

NACHHALTIGKEITS-STRATEGIE

2023

Allianz Agentur Avit

Inh. Pfnausch & Wolf OHG

Marktplatz 36

97070 Würzburg

0931-65590

pfnausch-wolf@allianz.de

www.allianz-pfnausch-wolf.de



Inhaltsverzeichnis

ANGABEN ZUM VERMITTLERBETRIEB	4
NACHHALTIGKEITS-STRATEGIE	7
STRATEGIE	8
NACHHALTIGKEITS- STRATEGIE	9
WESENTLICHKEIT	
TIEFE DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE	13
UNTERNEHMENS-FÜHRUNG	15
PROZESSE UND REGELN	16
NACHHALTIGE FÜHRUNG	17
STAKEHOLDER	19
UMWELT	21
RESSOURCENNUTZUNG UND EMISSIONEN	22
RESSOURCENMANAGEMENT	23
UMWELT-ENGAGEMENT	25
GESELLSCHAFT	26
MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE	27
GEMEINWESEN UND SOLIDARITÄT	
COMPLIANCE	37

Vermittlerbetrieb Eine Initiative des BVK www.nachhaltiger-vermittle

Nachhaltigkeit-Strategie

Vorwort

"Nachhaltigkeit" ist die Fähigkeit, zu existieren und sich zu entwickeln, ohne hierbei die natürlichen Ressourcen für die Zukunft zu erschöpfen.

Auch wir, die Allianz Agentur Avit Inh. Pfnausch & Wolf OHG, möchten uns mit dem Thema "Nachhaltigkeit" auseinandersetzen. Wir möchten Ziele setzen, Pläne erstellen und Maßnahmen ergreifen, um eine Nachhaltigkeits-Strategie zu entwickeln. Wir haben erkannt, dass auch wir auf unterschiedlicher Art und Weise unseren Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten können und hiermit einen positiven Einfluss auf unseren Betrieb, unsere Mitarbeiter sowie auch unseren Kunden verschaffen.

Mithilfe der Brancheninitiative "Nachhaltiger Vermittlerbetrieb" möchten wir unsere Nachhaltigkeits-Strategie veröffentlichen und somit all unsere Kunden und Interessenten über unsere Mission informieren.





Teil 1

Angaben zum Vermittlerbetrieb

Wir versichern Mainfranken! Unter diesem Motto bietet die Allianz Agentur Avit Inh. Pfnausch & Wolf OHG kompetente Unterstützung bei allen Versicherungsfragen an. Ganz gleich, ob Sie sich gegen Risiken schützen, Ihre Familie absichern oder für das Alter vorsorgen wollen: Für Privat- und Firmenkunden ermitteln wir genau das Allianz-Produkt, das am besten zu Ihrer persönlichen Situation passt.

Im Regierungsbezirk Unterfranken, arbeiten wir, die Agenturinhaber Florian Pfnausch und Benedikt Wolf, daran, das oftmals als "trocken" empfundene Thema Versicherungen zu entstauben und mit Feuereifer, Leidenschaft und Fairness zu reformieren. Dass unsere Devise ankommt, erkennen wir an der hohen Zufriedenheit unserer Stammkunden.

Zudem bieten wir auch Neukunden bedarfsgerechte und individuelle Versicherungen an, und gehen dabei mit dem Puls der Zeit! Vom noch recht jungen Cyber-Schutz als Absicherung gegen Hackerangriffe in Unternehmen bis zu ganz klassischen Produkten für Privatkunden, wie Kfz-Versicherung, Berufsunfähigkeitsversicherung, Privathaftpflicht oder der privaten Krankenversicherung für besten Gesundheitsschutz haben wir ein Versicherungsportfolio ausgerichtet.



Unser Team



Benedikt Wolf Agenturinhaber



Florian Pfnausch Agenturinhaber



Jonas Grötzinger Kundenberater



Axel Benz Firmenspezialist



Michael
Pfnausch
Kundenberater und
Schadenmanagement



Anita

Wenzel

Vertriebsassistentin und
Schadenmanagement Firmenkunden



Petra
Gay
Vertriebsassistentin und
Schadenmanagement



Julia Müller Vertriebsassistentin und Schadenmanagement



Rene Bürk Werkstudent



Lena Götz Kundenberaterin (aktuell Elternzeit)



Petra
Schnell
Krankenversicherungs-Spezialisten
Geschäftsstelle Würzburg



Motivation

Die Nachhaltigkeit ist ein sehr aktuelles Thema in unserer Gesellschaft. Der Bedarf nach echter Sustainability ist akuter denn je, da einerseits die ökologischen und sozialen Problemfelder täglich bedrohlicher werden und andererseits der Handlungsdruck auf Unternehmen steigt: Kunden und Investoren fordern überprüfbare Nachhaltigkeit.

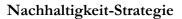
Wir haben festgestellt, dass wir bereits durch das Angebot und die Beratung von verschiedenen Risiko- und Vorsorgelösungen nachhaltig agieren und dadurch einen Beitrag zur Generationengerechtigkeit leisten. Zudem haben wir erkannt, dass wir nur durch gemeinsames Handeln nach dem Leitbild der Nachhaltigkeit als ständigem Ausgleich von Ökologie, Ökonomie und Sozialem, weitere Fehlentwicklungen bremsen oder sogar stoppen können.

Nun haben wir uns dazu entschlossen, freiwillig noch mehr nachhaltige Verantwortung zu übernehmen, um hiermit unseren Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten. Des Weiteren möchten wir uns, durch die frühzeitige Beschäftigung mit den Nachhaltigkeitsaspekten, First Mover Advantages verschaffen. Zudem lassen sich hierdurch Risiken, wie beispielsweise Imageschaden oder der Verlust von Kundinnen und Kunden vermeiden.

Insbesondere möchten wir uns hierbei auf die soziale Nachhaltigkeit fokussieren.

Unser Ziel ist es, uns klarzumachen, was wir bereits im Bereich der Nachhaltigkeit erreicht haben und zu erkennen, wo noch Handlungsbedarf besteht.







Teil 2

NACHHALTIGKEITS-STRATEGIE



Kategorie

STRATEGIE



NACHHALTIGKEITS-STRATEGIE

In diesem Abschnitt beschreiben wir, wie wir mit den Nachhaltigkeitsthemen umgehen möchten. Momentan verfolgen wir noch keine spezifische Nachhaltigkeits-Strategie, allerdings sind wir sehr daran bemüht, erstmalig eine Nachhaltigkeits-Strategie zu formulieren.

Aktuell sind wir im Reifegrad 2. Dies bedeutet, dass Nachhaltigkeitsaspekte in unserer Agentur bisher sporadisch berücksichtigt werden, vor allem dann, wenn der Impuls von den Kunden kommt. Allerdings arbeiten wir daran, einen höheren Reifegrad zu erreichen. Der Anteil nachhaltiger Versicherungen beträgt zurzeit etwa 50 %, jedoch möchten wir diesen sukzessive erhöhen bis Ende 2024. Auch die Frauenquote wird bei uns bereits berücksichtigt: Aktuell haben wir 50 % Frauenanteil. Zudem wollen wir den Bekanntheitsgrad in der Region Mainfranken im Bereich nachhaltige Versicherungen erhöhen. Des Weiteren soll CO₂-Neutralität angestrebt werden.

Wir haben uns dazu entschlossen, eine Nachhaltigkeits-Strategie zu entwickeln. Aus diesem Grund haben wir uns mit den 17 Sustainable-Development-Goals der Vereinten Nationen auseinandergesetzt und richten unsere Ziele, Maßnahmen und deren Verfolgung und Berichterstattung daran aus. Entschieden haben wir uns für die Impactorientierte Nachhaltigkeitsstrategie, welche besagt, dass der Vermittler eigene Nachhaltigkeitsziele entwickelt und diese in geeigneter Weise umsetzt.



Es ist wichtig, dass Resultate von Maßnahmen und Zielen messbar sind. Aus diesem Grund werden wir unsere Ziele und Maßnahmen so formulieren, dass diese sowohl quantitativ als auch qualitativ überprüfbar sind. Hierbei möchten wir auch unsere Mitarbeitenden in unsere Nachhaltigkeitsstrategie einbeziehen.











































Strategie	Unternehmensführung	Umwelt	Gesellschaft

WESENTLICHKEIT

Dieses Kriterium beschreibt einerseits, wie die eigene Geschäftstätigkeit auf Nachhaltigkeitsaspekte einwirkt und andererseits, wie die Nachhaltigkeits-Aspekte auf die Geschäftstätigkeit einfließen.

Bei Versicherungsanlageprodukten, staatlich geförderten Versicherungen der privaten als auch betrieblichen Altersvorsorge bieten wir den Kunden bereits die Option, nachhaltig zu handeln, indem wir beispielsweise mit nachhaltigen Fonds arbeiten. Zudem steht bei uns Ehrlichkeit, Integrität, Fairness und Transparenz an erster Stelle, wenn es um die Beratung geht. Mithilfe von gesetzlichen Vorschriften, wie zum Beispiel Pflichtveröffentlichungen, wird uns dies ermöglicht.

Aktuell werden an unserer Agentur keine Wesentlichkeitsanalysen durchgeführt.

Inside-out-Perspektive:

Durch die Auseinandersetzung mit den Nachhaltigkeitsthemen ergibt sich für uns die Chance, Entscheidungen hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf Nachhaltigkeit fundiert zu treffen. Im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit haben wir beschlossen, die CO₂-Emissionen aufgrund von Geschäftsreisen oder Veranstaltungen, wo möglich, zu reduzieren.

Nachhaltiger Vermittlerbetrieb Eine Initiative des BVK e.V. www.nachhaltiger-vermittlerbetriebde

Nachhaltigkeit-Strategie

Im Bereich der Unternehmensführung streben wir die Kundenorientierung an. Uns ist es wichtig, dass Kunden uns vertrauen und auch, dass wir den Kunden ein optimales Angebot bieten, sodass die Kunden zufrieden sind. Natürlich sind wir auch an einer langfristigen Mitarbeiterbindung interessiert. Hierfür finden beispielsweise einige private Teamveranstaltungen statt, um die Zufriedenheit der Mitarbeiter zu erhöhen.

Im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit möchten wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stärker in das Nachhaltigkeitsmanagement der Agentur einbeziehen und auch das Know-how weitergeben. Zudem erklären wir Kunden, wie sie Lücken in sozialen Sicherungssystemen schließen können. Mittels unserer Versicherungen decken wir bestimmte finanzielle Risiken unserer Kunden ab. Hierbei bildet sich im Schadensfall eine Solidargemeinschaft für einzelne Personen.

Outside-in-Perspektive:

Die Wirkungen des Umfelds auf das Geschäftsmodell lassen sich durch Digitalisierung, Reputation, dem demographischen Wandel oder auch die Folgen der Covid-19-Pandemie beschreiben. Diese haben starke Auswirkungen auf den Vermittlerbetrieb: Beispielsweise wurde bei uns durch die Corona-Pandemie das Home-Office eingeführt. Durch das Home-Office konnte der CO₂-Ausstoß aufgrund von geringerem Energieverbrauch und weniger Berufsverkehr reduziert werden.



TIEFE DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

In diesem Abschnitt geben wir an, welche Bestandteile der eigenen Wertschöpfung auf Nachhaltigkeitsaspekte ausgerichtet werden.

Die Allianz hat einen Code of Conduct, in welchem eine Vielzahl von Regelungen und unternehmerische Vorschriften enthalten sind. Auch Themen der Nachhaltigkeit werden im Verhaltenskodex behandelt. Hierin steht, dass wir "Umwelt- und soziale Erwägungen in all unsere geschäftlichen Aktivitäten" mit einbeziehen. "Als Unternehmen möchten wir dafür sorgen, dass den nachfolgenden Generationen nachhaltige Lebensgrundlagen zur Verfügung stehen". Zudem werden hier Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Möglichkeiten aufgezeigt, wie sie ihren persönlichen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten können.

Wir haben uns außerdem dazu entschlossen, die Teilnahme an der Initiative www.vermittlerbetrieb.de für unseren Marktauftritt zu nutzen. Hierbei soll mithilfe von Social-Media-Auftritten und Pressearbeit die Ideen und Ziele einer nachhaltigen Entwicklung verbreitet werden.

Die Wertschöpfungskette, die verfolgt wird, betrifft überwiegend die zur Erbringung der Dienstleistungen notwendige Ausstattung, wie beispielsweise Büromaterial oder IT-Geräte. Hinsichtlich der von uns gekauften Produkte, versuchen wir wo möglich, Nachhaltigkeitskriterien bei der Produktion eines Gerätes zu überprüfen.

Nachhaltiger Vermittlerbetrieb Eine Initiative des BVK e.V. www.rachhaltiger-vermittlerbetrieb.de

Nachhaltigkeit-Strategie

Aktuell werden Nachhaltigkeitsaspekte im Kundengespräch auf dessen Wunsch berücksichtigt. Dies erfolgt mittels fondsgebundenen Versicherungen mit nachhaltigen Fonds.

Nachhaltigkeitsaspekte bezüglich der Lieferanten oder externer Stakeholder können nicht beachtet werden, da wir keinen Einfluss auf diese besitzen.



Kategorie

UNTERNEHMENS-FÜHRUNG

15



		Strategie	Unternehmensführung	Umwelt	Gesellschaft
--	--	-----------	---------------------	--------	--------------

PROZESSE UND REGELN

Dieser Absatz handelt von der operativen Implementierung der Nachhaltigkeits-Strategie durch Regeln und Prozesse und davon, wie die Verfolgung der Ziele intern kontrolliert wird.

In unserer Agentur betreiben wir bereits Prozessmanagement, welches die Planung, Durchführung, das Controlling sowie auch die Optimierung von Prozessen umfasst. Bisher wurden im Prozessmanagement Aspekte der Nachhaltigkeit nicht berücksichtigt, diese sollen aber zukünftig aufgenommen werden.

Um eine nachhaltige Führung sicherzustellen, werden Gesetze und Vorschriften eingehalten. Zudem sind weitere Regeln und Festlegungen zur Nachhaltigkeit im Code of Conduct der Allianz enthalten.



Strategie Unternehmensführung	Umwelt	Gesellschaft
-------------------------------	--------	--------------

NACHHALTIGE FÜHRUNG

Da wir uns überwiegend auf die soziale Nachhaltigkeit konzentrieren, geht es hier vor allem darum, wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter motiviert werden, die Ziele der Nachhaltigkeits-Strategie zu erfüllen und weiterzuentwickeln und darum, wie Mitarbeiter dauerhaft in die Lage versetzt werden, Nachhaltigkeits-Aspekte zu erkennen und umzusetzen. Auch die "nachhaltige Führung" spielt hierbei eine große Rolle.

Unser Ziel ist es, eine nachhaltigkeitsfördernde Unternehmenskultur zu schaffen. Dafür ist es wichtig, eine Unternehmenskultur zu etablieren, in welcher unser Team zum Engagement in diesem Bereich anregt wird.

Um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Wahrnehmung von Nachhaltigkeits-Belangen zu motivieren, werden beispielsweise die Kosten für das Fahrticket komplett von uns übernommen. Einige Mitarbeiter fahren mit dem Fahrrad zur Arbeit. Zudem bieten wir unseren Mitarbeitern ergonomische Arbeitsplätze an.

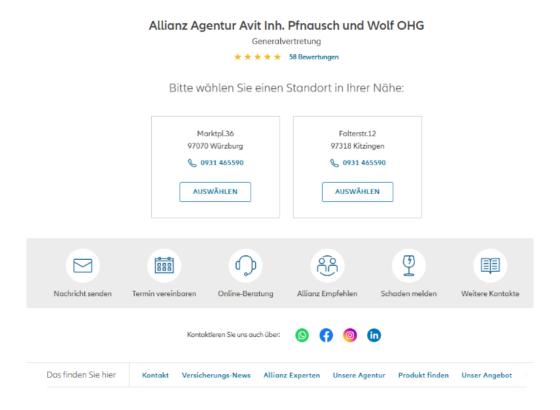


Nachhaltiger Vermittlerbetrieb Line Initiative des BVK e.V. www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de

Nachhaltigkeit-Strategie

Es werden bereits Maßnahmen für Personalentwicklung durchgeführt: Für unsere Mitarbeiter gibt es zahlreiche Weiterbildungsmöglichkeiten, auch zum Thema Nachhaltigkeit, an welchen sie online teilnehmen können. Darüber hinaus finden bei uns jährlich mehrere Workshops statt, um sich mit gewissen Themen intensiver auseinanderzusetzen. In der Zukunft möchten wir auch Workshops zum Thema Nachhaltigkeit durchführen.

Auch die Digitalisierung spielt bei der Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle: Bei uns in der Agentur, sind wir bereits dabei, alle wesentlichen Prozesse, wie zum Beispiel den Versand von Policen per E-Mail oder die Onlineschadenbearbeitung, zu optimieren und zu automatisieren. Durch Online-Beratungen, telefonischem Service und der Möglichkeit, erforderliche Dokumente als Bild-Datei per E-Mail zu versenden, kann der Weg zur Agentur vermieden werden.





Strategie Unternehmensführung Umwelt Gesellschaft

STAKEHOLDER

Stakeholder sind Einzelpersonen, Gruppen oder Institutionen, die das Unternehmen beeinflussen oder vom Geschäftsbetrieb betroffen sind. Dieses Kriterium beschreibt, wie Stakeholder in die Nachhaltigkeits-Strategie integriert werden.

Unsere wichtigsten Stakeholder sind unsere Kunden. Wie bereits erwähnt, steht bei uns die Zufriedenheit unserer Kunden an erster Stelle. Um die Kundenzufriedenheit zu verbessern, bieten wir unseren Kunden ein optimales Service an: Unsere Angebote werden auf jeden einzelnen Kunden individuell ausgerichtet. Zudem haben die Kunden mehrere Möglichkeiten, mit uns Kontakt aufzunehmen. Um die Bindung zu den Kunden aufrechtzuerhalten, finden regelmäßig Kundengespräche statt, in welchen bestehende Versicherungen auf fortdauernde Eignung für den Kunden geprüft werden.

Mit der Idee des "Click a Tree" wollen wir unsere Kunden in den Nachhaltigkeitsprozess einbeziehen. Nähere Informationen dazu finden Sie auf Seite 22.

Zudem beraten wir unsere Kunden zu CO₂-reduzierenden Versicherungs- und Investmentprodukten und unterstützen damit ihre Transformationsaktivitäten.



Unsere gute Kundenbeziehung ist auch am positiven Kundenfeedback ersichtlich:

eKomi ist ein unabhängiger Online-Bewertungsdienstleister, der Unternehmen dabei unterstützt, ausschließlich transaktionsbezogene Bewertungen zu generieren und zu verwalten. Auch wir sind Kunde von eKomi und haben eine Auszeichnung erhalten.





	Strategie	Unternehmensführung	Umwelt	Gesellschaft	l
--	-----------	---------------------	--------	--------------	---

Kategorie

UMWELT

2022 Vermittlerbetrieb Eine Initiative des BVK 6 www.nachhaltiger-vermittlerl

Nachhaltigkeit-Strategie

Strategie	Unternehmensführung	Umwelt	Gesellschaft

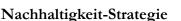
RESSOURCENNUTZUNG UND EMISSIONEN

Natürliche Ressourcen sind die Grundlage unseres Lebensstandards. Allerdings ist die Nutzung von natürlichen Ressourcen immer mit Belastungen für die Umwelt verbunden. Aus diesem Grund ist eine schonende und effiziente Ressourcennutzung erforderlich. In diesem Abschnitt wird erläutert, welche Ressourcen wir nutzen und in welcher Form Treibhausgas-(THG)-Emissionen verursacht werden.

Da wir eine Versicherungsagentur sind, werden bei uns keine materiellen Produkte hergestellt. Deshalb werden in unserer Agentur im Vergleich zu anderen produzierenden Unternehmen wenige natürliche Ressourcen verbraucht. Innerhalb der Geschäftstätigkeit werden folgende Ressourcen in Anspruch genommen:

- Papier (Bürobetrieb, Kundenkommunikation)
- Wasser (Bürobetrieb)
- Strom (Bürobetrieb)
- Abfall
- Kraftstoffe (Mobilität)
- Heizenergie
- CO₂-Emissionen (Mobilität und Bürobetrieb)
- Flächenverbrauch (ca. 180m² Bürofläche)

Um mit einem guten Beispiel voranzugehen, möchten wir unsere Mitarbeiter für Umweltthemen sensibilisieren und Maßnahmen ergreifen, um verantwortungsvoll mit den Ressourcen umzugehen.





Strategie Unternehmensführung	Umwelt	Gesellschaft
-------------------------------	--------	--------------

RESSOURCENMANAGEMENT

Das Begriffsduo "Klimaneutrales Unternehmen" rückt seit dem letzten Jahrzehnt immer mehr in den Fokus der Aufmerksamkeit. Auch wir möchten mithilfe unserer Nachhaltigkeits-Strategie eine neue Vorgehensweise ermöglichen, die das Klima weniger belastet. Wie wir dies umsetzen, beschreiben wir in diesem Absatz.

Mit der Idee des "Click A Tree" möchten wir die ESG-Strategie effektiv umsetzen. Hierbei pflanzen wir für jeden neuen Vertragsabschluss einen Baum an. Zudem bekommen die Kunden ein personalisiertes Zertifikat für den gepflanzten Baum als Erinnerung. Mit dieser Idee können alle 17 Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen erfüllt und die Beziehung zu den Kunden gestärkt werden.

Da es relativ schwierig ist, die CO₂-Emissionen zu reduzieren, streben wir Klimaneutralität an. In unserer Agentur arbeiten wir überwiegend mit umweltschonendem Papier und nutzen wiederbefüllbare Tintenpatronen. Die Digitalisierung ermöglicht es, den Papierverbrauch, der für die Kundenkommunikation und Verwaltung benötigt wird, zu reduzieren.

Zudem ist bereits ein Elektroauto bestellt, um den Ausstoß von Treibhausgasen zu reduzieren. Des Weiteren haben wir beschlossen mehr Beratungen online, beispielsweise über WebEx, durchzuführen.

Während der Berichterstellung ist uns bewusstgeworden, dass auch bei Produkten, wie beispielsweise Kaffee auf Nachhaltigkeit geachtet werden kann. Zukünftig sollen Fair Trade-Kaffee, Bio-Milch, Ökospülmaschinentabs und ökologische Tücher verwendet werden.

Nachhaltiger Vermittlerbetrieb Eine Initiative des BVK e.V. www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de

Nachhaltigkeit-Strategie

Auch in der Produktgestaltung gewinnt der Nachhaltigkeitsgedanke zunehmend an Bedeutung. Die Allianz managt eine Reihe nachhaltiger Investmentfonds. Wir sind davon überzeugt, dass nachhaltiges Investieren nicht nur einen positiven Einfluss auf die Anlageergebnisse unserer Kunden hat, sondern auch zugleich einen Nutzen für die Gesellschaft stiftet.

JETZT BEIM ABSCHLUSS IHRER VERSICHERUNG EINEN BAUM PFLANZEN

Baum für Baum schaffen wir den Allianz Forst in Ghana





	I	Strategie	Unternehmensführung	Umwelt	Gesellschaft
--	---	-----------	---------------------	--------	--------------

UMWELT-ENGAGEMENT

Hier geht es darum, auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sowie auch Stakeholder, in das Umwelt-Engagement einbezogen werden.

Zukünftig soll es für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Schulungen zum Thema "Nachhaltiges Handeln" geben.

Aktuell kann bei uns aus bestimmten Gründen keine Mülltrennung durchgeführt werden. Allerdings nehmen netterweise unsere Mitarbeiter den Müll, der normalerweise in den Gelben Sack gehört, mit nach Hause und entsorgen diesen dort. Des Weiteren werden Spül- und Geschirrhandtücher selbst gewaschen und wiederverwendet.

Zudem wird unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von uns Wasser bereitgestellt, das als nachhaltig zertifiziert wurde.

Außerdem soll in der Zukunft unseren Kunden das Konzept der Nachhaltigkeit erläutert werden.

Für die Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten ist eine Eignungsprüfung erforderlich. Hierbei gehen wir mit einem zweistufigen Verfahren vor: Zuerst werden die Kunden nach ihren Kenntnissen im Anlagebereich, finanziellen Verhältnissen und Anlagezielen einschließlich der Risikotoleranz befragt. Nach diesem Chance-/Risikoprofil werden geeignete Versicherungsanlageprodukte ermittelt. Im zweiten Schritt werden die Kunden zu ihren Nachhaltigkeitspräferenzen befragt. Anschließend werden geeignete Versicherungsanlageprodukte, welche den Nachhaltigkeitspräferenzen entsprechen, selektiert.



Kategorie

GESELLSCHAFT



Strategie Unte	rnehmensführung	Umwelt	Gesellschaft
----------------	-----------------	--------	--------------

MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Auch die Achtung der Menschen- und Arbeitsrechte gehören zu den 17 Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen.

Die Verpflichtung und Einhaltung der Menschenrechte ist bereits Teil unserer Unternehmensstrategie. Die vielfältigen Ausprägungen von Menschenrechten gemäß internationaler Standards werden von uns und unseren Mitarbeitern unterstützt und mitgetragen.

Zu den Standards gehören:

- Allgemeine Erklärung der Menschenrechte
- Bündnisse der Vereinten Nationen über Menschenrechte
- Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)
- OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen
- UNO-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte
- UN Global Compact ("Die Zehn Prinzipien")

Des Weiteren wird bei uns in der Agentur immer auf Augenhöhe kommuniziert.

In unserer Agentur gibt es Mitarbeiter, die entweder vollzeit-, teilzeit- oder geringfügig beschäftigt sind. Letztes Jahr wurde an unserer Agentur das "New Work"-Konzept eingeführt. Um die Arbeitszeiten mitarbeiterfreundlich zu gestalten, haben wir unseren Mitarbeitern in diesem Konzept verschiedene Arbeitszeitenmodelle angeboten, wobei sie sich anschließend für ein Modell entscheiden konnten.

Nachhaltiger Vermittlerbetrieb Eine Initiative des BVK e.V. www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.d

Nachhaltigkeit-Strategie

Zum Wohlergehen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bieten wir einigen Mitarbeitern außerdem zu jederzeit die Möglichkeit, im Home-Office zu arbeiten, damit sie ihr Arbeitsleben und Privatleben besser miteinander vereinbaren können.

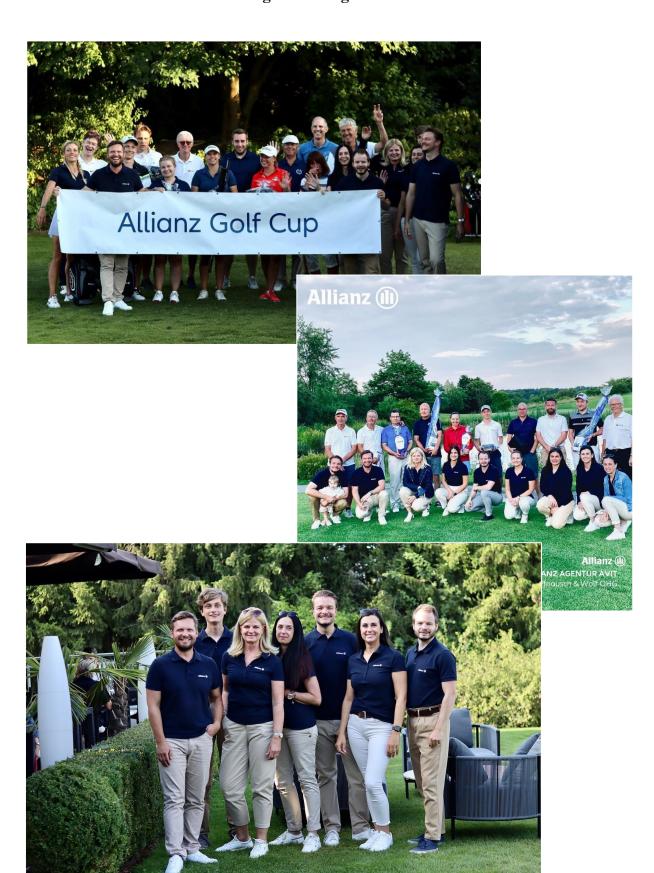
Für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben wir ergonomische Stühle, höhenverstellbare Schreibtische und zwei große Bildschirme pro Mitarbeiter eingerichtet. Aufgrund der hohen Inflation wurde den Mitarbeitern zudem eine freiwillige Zulage gewährt.

Zum Schutz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bieten wir Ihnen eine betriebliche Krankenversicherung, sowie auch eine betriebliche Altersvorsorge an. Damit sich unsere Mitarbeiter an ihrem Arbeitsort wohlfühlen, sind wir immer offen für Fragen und Kritik. Um die Zufriedenheit der Mitarbeiter zu erhöhen, als auch die Mitarbeiterbindung zu stärken, finden zwei bis dreimal im Jahr Teamveranstaltungen statt.

Überdies werden die Aufgaben so an die Mitarbeiter verteilt, sodass ihre persönlichen Stärken und Fähigkeiten gefördert werden. Somit können sich die Mitarbeiter in diesen Bereichen verbessern und es können erfolgreiche Ergebnisse erzielt werden.

Nachhaltiger Vermittlerbetrieb Eine Initiative des BVK e.V. www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de

Nachhaltigkeit-Strategie





Strategie	Unternehmensführung	Umwelt	Gesellschaft	
Strategie	Unternehmensführung	Umwelt	l	Gesellschaft

GEMEINWESEN UND SOLIDARITÄT

In diesem Abschnitt, zeigen wir Ihnen, wie wir zum Gemeinwesen beitragen und wie bei uns Solidarität, gesellschaftliche Teilhabe und Demokratie gefördert wird.

"Soziales Engagement" hat bei uns in der Nachhaltigkeitsstrategie einen hohen Stellenwert. Als Versicherungsagentur bieten wir unseren Kunden Schutz und Sicherheit vor vielen Risiken. Aus diesem Grund setzen wir uns für Menschen ein, die Schutz und Unterstützung besonders nötig haben.

Für unsere Datenschutz-Entsorgung nutzen wir die Mainfränkischen Werkstätten. Hier werden die Akten professionell nach strengen Richtlinien vernichtet. Die Mainfränkische Werkstätten GmbH ist eine gemeinnützige Einrichtung, deren Aufgabe die Integration und Zusammenarbeit von Menschen mit Behinderung ist.

Außerdem werden von uns diverse Projekte sozial unterstützt.





Vermittlerbetrieb Eine Initiative des BVK e.V. www.nachhaltiger-vermittlerbetri

Nachhaltigkeit-Strategie







Miteinander

Wir gehen respektvoll und gleichwertig miteinander u Unsere Arbeit ist geprägt von Verlässlichkeit, Verantwortung und Fairness. Wir begegnen uns mit Ehrlichkeit und Wertschätzung.

Einfache Sprache:







Nachhaltig

Einfache Sprache:





Strategie Prozesse Umwelt Gesellschaft
--

COMPLIANCE

Compliance ist ein existentielles Thema im Unternehmen. Daher müssen auch wir etwas tun, um strafrechtliche Verstöße, horrende Bußgelder und Schadenersatzansprüche Dritter zu

vermeiden. Welche Maßnahmen wir an unserer Agentur ergreifen, möchten wir Ihnen im

Folgenden vorstellen.

Wir handeln mit Integrität und verpflichten uns zur Einhaltung von Gesetzen, Vorschriften und anderen internen und externen Regeln, die unsere Tätigkeit bestimmen.

Im Verhaltenskodex der Allianz wird ein Mindeststandard zum Umgang mit Kunden, Kolleginnen und Kollegen definiert, welcher für alle Mitarbeitenden und Führungskräfte verbindlich ist. Wir, die Inhaber der Agentur, möchten als Vorbildfunktion fungieren und halten uns dementsprechend an die Vorgaben.

Außerdem stehen im Verhaltenskodex auch Regeln zum Umgang mit nicht öffentlichen, marktrelevanten Informationen.

Finanzkriminalität wird von der Allianz verurteilt, zudem hat die Allianz interne Maßnahmen zur Verhinderung und Aufdeckung solcher Aktivitäten umgesetzt. Überdies fühlt sich die Allianz verpflichtet, Geschäftstätigkeiten unter umfassender Einhaltung aller anwendbaren Wirtschaftssanktionen auszuüben.

Nachhaltiger Vermittlerbetrieb Eine Initiative des BVK e.V. www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de

Nachhaltigkeit-Strategie

Unsere Kunden vertrauen uns die verschiedensten persönlichen Daten und Informationen zu ihrem Leben an. Mit diesen Daten gehen wir verantwortungsvoll und transparent um. Es finden zudem regelmäßig Online-Schulungen zum Thema Datenschutz statt. Falls es zu irgendwelchen Änderungen kommt, werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter umgehend informiert.

Zukünftig soll es jährlich Workshops im Bereich Compliance für das ganze Team geben.

Da in unserer Agentur mehr als drei Personen beschäftigt sind, müssen wir eine Pflichtveröffentlichung nach TVO vornehmen. Hierfür haben wir auf unserer Homepage bereits Informationen gemäß Transparenzverordnung zu Nachhaltigkeit hinterlegt.

Außerdem sind wir Mitglied des Vereines Ehrbarer Versicherungskaufleute VEVK e. V.

