



# Generali Deutschland: Der grüne Weg zum Lifetime Partner

19. September 2022

Dr. Mirko Tillmann | Ingo Sennholz

# Internationale Generali Group auf einen Blick

**Einer der führenden  
Versicherer weltweit**



\* Bestätigt im Dow Jones Sustainability World Index (DJSI) sowie im Dow Jones Sustainability Europe Index (DJSI Europe)



# Generali in Deutschland ist einer der größten Erstversicherer auf dem deutschen Markt



10 Millionen Kunden



Vorreiter in Smart-Insurance  
Generali Group



9.100 Mitarbeiterinnen  
und Mitarbeiter



14,9 Mrd. € Beiträge im  
Versicherungsgeschäft 2021



Nr. 1 in der fondsgebundenen  
Lebensversicherung



Erstklassig in der  
betrieblichen Altersversorgung



Führend im Vertrieb:

- ▶ Nr. 1 in der Vermögensberatung mit über 18.500 Vermögensberaterinnen und Vermögensberater in mehr als 5.200 Direktionen und Geschäftsstellen der Deutschen Vermögensberatung (DVAG)
- ▶ Nr. 1 im Direkt- und Digitalvertrieb (CosmosDirekt)
- ▶ Rund 19.000 unabhängige Vertriebspartner (Makler)



# Seit 190 Jahren übernimmt Generali Verantwortung

Nachhaltigkeit ist Teil unserer DNA und ist ein zentraler Impulsgeber, um eine bessere Zukunft zu gestalten



- Seit unserer Gründung vor 190 Jahren übernehmen wir Verantwortung für Kunden und Gesellschaft.
- Aber wie auch die Gesellschaft muss sich Generali den großen globalen ökologischen und sozialen Herausforderungen unserer Zeit stellen.

## Generali als “SUSTAINABLE RECOVERY LEADER“:

- Wir ergreifen die Chancen, die sich jetzt an diesem Wendepunkt bieten
- mit Innovationen, sozialer Verantwortung und einem starken finanziellen Engagement gestalten wir eine bessere Zukunft für Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt.

# Wesentlichkeitsmatrix als Grundlage der Integration globaler Herausforderungen auf die Unternehmensebene der Generali Gruppe

Die Wesentlichkeitsmatrix (Update 2020) integriert die globalen Herausforderungen auf Unternehmensebene der Generali Gruppe



# Der Nachhaltigkeitsansatz der Generali Gruppe strebt die nachhaltige Transformation des gesamten Unternehmens an

Der Nachhaltigkeitsansatz der Generali Gruppe strebt eine nachhaltige Transformation des Unternehmens an

## GESAMT AMBITION

- Positionierung von Generali als transformatives, wirkungsorientiertes Unternehmen, das eine umfassende Integration von Nachhaltigkeit in das Kerngeschäft anstrebt

## UMFANG UND ZIELE

- Festlegung eines kohärenten Nachhaltigkeitsrahmens mit Ambitionsniveau, KPIs und Zielen
- Förderung einer nachhaltigen Unternehmenstransformation innerhalb von Generali

# Mit dem Strategieprojekt GD24 Sustainability und der “Mission Sustainability“ streben wir am deutschen Markt eine Frontrunner Position an



Foot Print

## 100% NACHHALTIGER GESCHÄFTSBETRIEB

- Treibhausgas (THG) Neutralität im operativen Geschäftsbetrieb ab 2021 mit innovativem Ansatz
- Ökologischer Geschäftsbetrieb<sup>1</sup> bis 2025 (Ziel: Reduktion der Verbräuche; z.B. Pilot Green Building COSMOS)
- THG-Neutralität im Gesamt-Anlageportfolio<sup>2</sup> bis 2050



## 100% NACHHALTIGE LÖSUNGEN FÜR UNSERE KUNDEN UND PARTNER

- Umweltfreundliche Produkte & Dienstleistungen<sup>3</sup> zur Förderung eines verantwortungsvollen Verbraucherverhaltens
- Zusammenarbeit mit externen Partnern zur Reduktion der THG-Emissionen in gesamter Wertschöpfungskette
- Ökoeffiziente Kunden- und Vertriebschnittstellen durch Digitalisierung und Innovation



## 100% NACHHALTIGE UNTERNEHMENSKULTUR UND STRATEGIEINTEGRATION

- Nachhaltiges Handeln und Denken als Teil unserer Unternehmenskultur
- Integration von Nachhaltigkeitszielen in Bonus- und Anreizsysteme für Top-Management und alle Mitarbeiter
- Verknüpfung des Nachhaltigkeits- und Umweltprogramms mit der Unternehmensstrategie



Zeitkorridor teilweise bis 2025 und tlw. bis 2030 (mit Zwischenetappen)

Zielkorridor für Treibhausgas neutrale Investitionen bis 2050

# Externe Bestätigung: Im ESG-Unternehmensrating von Franke und Bornberg erzielt Generali Deutschland als bester Versicherer ein „Sehr gut“ (FFF)

**#1 Bester  
Versicherer**

## Die ESG-Ratingkategorien\*

Environmental	Social	Governance
CO <sub>2</sub> -Fußabdruck	Gesundheitsförderung	Anlagestrategien
Treibhausgas-Reduktion	Vereinbarkeit von Beruf & Familie	Kapitalanlage
Dienstreisen	Geschlechtergleichheit	Mitgliedschaften
Nachhaltiger Arbeitsweg	Inklusion	Verankerung im Unternehmen
Papierverbrauch	Allgemeinwohl	Ausschlusskriterien
Stromverbrauch	Ausschlusskriterien	
Aufteilung des Stromverbrauchs	Nichtversicherung	
Wasserverbrauch		
Abfallmenge		
Gebäudezertifizierung		
Ausschlusskriterien		
Nichtversicherung		

\*Inklusive der in der Beurteilung berücksichtigten Sachverhalte.

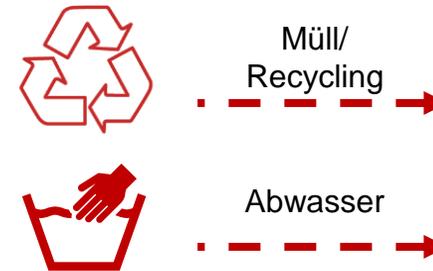
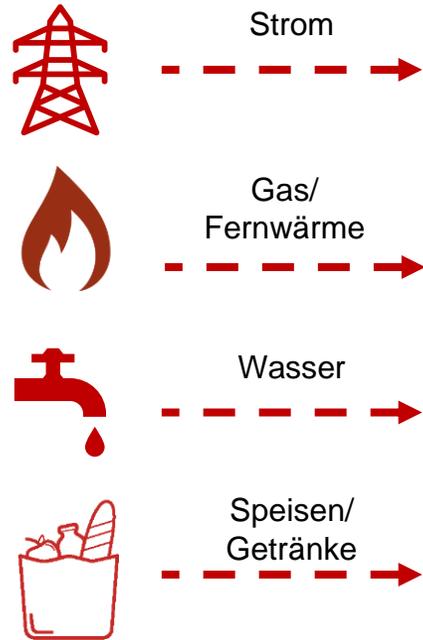
© 08/2022 Franke und Bornberg GmbH

## Das Gesamtrating der Generali in Deutschland

Teilbereich	Beurteilung	Gewichtung	Wertung
E - Umwelt	Gut	0,5	73 %
S - Soziales	Hervorragend	0,25	85 %
G - Gute Unternehmensführung	Hervorragend	0,25	86 %
<b>Gesamtwertung</b>	<b>Sehr gut</b>	<b>FFF</b>	<b>79 %</b>

© 08/2022 Franke und Bornberg GmbH

# Ganzheitlicher Ansatz zur umfassenden und schnellen Verbesserung der ESG-Konformität unserer Gebäude



- 1 Umweltfreundlicher Einkauf
- 2 Energie selbst produzieren

- 3 Reduktion Verbrauch / Verbesserung Effizienz

Hebel zur Steigerung der Umweltfreundlichkeit unserer Gebäude

# Vorgehensmodell zur Analyse, Bewertung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen



# Mit Fokus auf fünf Schwerpunkte erreichen wir mehr Nachhaltigkeit in der Betriebsgastronomie

Sustainability Konzept Catering **2024**

## Vegetarisches / veganes Angebot

Deutliche Reduktion des Fleischkonsums, Stärkung vegetarisches / veganes Angebot, Fleischauswahl verstärkt nach Nachhaltigkeitskriterien  
Förderung einer noch gesünderen Ernährung



## Saisonal und Regional

Einkauf mit stärkerem Fokus auf Regionalität / Saisonalität, Bio-Lebensmittel  
Verbindliche Definition von Saisonal- & Regional-Standards



## Partnermanagement

Forderung nachhaltiger Verhaltensweisen der Grossisten und externen Partner  
Vorgaben zu Lebensmittelherkunft und -qualität



## Ressourcenschonung

Verwendung von Mehrweg- und Bio-Verpackungen, Reduktion Food-Waste (Mengenprognose, Portionsgrößen), Monitoring/Reduktion Energie- & Wasserverbrauch in den Küchen, Nutzung von umweltfreundlichen Reinigungsmitteln

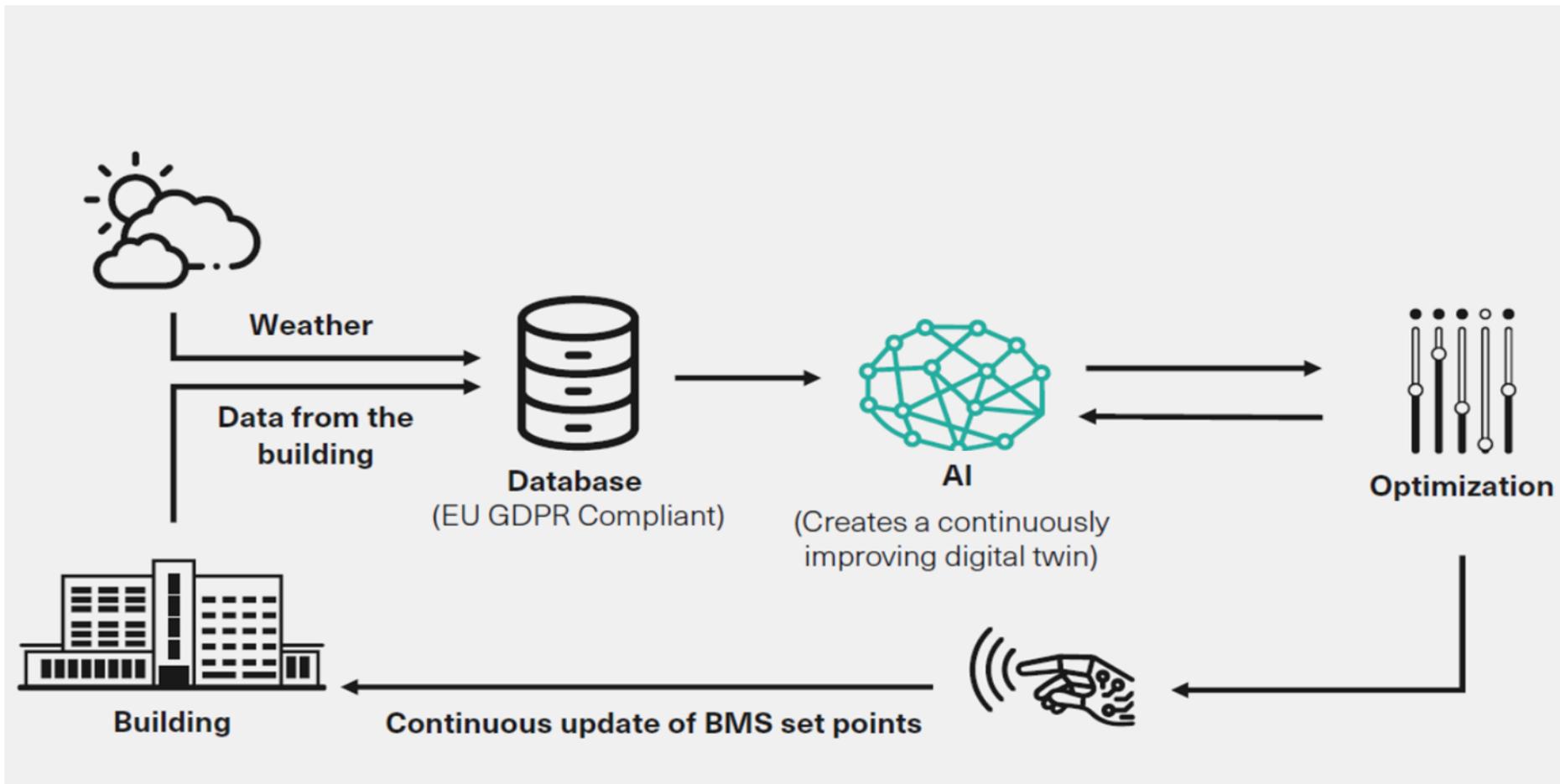


## Kommunikation und Engagement

Förderung von Awareness und Akzeptanz bei Mitarbeitenden zur verstärkten Nutzung des nachhaltigen Angebots  
Aktionswochen, Testphasen, Lernformate etc.



# Steuerung des Gebäudemanagementsystems mittels Künstlicher Intelligenz (KI)





# Generali Deutschland: der grüne Weg zum Lifetime Partner

19. September 2022

Dr. Mirko Tillmann | Ingo Sennholz