinem Team Malizia. Gemeinsam bekennen wir uns dazu, die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen zu unterstützen, und wir teilen das „A Race We Must Win“-Engagement des Teams. Unser Ziel ist es, gemeinsam an Nachhaltigkeitsthemen im Bereich Wissenschaft und Aufklärung zu arbeiten und für die Folgen des Klimawandels zu sensibilisieren.

Seine Teilnahme an der spektakulären Regatta Vendée Globe machte Boris Herrmann 2021 zu einem der bekanntesten Segler weltweit. Auf seiner Yacht Malizia-Seaexplorer prangt das UN-Symbol für nachhaltige Entwicklung und die Aufforderung: „A Race We Must Win – Climate Action Now!“. Seit 2021 ist die Zurich Gruppe Deutschland offizieller Partner von Boris Herrmann und seinem Team Malizia, das Meereswissenschaft und Klimabildung mit Weltumsegelungen kombiniert.



Ozeane haben eine wichtige Funktion bei der Regulation des globalen Klimas: Sie nehmen Klimagase und Wärme auf und mildern den durch Menschen verursachten Treibhauseffekt ab. Durch die Partnerschaft mit Boris Herrmann möchte Zurich einen Beitrag zu wissenschaftlichen Erkenntnissen leisten: Team Malizia unterstützt die Forschung, indem es ein Ozeanlabor an Bord mitführt. Alle 20 Sekunden misst dieses mithilfe eines SubCTech-Ozeansensors CO₂-Wert, Temperatur und Salzgehalt des Meerwassers. Die Daten werden an das Max-Planck-Institut für Meteorologie und GEOMAR übermittelt und z. B. im IPCC-Bericht des Weltklimarats verwendet.

Sie geben Aufschluss über die Auswirkungen des Klimawandels in unseren Ozeanen, insbesondere im wenig erforschten Südpolarmeer.



Mehr erfahren
Planet Hero Award

Ein gemeinsames Projekt mit Boris Herrmann und dem Team Malizia ist unser jährlicher Planet Hero Award, den wir 2021 zusammen ins Leben gerufen haben. Der Preis belohnt herausragende Nachhaltigkeitsinitiativen mit bis zu 100.000 EUR. Jährlich kürt die Expertenjury, der Boris Herrmann angehört, die vielversprechendsten Projekte für mehr **Klimaschutz, Biodiversität sowie Ozean- und Gewässerschutz**.



„ Wir werden in den kommenden Jahren weitere zahlreiche gemeinsame Projekte entwickeln, um zum einen die Aufmerksamkeit für das Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz zu erhöhen und zum anderen umsetzbare Lösungen für diese planetare Bedrohung aufzuzeigen und in die Wege zu leiten. Der Planet Hero Award, der jährlich für herausragende Nachhaltigkeitsprojekte verliehen wird, ist ein sehr positives Beispiel für unsere gemeinsame Mission. “

Boris Herrmann
Weltumsegler und Klimabotschafter

Moor-Renaturierung

Die ZGD engagiert sich in nachhaltigen Naturprojekten

Seit 2021 fördern wir Moorschutz und sind seit 2022 auch Unterstützer des NABU-Klimafonds

Moor-Renaturierung

In Deutschland liegen aktuell 95% der Moore trocken. Riesige und jahrtausendlang gebundene Mengen an Kohlenstoff – gespeichert im Moor – werden in Verbindung mit Sauerstoff als CO₂ freigesetzt und in die Atmosphäre abgegeben. Wenn diese Flächen nun wieder vernässt werden, erhält das Moor seine ursprüngliche Funktion als Kohlenstoffspeicher zurück, und die Freisetzung von klimaschädlichen Gasen kann gestoppt werden. Denn obwohl Moore weltweit nur drei Prozent der globalen Landfläche einnehmen, binden nasse Moore ein Viertel des terrestrischen Kohlenstoffes – doppelt so viel wie alle Wälder dieser Erde zusammen. Damit gelten Moore als effektivste Kohlenstoffspeicher der Welt.

Wiederbelebte Moore sorgen aber nicht nur für den unmittelbaren Stopp von Treibhausgas-Emissionen, sondern bieten auch einen einzigartigen Lebensraum für viele selten gewordene Tier- und Pflanzenarten. Somit leisten intakte Moore auch einen wichtigen Beitrag zum Erhalt der Artenvielfalt.

Moor-Renaturierung durch die Greensurance Stiftung

Die Zurich Gruppe Deutschland hat es ermöglicht, dass die Greensurance Stiftung im Juni 2021 eine 6,4 Hektar große Moorfläche erwerben konnte, die jetzt durch die Greensurance Stiftung wieder renaturiert wird.

Diese Moorfläche liegt südlich der Rosenheimer Stammbeckenmoore, die Anfang des Jahres 2021 im Rahmen der Internationalen Feuchtgebietskonvention zum Ramsar-Gebiet erklärt wurden, was bedeutet, dass diese als besonders naturnah und schützenswert eingestuft sind. Die Renaturierung der südlich gelegenen Moorfläche wird den Biotopverbund stärken und die Moorflächen südlich des Ramsar-Gebietes verbessern.

NABU-Klimafonds

Der NABU ist der älteste und mitgliederstärkste Umweltverband in Deutschland und engagiert sich „vor der Haustür“: für gute Luft, sauberes Wasser, gesunde Böden, Artenvielfalt und den schonenden Umgang mit unseren endlichen Ressourcen.

Der Verband investiert langfristig in Naturschutzprojekte mit positiver Klimawirkung und hat speziell zum Schutz und Erhalt von Mooren den NABU-Klimafonds ins Leben gerufen, dem Zurich im Jahr 2022 eine großzügige Spende hat zukommen lassen. Dieser Fonds fördert die Wiedervernässung von Mooren und landwirtschaftlich genutzten Moorflächen und bewirkt so echten Klimaschutz in Deutschland und der Europäischen Union.



Highlights 2022/2023

Nachhaltige Klima-Aktionen vor Ort



Für Köln, für's Klima

Ende März 2022 lud die Zurich Gruppe Deutschland zum CO₂-Spartag ein. Alle Bürgerinnen und Bürger konnten kostenlos alle Verkehrsmittel im Kölner Stadtgebiet nutzen und dazu beitragen, CO₂-Emissionen maßgeblich zu reduzieren.



Aufbäumen gegen den Klimawandel in Frankfurt a. M.

Im Herbst desselben Jahres wurden 24.000 neue Setzlinge im beliebten Frankfurter Stadtwald gepflanzt, um auf den besorgniserregenden Zustand des Waldes aufmerksam zu machen und weitere Unterstützer für den Stadtwald zu gewinnen.



Klima- und Sportevent FC Viktoria Köln und Team Malizia

Mehr als 900 Schulkinder konnten im Mai 2023 zum zweiten Mal im Stadion von Viktoria Köln in verschiedenen Stationen spielerisch und informativ Bewusstsein für Nachhaltigkeit, Klimaschutz, Sport und Bewegung vermittelt werden.

Soziales Engagement

1 2 3

Verantwortung übernehmen



Die gesellschaftliche und soziale Verantwortung ist ein wichtiges Handlungsfeld der Zurich Gruppe Deutschland. Als fester Bestandteil der Unternehmenskultur wird diese Verantwortung von den Mitarbeitenden mit Leben gefüllt.

Das Unternehmen fördert die Initiativen der Mitarbeitenden mit sogenannten **Community-Tagen**, an denen sie für ihr ehrenamtliches Engagement freigestellt werden.

Durch die Community-Tage sollen nachhaltige und langfristige Kooperationen an den Hauptstandorten im Rheinland (Köln) sowie im Rhein-Main-Gebiet (Frankfurt) aufgebaut werden. Die tatkräftige Hilfe durch unsere „**helfenden Hände**“, aber auch die Spenden der Zurich-eigenen „Zurich Kinder- und Jugendstiftung“, die viele unserer Partnerorganisationen unterstützt, unterstreicht, dass der ZGD insbesondere die Kinder- und Jugendarbeit am Herzen liegt.

Im Jahr 2022 konnten wir unsere Ambitionen, eines der verantwortungsbewusstesten und wirkungsvollsten Unternehmen der Welt zu werden, erneut untermauern und unser Engagement auf einen Rekordwert von 1997 Community-Tagen mit insgesamt 11.154 Stunden ehrenamtlicher Betätigung der Belegschaft steigern.



Soziales Engagement

① ② ③

Soziales Engagement im Jahr 2022



Hilfe, die gebraucht wird

Engagement Flutkatastrophe 2021

Seit der verheerenden **Flutkatastrophe 2021** engagiert sich die Zurich Gruppe Deutschland durchgehend im Rheinland und dem Ahrtal für die Opfer und deren Angehörige. Gemeinsam mit Hoffnungswerk e. V., Fortuna Hilft e. V. und dem Helfer-Shuttle wurden bereits viele Aktionen durchgeführt. Diese reichten von der Ersthilfe mit eigens gecharterten Bussen über privat koordinierte Einsätze der Belegschaft bis hin zu Team-Events, bei denen die genannten Organisationen tatkräftig durch mitunter umfangreiche Renovierungsarbeiten unterstützt wurden.

Auch wurden Ausflüge mit Kindern und Jugendlichen organisiert, um auch wieder ein bisschen Normalität und Freude in das Leben der Schwächsten zu bringen.

Integration und Geflüchteten-Hilfe

Im vergangenen Jahr haben sich viele Zurich Mitarbeitende für die ukrainischen Geflüchteten eingesetzt. Neben Sachspenden an das Blau-Gelbe Kreuz und eigens geplanten Hilfsfahrten an die polnisch-ukrainische Grenze wurden auch „Ankommens-Patenschaften“ übernommen. Außerdem trafen sich Mitarbeitende gemeinsam mit der Ehrenamtsagentur „Ceno & Die Paten e. V.“ So konnten gleich mehrere geflüchtete Familien über ein intern aufgebautes Netzwerk Wohnungen für den Verbleib in Deutschland finden. Gleichzeitig erhielten Geflüchtete, die von Mitarbeitenden vorübergehend aufgenommen wurden, finanzielle Unterstützung über die internationale **Z Zurich Foundation**.



Langfristig engagiert

Der **Bunte Kreis Rheinland e. V.**, der Familien in schwierigen Situationen mit einem vielfältigen Angebot hilft, wird von der Zurich Gruppe Deutschland und den Mitarbeitenden bereits seit zehn Jahren unterstützt. So werden auch in den regelmäßig stattfindenden Zurich Benefiz-Veranstaltungen für den gemeinnützigen Verein Spenden gesammelt.

Ebenso engagieren sich die Mitarbeitenden für das **Familienzentrum Monikahaus** des Sozialdienstes katholischer Frauen e. V. in Frankfurt. Auch dort unterstützt Zurich seit zehn Jahren, wofür die Mitarbeitenden im Rahmen des Monikahaus-Sommerfestes 2022 geehrt wurden.

Eine weitere Einrichtung, die seit mehreren Jahren unterstützt wird, ist das **Zentrum Zwerg Nase** in Wiesbaden, in dem schwerbehinderte Kinder wohnen, gepflegt und betreut werden. Die „helfenden Hände“ der Mitarbeitenden spielen verschiedene Spiele mit den Kindern, backen gemeinsam und sorgen für Abwechslung und große Freude.

An Weihnachten findet jährlich die Wunschstern-Aktion statt. Hier können die Kinder mit ihren Betreuern persönliche Wünsche notieren, und unsere Mitarbeitenden versuchen, alle Wünsche bestmöglich zu erfüllen.

Mit rund 100 „Helfende Hände“-Aktionen hat Zurich, und insbesondere die Mitarbeiterschaft, einen wichtigen Beitrag für die Gesellschaft geleistet. Vor allem profitierten die Menschen mit den größten Nöten von diesem herausragenden Engagement.

Soziales Engagement

① ② ③

Helfen, wo Hilfe gebraucht wird



Mit unseren Projekten wollen wir Kindern und Jugendlichen zu Integration und Förderung verhelfen und Zukunftsperspektiven schaffen.

Die Zurich Kinder- und Jugendstiftung* hilft dort, wo Hilfe gebraucht wird. Kinder und Jugendliche liegen uns dabei ganz besonders am Herzen. Deshalb hat sich unsere Stiftung laut Satzung die „Förderung der Jugendhilfe“ zum Ziel gesetzt. Mit der Stiftung unterstützen wir zum einen Kinder und heranwachsende Menschen, die aufgrund geistiger oder körperlicher Beeinträchtigungen gesellschaftlich benachteiligt sind. Zum anderen fördern wir Einrichtungen wie Kindertagesstätten, Sportvereine und Schulen, die maßgeblich zur positiven Entwicklung von Kindern und Jugendlichen beitragen.

So konnten in diesem Jahr über 70.000 EUR Spendengelder für die Stiftung gesammelt werden. Diese Spendengelder werden u.a. über Fundraising-Events, wie das Zurich Benefiz-Golfen oder das Community-Radeln, gesammelt.

Unser soziales Engagement ist stark in den Standorten der Zurich Gruppe Deutschland verwurzelt. Wir und unsere Mitarbeitenden unterstützen u.a. soziale Projekte in den Regionen Rheinland und Rhein/Main. Mitarbeitende können sich als Einzelperson, aber auch im Team ehrenamtlich engagieren und werden dabei von uns gefördert.



„ Soziale Verantwortung zu leben und zu fördern ist ein zentrales Element auf unserem Weg zu einem der verantwortungsbewusstesten und wirkungsvollsten Unternehmen weltweit. “

Bernd O. Engelen
Leiter Politik & Unternehmenskommunikation
Vorstand Zurich Kinder- und Jugendstiftung

*Die Stiftung ist als gemeinnützig anerkannt. Spenden können steuerlich geltend gemacht werden. Es werden ausschließlich Institutionen gefördert, die unmittelbar gemeinnützige oder mildtätige Zwecke im Bereich der Kinder- und Jugendhilfe verfolgen. Alle Projekte müssen sich am Stiftungs-/Vereinszweck orientieren und im Einklang mit dem Zurich Verhaltenskodex stehen.

Unser Commitment
gegenüber
unseren
Kunden,
Mitarbeitenden
und Lieferanten



Unser Anspruch und Ansatz

Verantwortung für alle Interessengruppen

Wir sind davon überzeugt, dass soziale und ökologische Verantwortung im Einklang mit unseren Geschäftsinteressen stehen. Nachhaltigkeit ist sowohl eine geschäftliche Chance als auch ein dringendes globales Erfordernis.

Dies bedeutet, dass wir unter Berücksichtigung wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Erwägungen positive Ergebnisse für alle **unsere Interessengruppen** erzielen wollen.



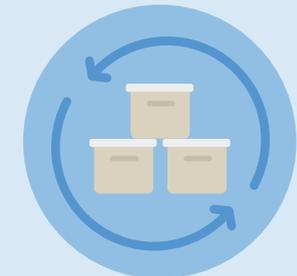
Kunden

Als Versicherer tragen wir eine große Verantwortung gegenüber unseren Kunden. Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden zu verstehen und darauf einzugehen, ist ein wichtiger Eckpfeiler unserer Strategie. Dazu gehört auch zu verstehen, was die **Kunden beim Thema Nachhaltigkeit von uns als Versicherungsunternehmen erwarten**, welche Unterstützung sie beim täglichen Handeln und welche Inspiration sie durch neue Ideen von uns wünschen.



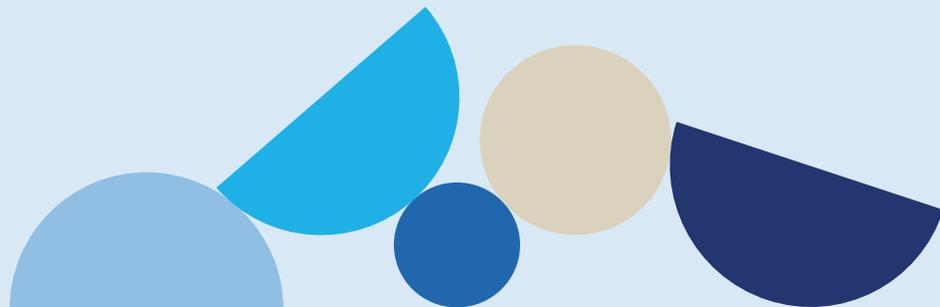
Mitarbeitende

In den letzten Jahren haben wir mit **umfassendem Kulturwandel** ein Klima geschaffen, das Wertschätzung, Kundenzentrierung, Kreativität, Innovation und Spitzenleistung fördert. Ein positives Umfeld, in dem die Menschen aktiv Veränderungen vorantreiben – und sich und ihre Fähigkeiten ständig weiterentwickeln.



Lieferanten und Partner

Unsere Verantwortung nehmen wir auch entlang unserer **Lieferkette** wahr. Wir erwarten daher von unseren Lieferanten und Partnern, dass ethische, ökologische und soziale Faktoren während der gesamten Geschäftsbeziehung berücksichtigt werden. Hierzu zählen insbesondere auch die Prinzipien des UN Global Compact sowie die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation, die als grundlegend für die Definition der **Menschenrechte** am Arbeitsplatz gelten.



Unser Commitment gegenüber unseren Kunden

Unsere Kunden im Fokus



Kundenorientierung ist ein wichtiger Eckpfeiler unserer Strategie, denn als Versicherer tragen wir eine große Verantwortung gegenüber unseren Kunden.

Denn sie vertrauen uns nicht nur einen Teil ihres Einkommens an, sondern auch ihre Zukunftsvorstellungen und -pläne.

Für Zurich bedeutet es, die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden zu verstehen und darauf einzugehen, um eine optimale Lösung zu finden. Nur so können wir **Vertrauen** schaffen und eine **langfristige Kundenbeziehung** aufbauen.

Dazu gehört auch zu verstehen, was die **Kunden beim Thema Nachhaltigkeit von uns erwarten**. Ein Großteil der Deutschen möchte, dass Unternehmen in Zukunft nachhaltiger und umweltgerechter handeln. Das gilt auch für die Versicherungsbranche.*

Zurich hat daher Initiativen wie das **Planet-Hero-Format** ins Leben gerufen. Damit möchten wir neue Wege gehen, um unterhaltsam und gleichzeitig informativ über hochrelevante Nachhaltigkeitsthemen zu berichten. Und wir wollen Menschen eine Bühne geben, die sich engagieren und Unterstützung brauchen. Wir haben daher **YouTube-Formate** entwickelt und den **Planet Hero Award** ins Leben gerufen. Mit dem Award möchten wir Engagements wertschätzen und fördern, die dazu beitragen, die Klimaerwärmung zu mindern, Biodiversität zu fördern oder die Ozeane zu schützen.

Wir geben unseren Kunden damit einen guten Grund, uns zu vertrauen und die kommenden Jahre gemeinsam mit uns anzugehen.

Denn unser Leitsatz lautet: **Zukunft beginnt mit Zurich.**

* Quelle: Ernst & Young 12/2022, repräsentative Konsumentenstudie zu Nachhaltigkeit im Versicherungsbereich

Zufriedenheitsbefragungen nach dem Net Promoter System

1 2

Die Meinung unserer Kunden ist uns wichtig

Kundenzufriedenheitsbefragungen durchzuführen hat bei Zurich eine lange Tradition. Seit 2013 führt ZGD diese systematisch mithilfe des **Net Promoter System (NPS)** durch. Hierbei wird im Kern nach der **Weiterempfehlungsbereitschaft** des Kunden und seinen Gründen hierfür gefragt. Der Kunde bewertet dies auf einer Skala von 0 bis 10. Als Ergebnis aller Befragungen kann dann der Net Promoter Score ermittelt werden, indem vom Anteil der Promotoren (Wertung 9–10) der Anteil der Kritiker (Wertung 0–6) abgezogen wird.

Zurich Insurance Group (ZIG) erhebt weltweit einmal im Jahr den sogenannten **Relationship-Net Promoter Score (R-NPS)**. Hierbei wird eine zufällig ausgesuchte Anzahl von Bestandskunden zu ihrer Weiterempfehlungsbereitschaft befragt, und

dies ganz unabhängig davon, ob in letzter Zeit ein Kundenkontakt stattgefunden hat oder nicht. Hieran können insbesondere Kriterien wie Kundenloyalität, emotionale Bindung oder Markentreue und -bekanntheit abgelesen werden.

Darüber hinaus haben wir in der Zurich Gruppe Deutschland seit 2013 das sogenannte **T-NPS-(Transactional-NPS-) Programm** immer weiter ausgebaut. Hier befragen wir Kunden zu nahezu allen relevanten Kontaktpunkten, wie Vertragsabschluss, Telefonie, aber auch Schaden und Kündigung, zu ihrer konkreten Erfahrung bei ihrer Transaktion mit Zurich. Diese Befragungen finden auf unterschiedlichen Wegen statt, entweder telefonisch durch einen externen Dienstleister, aber auch schriftlich per E-Mail oder online auf unseren Webseiten.



Zufriedenheitsbefragungen nach dem Net Promoter System

① ②

Allen Kunden, die ihr Kontakt-Erlebnis mit der Zurich Gruppe Deutschland eher kritisch empfunden haben (Wertung 0 – 6), wird ein **Folgegespräch** (sogenannter Closing-the-Loop-Call) angeboten, das von der zuständigen Fachabteilung geführt wird. Wir wollen so noch besser und genauer verstehen, wo wir uns im Sinne der Kunden verbessern können. So verleiht die Zurich Gruppe Deutschland durch das T-NPS-Programm auch jenseits des klassischen Beschwerdemanagements kritischen Kunden eine Stimme.

Auch 2022 wurden über das T-NPS-Programm mit insgesamt knapp 65.000 (2021 = 70.000) wieder eine hohe Anzahl wertvoller Kundenfeedbacks eingeholt. Die jeweiligen Verantwortlichen der Befragungs-Touchpoints werten diese regelmäßig aus, um daraus Initiativen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit abzuleiten.

Der T-NPS-Gesamtscore der Zurich Gruppe Deutschland erreichte 2022 mit +62,1 erneut einen neuen Höchstwert (2021 = +61,1) und spiegelt damit eine hohe Kundenzufriedenheit dort wider, wo wir als Zurich direkten Kontakt mit unseren Kunden haben.

Auch Beschwerden sind eine hervorragende Möglichkeit, mehr über unsere Kunden, Produkte und Dienstleistungen zu erfahren. Sie liefern uns wertvolle Erkenntnisse und Daten, die wir nutzen können, um unsere Geschäftsergebnisse zu verbessern und die Kundenerfahrung in unserem gesamten Unternehmen zu optimieren. Ziel unseres Beschwerdemanagements ist die Sicherstellung eines fairen Umgangs mit dem Kunden.



Vertrauen in eine digitale Gesellschaft

Unser Versprechen zu Kundendaten

Der digitale Wandel unserer Gesellschaft schreitet kontinuierlich voran und die Auswirkungen sind weltweit zunehmend spürbar. Die Digitalisierung eröffnet enorme Möglichkeiten und setzt ein schier unendliches Potenzial an Innovationskraft frei.

Gleichzeitig birgt sie aber auch Risiken, die viele Menschen verängstigen. Da wir bei Zurich zunehmend auf digitale End-to-End-Prozesse setzen, ist es für uns wichtig, das Vertrauen in eine digitale Gesellschaft zu stärken.

Im Zuge dessen haben wir ein Datenschutzversprechen abgegeben, welches zum Ziel hat, nicht nur das Mindestmaß der gesetzlichen Vorschriften einzuhalten, sondern stattdessen die Branchenführerschaft in puncto Umgang mit Kundendaten zu übernehmen. Group Chief Executive Officer Mario Greco unterstreicht dieses Versprechen mit den Worten: „In der heutigen digitalen Welt sind modernste Cybersicherheit und transparente, branchenführende Datenschutzrichtlinien entscheidend, um das Vertrauen unserer Kunden zu gewinnen.“

Darüber hinaus setzt Zurich weltweit höchste Standards für den ethischen Umgang mit künstlicher Intelligenz. Wir haben uns dazu verpflichtet, Daten nur zum Wohl der Kunden zu nutzen. Die Erkenntnisse aus den Daten werden es uns z. B. ermöglichen, innovative Dienstleistungen anzubieten, die dazu beitragen, Schadenereignisse zu vermeiden. Damit gehen wir über den Schutz hinaus, den Versicherungen traditionell anbieten.

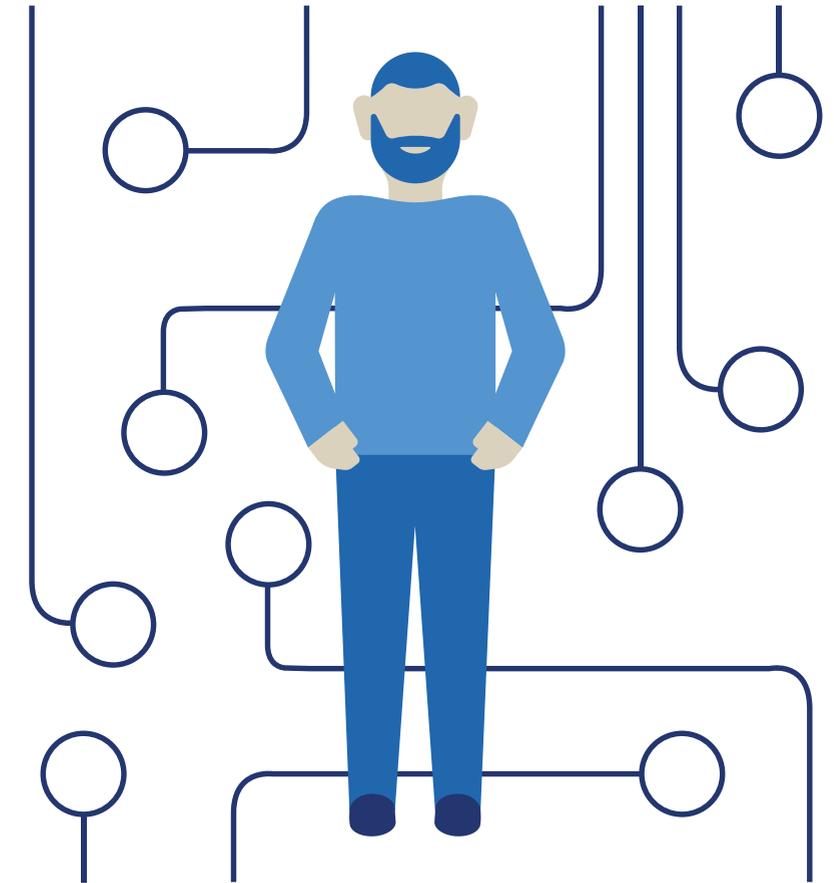
Beim Datenschutz verpflichtet sich Zurich zu den folgenden vier Handlungsweisen:

Kundendaten werden sicher gehalten.*

Personenbezogene Kundendaten werden niemals verkauft.*

Personenbezogene Kundendaten werden nie geteilt, ohne dies transparent zu machen.*

Daten werden so genutzt, dass Zurich seine Kunden besser schützen kann.



* Gesetzliche Vorgabe gemäß Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)

Unser digitales Angebot – Zurich Kundenportal

Mit digitalen Services einen nachhaltigen Beitrag leisten

Nachhaltigkeit in allen Geschäftsbereichen zu verankern und gemeinsam mit unseren Kunden Maßnahmen gegen den Klimawandel und für Ressourcenschonung anzubieten, ist unser Anspruch. Ein wichtiger Hebel in dieser Entwicklung ist die Digitalisierung.

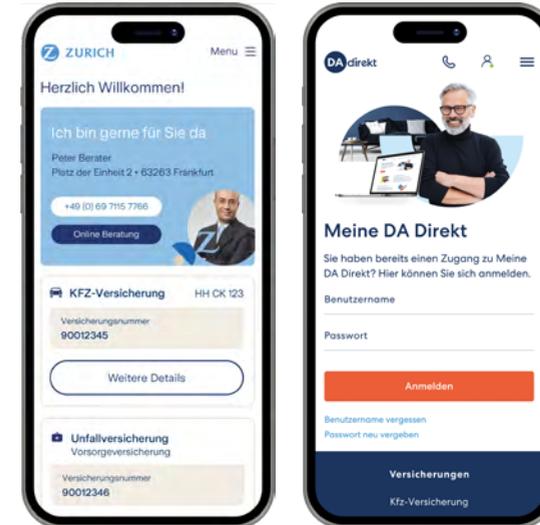
Das heißt für uns: Nachhaltigkeit sukzessive durch digitales Geschäft und Services zu fördern.

Der Trend der letzten Jahre zeigt klar in eine Richtung: Digitale Services werden für die Kunden immer wichtiger – einfach, transparent und bequem soll es sein. Durch unser Produkt- und Service-Angebot ermöglichen wir unseren Kunden ein **digitales Kundenerlebnis gemäß ihren Bedürfnissen** – ob auf der Website, im Kundenportal oder in der Interaktion mit den Agenturen.

Unter Nutzung unserer digitalen Fähigkeiten haben wir neue **Kundenportale für die Marken der Zurich** geschaffen. Über einen digitalen Versicherungsordner können Dokumente und der Versicherungsschutz abgerufen oder angepasst werden – jederzeit mit einem Klick. Mit mehr als 300.000 aktivierten Kundenaccounts konnten wir bereits eine erhebliche Menge Papier sparen. Und die Zahl der Accounts wächst täglich. Im operativen Geschäft der Agenturen erweist sich die Integration von digitalen Services ebenso als eine effektive Nachhaltigkeitsinitiative, die die **Kundeninteraktion** maßgeblich fördert.

Im Schadenbereich haben wir unser Angebot um einen **digitalen Schadenassistenten** ausgebaut. Unsere Kunden können einen Schaden ganz einfach digital melden und die Bearbeitung in Echtzeit verfolgen. Selbstverständlich stehen wir auch persönlich unterstützend zur Seite.

Mit einer beschleunigten Digitalisierung kann der CO₂-Verbrauch nachweislich reduziert werden und somit ein großer Anteil der bis 2030 notwendigen **CO₂-Einsparungen** erreicht werden.* Mit unserem digitalen Angebot, das wir kontinuierlich weiterentwickeln, sind wir entsprechend der steigenden Nutzung von Online-Services und digitalen Kommunikationswegen zukunftsweisend aufgestellt. Und fördern damit nachhaltiges Handeln.



„ Unsere Kunden werden immer digitaler. Wir werden immer digitaler. “

Peter Stockhorst
Vorstand Digital Business & Partnerships
Zurich Gruppe Deutschland
CEO DA Direkt

*Quelle: Bitkom-Studie „Klimaeffekte der Digitalisierung“, durchgeführt von Accenture

Mitarbeitenden-Entwicklung

1 2

Karriere bei der Zurich Gruppe Deutschland – gemeinsam entwickeln wir uns weiter

Die Zurich Gruppe Deutschland bietet verschiedene Möglichkeiten zur persönlichen Weiterentwicklung an.

Jede Entwicklungsreise ist individuell. Alle Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, sich innerhalb ihrer Rollen und Funktionen zu entwickeln oder über das Potenzialanalyseverfahren den Karriereweg als Fachexperten, Projektleitende oder Führungskräfte einzuschlagen.

Zurich unterstützt auf allen Wegen mit adäquaten Entwicklungsangeboten. Offene Stellen besetzen wir primär über Um- und Weiterbildung der eigenen Mitarbeitenden.

Entwicklungsgespräche

Im Entwicklungsgespräch beleuchten Mitarbeitende und Führungskräfte Herausforderungen und Themen von heute und morgen, sprechen über die erforderlichen Kenntnisse und Kompetenzen und legen gemeinsam passende Entwicklungsschritte fest.

Talent-Management

Unser Talent-Management dient dazu, relevante Positionen in unserer Organisation dauerhaft mit den richtigen Menschen zu besetzen. Zudem zeigt es Perspektiven auf und unterstützt die Karriereplanung.

Individuelle Weiterentwicklung

Unsere Entwicklung ist ein kontinuierlicher Prozess. Die Bereitschaft, sich mit Neuem zu beschäftigen, ständig dazuzulernen und veraltetes Wissen zu verwerfen, ist wichtiger denn je.

Zurich fördert Mitarbeitende auch nach der Ausbildung, z.B. bei einem Bachelor-, Masterstudium oder auch bei der Aktuarsausbildung.

Potenzialanalyseverfahren

In der Zurich Gruppe Deutschland bieten und wenden wir Potenzialanalyseverfahren zur Einschätzung von aktuellen Fähigkeiten und zukünftigen Entwicklungspotenzialen für unterschiedliche Zielgruppen an.

➔ **Mehr erfahren**
Karriere bei Zurich



Mitarbeitenden-Entwicklung

① ②

Fü(h)reinander da sein

Fü(h)reinander ist ein Bestandteil der Unternehmensstrategie der Zurich Gruppe Deutschland mit Schwerpunkt „Mitarbeitende und Kultur.“

Gestartet ist Fü(h)reinander Anfang 2019. Es ist ein einheitliches und von mehr als 200 Kolleginnen und Kollegen aus der Mitte des Unternehmens entwickeltes Führungsleitbild.

Fü(h)reinander hat vor allem drei Ziele:

- Klare und unternehmensweit **einheitliche Orientierung** für Führungskräfte, welche Art von Führung von ihnen erwartet wird
- **Anerkennung und Entwicklung** der Führung durch jährliches 180-Grad-Feedback für Führungskräfte auf Basis des Leitbildes für jede Führungskraft und jeden Leitenden Experten im Unternehmen
- **Konkretisierung** der Aspekte, die jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin zur Umsetzung des Leitbildes beitragen kann. Denn auch Mitarbeitende haben direkten Anteil an erfolgreicher Führung



Die Führungsleitlinien der ZGD

Die in den Führungsleitlinien definierten sechs Führungsgrundsätze beschreiben, wie die Mitarbeitenden geführt werden sollen und wie Führungskräfte und Mitarbeitende tagtäglich bei ihren Aufgaben respektvoll, wertschätzend und vertrauensvoll zusammenarbeiten.

- 1 Verantwortung übernehmen**
„Ich will Verantwortung – also muss ich sie auch tragen wollen und können.“
- 2 Individualität respektieren**
„Unterschiedliche Persönlichkeiten machen mein Team stark.“
- 3 Wertschätzung leben**
„Ich begegne allen mit Respekt und Offenheit – denn jeder leistet seinen Beitrag zu unserem Erfolg.“
- 4 Vertrauen schenken**
„Ich gehe davon aus, dass jeder in meinem Team sein Bestes gibt.“
- 5 Leistung ermöglichen**
„Ich Sorge für den Rahmen, in dem alle ihr Bestes geben können.“
- 6 Vorbild sein**
„Alles beginnt bei mir.“

Aus dem Blickwinkel der Mitarbeitenden

„Fü(h)reinander“ nimmt die Perspektive der Mitarbeitenden ein und beschreibt, wie alle zu einem konstruktiven Miteinander beitragen können.

- 1 Verantwortung übernehmen**
„Ich traue mich, Verantwortung zu tragen.“
- 2 Individualität respektieren**
„Unterschiedliche Persönlichkeiten machen uns stark.“
- 3 Wertschätzung leben**
„Wertschätzung ist die Basis unseres Miteinanders – denn jeder leistet seinen Beitrag zu unserem Erfolg.“
- 4 Vertrauen schenken**
„Ich gehe davon aus, dass jeder sein Bestes gibt.“
- 5 Leistung ermöglichen**
„Ich gebe mein Bestes für mein Team, unsere Kunden und Partner und damit für Zurich.“
- 6 Vorbild sein**
„Alles beginnt bei mir – mit Blick aufs Wir.“

Zufriedenheitsbefragungen

Die Mitarbeitenden bescheinigen ein hohes Niveau

Nach der gleichen Systematik wie die Kunden wurden in der Regel zweimal jährlich auch die Vertriebspartner und die Mitarbeitenden der Zurich Gruppe Deutschland befragt.

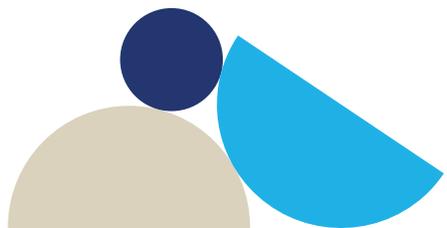
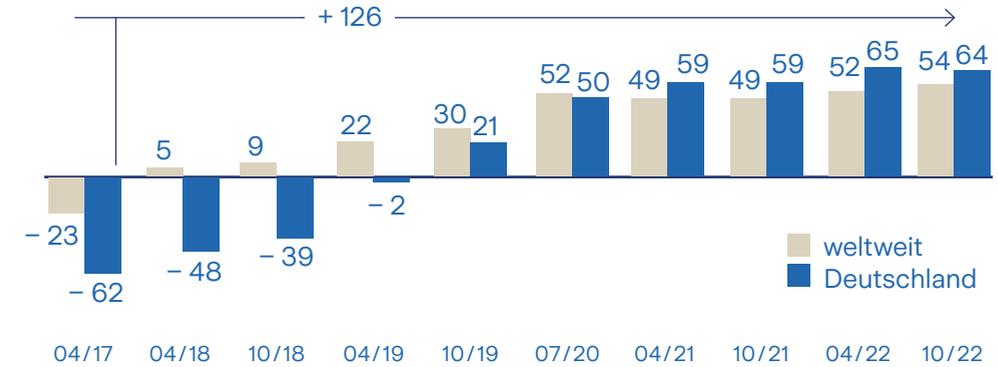
ENPS steht für Employee Net Promoter Score und wird auch als „Pulsmesser“ bezeichnet. Er ist als eine kurze Umfrage konzipiert, die jeweils im Frühjahr und Herbst wichtige Entwicklungen der Mitarbeitendenzufriedenheit im Unternehmen aufzeigt.

Ab Mai 2023 startet die neue jährliche Mitarbeitendenumfrage „Zurich Experience Survey“. Sie zielt darauf ab, die Erfahrungen der Mitarbeitenden bei Zurich zu verbessern. Die Schwerpunkte liegen dabei auf den Treibern unserer Kultur (z. B. Strategie, Diversität & Inklusion, Wohlbefinden, Führungsverhalten) und unseres wirtschaftlichen Erfolgs.

Durch einen erfolgreichen Kulturwandel hat es die Zurich Gruppe Deutschland geschafft den ENPS (Employee Net Promoter Score) innerhalb weniger Jahre signifikant zu steigern.

Die positive Entwicklung von Zurich als Arbeitgeber zeigen auch die erneute Platzierung als Bester Arbeitgeber in der Versicherungsbranche sowie der 2. Platz deutschlandweit laut Focus Business.

Entwicklung des Employee Net Promoter Score (2017 bis 2022)



Diversität und Inklusion

1 2 3 4

Wir wollen ein Arbeitsumfeld schaffen, in dem Menschen wachsen können.

Wir setzen auf eine vielfältige Belegschaft, die die Verschiedenartigkeit der Kunden, Gesellschaft und anderen Anspruchsgruppen repräsentiert. Zurich befähigt ihre Mitarbeitenden, die besten Resultate zu erzielen – wir sind ein Team und schätzen die Besonderheit und das Potenzial jedes Einzelnen. Wir sind offen für neue Ideen, um die Erwartungen unserer Kunden zu übertreffen. Wir halten unsere Versprechen und stehen ein für das, was richtig ist. Wir sind uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. Daher herrscht bei uns eine Null-Toleranz-Politik bei Diskriminierung.

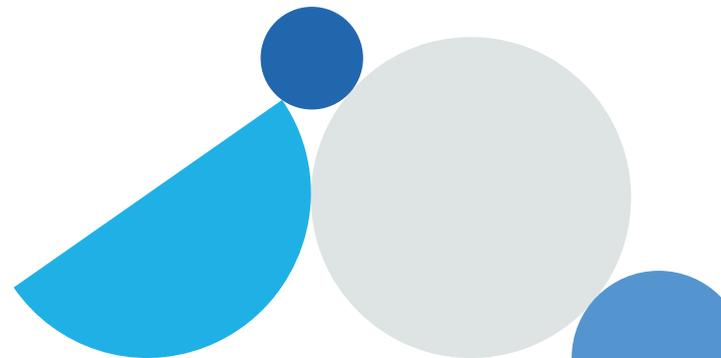
Diversität und Inklusion stehen bei Zurich auf der Tagesordnung ganz oben. Daher hat Zurich die Charta der Vielfalt 2021 als **freiwillige Selbstverpflichtung** für gelebte Diversität und Inklusion unterzeichnet. Auch in den Führungsleitlinien FÜ(h)reinander ist der Respekt vor Individualität niedergeschrieben und somit fester Bestandteil der Managementphilosophie. Die Zurich Gruppe Deutschland stellt sich dieser Herausforderung und achtet auf einen toleranten, respektvollen Umgang der Mitarbeitenden untereinander.

Die Schwerbehindertenquote lag 2022 bei 5,68 %. Für unsere schwerbehinderten Mitarbeitenden suchen wir gemeinsam nach individuellen Lösungen, die ihr jeweiliges Arbeitsumfeld optimieren.



“Offenheit für Vielfalt lässt uns ehrlich und neugierig sein und lehrt Flexibilität und Verständnis. Zudem sind die wirtschaftlichen Vorteile bei Diversität real und messbar. Multikulturell aufgestellte Unternehmen übertreffen die Leistung homogener Teams in den jeweiligen Branchen häufig um bis zu 35%.”

Uwe Schöpe
Vorstand Personal
Zurich Gruppe Deutschland



Diversität und Inklusion

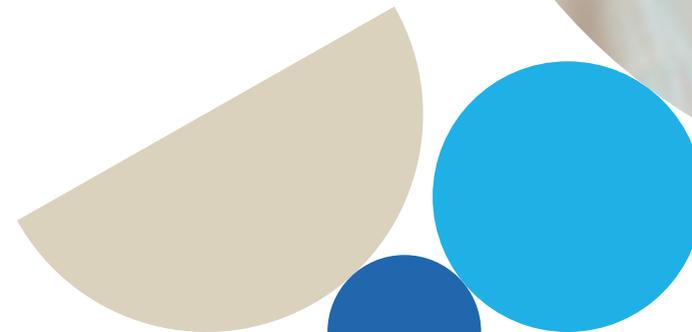
1 2 3 4

Wir schätzen außerdem die herausragenden kognitiven Fähigkeiten von Personen aus dem autistischen Spektrum. Das sind die Hintergründe für die Zusammenarbeit der Zurich Gruppe Deutschland mit dem „Social Enterprise“ auticon. Neben dem Einsatz von neurodivergenten IT-Consultants in IT-Projekten konnten unsere Mitarbeitenden an Neurodiversitätstrainings teilnehmen.

Zurich fördert aktiv **Chancengleichheit der Geschlechter** am Arbeitsplatz und unterstützt Frauen bei der Überwindung von struktureller und individueller Benachteiligung. So sind wir Mitglied im Kölner Bündnis „Mit Frauen und Führung“ und ermöglichen somit weiblichen Potenzialträgerinnen ein Cross Mentoring mit Bündnispartnern. Aus Überzeugung verfolgen wir die von uns festgelegte **Frauenquote** auf allen Führungsebenen bis 2027.

| Frauenquote* bis 31.12.2027 | Ist (31.10.2022) | | Soll (31.12.2027) |
|--|------------------|-------------|-------------------|
| | Gesamt | Frauenquote | Frauenquote |
| Aufsichtsrat | 12 | 58,3% | 50,0% |
| Vorstand | 9 | 22,2% | 33,3% |
| Leitung Ebene 2 (inkl. Bereichsvorstand) | 84 | 16,7% | 33,3% |
| Leitung Ebene 3 | 142 | 24,6% | 33,1% |
| Leitung Ebene 4 (nicht verpflichtend) | 223 | 29,6% | 40,3% |

* Die Frauenquote bezieht sich auf die Zurich Beteiligungs-AG (Deutschland) als mitbestimmte Gesellschaft gemäß Mitbestimmungsgesetz. Weitere Informationen auf zurich.de.



Diversität und Inklusion

1 2 3 4

Vielfalt beginnt mit Zurich

Zurich ist sich der Vielfalt der Diversitätsdimensionen bewusst und möchte genau diese Vielfalt durch eine offene Unternehmenskultur fördern. Darüber hinaus möchte Zurich die Mitarbeitenden unterstützen, sich näher mit Diversität auseinanderzusetzen und in Foren wie dem Diversity-Forum selbst aktiv zu werden. Zurich fördert hierfür auch die von Mitarbeitenden initiierten Communitys im Unternehmen, wie beispielsweise die Netzwerke PrideZ, Women's Innovation Network (WIN) und NEXT (Next Generation).

PrideZ Germany

ist Teil des globalen **LGBTQI+-Netzwerks** der Zurich Insurance Group, in dem wir gemeinsam diskutieren und Aktionen wie die Teilnahme am Christopher Street Day planen. So möchten wir sichtbare Zeichen setzen und Commitment für die Community erreichen.

NEXT

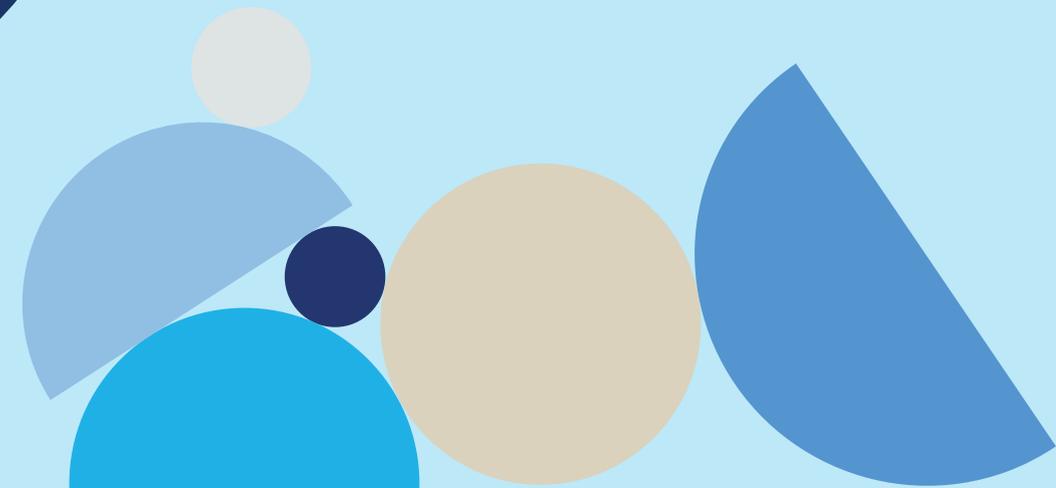
ist eine globale Initiative innerhalb von Zurich, welche jüngeren Generationen eine Stimme gibt, um Zurich zukunftsfähiger zu machen. Der Local Hub Germany setzt die NEXT-Strategie lokal in Deutschland um und ist eines von neun Teams, welche lokal in den jeweiligen Ländern aktiv sind.



WIN (Women Innovation Network)

ist eine Gruppe von Mitarbeitenden, die sich zum Ziel gesetzt hat, ein integratives und von Chancengleichheit geprägtes Umfeld für Frauen und die Gesamtheit aller Zurich Mitarbeitenden, unabhängig von ihrem Geschlecht, zu schaffen.

➔ **Mehr erfahren**
Chancengleichheit bei Zurich



Diversität und Inklusion

① ② ③ ④

Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben



Die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben ist ein grundlegender Baustein, der wesentlich zum Wohlbefinden der Mitarbeitenden beiträgt und somit immer stärker in den Fokus der Arbeitgeber rückt. Die Zurich Gruppe Deutschland bietet eine Vielzahl von familienfreundlichen Angeboten, die den Mitarbeitenden die Möglichkeit verschaffen, die Kombination aus Herausforderungen im Arbeitsalltag und solchen im privaten Bereich zu meistern.

Die Corona-Pandemie hat sich vielschichtig insbesondere auch auf das Arbeitsleben ausgewirkt und viele vor besondere Herausforderungen gestellt. Die Zurich Gruppe Deutschland hat sich mit dieser besonderen Situation intensiv auseinandergesetzt und das bereits flexible Arbeitsmodell weiterentwickelt. Es soll die Mitarbeitenden unterstützen und zu einer verbesserten Work-Life-Balance beitragen, indem es moderne Kommunikationswege einbindet, flexibles Arbeiten ermöglicht und Pendeln verringert.

Als finanzielle Unterstützung erhalten Mitarbeitende einen **Betreuungszuschuss für Kinder**, die einen Kindergarten oder eine vergleichbare Einrichtung besuchen.

Kommt es kurzfristig zu Engpässen in der Betreuung, verfügt die Zurich Gruppe Deutschland am Campus in Köln bereits über einen **Eltern-Kind-Raum**. Dieser schafft eine Erleichterung für Väter und Mütter, die ihr Kind mit zur Arbeit nehmen müssen. Der Eltern-Kind-Raum ist eine gute Mischung zwischen Kinderzimmer und vollwertig ausgestattetem Arbeitsplatz.

Auch die **Pflege naher Angehöriger** ist für viele sehr herausfordernd. Wir unterstützen unsere Mitarbeitenden in dieser Phase und bemühen uns, mit ihnen gemeinsam Lösungen zu finden, die ihre individuelle Situation berücksichtigen, z.B. durch angepasste Teilzeitvereinbarungen.



Wohlbefinden und Gesundheit – Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz

Beweglich werden – und bleiben

Dass ein Unternehmen gesunde Mitarbeitende braucht, um erfolgreich zu sein, klingt absolut logisch. Gesundheit ist jedoch sehr vielfältig und individuell. Deshalb greifen gesundheitsförderliche Einzelmaßnahmen, die alle Bereiche der Gesundheit nur ein wenig abdecken, oftmals nicht.



Die Zurich Gruppe Deutschland verfolgt daher seit einigen Jahren einen konsequenten Ansatz der **Bewegungsförderung**. Denn zahlreiche wissenschaftliche Studien zeigen, dass sich ein aktiver Lebensstil positiv auf unseren Körper und unser Wohlbefinden auswirkt – sowohl bezogen auf den Abbau von Stresshormonen als auch auf der körperlichen Ebene, wenn man auf den Ausgleich von Dysbalancen oder die Kräftigung des Herz-Kreislauf-Systems schaut. Und dies bringt einen weiteren Vorteil: Durch die kräftige Arbeit des Herzens wird mehr Blut und somit mehr Sauerstoff durch den Körper und in das Gehirn gepumpt, wodurch das Gehirn besser arbeiten kann und wir konzentrierter sind.

Die Lösung: Das Gesundheitsteam aus Sport- und Gesundheitswissenschaftlern sowie Coaches konzipiert bewegungsförderliche Maßnahmen und Kurse gemeinsam mit der Betriebssportgemeinschaft. Wir holen die Mitarbeitenden genau dort ab, wo sie Unterstützung benötigen.

➔ **Mehr erfahren**
Was wir bieten | Arbeitswelt der Zukunft

Wir arbeiten mit der Deutschen Sporthochschule Köln zusammen, um am Puls der wissenschaftlichen Entwicklung zu bleiben. Bewegung wird großgeschrieben. In den Gebäuden machen wir zahlreiche Angebote, die **Bewegung am Arbeitsplatz** möglich machen – egal ob es Deskbike ist oder ein Mini-Trampolin in Auszeiträumen.

Das **Team Gesundheit** möchte zu niedrigschwelliger Bewegung inspirieren. So hilft beispielsweise ein achtmonatiger Schrittwettbewerb dabei, Bewegung langfristig in den Alltag zu integrieren und gleichzeitig das Teamgefühl zu stärken. Zudem wird Gesundheit bei Zurich von Grund auf beleuchtet – so sorgt ein regelmäßiges Podologieangebot für gesunde Füße und somit für eine gesunde Basis, sich gut bewegen zu können. Sollte es trotz Bewegung zu Verspannungen kommen, hilft das regelmäßige Massage- und Osteopathieangebot.



Für Mitarbeitende in **schwierigen Lebenssituationen** bietet unser **CarePoint** ein Team von Ansprechpartnern an. Am jeweiligen Standort können persönliche Coaching-Gespräche zur individuellen Problemlösung geführt werden. Wenn gewünscht, vermitteln wir weitere Unterstützung durch externe Partner und Organisationen oder durch Ansprechpartner aus dem Kollegenkreis. Wir bieten außerdem an, dass diese Beratung bei den Mitarbeitenden zu Hause stattfinden kann.

Aktuell werden die Erfahrungen aus der Pandemie in ein neues **Arbeitsmodell „FlexWork 2.0“** umgesetzt: drei Office-Typen, die den Mitarbeitenden unterschiedliche Ausprägungen an Flexibilität bei der Wahl des Arbeitsortes einräumen. Ziel ist, eine gesunde Balance zwischen dem langfristigen Unternehmenserfolg und den eigenen Bedürfnissen zu schaffen.

Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten

1 2

Unser Verhaltenskodex – ehrlich verbindlich

In unserem Arbeitsumfeld und wann immer wir im Namen von Zurich handeln, verhalten wir uns unserem Verhaltenskodex entsprechend ehrlich, fair, angemessen und integer.

Die Verhaltensregeln

Unsere Verhaltensregeln leiten uns bei den Entscheidungen, die wir täglich fällen. Unsere Handlungen und Geschäftsziele müssen stets mit diesen Regeln übereinstimmen.

Zusätzlich zu den unternehmensinternen Richtlinien halten wir bei unserer täglichen Arbeit alle für uns geltenden Gesetze, Regelungen und Vorschriften ein.

Aus diesem Grund lassen wir uns bei all unseren Entscheidungen nicht nur von geltenden Gesetzen und Vorschriften sowie internen Richtlinien leiten, sondern auch davon, was das Richtige ist. Unsere Legal- und Compliance-Funktionen unterstützen und beraten uns im Hinblick auf die einzuhaltenden Gesetze und Vorschriften.

Der Verhaltenskodex

Unser Verhaltenskodex legt fest, dass wir uns bei Zurich der Integrität verpflichten und das Richtige tun. Wir achten auf die Weiterentwicklung und das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden. Wir stellen die Bedürfnisse unserer Kunden in den Mittelpunkt unseres Handelns, verpflichten uns zu einem fairen und verantwortungsvollen Geschäftsverhalten. Wir sind stolz auf die Herkunft und die Marke unseres Unternehmens und schützen dessen Ruf. Wir setzen uns dafür ein, einen positiven Einfluss zu nehmen, um den Wandel in Richtung einer nachhaltigen Zukunft voranzutreiben.

Unser obligatorisches, jährliches Training zum Verhaltenskodex sensibilisiert dafür, was es bedeutet, das Richtige zu tun. Es zielt darauf ab, Mitarbeitende und Führungskräfte sicherer darin zu machen, ethische Entscheidungen in ihrer täglichen Arbeit zu treffen.



Mehr erfahren
Unser Verhaltenskodex



Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten

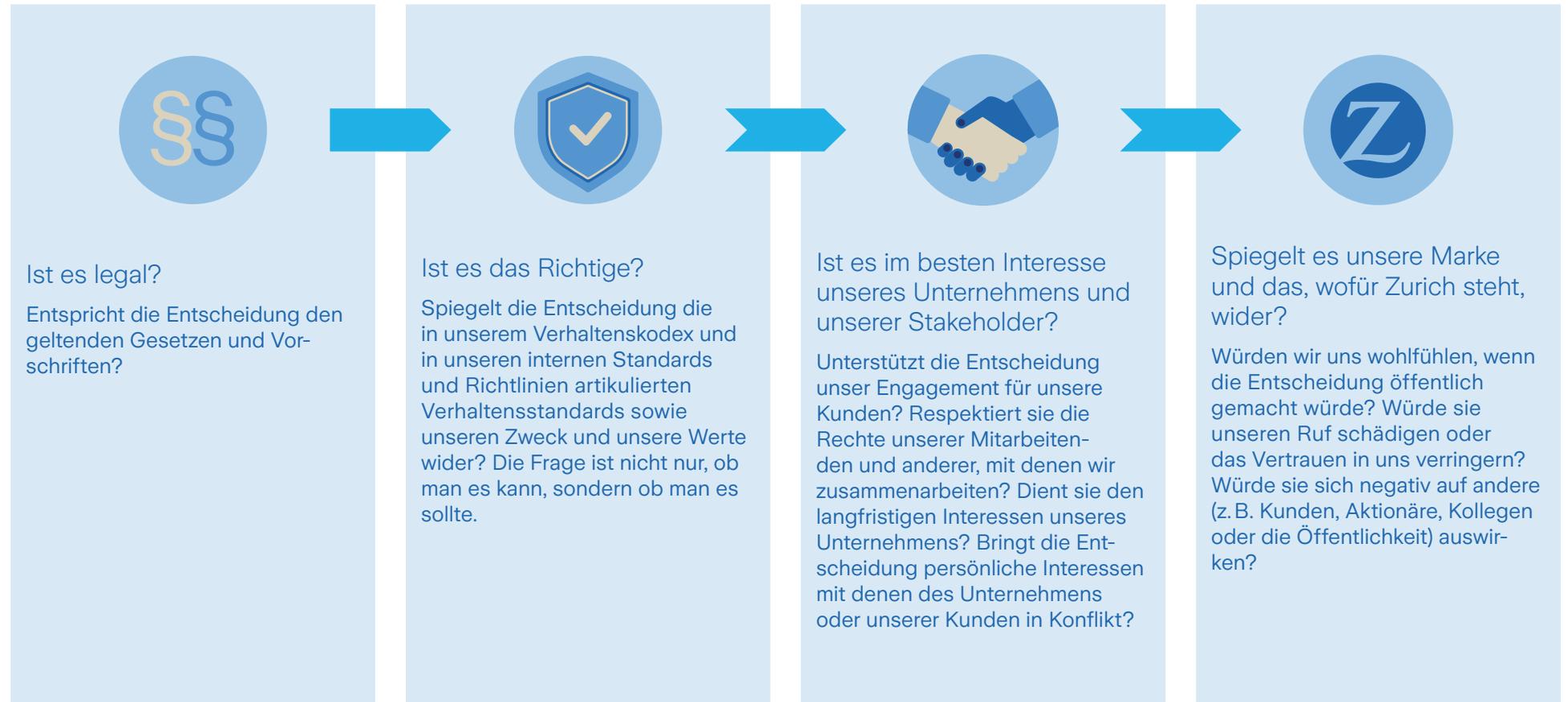
① ②

Mit vier Fragen zum richtigen Verhalten

Zurich verpflichtet sich weltweit zu einer fairen und verantwortungsvollen Geschäftspraxis. Jegliche Form von Korruption und Bestechung sowie sämtliches Geschäftsgebaren, das den Eindruck unzulässiger Einflussnahme vermitteln könnte, wird nicht toleriert.

Unsere Richtlinie zur Bekämpfung von Bestechung und Korruption legt den Rahmen fest, um die Risikobereiche von Zurich in Bezug auf Bestechung und Korruption anzugehen, einschließlich Aspekten wie:

- Sorgfaltspflicht gegenüber verbundenen Personen
- Geschäftspartnerprüfung
- Geschenke, Einladungen und andere Vorteile
- Incentives



Menschenrechte

1 2

Achtung – Menschenrechte

Das Bekenntnis zur Achtung der Menschenrechte ist Bestandteil unseres Verhaltenskodex und unserer Menschenrechtsstrategie.

Als verantwortungsvolles Unternehmen wollen wir dazu beitragen, dass unsere Welt für alle Menschen ein lebenswerter Ort ist. Dazu gehört für uns, dass alle Menschen respektvoll behandelt werden und ihnen ein Mindestmaß an Schutz gewährt wird. Wir verstehen die internationalen Menschenrechte als Mindestanforderung: Sie sind nicht verhandelbar, gleichrangig und haben universelle Gültigkeit.

Wir verpflichten uns dazu, weltweit negativen Auswirkungen auf die Menschenrechte innerhalb unserer Geschäftstätigkeit vorzubeugen, diese soweit möglich zu beenden und zu minimieren. Über die Konzerngesellschaften hinaus wirken wir gemäß den **Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen** darauf hin, dass auch Geschäftspartner, insbesondere unmittelbare Lieferanten, die Menschenrechte achten, setzen uns dafür ein, dass dies auch bei mittelbaren Lieferanten der Fall ist, und ergreifen entsprechende Maßnahmen.

Unser Verhaltenskodex bildet die ethische Basis für unser Handeln und damit auch unsere Menschenrechtsstrategie. Seit dem 1. Januar 2023 fällt die Zürich Beteiligungs-AG (Deutschland) in den Anwendungsbereich des **Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes**. Entsprechend den Vorgaben haben wir in den betroffenen Gesellschaften ein zentrales Risikomanagement zur Identifizierung, Priorisierung und Bearbeitung von möglichen Verstößen gegen Menschenrechte im eigenen Geschäftsbereich und in unserer Lieferkette implementiert und die internen Verantwortlichkeiten festgelegt. Über einen unabhängigen **Beschwerdemechanismus** können Mitarbeitende und Dritte Bedenken sowie Beschwerden melden.



Menschenrechte

1 2



Zurich ist bestrebt, beim Einkauf von Leistungen aller Art die Möglichkeiten nachhaltiger Entwicklung voll ausschöpfen zu können. Zentrales Element ist daher eine verantwortungsvolle Beschaffung, also die Berücksichtigung gesellschaftlicher, ethischer und ökologischer Faktoren im gesamten Beschaffungszyklus. In der Zusammenarbeit mit **Lieferanten und Partnern** bemüht sich Zurich darum, die eigenen Werte zu teilen, und legt hohe Maßstäbe an das Verhalten derer an, die Zurich vertreten oder mit denen Zurich Geschäfte macht.

Zurich erwartet von **Lieferanten und Partnern**, dass sie ihren Geschäften mit Integrität und unter Einhaltung hoher Governance-Standards nachgehen. Hierzu zählen insbesondere die Umsetzung der Prinzipien des UN Global Compact und der internationalen Arbeitsrechtsstandards (acht Konventionen der International Labour Organization), die als grundlegend für die Definition der Menschenrechte am Arbeitsplatz gelten.

Zurich als Arbeitgeber ergreift alle erforderlichen Maßnahmen zum Schutz ihrer Mitarbeitenden und deren Rechten. Dies gebietet auch der **Zurich Verhaltenskodex „Code of Conduct“**.

Allen Mitarbeitenden steht ein individueller HR-Ansprechpartner zur Verfügung. An diesen können sie sich mit sämtlichen Personalfragen wenden. Darüber hinaus wird ein Team aus Arbeitsrechtsexperten stetig in Personalfragen eingebunden. Dadurch soll sichergestellt werden, dass Arbeitnehmerrechte gewahrt werden.

Insgesamt haben sowohl Arbeitgeber als auch Mitarbeitende vertrauensvoll und im Sinne einer sozialen Verantwortung daran mitzuwirken, dass das Arbeitsumfeld diskriminierungsfrei ist.

Eine ausgewiesene Beschwerdestelle nach dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) ist jederzeit erreichbar, genauso wie Betriebsrat und Jugend- und Auszubildendenvertretung, die eng eingebunden sind.

Fürsorglich zu agieren, also sich um das Wohl der Gesellschaft zu kümmern und sich hierfür einzusetzen, ist einer der sechs Werte, die Zurich in ihrem Code of Conduct festschreibt. Es ist ein wesentlicher Bestandteil dessen, wofür Zurich steht und wie ihre Mitarbeitenden persönlich und als Unternehmen handeln.

Disclaimer

Datum der Veröffentlichung: 1. September 2023

Bei dieser Nachhaltigkeitsbroschüre handelt es sich um ein freiwillig erstelltes Dokument, zu dessen Erstellung und Veröffentlichung weder die Zurich Gruppe Deutschland noch einzelne Gesellschaften der Zurich Gruppe Deutschland gesetzlich verpflichtet sind. Mit dieser Nachhaltigkeitsbroschüre soll Transparenz über die Strategie, Aktivitäten und Maßnahmen der Zurich Gruppe Deutschland in Bezug auf Nachhaltigkeit geschaffen werden. Bei diesem Dokument handelt es sich nicht um eine Nachhaltigkeitsberichterstattung im Sinne der Non-Financial Reporting Directive (NFRD) oder der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

Die in diesem Dokument enthaltenen Daten und Informationen beziehen sich grundsätzlich auf das Geschäftsjahr 2022 und sind vom Stand 31. Dezember 2022, sofern nicht anders angegeben. Die zukunftsgerichteten Aussagen basieren auf dem Kenntnisstand zum 15. Juli 2023.

Dieses Dokument enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf unsere gegenwärtigen Ansichten und Annahmen beruhen und mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sind. Diese Risiken und Ungewissheiten können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse oder Ereignisse wesentlich von den getroffenen Aussagen abweichen. Das Unternehmen übernimmt keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren. Die den Kennzahlen zugrunde liegenden Berechnungsgrundlagen und die Definitionen der Nachhaltigkeitsziele basieren auf dem aktuellen wissenschaftlichen und technischen Stand und werden regelmäßig überprüft.

Die Inhalte dieses Dokuments beziehen sich auf die Gesellschaften der Zurich Gruppe Deutschland (vgl. nachfolgenden Link). Zusätzlich wird auf ausgewählte Aktivitäten der Zurich Insurance Group verwiesen, sofern dies relevant ist. Sofern auf „Zurich weltweit“ referenziert wird, ist damit die in der Schweiz ansässige Zurich Insurance Group Ltd gemeinsam mit ihren weltweit tätigen Tochterunternehmen gemeint; wenn von „Zurich“, „wir“ bzw. „uns“ die Rede ist, handelt es sich um die Zurich Gruppe Deutschland (ZGD).

➔ **Mehr erfahren**
Pflichtangaben für Gesellschaften der Zurich Gruppe Deutschland | Zurich

➔ **Mehr erfahren**
Zurich Insurance Group Ltd



Zurich Gruppe Deutschland
Deutzer Allee 1
50679 Köln
www.zurich.de

Änderungen vorbehalten.
Die Produktbeschreibungen ersetzen nicht
die Versicherungsbedingungen.