

Bergset, Linda / Gebauer, Jana / Timme, Stephan

Branchenkriterien Versicherer

Auszug aus:

IÖW / future (Hrsg.):

Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung:
Kriterien und Bewertungsmethode im IÖW/future-Ranking



| i | ö | w

INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE
WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

future 

Mit Unterstützung durch:



Bundesministerium
für Arbeit und Soziales



Rat für
NACHHALTIGE
Entwicklung

Bergset, Linda / Gebauer, Jana / Timme, Stephan: Branchenkriterien Versicherer, in IÖW/future (Hrsg.): Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung: Kriterien und Bewertungsmethode im IÖW/future-Ranking; Berlin, Münster, Juni 2009, S. 155-166.

Informationen zum Ranking und Downloads unter: www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) GmbH, gemeinnützig

Potsdamer Str. 105, D-10785 Berlin

Tel: +49 (0)30 – 884 594-0, Fax: +49 (0)30 – 882 54-39

ranking@ioew.de, <http://www.ioew.de>

future e.V. – verantwortung unternehmen

Am Hof Schultmann 63, D-48163 Münster

Tel: +49 (0)251 – 973 16-34, Fax: +49 (0)251 – 973 16-35

ranking@future-ev.de, <http://www.future-ev.de>

Versicherer

Überblick über die Branche

Unternehmen der Branche „Versicherungen“ generieren ihre Umsätze im Wesentlichen aus dem Angebot von Versicherungsdienstleistungen. Hierbei werden von den Versicherungsnehmern für klar definierte Schadensfälle risikoabhängige Prämien gezahlt, aus deren Gesamtsumme der Versicherer die Schäden der Versicherten begleicht.

In Deutschland wird die Branche vor allem vom Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) vertreten, europaweit ist die European Insurance and Reinsurance Federation (CEA) der größte Verband der Branche. International spielen vor allem spezielle Verbände wie etwa die „International Cooperative and Mutual Insurance Federation“ (ICMIF) oder Fachverbände eine Rolle.

Erstversicherungsgeschäfte können den Versicherungssparten Lebens-, Schaden-/Unfall-, Krankenversicherungen sowie Pensions- und Sterbekassen zugeordnet werden, wobei die beiden Erstgenannten mit 44 % bzw. 36 % den größten Anteil an den gesamten Prämieinnahmen des Jahres 2007 von ca. 172 Mrd. € verbuchten. Der Anteil der Prämien für Erstversicherungen beträgt in Deutschland somit rund 7 % des deutschen Bruttoinlandsprodukts.²⁴⁷ Neben den Erstversicherern spielen Rückversicherungsunternehmen eine wichtige Rolle, die gegen Prämienzahlung einen Teil der Risiken der Erstversicherer übernehmen. Anders als die deutschen Erstversicherer, die nur einen Bruchteil ihrer Prämien im (v. a. europäischen) Ausland erzielen, erwirtschafteten die deutschen Rückversicherer mehr als 60 % ihrer Prämieinnahmen von rund 44 Mrd. € im Jahr 2007 durch Geschäfte mit ausländischen Versicherern.²⁴⁸

Auf dem deutschen Markt agierten im Jahr 2007 mehr als 600 Versicherungsunternehmen, neben wenigen öffentlich-rechtlichen und ausländischen Versicherern waren diese zum größten Teil als Aktiengesellschaft (52 %) oder als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit organisiert (43 %).²⁴⁹ Laut CEA hatten im Jahr 2006 die 5 größten Anbieter sowohl im Lebens- als auch im Nicht-Lebensversicherungsbereich einen Anteil am deutschen Markt von unter 50 %.²⁵⁰ Gleichwohl wird wiederholt Intransparenz und mangelnder Wettbewerb in Teilbereichen des Marktes kritisiert. So stand der Bereich der Industrieversicherung wiederholt im Fokus der Wettbewerbsbehörden; zuletzt äußerte sich die Europäische Kommission im Jahr 2007 kritisch über die Strukturen der Branche.²⁵¹ Im Zuge der erhöhten Risikomanagement-Anforderungen im Rahmen des sich derzeit in Verhandlung befindlichen internatio-

247 BaFin (Hrsg., 2008): Statistik der BaFin - Erstversicherungsunternehmen '07 (Allgemeine statistische Angaben), Bonn / Frankfurt am Main, S. 20.

(www.bafin.de/clin_116/SharedDocs/Downloads/DE/Service/Statistiken/Statistiken2007/Erstversicherungsunternehmen/st_07_erstvu_allgangaben.templateId=raw.property=publicationFile.pdf/st_07_erstvu_allgangaben.pdf, letzter Zugriff 30.1.2009); GDV (Hrsg., 2008) Statistisches Taschenbuch der Versicherungswirtschaft 2008, Berlin, S. 81 (www.gdv.de/Downloads/Jahrbuch/Stat_TB_2008.pdf, letzter Zugriff 30.1.2009).

248 BaFin (Hrsg., 2008): Statistik der BaFin - Erstversicherungsunternehmen '07 (Allgemeine statistische Angaben), a. a. O., S. 20 ff.; GDV (Hrsg., 2008) Statistisches Taschenbuch der Versicherungswirtschaft 2008, a. a. O., S. 73.

249 BaFin (Hrsg., 2008): Statistik der BaFin - Erstversicherungsunternehmen '07 (Allgemeine statistische Angaben), a. a. O., S. 20.

250 CEA (Hrsg., 2008): European Insurance in Figures, October 2008, Brüssel, S. 45 f. (www.cea.eu/uploads/DocumentsLibrary/documents/1224519688_eif.pdf, letzter Zugriff 30.1.2009).

251 Europäische Kommission (Hrsg., 2007): Commission Staff Working Document - Accompanying the Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - Sector Inquiry under Article 17 of Regulation (EC) No 1/2003 on business insurance (Final Report), Brüssel (eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0556:FIN:EN:PDF, letzter Zugriff 30.1.2009).

nenen Regulierungsrahmens „Solvency II“ erwartet der europäische Verband CEA eine weitere Konsolidierung der Branche.²⁵²

Laut GDV sind in der Branche 220.000 Menschen in einem sozialversicherungspflichtigen Angestelltenverhältnis beschäftigt.²⁵³ Jedoch erfolgt der Vertrieb der Produkte zu einem sehr großen Teil über selbstständige Vermittler, entweder als Vertreter des Versicherungsunternehmens oder einer anderen Vertriebsorganisation oder als Makler im Auftrag der KundInnen. Schätzungen gehen davon aus, dass insgesamt 400.000 bis 500.000 Vermittler größtenteils auf Provisionsbasis Versicherungs- und andere Finanzprodukte verkaufen.²⁵⁴ Im Zuge der 2007 in Deutschland in Kraft getretenen EU-Vermittlerrichtlinie sind die Anforderungen an die Vermittlung von Versicherungen beträchtlich gestiegen, was einen Rückgang der Vermittler-Zahlen erwarten lässt.²⁵⁵

Nachhaltigkeitsherausforderungen der Branche

Wichtige ökologische Nachhaltigkeitsthemen für Versicherungsunternehmen sind der Umgang mit neuen Risiken wie dem Klimawandel und mit ihm zusammenhängenden Katastrophen sowie Risiken, die aus dem Einsatz neuer Technologien entstehen. Neue soziale Risiken stellen geopolitische Umwälzungen, der demografische Wandel oder neue Gesundheitsrisiken dar. Versicherungsunternehmen können durch innovative und verantwortliche Produktgestaltung zur Entwicklung von Lösungen beitragen. Dabei ist es essenziell, allen Betroffenen auch angemessene Produkte anbieten zu können – sei es durch die Entwicklung von Produkten für Gruppen mit besondere Bedürfnissen (z. B. Mikroversicherungen) oder durch eine entsprechende Gestaltung des Versicherungsvertriebs und seiner Anreizstrukturen. Auch die Verwaltung von Kundengeldern und der Versicherungsrücklagen sollte unter Berücksichtigung von sozialen und ökologischen Kriterien erfolgen.

Von sich neu entwickelnden Risiken sind Versicherungsunternehmen durch die Begleichung von Schäden sehr oft unmittelbar betroffen. Eine zentrale Stellung nehmen hierbei vor allem der Klimawandel und damit zusammenhängende Naturkatastrophen ein. Bei 14 der 15 für die Wirtschaft teuersten Naturkatastrophen handelte es sich um Sturmereignisse;²⁵⁶ eine Zunahme dieser Ereignisse wird mit einem weiteren Temperaturanstieg der Atmosphäre und der Meere erwartet. Zur Absicherung von mit dem Klimawandel verbundenen Schäden bieten Versicherungsunternehmen verschiedene Elementarschadenprodukte an. Zur Bemessung der Risiken von Sturmschäden entwickelte die deutsche Versicherungswirtschaft die Datenbank ZÜRS (Zonierungssystem für Überschwemmung, Rückstau und Starkregen), mit dem fast jedes Gebäude einer Risikogruppe zugeordnet werden kann. Mit Hilfe derartiger Instrumente kann die Branche auch staatliche Akteure bei der Risikominimierung unterstützen. Die Herausforderung für die Versicherungswirtschaft besteht darin, derartige Konzepte auszubauen. Auch Versicherungsprodukt-Innovationen sind notwendig, z. B. für die durch Dürren und Brandgefahr besonders stark vom Klimawandel betroffene Forst- und Landwirtschaft.²⁵⁷

252 CEA (Hrsg., 2008): European Insurance in Figures, October 2008, a. a. O., S. 26.

253 GDV (Hrsg., 2008) Statistisches Taschenbuch der Versicherungswirtschaft 2008, a. a. O., S. 13.

254 Habschick, M. / Evers, J. et al (2008): Anforderungen an Finanzvermittler - mehr Qualität, bessere Entscheidungen, Hamburg, S. 15 (http://www.bmelv.de/cdn_045/nn_760530/SharedDocs/downloads/02-Verbraucherschutz/Markt/StudieFinanzvermittler.html_nnn=true, letzter Zugriff 29.1.2009).

255 Habschick, M. / Evers, J. et al (2008): Anforderungen an Finanzvermittler - mehr Qualität, bessere Entscheidungen, a. a. O., S. 112 f.

256 Münchener Rück (Hrsg., 2008): Topics Geo, Naturkatastrophen 2007, Analysen, Bewertungen, Positionen, München, S. 50 (www.munichre.com/publications/302-05698_de.pdf, letzter Zugriff 30.1.2009).

257 vgl. Obermayer, B. (2007): Das Ende des Kornes, in: GDV (Hrsg., 2007): Positionen zu Politik, Wirtschaft und Gesell-

Versicherungsunternehmen können durch neuartige Versicherungsprodukte die Entwicklung und Durchsetzung neuer Technologien fördern. So werden zur Bewältigung des Klimawandels derzeit neuartige Kraftwerke auf der Basis von Wind-, Solar- oder Gezeiten-Energie entwickelt, die mit technischen und ökonomischen Unsicherheiten und somit finanziellen Risiken verbunden sind. Die Entwicklung von Versicherungsprodukten kann dazu beitragen, solche Projekte zu ermöglichen. Ein Beispiel hierfür sind „Fündigkeitsversicherungen“, mit denen sich das Risiko von fehlgeschlagenen Bohrungen bei Geothermieprojekten abdecken lässt. Allerdings können Versicherer auch einen wichtigen Beitrag zur Durchsetzung umstrittener Technologien leisten. So sind mit dem Einsatz der Gentechnologie in der Landwirtschaft oder auch der Nanotechnologie schwer einzuschätzende Haftungsrisiken verbunden, da die Auswirkungen dieser Technologien auf Umwelt und Gesundheit bislang nicht vollständig erfasst sind. Zur Abschätzung der Risiken und zur Gestaltung und Kalkulation entsprechender Deckungskonzepte ist zunächst noch intensive Forschung erforderlich. Die Berücksichtigung von u. U. negativen Auswirkungen derartiger Produktinnovationen bei den Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten ist eine wichtige Aufgabe für Versicherer.

Die grundlegende Frage, welche Risiken aus ethischen, sozialen oder ökologischen Gründen nicht versichert werden sollten, wird von Versicherern nur in Ausnahmefällen gestellt. Während Kreditinstitute z. B. bei finanzierten Projekten inzwischen häufig auf hohe Umwelt- und Sozial-Standards Wert legen (vgl. „Equator Principles“), ist nicht erkennbar, dass z. B. bei der Prüfung von Versicherungsanträgen (Underwriting) für Industrieanlagen oder Infrastrukturprojekten derartige (vom versicherten Risiko unabhängige) Standards zur Anwendung kommen. Weiterhin tragen Versicherer eine Mitverantwortung für die Folgen von Versicherungsproduktinnovationen, wie die oben aufgeführten Probleme bei der Versicherbarkeit von kritischen Produktionstechnologien zeigen. Rückversicherungen, die „Versicherer der Versicherer“, beschäftigen sich besonders stark mit nachhaltigkeitsrelevanten Themen wie z. B. dem Klimawandel. Indem sie bei Verhandlungen über die Rückversicherung von Risiken auch die Anwendung von Nachhaltigkeitsstandards im Versicherungsgeschäft thematisieren, könnten sie eine wichtige Katalysatorfunktion für die bislang eher schwach ausgeprägte Produktverantwortung der Branche einnehmen.

Weiterhin sind Versicherungsunternehmen gehalten zu prüfen, inwiefern innerhalb der regulatorischen Grenzen für Versicherungsprodukte²⁵⁸ durch die Gestaltung von Versicherungsbedingungen und Versicherungstarifen beispielsweise umweltverträglicheres Verhalten gefördert werden kann. Ansätze hierfür sind „pay as you drive“-Tarife für Kfz-Versicherungen oder Angebote, die beim Eintritt eines Schadens bei den KundInnen umweltfreundlichere Neuanschaffungen fördern. Ein Beispiel zur Förderung einer gesünderen Lebensweise unter den Versicherten sind Krankenversicherungsprodukte, die regelmäßige Vorsorgeuntersuchungen oder die Teilnahme an Sport- und Gesundheitskursen durch niedrigere Beiträge belohnen.

Wichtige Impulse v. a. für stärkeren Umweltschutz in Industrie und Gewerbe setzen Versicherungen durch Risikoprüfungs- und -beratungsprozesse. Vor der Versicherung von Gewerbe- und Industriestandorten werden umfassende Compliance- und Risikoanalysen durch den Versicherer durchgeführt. Nicht selten werden dabei Missstände aufgedeckt, die eine

schaft, Ausgabe September 2007, Berlin, S. 4-9 (www.gdv.de/Downloads/Positionen_2007/Positionen_Nr.56.pdf, letzter Zugriff 30.1.2009).

258 vgl. Mills, E. (2007): From Risk to Opportunity 2007, Insurers Responses to Climate Change, Boston, S. 31. (insurance.bl.gov/opportunities/Risk-to-Opportunity-2007.pdf, letzter Zugriff 30.1.2009).

Versicherung nicht oder nur gegen hohe Prämienzahlungen möglich machen. Der Versicherer kann Hinweise geben, durch welche technischen oder organisatorischen Maßnahmen Risiken gemindert und Prämienhöhen reduziert werden können.²⁵⁹ Unter Umweltschutzaspekten spielen hierbei Haftpflichtversicherungen eine zentrale Rolle, die vor allem das Schadensersatzrisiko abdecken. Die neben der Umweltschaden- immer wichtiger werdende Managerhaftpflichtversicherung übernimmt beispielsweise Schadensersatzforderungen im Falle von Fehlentscheidungen. In immer stärkerem Maße fließen auch hier Umweltgesichtspunkte mit ein.²⁶⁰

Ein aus Nachhaltigkeitssicht zentrales Problem ist die geringe Verbreitung von Versicherungsprodukten in so genannten Entwicklungs- und Schwellenländern und hier insbesondere unter den armen Bevölkerungsschichten. Diese sind mangels Kapitalrücklagen von Schäden durch Wetterereignisse oder Naturkatastrophen, Tod oder auch nur Krankheit eines Familienmitglieds schnell existenziell bedroht. Erstere sind besonders kritisch, da von Naturkatastrophen arme Länder häufig besonders stark betroffen sind, denen geeignete Schutzvorrichtungen (z. B. Dämme) fehlen. Die entstehenden Schäden sind in den seltensten Fällen versichert. Für die geringe Verbreitung gibt es eine Reihe von Gründen, z. B. die Abschottung der nationalen Finanzmärkte, die praktisch nicht vorhandenen Vertriebsnetze oder die Nicht-Verfügbarkeit statistischer Daten, die für die Kalkulation der Produkte nötig sind.²⁶¹ Die Versicherungswirtschaft nimmt die Notwendigkeit von sehr preiswerten und einfach gestalteten Mikroversicherungen²⁶² inzwischen als Herausforderung und als Basis für neue Marktchancen wahr; weltweit wird eine Reihe von Projekten durchgeführt, oft mit Unterstützung durch Non-Profit-Organisationen und Regierungen. Notwendig ist der weitere Ausbau dieser Bemühungen auch über Einzelprojekte hinaus.

Aspekte der Produkttransparenz und der Gestaltung des Vertriebs werden im Zusammenhang mit den Nachhaltigkeitsherausforderungen der Branche selten genannt,²⁶³ stellen aus Sicht von Verbraucherschutzorganisationen und Wettbewerbsaufsehern jedoch ein zentrales Problem der deutschen Versicherungsbranche dar. Dass vor allem einkommensschwache Haushalte auch in Deutschland besonders schlecht beraten und abgesichert werden, zeigt die soziale Relevanz dieses Themas. Hinzu kommt ein in der Breite der Bevölkerung geringer Kenntnisstand zu Finanzthemen („financial literacy“). Dies und Informationsasymmetrien bei Versicherungsprodukten²⁶⁴ führen dazu, dass KundInnen die Qualität eines Produkts kaum einschätzen können und häufig dem Vermittler die (Vor-)Entscheidung überlassen. Hier wird von den Unternehmen ein stärkeres Bildungengagement erwartet.²⁶⁵

Das Verhalten des Vermittlers wird jedoch durch die (vom Versicherer vorgegebene) Struktur der Vertriebsprovisionen sowie teilweise hohen Vertriebsdruck beeinflusst. Diese Anreizstrukturen führen dazu, dass sehr häufig vor allem Produkte verkauft werden, die nicht ideal für die KundInnen und zu teuer sind.²⁶⁶ Vermittler und Versicherungsunternehmen verdienen

259 vgl. UNEP FI (Hrsg., 2007): Insuring for Sustainability, Why and how the leaders are doing it, Genf (www.unepfi.org/fileadmin/documents/insuring_for_sustainability.pdf, letzter Zugriff 30.1.2009).

260 vgl. Mills, E. (2007): From Risk to Opportunity 2007, Insurers Responses to Climate Change, a. a. O., S. 13.

261 Münchener Rück (Hrsg., 2008): Topics Geo, Naturkatastrophen 2007, Analysen, Bewertungen, Positionen, a. a. O., S. 7; vgl. UNEP FI (Hrsg., 2007): Insuring for Sustainability, Why and how the leaders are doing it, a. a. O., S. 11.

262 UNEP FI (Hrsg., 2007): Insuring for Sustainability, Why and how the leaders are doing it, a. a. O., S. 51.

263 vgl. Eurosif (Hrsg., 2007): Sector Report – Insurance, Paris, S. 2. (www.eurosif.org/content/download/796/4568/version/1/file/eurosif-sr_insurance.pdf, letzter Zugriff 30.1.2009).

264 Habschick, M. / Evers, J. et al (2008): Anforderungen an Finanzvermittler - mehr Qualität, bessere Entscheidungen, a. a. O., S. 140.

265 vgl. UNEP FI (Hrsg., 2007): Insuring for Sustainability, Why and how the leaders are doing it, a. a. O., S. 12.

266 Habschick, M. / Evers, J. et al (2008): Anforderungen an Finanzvermittler - mehr Qualität, bessere Entscheidungen,

vor allem mit lang laufenden Produkten (z. B. Lebens- oder Krankenversicherungen), die sich für die KundInnen erst sehr spät rechnen. Gerade diese Produkte sind jedoch von einer sehr hohen Quote vorzeitig abgebrochener Verträge betroffen.²⁶⁷ Beschwerden können KundInnen vor allem an die Aufsichtsbehörde BaFin und die Schlichtungsstellen (Ombudsleute) richten; die Zahl der Beschwerden wird als Indikator für die Bedürfnisorientierung der Produkte und des Vertriebs genutzt.²⁶⁸ Dass nicht nur das Privatkundensegment von diesen Problemen betroffen ist, zeigt die Kritik der Europäischen Kommission an den Vertriebsstrukturen in Teilen des Unternehmensversicherungsmarktes.²⁶⁹ Verbraucherschützer kritisieren das System der Vergütung mittels Provisionen und fordern eine stärkere Unterstützung von Vermittlung von Versicherungsprodukten auf Honorarbasis. Diese Form des Vertriebs wird von den Versicherern jedoch erschwert, da sie nur eine geringe Zahl an Tarifen ohne Provisionen (Nettotarife) anbieten.²⁷⁰

Aufgrund dieser Probleme ist der Versicherungsmarkt relativ stark reguliert, besonders in den vergangenen Jahren kam es zu verschiedenen weitreichenden Reformen. So muss PrivatkundInnen in einigen Produktbereichen vor der Vertragsunterzeichnung die Höhe der Provision offengelegt werden. Die Umsetzung der EU-Vermittler-Richtlinie in Deutschland verpflichtet viele Vermittler neuerdings auch zu einer Mindestqualifikation. Jedoch wird problematisch gesehen, dass nur für einen geringen Teil aller Vermittler die Mindestqualifikation „Versicherungsfachmann“ gilt; gebundene Vertreter der Versicherungsunternehmen werden oft intern nicht nach einheitlichen Standards weitergebildet, was zudem den Wechsel in andere Vertriebsorganisationen erschwert.²⁷¹ Unternehmen sollten daher einen hohen Qualifikationsstand ihrer gebundenen Vermittler nach anerkannten Standards anstreben.

Ein weiteres wichtiges Thema des Verbraucherschutzes betrifft den Datenschutz. Im Zentrum der Kritik steht das „Hinweis- und Informationssystem der Versicherungswirtschaft“ des GDV („Uniwagnis-Datei“). Sowohl die Nutzung als auch die Speicherung der Daten ist für KundInnen nicht transparent und wird von Datenschutzorganisationen kritisiert.²⁷² Unternehmen sollten für diese Aspekte Datenschutz-Leitlinien festlegen und diese auch kommunizieren. Umstritten ist zudem der Einsatz von Gentests zur Bestimmung biometrischer Risiken. Zwar haben sich die Mitglieder des GDV bereits 2001 verpflichtet, Gentests zumindest deutschlandweit nicht einzusetzen.²⁷³ Bei international agierenden Unternehmen ist jedoch eine konzernweite Umsetzung der Selbstverpflichtung gefordert. Ebenso wird von den Unternehmen erwartet, sich zum Thema „unzulässige Diskriminierung“ zu positionieren: Seit Jahren steht die Ungleichbehandlung aufgrund des Geschlechts etwa bei Kranken- und Le-

a. a.O., S. 114.

267 BMELV Habschick, M. / Evers, J. et al (2008): Anforderungen an Finanzvermittler - mehr Qualität, bessere Entscheidungen, a. a. O., S. 17.

268 Habschick, M. / Evers, J. et al (2008): Anforderungen an Finanzvermittler - mehr Qualität, bessere Entscheidungen, a. a. O., S. 90.

269 Europäische Kommission (Hrsg., 2007): Wettbewerb: Unternehmensversicherungen – endgültiger Bericht der Kommission über die Sektoruntersuchung, Brüssel (europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/1390&format=PDF&aged=1&language=DE&guiLanguage=en, letzter Zugriff 30.1.2009).

270 vzbv (Hrsg., 2006): Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbandes zur Neugestaltung des Rechts der Versicherungsvermittlung und des Berufs "Versicherungsberater", Berlin, S. 6f. (www.vzbv.de/mediapics/neugestaltung_versicherungsvermittlung_26_03_2006.pdf, letzter Zugriff 30.1.2009).

271 Habschick, M. / Evers, J. et al (2008): Anforderungen an Finanzvermittler - mehr Qualität, bessere Entscheidungen, a. a. O., S. 116.

272 Biermann, K. (2008): Geheime Versicherungsdatei - Mehr Transparenz für Versicherte; in: Die Zeit, Ausgabe 3/2008 (<http://www.zeit.de/online/2008/03/datenschutz-uniwagnis-versicherungen>, letzter Zugriff 30.1.2009); Korczak, D. / Wilken, M. (2008): Scoring im Praxistest: Aussagekraft und Anwendung von Scoringverfahren in der Kreditvergabe und Schlussfolgerungen, München, S. 42 ff. (www.vzbv.de/start/download.php?file=scoring_studie_15_01_2008.pdf&ordner=mediapics, letzter Zugriff 30.1.2009).

273 vgl. Eurosif (Hrsg., 2007): Sector Report – Insurance, a. a. O., S. 2.

bensversicherungen in der Kritik. Dies führte dazu, dass seit 2006 geschlechtsspezifische Tarife bei Riester-Renten untersagt sind. Auch dürfen potenzielle VersicherungsnehmerInnen nicht aufgrund ihrer ethnischen Zugehörigkeit diskriminiert werden.²⁷⁴

Die Verwaltung der Risikoreserven ist ein zentraler Teil der Geschäftstätigkeit nicht nur von Lebens-, sondern von Nicht-Lebensversicherungsunternehmen.²⁷⁵ Eine an den Prinzipien der Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensführung sollte sich folglich auch in der Kapitalanlage widerspiegeln; immerhin betrug die Gesamthöhe der Kapitalanlagen deutscher Versicherungen Ende 2007 fast 1,3 Billionen Euro.²⁷⁶ Daneben sind einige große Versicherungsunternehmen auch als Investmentfonds- und Vermögensverwalter tätig. Grundlegende Strategien zur Verfolgung sozialer und ökologischer Interessen sind dabei die Vermeidung der Investition in Unternehmen, die umstrittene Geschäftspraktiken anwenden („negative screening“), oder umgekehrt die bevorzugte Anlage in Wertpapieren von Unternehmen, die vorbildliches Verhalten demonstrieren („positive screening“). Eine dritte Möglichkeit ist das „engagement“ als Aktionär, z. B. durch Abstimmungsverhalten auf Hauptversammlungen oder durch Direktkontakt mit dem Management. Diese Strategie spielt beispielsweise für verschiedene Versicherungsunternehmen bei Ihrem Engagement für das „Carbon Disclosure Project“ eine Rolle.²⁷⁷

Die unmittelbaren ökologischen Auswirkungen des Bankbetriebs sind, wenn auch gering, so doch vorhanden. Als best-practice-Standard zu deren Minderung können die vom „Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen“ (VfU) entwickelten Kennzahlen²⁷⁸ gelten, die dieser zusammen mit verschiedenen internationalen Finanzdienstleistern entwickelte, um die unmittelbaren Auswirkungen des Geschäftsbetriebs zu messen. Als wichtigste Herausforderung sieht der VfU die Senkung der durch den Geschäftsbetrieb verursachten Treibhausgasemissionen. Dafür ist vor allem eine Verringerung des Energiebedarfs für den Gebäudebetrieb erforderlich. Weiterhin sollte der Umfang von Geschäftsreisen reduziert werden, wobei bei der Erfassung der Reiseaktivitäten zu berücksichtigen ist, dass Kurzstreckenflüge das Klima relativ stärker beeinflussen als Langstreckenflüge. Angesichts des hohen Papierverbrauchs in Banken empfiehlt der VfU weiterhin die Senkung des Gesamtpapierverbrauchs und des Anteils besonders umweltbelastend hergestellten Papiers: Ziel sollte sein, den Anteil von Recyclingpapier zu erhöhen und auf chlorfrei gebleichte Papiersorten umzustellen. Papierfrischfasern sollten möglichst von Bäumen aus nachhaltiger Forstwirtschaft stammen.²⁷⁹ Durch den starken Einsatz von Computertechnik in Banken ist „Green IT“ (umweltschonende Herstellung und Entsorgung der Technik, Minimierung des Energieverbrauchs beim Betrieb) ein wichtiges Thema für die Branche.

Soziale Verantwortung in der Lieferkette trägt ein Versicherungsunternehmen beim Einsatz von Dienstleistern. Die wichtigsten Lieferanten sollten einer Bewertung ihrer Beschäftigungspraktiken unterzogen werden.²⁸⁰ Dies betrifft vor allem Dienstleistungsunternehmen

274 vgl. der geschilderte Fall in BaFin (Hrsg., 2008): Jahresbericht der BaFin 2007, Bonn / Frankfurt am Main, S. 102. (www.bafin.de/cn_116/nn_722564/SharedDocs/Downloads/DE/Service/Jahresberichte/2007/jb_2007_gesamt.templateId=raw,property=publicationFile.pdf/jb_2007_gesamt.pdf; letzter Zugriff 29.1.2009).

275 Eurosif (Hrsg., 2007): Sector Report – Insurance, a. a. O., S. 1.

276 BaFin (Hrsg., 2008): Jahresbericht der BaFin 2007, a. a. O., S. 89.

277 Carbon Disclosure Project / BVI / WWF (Hrsg., 2008): Carbon Disclosure Project Bericht 2008 Deutschland, London / Frankfurt a.M. / Berlin, S. 4 ff. (www.bvi.de/export/sites/internet_relaunch/downloads/cdp/2008_cdp_report_deutsch.pdf, letzter Zugriff 29.1.2009).

278 VfU (Hrsg., 2005) VfU-Kennzahlen 2005: Kennzahlen zur betrieblichen Umweltleistung für Finanzdienstleister (www.vfu.de/scin/userdata/File/Downloads/indicators-2005/VfU-Kennzahlen-2005.pdf, letzter Zugriff 29.1.2009).

279 VfU (Hrsg., 2005) VfU-Kennzahlen 2005: Kennzahlen zur betrieblichen Umweltleistung für Finanzdienstleister, a. a. O.

280 Schmid-Schönbein O, Braunschweig A, Oetterli G (2002): SPI-Finance 2002: Social Performance Indicators for the Fi-

wie Wach- und Reinigungsdienste sowie Call Center mit häufig prekären Arbeitsverhältnissen. Eine zunehmende Herausforderung stellt der immer stärkere Einsatz externer Dienstleister im Schadensfall dar, etwa von Vertrags-Werkstätten für beschädigte Autos oder von Pflegediensten im Falle eines Unfalls. Sozial- und Umweltstandards für diese Dienstleistungen (mit) zu entwickeln, ist hier die zentrale Herausforderung.²⁸¹

Branchenspezifische Kriterien

A.5.2 Schadstoffemissionen in die Luft und Lärmemissionen

Dieses Kriterium ist für Finanzdienstleister nicht relevant und wird nicht bewertet.

A.5.3 Rohstoff- und Materialeinsatz

5 Der Bericht enthält eine Aufschlüsselung der wesentlichen Stoffströme nach Art und Menge. Das Unternehmen stellt seine Materialeffizienz und deren zeitliche Entwicklung dar; erwünscht ist eine Einordnung der Materialkosten in die operativen Gesamtkosten.

Das Unternehmen macht Aussagen zum Einsatz von Recyclingmaterialien oder von nachwachsenden und ökologisch verträglich angebauten Rohstoffen und gibt eine quantitative Einordnung. Besondere ökologische Aspekte eingesetzter Rohstoffe und Materialien werden aufgezeigt.

Das Unternehmen betreffende Rohstoffverknappungen werden dargestellt; über verfolgte Konzepte, die Abhängigkeiten abzubauen und Verfügbarkeiten zu sichern, wird berichtet. Gefordert sind Zahlenangaben zu den wesentlichen Stoffströmen (darzustellender Trend: 3 Jahre) und zwar zum

- a) Verbrauch von Rohstoffen
- b) Verbrauch von Hilfs- und Betriebsstoffen
- c) Verbrauch von Vorprodukten und ggf. Einsatzmitteln; sofern wesentlich, explizit Materialeinsatz für Transport- und Produktverpackungen.

Zum Materialeinsatz bei Finanzdienstleistern zählt (neben Energie A.5.1 und Wasser A.5.5) der Papiereinsatz. Erforderlich sind folgende Zahlenangaben (darzustellender Trend mindestens 3 Jahre):

- a) Anteil Recyclingpapier aus Sekundär-(Altpapier-)Fasern**
- b) Anteil Frischfaserpapier (ECF und TCF)²⁸²**
- c) Anteil Frischfaserpapier (elementarchlor-gebleicht)**
- d) Anteil Verbrauch von Papier mit FSC – Label**

3 Die formulierten Anforderungen werden weitgehend erfüllt.

nancial Industry, Zürich, S. 59 (www.e2mc.com/bilder/downloads/SPI_Finance_2002.pdf, letzter Zugriff 29.1.2009).

281 UNEP FI (Hrsg., 2007): Insuring for Sustainability, Why and how the leaders are doing it, a. a. O., S. 32.

282 ECF = Elementary Chlorine Free, vorwiegend mit Chlordioxid gebleicht; TCF = Totally Chlorine Free, d. h. völlig chlorfrei, nur mit Wasserstoff, Sauerstoff oder Ozon gebleicht.

- 1 Die formulierten Anforderungen werden nur zum geringen Teil erfüllt.
- 0 Es sind keine Darstellungen und Angaben vorhanden.

A.5.4 Abfallmanagement

- 5 Der Bericht macht genaue Angaben zur Gesamtabfallmenge, differenziert nach den wichtigsten Abfallarten. Bei besonderer Mengenrelevanz und/oder Gefährlichkeit einzelner Abfallarten werden Konzepte und Maßnahmen zur Vermeidung, Kreislaufführung und sicheren Behandlung dargelegt.

Gefordert sind Zahlenangaben (darzustellender Trend: 3 Jahre) zu

- a) Gesamtabfall, differenziert nach Beseitigung und zur Verwertung
 - b) **Gesamtabfall, differenziert insbesondere nach Papier und Elektronikmüll.**
- 3 Die formulierten Anforderungen werden weitgehend erfüllt. **Es werden entweder nicht alle geforderten Zahlenangaben gemacht oder es wird trotz Relevanz nicht auf Maßnahmen und Konzepte eingegangen.**
 - 1 Die formulierten Anforderungen werden nur zum geringen Teil erfüllt.
 - 0 Es sind keine Darstellungen und Angaben vorhanden.

A.5.5 Wassermanagement

- 5 Im Bericht werden genaue Angaben zu Wasserentnahme und –verbrauch gemacht und die regionenspezifische Relevanz des Wasserverbrauchs bewertet. Bei besonderer Relevanz werden Konzepte und Maßnahmen zur absoluten Verbrauchsminderung und zur Effizienzsteigerung dargelegt.

Finanzdienstleister berichten über ihren Gesamt-Wasserverbrauch (darzustellender Trend: 3 Jahre).

- 3 Die formulierten Anforderungen werden weitgehend erfüllt.
- 1 Die formulierten Anforderungen werden nur zum geringen Teil erfüllt.
- 0 Es sind keine Darstellungen und Angaben vorhanden.

A.5.7 Produktions- und Transportunfälle, Freisetzung von Chemikalien, Kraftstoffen, Ölen

Dieses Kriterium ist für Finanzdienstleister nicht relevant und wird nicht bewertet.



A.6.1 Soziale und ökologische Aspekte der Produktentwicklung

- 5 Der Bericht vermittelt, dass das Unternehmen auf eine stetige Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitswirkungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette und des Produktlebenswegs abzielt. **Das Unternehmen stellt Ansätze von ganzheitlichen Wirkungsanalysen zur Erfassung und Bewertung auch indirekter sozialer und ökologischer Folgen von Versicherungsprodukten vor.**

Hierfür wird explizit auf Fragen der an Nachhaltigkeitsanforderungen orientierten Produktentwicklung eingegangen, wesentliche Aspekte werden dabei herausgestellt. Es wird gezeigt, wie Nachhaltigkeitsbelange systematisch in die Produktentwicklung integriert sind und dabei geeignete Instrumente (z. B. ABC- und Cross-Impact-Analysen, Produktbilanzen und Produktlinienanalysen, Ressourcen- und Lebenszykluskostenrechnungen, Ökoeffizienzanalysen und Umweltinformationssysteme) zum Einsatz kommen. Dargestellte Produktbeispiele sind durch ihre Nachhaltigkeitsrelevanz oder ihren bedeutenden Anteil an der Produktpalette begründet.

Das Unternehmen stellt dar, wie die Integration von ökologischen und sozialen Zielen ins Asset Management erfolgt (z. B. Kriterien für Negativ- und Positivscreening möglicher Investments, Ziele des Shareholder-Engagements). Erwünscht ist die Darstellung der Form der Anwendung von sozialen und ökologischen Kriterien durch externe Rating-Agenturen oder eigenes Research.

Es wird deutlich, dass das Unternehmen eine ambitionierte nachhaltige Produktpolitik verfolgt, z. B. durch Angabe der für an Nachhaltigkeitsanforderungen orientierte Innovationen eingesetzten Investitionen.

- 3 Es wird auf Fragen der an Nachhaltigkeitsanforderungen orientierten Produktentwicklung eingegangen. Die Darlegungen beziehen sich aber nur auf einen Teil der Produktentwicklung oder es wird nicht deutlich, ob Nachhaltigkeitsanforderungen für alle Entwicklungen gelten.
- 1 Die formulierten Anforderungen werden nur zum geringen Teil erfüllt, d. h. es gibt eine zufällige Auswahl von Beispielen der Produktentwicklung.
- 0 Es sind keine Darstellungen und Angaben vorhanden.

A.6.2 Ökologische Verträglichkeit der Produkte

- 5 Das Unternehmen stellt dar, dass und in welchem Umfang das Produkt- und Dienstleistungsportfolio umweltverträglich ausgerichtet ist.

Versicherungsunternehmen gehen dabei auf wenigstens 3 der folgenden 4 Punkte näher ein:

- a) **Versicherungsprodukte allgemein: Ansätze zur Förderung umweltschonender Produktinnovationen (z. B. technische Versicherungen für neue Energietechnologien; Anreize zur Förderung eines umweltfreundlichen Verhalten der VerbraucherInnen)**

- b) Underwriting: Ansätze zur Berücksichtigung von Umweltstandards (z. B. negative Auswirkungen auf Biodiversität durch versicherte Objekte) im Underwriting und deren Durchsetzung (insbesondere bei Industrie- und Gewerbeversicherungen)**
 - c) Schadensversicherungen: Anreize zur Beschaffung umweltfreundlicher Ersatzprodukte und –technologien im Schadensfall sowie zur Förderung eines nachhaltigen Verhaltens durch die Produktgestaltung (z. B. pay-as-you-drive-Tarife oder günstigere Konditionen für energieeffiziente Gebäude bei Gebäudeversicherungen)**
 - d) Asset Management: Anteil von nach ökologischen Kriterien verwalteten Assets unter Angabe der zugrundeliegenden Kriterien zur Abgrenzung von konventionellen Anlagen. (Hinweis: Zahlenangaben können mit nach sozialen Kriterien verwalteten Assets zusammengefasst werden.)**
- 3 Über die ökologische Verträglichkeit von Produkten wird berichtet. Die Darlegungen beziehen sich aber nur auf einen Teil der Produkte und Dienstleistungen oder es wird nicht deutlich, welchen quantitativen Anteil des Gesamtportfolios die betrachteten Produkte umfassen.
- 1 Die formulierten Anforderungen werden nur zum geringen Teil erfüllt. Über die ökologische Verträglichkeit von Produkten wird zwar berichtet, jedoch werden dabei für die Produkte wesentliche ökologische Wirkungen nicht erfasst.
- 0 Es sind keine Darstellungen und Angaben vorhanden.

A.6.3 Verbraucherorientierung

- 5 Das Unternehmen stellt dar, dass und in welchem Umfang das Produkt- und Dienstleistungsportfolio an gesellschaftlichen Bedürfnissen ausgerichtet ist und spezifische Anforderungen von Minderheiten berücksichtigt. Dabei werden ggf. folgende Aspekte einbezogen:
- a) Berücksichtigung von Jugendschutzaspekten und Orientierung an spezifischen Bedürfnissen von Verbrauchergruppen (z. B. SeniorInnen, Menschen mit Behinderung)
 - b) faire Preisgestaltung in Markt Bereichen mit eingeschränktem Wettbewerb und eine spezifische Produktausrichtung für einkommensschwache Zielgruppen (Bottom of the Pyramid) zur Ermöglichung einer wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Teilhabe
 - c) Ermittlung von Kundenwünschen und –ansprüchen, etwa mittels Kundenbefragungen
 - d) Underwriting: Darstellung von Ansätzen zur Berücksichtigung von Sozialstandards (v. a. Menschen- oder Arbeitsrechte) und deren Durchsetzung (insbesondere bei Industrie- und Gewerbeversicherungen)**
 - e) Asset Management: Anteil von nach sozialen Kriterien verwalteten Assets unter Angabe der zugrundeliegenden Kriterien zur Abgrenzung von konventionellen Anlagen.**

Das Unternehmen stellt zudem Politik und Praxis von Kundeninformation und Verbraucherschutz dar. Dabei berichtet es, sofern relevant, über folgende Bereiche:

- f) Einbeziehung von Nachhaltigkeitsinformationen in die Produktwerbung (**insbesondere Information und Verkaufsförderung für sozial und/oder ökologisch orientierte Investmentfonds**) und Sicherstellung ethischer Standards in der Werbung
- g) **Ansätze zur Steigerung der Transparenz von Versicherungsprodukten und Maßnahmen zur „finanziellen Bildung“ der eigenen KundInnen bzw. der breiteren Bevölkerung (Erhöhung der „financial literacy“)**
- h) Maßnahmen zum Verbraucherschutz (z. B. Beschwerdesysteme und Handhabung von Reklamationen, Praxis von Rückrufaktionen)
- i) Betroffenheit im Datenschutz (**insbesondere im Zusammenhang mit dem „Hinweis- und Informationssystem der Versicherungswirtschaft“ (sogenannte „Uni-Wagnis-Datei“)**), Umgang mit Kundendaten (Verschlüsselung, Löschung) und etablierte Systeme zur Datensicherheit (Ausschluss der Weitergabe, Schutz vor Diebstahl und Missbrauch).

Bei dargestellten Beispielen wird deren quantitative Bedeutung deutlich.

Versicherungsunternehmen stellen ihre Vertriebsphilosophie vor und gehen dabei auf Anreizprobleme und Interessenskonflikte bei der Vermittlung von Versicherungsprodukten sowie diesbezügliche Lösungsansätze ein. Es werden Unternehmensleitlinien zur Sicherstellung der bedarfsgerechten Versorgung von PrivatkundInnen mit Versicherungsprodukten dargestellt.

- 3 Über Aspekte der Verbraucherorientierung, der Kundeninformation und des Verbraucherschutzes wird berichtet, dabei werden für das Unternehmen zentrale Anforderungen hinreichend ausführlich dargestellt.
- 1 Die formulierten Anforderungen werden nur zum geringen Teil erfüllt.
- 0 Es sind keine Darstellungen und Angaben vorhanden.

A.7.1 Soziale Verantwortung in der Lieferkette

- 5 Das Unternehmen stellt dar, wie Arbeits- und Sozialstandards in der Lieferkette umgesetzt werden. Dies umfasst die Bedingungen bei den direkten Lieferanten sowie, falls relevant, bei deren Vorlieferanten. **Finanzdienstleister gehen insbesondere auf die von ihnen eingesetzten Dienstleister ein (z. B. externe Call Center, Wachschutz, Reinigungsunternehmen).**

Hierfür werden die Arbeits- und Sozialstandards des Unternehmens mit Bezug auf international anerkannte Normen und Standards dargestellt (gemäß UN-Menschenrechtserklärung und ILO Kernarbeitsnormen: Recht auf Meinungsfreiheit, Schutz vor Willkür und Verbot der Diskriminierung bei der Arbeit, Verbot von Zwangs- und Kinderarbeit, Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen, Recht auf Gleichberechtigung und angemessene Entlohnung).

Es werden zertifizierte Managementsysteme der Lieferanten angeführt oder ein funktionierendes System nachgewiesen, mit dem die Einhaltung formulierter Standards eingefordert und durchgesetzt wird (Richtlinien, Einkaufskriterien, Prozesse zur Lieferantenbewertung, Auditierungen vor Ort, Sanktionen). Schwerpunktsetzungen in Regionen oder Geschäftsbereichen basieren auf einer Relevanzanalyse.

Dabei wird ein fairer Umgang mit Zulieferern im Sinne von fairen Geschäftsbeziehungen aufgezeigt (Unterstützung in der Umsetzung, wirtschaftliche Tragfähigkeit der Anforderungen, Langfristigkeit der Geschäftsbeziehungen, Darstellung von Partnerschaften bei Projekten und Innovationen).

- 3 Die formulierten Anforderungen werden weitgehend erfüllt, die Standards und die Verfahren zu deren Umsetzung werden für die wesentlichen Beschaffungen dargelegt. Es wird jedoch nicht klar, wie die Umsetzung durchgesetzt, welche Sanktionen bzw. kooperative Unterstützungsmaßnahmen ergriffen werden.
- 1 Die formulierten Anforderungen werden nur zum geringen Teil erfüllt.
- 0 Es sind keine Darstellungen und Angaben vorhanden.

A.7.2 Ökologische Verantwortung in der Lieferkette

- 5 Das Unternehmen stellt dar, dass und wie Umweltstandards bei Lieferanten und Partnern in der Lieferkette umgesetzt werden. Dies umfasst die Umweltwirkungen bei den direkten Lieferanten und falls relevant, deren Vorlieferanten sowie die Umweltwirkungen der gelieferten Produkte bzw. Anlagen.

Es werden zertifizierte Managementsysteme der Lieferanten angeführt oder ein funktionierendes System nachgewiesen, mit dem die Einhaltung formulierter Standards eingefordert und durchgesetzt wird (Richtlinien, Einkaufskriterien, Prozesse zur Lieferantenbewertung, Auditierungen vor Ort, Sanktionen). Schwerpunktsetzungen in Regionen oder Geschäftsbereichen basieren auf einer Relevanzanalyse.

Dabei wird ein fairer Umgang mit Zulieferern im Sinne von fairen Geschäftsbeziehungen aufgezeigt (Unterstützung in der Umsetzung, wirtschaftliche Tragfähigkeit der Anforderungen, Langfristigkeit der Geschäftsbeziehungen, Darstellung von Partnerschaften bei Projekten und Innovationen).

Finanzdienstleister gehen hierbei vor allem auf Beschaffung und Entsorgung von Informationstechnologie, insbesondere Hardware, ein.

- 3 Die formulierten Anforderungen werden weitgehend erfüllt, die Standards und die Verfahren zu deren Umsetzung werden für die wesentlichen Beschaffungen dargelegt. Es wird jedoch nicht klar, wie die Umsetzung durchgesetzt, welche Sanktionen bzw. kooperativen Unterstützungsmaßnahmen ergriffen werden.
- 1 Die formulierten Anforderungen werden nur zum geringen Teil erfüllt.
- 0 Es sind keine Darstellungen und Angaben vorhanden.

www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) GmbH, gemeinnützig

Potsdamer Str. 105, D-10785 Berlin

Tel: +49 (0)30 – 884 594-0, Fax: +49 (0)30 – 882 54-39

ranking@ioew.de

<http://www.ioew.de>

future e.V. – verantwortung unternehmen

Am Hof Schultmann 63, D-48163 Münster

Tel: +49 (0)251 – 973 16-34, Fax: +49 (0)251 – 973 16-35

ranking@future-ev.de

<http://www.future-ev.de>