

## CSR und Nachhaltigkeit: Versicherer verschenken Wettbewerbsvorteile

**Das Update der Studie „Nachhaltigkeit in der Assekuranz“ von AMC und BetterRelations nimmt die Versicherungsbranche erneut unter die Lupe. Wie steht es um die unternehmerische Verantwortung in der Assekuranz? Fakt ist: Viele Versicherer verschenken Chancen und Wettbewerbsvorteile. Nur wenige Versicherer, wie Barmenia, ERGO und Generali, wissen wie's geht - und warum es sich lohnt.**

**Das Update der Studie „Nachhaltigkeit in der Assekuranz“ von AMC und BetterRelations nimmt die Versicherungsbranche erneut unter die Lupe. Wie steht es um die unternehmerische Verantwortung in der Assekuranz? Fakt ist: Viele Versicherer verschenken Chancen und Wettbewerbsvorteile. Nur wenige Versicherer, wie Barmenia, ERGO und Generali, wissen wie's geht - und warum es sich lohnt.**

Langfristige Absicherung allein macht noch keine konsistente Nachhaltigkeitsstrategie. Ebenso wenig wie Einzelmaßnahmen, die zum Teil nachträglich als Nachhaltigkeitsengagement deklariert werden. Das Update der Studie zeigt: Versicherer scheinen das wichtige Thema unternehmerische Verantwortung immer noch zu ignorieren. Kaum eine Branche legt eine derartige Ignoranz an den Tag.

Dazu Studienleiterin Désirée Schubert: „Auf Branchenebene gibt es bislang kein gemeinsames Verständnis über Notwendigkeit, Inhalt und Vorgehen bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit. Es hat uns erschüttert, dass der Anteil der Versicherer, die unternehmerische Verantwortung als Management-Konzept ganzheitlich umsetzen, derart gering ist. Gemessen an ihrer volkswirtschaftlichen und gesellschaftlichen Relevanz ist das ein unangemessener Zustand“.

Das Gros der Versicherer schenkt dem Ganzen kaum Beachtung. Wenn überhaupt, dann hat man erkannt, dass es sich gut als Kommunikations- und Marketingthema eignet. Nur wenige Vorreiter, wie z.B. Barmenia, ERGO, Generali und die Provinzial Rheinland haben das Potenzial erkannt und sind überzeugt, dass eine ganzheitliche strategische Umsetzung zum Unternehmenserfolg beiträgt. Vorteile sehen sie vor allem in folgenden Bereichen:

- Mitarbeiter gewinnen, binden, motivieren
- Kostenreduktion durch Ressourcen-Effizienz
- Erschließen neuer Produktansätze und Kundensegmente
- Reputation und Markenwahrnehmung

„Versicherer scheinen derzeit kaum auf den wachsenden Druck der Kunden, Öffentlichkeit und Politik vorbereitet zu sein, die das Thema Nachhaltigkeit und CSR künftig immer stärker verpflichtend einfordern werden. Bestehende Organisationen und Verbände - darunter auch der GDV - bieten nur unzureichende Unterstützung und Rahmenbedingungen für den branchenweiten Austausch an“, ergänzt Riccardo Wagner von BetterRelations.

Die Studienautoren kommen zu dem Schluss, dass es für die Branche höchste Zeit ist, in einen längst überfälligen Strategieprozess zur Nachhaltigkeit einzusteigen. So ergeben sich für aktive Unternehmen eine Vielzahl an Ansatzpunkten, um das Nachhaltige in der Nachhaltigkeitsfindung zu fördern.

Mehr zur aktuellen Studie: Das Studien-Update kostet 750,- Euro zzgl. MwSt. und zeigt den

Status Quo der Nachhaltigkeit in der Assekuranz-Branche auf. Die Ergebnisse basieren auf einer Online-Umfrage und Interviews mit ausgewählten Experten der Branche. Daraus ableitend werden relevante Handlungsperspektiven aufgezeigt. Auch eine Erörterung zur Rolle des GDV ist Teil des Updates. Das knapp 100 Seiten starke Update gibt einen Rundumblick zum Thema unternehmerische Verantwortung in der Assekuranz.

**Pressekontakt:**

Désirée Schubert

Telefon: 0221 / 39 85 973

E-Mail: [schubert@amc-forum.de](mailto:schubert@amc-forum.de)

**Unternehmen:**

AMC Finanzmarkt GmbH

Georgstraße 5a

50676 Köln

Internet: [www.amc-forum.de](http://www.amc-forum.de)

**Über AMC Finanzmarkt GmbH**

Die AMC Finanzmarkt GmbH betreut über 100 Partnerunternehmen im AMC-Netzwerk und bietet Beratung, Arbeitskreise, Workshops, Tagungen, Studien und Seminare für Finanzdienstleister an.

amc logo