

Nachhaltigkeit in der Lebensversicherung uniVersa unterstützt Brancheninitiative von infinma



uniVersa

© uniVersa

Nachhaltigkeit ist ein weitverbreitetes und wichtiges Thema. Das Institut für Finanz-Markt-Analyse (infinma) hat dazu eine neue Brancheninitiative „Nachhaltigkeit in der Lebensversicherung“ ins Leben gerufen. Zu den Gründungsmitgliedern zählt die uniVersa Lebensversicherung.

Die Brancheninitiative will die Akteure auf dem Markt der Altersvorsorge und Biometrie zusammenbringen, also Erst- und Rückversicherer, Kapitalanlagegesellschaften, Banken, Makler, Vertriebe und Pools. Ziel ist es, Wissen rund um das Thema Nachhaltigkeit einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen, Know-how zu bündeln und zur Verfügung zu stellen. Zudem sollen damit auch die anstehenden Änderungen der Versicherungsvertriebsrichtlinie und die künftigen Nachhaltigkeitspräferenzen von Kunden aktiv begleitet werden. Die uniVersa plant darüber hinaus eine markt- und vertriebskonforme Ausrichtung ihres Produktangebots und der Kommunikation. So soll beispielsweise die angebotene Fondspalette um nachhaltige Top-Fonds weiter ergänzt und dies kommunikativ aufbereitet werden.

Pressekontakt:

Stefan Taschner
Telefon: 0911 / 5307-1698
Fax: 0911 / 5307-1676

E-Mail: presse@universa.de

Unternehmen

uniVersa
Sulzbacher Straße 1 - 7
90489 Nürnberg

Internet: www.universa.de

Über uniVersa

Die uniVersa Versicherungsunternehmen sind eine Unternehmensgruppe mit langer Tradition und großer Erfahrung, deren Ursprünge auf das Jahr 1843 – dem Gründungsjahr der uniVersa Krankenversicherung a.G. als älteste private Krankenversicherung Deutschlands und 1857, dem Gründungsjahr der uniVersa Lebensversicherung a.G. – zurückgehen. Als moderner Finanzdienstleister ist die uniVersa heute auf die Rundum-Lösung von Versorgungsproblemen vornehmlich der privaten Haushalte sowie kleinerer und mittlerer Betriebe spezialisiert. Rund 7.000 Mitarbeiter und Vertriebspartner stehen bundesweit als kompetente Ansprechpartner den Kunden zur Verfügung.