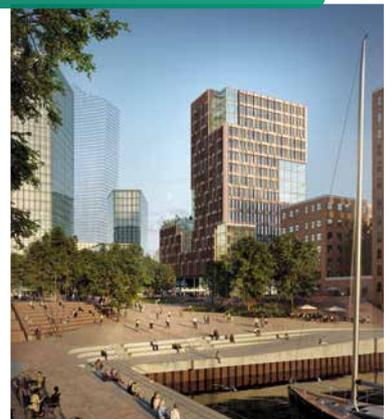
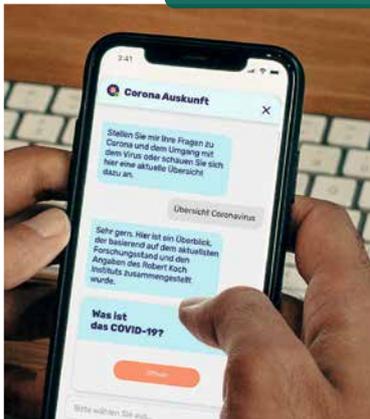




**Nachhaltigkeitsbericht 2020**

**HanseMerkur**

HAMBURG, JUNI 2021







**HanseMerkur**

# Nachhaltig- keitsbericht 2020

HAMBURG, JUNI 2021



Eberhard Sautter,  
Vorstandsvorsitzender

## Liebe Leserin, lieber Leser,

die HanseMerkur legt für 2020 den dritten eigenständigen Nichtfinanziellen Bericht vor.

Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln ist Teil unserer DNA als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit, der nicht Aktionärs-, sondern Kundeninteressen im Fokus hat. Wir sind als hanseatisches Traditionsunternehmen dem Kodex des Ehrbaren Kaufmanns verpflichtet und stellen über die Unternehmensleitidee Hand in Hand ist HanseMerkur den Gemeinschaftsgedanken in den Mittelpunkt. Als Good Corporate Citizen ehren und unterstützen wir mit der Vergabe des ältesten deutschen Sozialpreises seit 1980 Vereine und Initiativen, die herausragende Arbeit im Kinder- und Jugendschutz leisten.

Diese Auszeichnung haben wir – da an eine Präsenzveranstaltung im Corona-Jahr nicht zu denken war – den Preisträgern in ganz Deutschland nach den AHA-Regeln vor Ort übergeben, um ihnen jene Wertschätzung zuteilwerden zu lassen, die ihr Engagement verdient. Daraus ist im Oktober 2020 ein Film entstanden: die erste virtuelle Preisverleihung („Pandemic Edition“) in 39 Jahren. Dass die HanseMerkur im vierten Jahrzehnt im sozialen Bereich nicht nur Familien, Kindern und Jugendlichen in prekären Lebenssituationen ein verlässlicher Partner ist, spiegelt sich auch in der Marktforschung. Im „Score Soziales“ befindet sich unser Unternehmen in einem Ranking der „200 nachhaltigsten Unternehmen Deutschlands“ mit einem Wert von 88,9 (von Hundert) unter den Top 3 Versicherungen (stern/Statista; 12/2020).

Bei den Anforderungen des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes geht es für uns als Finanzdienstleister um exzellenten Kundenservice, um faire Beratung und Schadensabwicklung und um eine verlässliche Produktpolitik bei einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis. Es geht um transparenten Datenschutz und Informationssicherheit, um die fortlaufende Qualifikation von Vertrieb und Verwaltung, um die Einhaltung von Compliance- und Code of Conduct-Regeln. Dazu kommen im War for Talents eine vorausschauende Personalpolitik und die Digitalisierung aller Geschäftsprozesse, um unseren Kunden und Mitarbeitern stets Mehrwerte zu bieten.

Da wir diesen Transformationsprozess schon vor Jahren in den Fokus genommen haben, konnten wir den Stresstest Pandemie ohne Service- und Produktivitätsdefizite bestehen. Um den kontaktlosen Vor-Ort-Betrieb garantieren zu können, wurden schon Mitte März die Heimarbeitsplätze von rund 200 auf über 1.000 hochgefahren. In den diversen Lockdowns des Berichtsjahres arbeiteten bis zu 90 Prozent der Mitarbeiter aus dem Homeoffice heraus. Der Arbeitszeitrahmen wurde für Eltern mit Kindern auf das Wochenende ausgedehnt, um sie bei der Doppelbelastung Berufstätigkeit / Homeschooling zu unterstützen. Mit Kunden, die vor materiellen Herausforderungen standen, wurden seitens des Vertriebs individuelle Regelungen vereinbart,

die von Beitragsstundung über Beitragspausen bis zum reduzierten Versicherungsschutz oder zur Verlegung des Versicherungsbeginns reichten. Die HanseMercur Krankenversicherung war zudem das erste PKV-Unternehmen, das seinen Kunden – aber auch Nicht-Versicherten – schon im März 2020 einen intelligenten Corona-Bot anbieten konnte. Das System mit KI-Software ermöglicht eine medizinische Ersteinschätzung, enthält individualisierte Handlungshinweise und beantwortet häufige Fragen zu COVID-19.

Da sich das Kriterium Nachhaltigkeit immer stärker zu einem dominanten Thema bei der Beurteilung von Geldanlagen entwickelt, haben sich die HanseMercur und ihre Asset Management-Tochter, die HanseMercur Trust AG (HMT), auf den Pfad eines nachhaltig wertorientierten Wirtschaftens begeben. Im Mai 2020 unterzeichneten wir die sechs Grundsätze der Vereinten Nationen für verantwortliches Investieren (Principles for Responsible Investment, PRI). Damit verpflichten wir uns zu einem Investitionsverhalten, das ökologischen und sozialen Kriterien sowie Fragen einer guten Unternehmensführung Rechnung trägt und den Weg zu einem nachhaltigeren globalen Finanzsystem ebnet. Die Mitgliedschaft im PRI-Verbund ist auch ein Bekenntnis zu einer transparent nachweisbaren Nachhaltigkeitsorientierung. Wir integrieren ESG-Kriterien (Environmental, Social, Governance) in alle Asset-Produkte und Prozesse und unterstützen so unsere Stakeholder in einer frühen Phase der Transformation, um mit ihnen den Wandel in Gesellschaft und Realwirtschaft hin zu einer kohlenstoffarmen und ressourcenschonenden Zukunft zu gestalten.

Und last but not least wurde Ende 2020 für die gesamte HanseMercur Gruppe ein Nachhaltigkeitsprozess aufgesetzt. Unser Unternehmen unterstützt sämtliche UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung und will insbesondere über das Erreichen der SDGs 3 (Gesundheit und Wohlergehen), 8 (Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum) und 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz) positive Akzente setzen. Mit der Etablierung einer expliziten Nachhaltigkeitsstrategie wollen wir die ESG-Aktivitäten der HanseMercur konsequent weiterentwickeln und vertiefen – hin zu einer nachhaltigeren Lebensweise Hand in Hand mit unseren Kunden, Partnern und Mitarbeitern. Wir begreifen den dynamischen Wandel als Chance, die Raum für Innovation bietet und Mehrwerte für alle schafft. Dabei eint uns das Motto der HMT: „Best in Transition“. Wir sehen uns als Unternehmen am Anfang eines langen Weges hin zu einem immer stärker ausgeprägten nachhaltigen Wirtschaftens. Auf diesem Weg muss es das strategische Ziel aller Aktivitäten sein, einen positiven Einfluss auf eine nachhaltige Entwicklung auszuüben und negative Auswirkungen zu reduzieren. Wir sind kein Ökopionier, stellen uns aber gerne dem Auftrag, aus der Berichtspflicht eine Kür zu machen.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.



Eberhard Sautter, Vorstandsvorsitzender

# Inhalt

## HanseMerkur

### Nachhaltigkeitsbericht 2020

#### Einführung

**Highlights** 8

**1.1 Über diesen Bericht** 9

**1.2 Unternehmensportrait** 10

Geschäftsmodell und Strategie 10

Das Geschäftsjahr 2020 12

**1.3 Nachhaltigkeit bei der HanseMerkur** 14

**1.4 Stakeholderdialog und**

**Wesentlichkeitsanalyse** 16

Dialog mit unseren Stakeholdern 16

Wesentlichkeitsanalyse 16

#### Verhalten im Geschäftsumfeld

**2.1 Unternehmensführung** 23

Organisation und Steuerung 23

Unternehmenswerte und -kultur 23

Risikomanagement 24

**2.2 Compliance** 26

**2.3 Datenschutz und Informationssicherheit** 28

Ansatz und Organisation 29

Risikobewertung 31

Maßnahmen 32

**2.4 Politische Einflussnahme** 33

#### Produktverantwortung

**3.1 Produkte und Vertrieb** 35

Vertriebswege 35

**3.2 Innovative Produkte** 37

**3.3 Verantwortungsvoller Vertrieb** 42

Kundeninformation, Produktaufklärung

und Beratung 43

Vermittlerqualifikation 45

**3.4 Kundenorientierung und**

**faire Schadensabwicklung** 47

**3.5 Nachhaltige Investitionen** 50

Nachhaltige Finanzanlagen 50

Maßnahmen im Sinne einer nachhaltigen

Entwicklung 51

Die Zukunft nachhaltiger Investitionen 53

Nachhaltige Immobilieninvestments 54

Nachhaltigkeit in der Ankaufphase 54

Nachhaltigkeit im Geschäftsbetrieb 56

## Mitarbeiter

|  |           |
|--|-----------|
| <b>4.1 Strategischer Ansatz und Kennzahlen Personalstamm</b> | <b>59</b> |
| Personalstrategie und -management                            | 60        |
| <b>4.2 Mitarbeitergewinnung und -bindung</b>                 | <b>62</b> |
| Langfristige und sichere Anstellungsverhältnisse             | 62        |
| Flexible Arbeitsmodelle                                      | 64        |
| Faires Vergütungssystem                                      | 65        |
| <b>4.3 Aus-/Weiterbildung und Talentförderung</b>            | <b>66</b> |
| Führungskultur und -qualifizierung                           | 67        |
| Ausbildung und Studium bei der HanseMercur                   | 68        |
| Weiterbildung und Talentförderung                            | 69        |
| <b>4.4 Vielfalt, Chancengleichheit und Mitbestimmung</b>     | <b>70</b> |
| Vielfalt und Chancengleichheit                               | 70        |
| Inklusion  | 70        |
| Mitbestimmung  | 71        |
| <b>4.5 Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung</b>        | <b>72</b> |
| Arbeitsschutzmaßnahmen                                       | 73        |
| Betriebliches Gesundheitsmanagement                          | 74        |
| <b>Interview</b> Dr. Maren Kentgens                          |           |
| Hilfe für Mitarbeiter in Krisenzeiten                        | 76        |

## Betrieblicher Umweltschutz und Lieferkette

|                                       |           |
|---------------------------------------|-----------|
| <b>5.1 Betrieblicher Umweltschutz</b> | <b>79</b> |
| Managementansatz Umwelt               | 79        |
| Energie und Klimaschutz               | 81        |
| Nachhaltige Gebäude                   | 83        |
| Nachhaltige Mobilität                 | 83        |
| Ressourcenschonung                    | 84        |
| <b>5.2 Nachhaltige Beschaffung</b>    | <b>86</b> |
| <b>Aktiver Beitrag für die Umwelt</b> | <b>89</b> |

## Soziales Engagement

|  |           |
|--|-----------|
| <b>6.1 Soziales Engagement – zwischen Kinderschutz und Standortförderung</b> | <b>92</b> |
| <b>6.2 Vielfältiges Engagement</b>   | <b>93</b> |
| „Sorge für Kinder ist Vorsorge für die Zukunft“                              | 93        |
| HanseMercur Preis für Kinderschutz   | 94        |
| Wissenschaftsförderung – zwischen Tradition und Zukunft                      | 95        |
| Integration Musik  | 98        |
| Standortförderung abseits glänzender Fassaden                                | 99        |
| Sportförderung – mit Bewegung Gutes tun                                      | 99        |

## Anhang

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| <b>Abkürzungen</b>        | <b>100</b> |
| <b>Verlinkungen</b>       | <b>101</b> |
| <b>Personalkennzahlen</b> | <b>102</b> |
| <b>GRI-Inhaltsindex</b>   | <b>104</b> |
| <b>Impressum</b>          | <b>111</b> |

# Highlights 2020

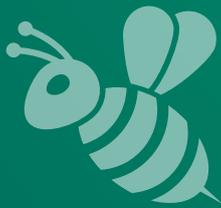
Der neue

## Corona-Reiseschutz

wurde vom FOCUS Money Versicherungsprofi im September 2020 zum „Produkt des Monats“ gekürt (S.41)



**3** ESG-Publikumsfonds der HanseMerkur Trust AG wurden mit dem FNG-Nachhaltigkeits-Siegel ausgezeichnet (S.52)



# 50,8

Kilo Honig konnten im Jahr 2020 geerntet werden (S. 89)



Der Anteil der Aufsichtsratsmandate, die durch Frauen besetzt sind, stieg auf

# 44%



# 90%

der Belegschaft arbeiteten in den diversen Lockdowns aus dem Homeoffice heraus (S.63)

Bei der ersten Pandemic Edition des Kinderschutzpreises wurden

# 2.500

 km

durch Deutschland zurückgelegt, um jeden Preisträger persönlich zu ehren (S.94)



# 94%

der Mitarbeiter sind nach der Elternzeit an ihren Arbeitsplatz zurückgekehrt



Bildung der Arbeitsgruppe zur Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie (S.14)

SEIT 1980



HANSEMERKUR PREIS FÜR KINDERSCHUTZ



Neuer Intranetauftritt Schwerbehindertenvertretung (S.71)



Im Berichtsjahr stieg die Anzahl der aktiven JobRäder auf

# 105

 (S.84)

# Einführung



Alle Angaben im NHB, die Bestandteil des NfB sind, wurden mit dem Symbol  gekennzeichnet. Der vorliegende Bericht enthält darüber hinaus Informationen zu den Nachhaltigkeitsaktivitäten der HanseMerkur, die über die gesetzlichen Anforderungen i. S. d. CSR-RUG hinausgehen.

## 1.1 Über diesen Bericht

 Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht (NHB) zeigt die HanseMerkur Krankenversicherung auf Gegenseitigkeit (im Folgenden HanseMerkur), welche Fortschritte die Versicherungsgruppe im Berichtszeitraum im Hinblick auf nachhaltiges Wirtschaften erreicht hat. Gleichzeitig kommt das Unternehmen damit der Verantwortung zur Aufstellung eines gesonderten nichtfinanziellen Konzernberichts (NfB) nach. Basierend auf den Anforderungen des CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) ergänzt der NfB die Finanzberichterstattung der HanseMerkur um Angaben zu wesentlichen nichtfinanziellen Aspekten gemäß §§ 315b, 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB.

 Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die Angaben im NHB (inkl. NfB) auf alle deutschen Versicherungsgesellschaften der HanseMerkur Gruppe mit Ausnahme der BD24 Berlin Direkt Versicherung AG. Die Angaben zum Geschäftsjahr 2020 in Unterkapitel 1.3 beziehen sich auf den Konsolidierungskreis des Konzerngeschäftsberichtes (Verweis Konzerngeschäftsbericht 2020, Abschnitte: Grundlagen des Konzerns und Konsolidierungskreis). In den Mitarbeiterkennzahlen sind die HanseMerkur Trust AG (HMT) und die HanseMerkur Grundvermögen AG (HMG) nicht mit erfasst. Die Umweltkennzahlen in Unterkapitel 5.1 Betrieblicher Umweltschutz beziehen sich auf die wichtigsten Standorte der HanseMerkur, d. h. alle Standorte in Hamburg..

 Der NHB, und damit auch der darin enthaltene NfB, beschreibt die Fortschritte im Geschäftsjahr 2020, d. h. vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020, und wird in jährlichem Turnus veröffentlicht. Der Bericht wird ausschließlich in deutscher Sprache veröffentlicht.

 Der NfB wurde vom Aufsichtsrat der HanseMerkur Krankenversicherung auf Gegenseitigkeit gemäß § 171 Abs. 1 S. 4 AktG geprüft.

 Bei der Erstellung des Berichts hat sich die HanseMerkur an den international anerkannten GRI-Standards der Global Reporting Initiative (GRI) orientiert. Der NHB wurde nach eigener Einschätzung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option Kern erstellt. Die Konzepte für die NfB-relevanten Aspekte (d.h. Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelange, Menschenrechte und Anti-Korruption) orientieren sich am GRI-Standard 103 – Managementansatz. Darüber hinaus orientieren sich nichtfinanzielle Kennzahlen für die einzelnen NfB-Aspekte am entsprechenden GRI-Standard, sofern ein solcher vorliegt. Mehr Informationen zum Prozess der Identifizierung der NfB-relevanten Themen sowie deren Zuordnung zu den Aspekten finden sich im Abschnitt Wesentlichkeitsanalyse (S. 16-21).

 Die Informationen, die in diesem Bericht dargelegt werden, wurden elektronisch abgefragt und erfasst. Aufgrund von Rundungen kann es zu Abweichungen zwischen den Summen der Einzelbeträge in den Tabellen und den angegebenen Gesamtgrößen sowie zwischen den Zahlen in den Tabellen kommen.

 Dieser Bericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf gegenwärtigen Planungen, Zielen, Prognosen und Schätzungen der HanseMerkur beruhen. Aufgrund von unbekanntem Risiken, Unsicherheiten und anderen – auch externen – Faktoren können die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen und Entwicklungen von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen.

Im vorliegenden Bericht wurde auf geschlechterspezifische Mehrfachnennungen verzichtet, um Barrierefreiheit und eine bessere Lesbarkeit zu gewährleisten. Alle Nennungen sind wertungsfrei und geschlechtsneutral zu verstehen.

Weitere Informationen finden Sie auf <https://www.hansemerkur.de/> und in dem dort veröffentlichten Geschäftsbericht. Der nächste NHB erscheint im Frühjahr/Sommer 2022.

## 1.2 Unternehmensportrait

### Geschäftsmodell und Strategie

 Die HanseMerkur ist als Erstversicherer in den Sparten Kranken, Leben, Komposit und Reise tätig. Sie beschäftigte zum Ende des Berichtsjahres insgesamt 1.514 Mitarbeiter in den Versicherungsunternehmen der Gruppe in Deutschland. Neben der Hauptverwaltung in Hamburg sind zwölf Mitarbeiter als Teile der Abteilung „Reisevertrieb International“ in Österreich und Polen tätig. Darüber hinaus operiert das Unternehmen in der Schweiz, Liechtenstein, China und Dubai. Zu den Geschäftsfeldern zählen Gesundheit und Pflege, Risiko- und Altersvorsorge, Reise und Freizeit, Schaden und Unfall sowie Asset Management.

 Im Hauptgeschäftsfeld Gesundheit und Pflege vertreibt die HanseMerkur zum einen Private Krankenvollversicherungen für Selbstständige, Angestellte, Beamte und Studenten. Als einer der großen Anbieter für Zusatzversicherungsschutz für Mitglieder gesetzlicher Kassen und als Produktpartner der DAK-Gesundheit und der Fielmann AG bildet die HanseMerkur das gesamte Spektrum des ambulanten und stationären Ergänzungsschutzes ab, von der Zahnzusatz- bis zur Krankenhaustagegeldversicherung. Im Geschäftsfeld Risiko- und Altersvorsorge stehen private (Risiko-)Lebens- und Rentenversicherungen – auch mit staatlicher Förderung (Riester/Rürup) – sowie Berufsunfähigkeitsversicherungen im Fokus. Im Geschäftsfeld Schaden und Unfall bietet die HanseMerkur als Personenversicherer umfangreiche Schutzkonzepte für den privaten Haushalt rund um die Themen Haftpflicht, Unfall, Hausrat, Wohngebäude und Kfz. Im Geschäftsfeld Reise und Freizeit vertreibt das Unternehmen zum einen alle Versicherungen rund um das Thema Touristik (z.B. Auslandsreisekranken-/Reiserücktrittsversicherung) und zum anderen Deckungskonzepte für langfristige Auslandsaufenthalte (Krankenschutz für Expats), für ausländische Gäste und Saisonarbeitskräfte (Incoming) sowie für Au-Pairs, Schüler und Studenten. Das Geschäftsfeld Asset Management umfasst den auf Vermögensverwaltung spezialisierten Dienstleister HanseMerkur Trust AG sowie die HanseMerkur Grundvermögen AG, in der die Immobilienaktivitäten der Gruppe gebündelt sind.

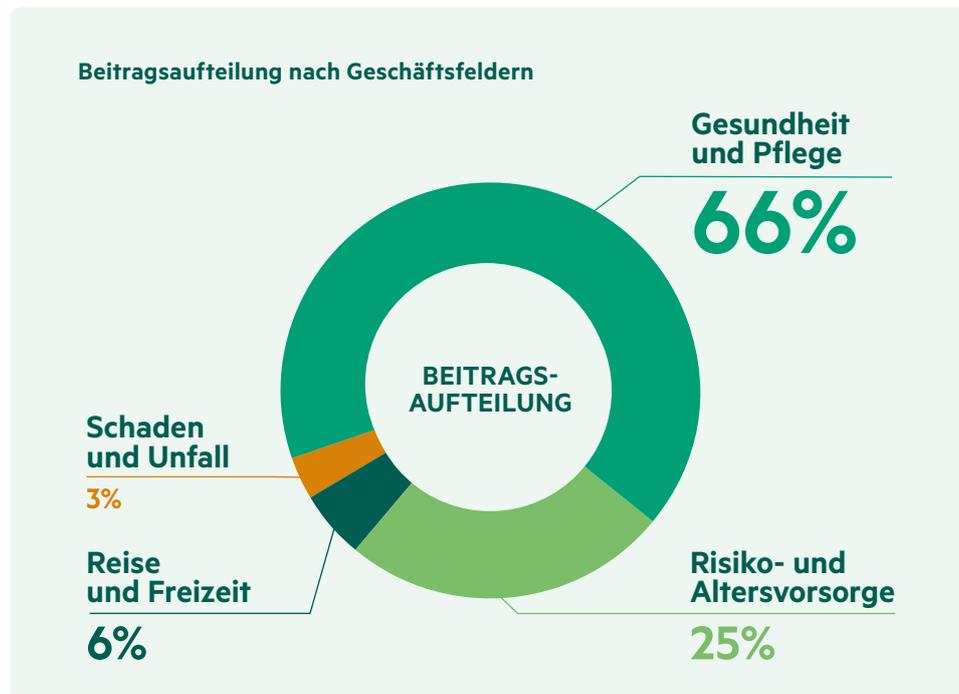


Abbildung 1

☞ Muttergesellschaft des HanseMerkur Konzerns ist die HanseMerkur Krankenversicherung auf Gegenseitigkeit, die Alleinaktionärin der HanseMerkur Holding AG ist. Die HanseMerkur Holding AG hält im Wesentlichen unmittelbare Beteiligungen an Versicherungsgesellschaften aus den Geschäftsfeldern Gesundheit und Pflege, Risiko- und Altersvorsorge, Reise und Freizeit sowie Schaden und Unfall. Das Hauptgeschäftsfeld Gesundheit und Pflege wird durch die HanseMerkur Krankenversicherung AG, die HanseMerkur Spezialen Krankenversicherung AG, die HanseMerkur Krankenversicherung auf Gegenseitigkeit und die Advigon Versicherung AG abgedeckt.

☞ Unter dem Leitbild Hand in Hand ist HanseMerkur lebt das Unternehmen Gemeinschaft, verankert im Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit. Dies prägt das Handeln gegenüber Kunden, Partnern sowie Mitarbeitern. Der Gemeinschaftsgedanke ist Antrieb und Leitplanke zugleich. Die HanseMerkur steht für faire und verlässliche Dienstleistungen, schnelle und flexible Lösungen, partnerschaftliche Beratung und zeitgemäß maßgeschneiderte Produkte. Kern für erfolgreiches Handeln ist die Selbstständigkeit am Finanzplatz Hamburg. Sie sichert die Unabhängigkeit bei Entscheidungen und ermöglicht das Handeln in der Tradition des Ehrbaren Kaufmanns. Die HanseMerkur ist Personenversicherer mit Schwerpunkt Krankenversicherung und der Spezialität Reiseversicherungen. Die Produktpalette wird durch attraktive Risiko- und Altersvorsorgeprodukte sowie Schaden- und Unfallversicherungen abgerundet. Die ausgewiesene Expertise im Asset Management wird zudem auch institutionellen Drittanlegern zugänglich gemacht.

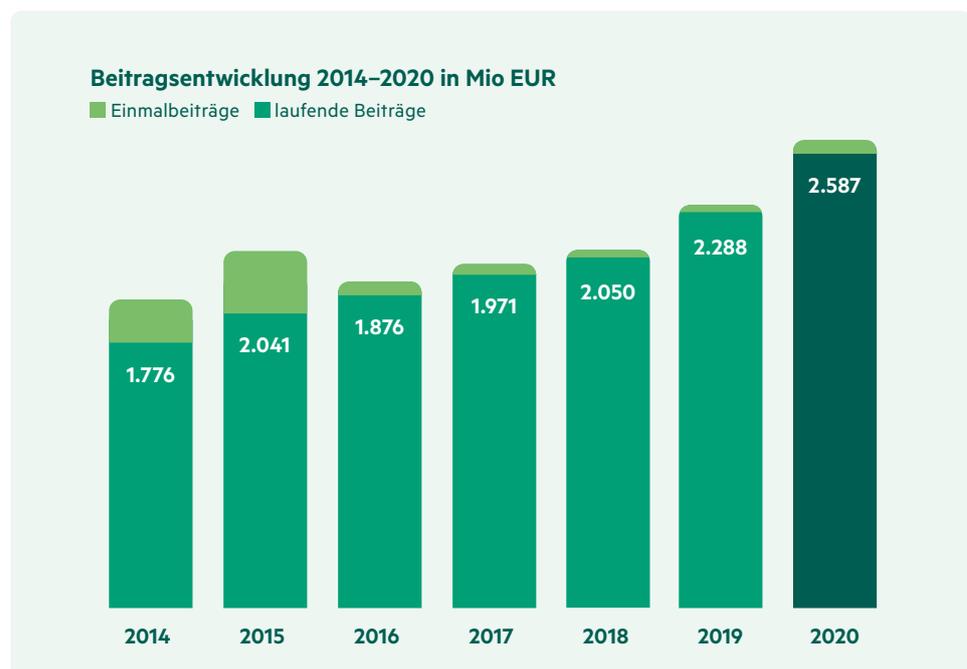
Das nachhaltige Beitragsaufkommen der HanseMerkur soll bis zum 150-jährigen Jubiläum der Gruppe im Jahr 2025 auf drei Milliarden Euro gesteigert werden, um die Eigenständigkeit abzusichern. Zur Sicherung der Selbstfinanzierungskraft soll der konsolidierte Jahresüberschuss auf mindestens 100 Millionen Euro p.a. gesteigert werden.

### Das Geschäftsjahr 2020

Der nachhaltige und profitable Wachstumskurs der HanseMerkur Gruppe setzte sich auch 2020 erfolgreich fort. Marktüberdurchschnittliche Beitragssteigerungen wurden in den Geschäftsfeldern Risiko- und Altersvorsorge (+80,0 %) sowie Gesundheit und Pflege (+5,1 %) erzielt. Die laufenden Beiträge stiegen um 0,2 Prozent oder 3,4 Millionen Euro auf 2.106,3 Millionen Euro.

Nur im Geschäftsfeld Reise und Freizeit konnte sich die HanseMerkur als großer deutscher Reiseversicherer nicht von den katastrophalen Einbrüchen im Touristikmarkt abkoppeln und musste einen Prämienrückgang um rund ein Drittel (33,3 %) hinnehmen. Die Bruttobeitragseinnahme der Gruppe stieg um 13,1 Prozent bzw. 298,7 Millionen Euro auf 2.587,2 Millionen Euro. Der Überschuss vor Steuern, RfB und Schwarü bewegte sich mit 383,0 Millionen Euro auf Rekordniveau; der Jahresüberschuss nach Steuern übersteigt erstmals die 100-Millionen-Euro-Marke (113,2 Millionen Euro).

Weitere Informationen zum Geschäftsverlauf im Berichtsjahr 2020 finden sich im Geschäftsbericht der HanseMerkur, Kapitel Wirtschaftsbericht (S. 101).



Zahlenangaben Gesamtbeiträge

Abbildung 2



Die Hauptverwaltung  
der HanseMerkur in  
zentraler Lage nahe des  
Dammtor Bahnhofes

### 1.3 Nachhaltigkeit bei der HanseMerkur

Seit vier Jahrzehnten versteht die HanseMerkur das, was heute als Corporate Social Responsibility (CSR) bezeichnet wird, als Leitbild moderner Unternehmenskultur. Seit 1980 engagiert sich der Personenversicherer über die Vergabe des ältesten deutschen Sozialpreises nachhaltig im Kinder- und Jugendschutz und stiftet als Good Corporate Citizen soziales Kapital. Dieses identitätsstiftende Wirken ist sowohl zentral verankert in der Unternehmens- als auch in der Markenstrategie, deren Leitidee Hand in Hand ist HanseMerkur die Grundidee des Versicherungsgedankens aufnimmt: solidarisch füreinander einzustehen. Die Kraft der Gemeinschaft prägt den Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit, der nicht Aktionären verpflichtet ist, sondern Kunden, Partnern und Mitarbeitern.

Auch wenn die Entwicklung immer dynamischer wird, verbindliche Klimaschutzziele zu erreichen und die Unternehmen in die Pflicht zu nehmen, so darf nicht aus dem Fokus geraten, dass sich für die HanseMerkur, der Kundengelder in einer Höhe von über zehn Milliarden Euro anvertraut sind, Nachhaltigkeit in erster Linie an der Sicherheit der Altersvorsorge oder der Alterungsrückstellungen in der Privaten Krankenversicherung festmacht. Das bedeutet nicht, dass das Unternehmen den Schutz der natürlichen Umwelt und des Klimas nicht im Fokus hätte. Sind es doch die Versicherer, die – um nur ein Beispiel aus dem Berichtsjahr zu nehmen – durch die klimabedingte Zunahme von Stürmen, Hagel und Starkregen Schäden an Häusern, Hausrat, Gewerbe, Industrie und Kraftfahrzeugen in Höhe von 2,5 Milliarden Euro<sup>1</sup> zu tragen hatten.

Bereits zum 1. Mai 2020 unterzeichneten die HanseMerkur und ihre Asset Management-Tochter HanseMerkur Trust AG die sechs Grundsätze der Vereinten Nationen für verantwortliches Investieren (Principles for Responsible Investment, PRI). Damit verpflichten sich beide Unternehmen zu einem Investitionsverhalten, das der finanziellen Relevanz ökologischer und sozialer Kriterien sowie Fragen einer guten Unternehmensführung Rechnung trägt und den Weg zu einem nachhaltigeren globalen Finanzsystem ebnet. Die Mitgliedschaft im PRI-Verbund ist auch ein Bekenntnis zu einer transparent nachweisbaren Nachhaltigkeitsorientierung.

Im Sommer 2020 hat sich deshalb eine übergreifende Arbeitsgruppe gebildet, um die Grundlage für eine Nachhaltigkeitsstrategie mit visionärer Kraft und ambitionierten, nachprüfbaren Zielen und Maßnahmen zu erarbeiten. In einem detaillierten Prozess wurden die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen der HanseMerkur mit den 169 Unterzielen der UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals = SDGs) abgeglichen. Mittlerweile gibt es eine Projektgruppe unter Leitung des Vorstandsvorsitzenden, die im laufenden Jahr die verbindliche strategische Ausrichtung der HanseMerkur im Bereich der Nachhaltigkeit erarbeiten wird.

<sup>1</sup>Quelle GDV:  
<https://www.gdv.de/de/medien/aktuell/naturgefahrenbilanz-2020-65022>

Seit 2016 informiert der CSR-Blog über das Engagement der HanseMerkur und aktuelle Themen



Unabhängig von der Projektgruppe werden die Nachhaltigkeitsthemen durch die Abteilung Unternehmenskommunikation gesteuert, wo eigens eine eigene CSR-Funktion eingerichtet wurde, die an den Vorstandsvorsitzenden berichtet. Hier ist auch das Know-how gebündelt, das in der breiten Vernetzung zum Thema zum Ausdruck kommt. Ob über die langjährige Mitgliedschaft im Ausschuss „Gesellschaftliche Verantwortung“ der Handelskammer Hamburg oder über das Mitwirken in der User Group „Nachhaltigkeitsmanagement“ der Versicherungsforen Leipzig. Seit 2016 berichtet zudem ein CSR-Blog (<http://hansemerkur.csr-engagement.de>) tag- gesaktuell über das breite gesellschaftliche Engagement der HanseMerkur in den Themenfeldern Kinderschutz, Beruf & Familie, Kultur, Sport & Gesundheit, Umwelt & Nachhaltigkeit sowie Ethik & Gesellschaft.

## 1.4 Stakeholderdialog und Wesentlichkeitsanalyse

### Dialog mit unseren Stakeholdern

Der Dialog mit den Stakeholdern ist ein wertvolles Instrument für die Unternehmensführung, das zu langfristigem Erfolg beiträgt. Die HanseMerkur tauscht sich regelmäßig mit ihren Anspruchsgruppen aus. Zum einen, um stets ein aktuelles Bild über die verschiedensten Erwartungen und Erwartungshaltungen zu haben und auf diese gezielt eingehen zu können. Zum anderen, um Anregungen und Ideen sowie Verbesserungspotentiale zu erkennen und in Maßnahmen zu überführen. Im Januar 2019 wurden mit Fachverantwortlichen aus allen Bereichen des Unternehmens intensive Gespräche geführt, um ein noch besseres Verständnis über die verschiedenen Anspruchsgruppen der jeweiligen Bereiche sowie ihre zentralen Anliegen zu gewinnen.

Die Webseiten der HanseMerkur, der CSR-Blog und weitere Social Media Kanäle sind öffentlich und für jedermann zugänglich. Darüber hinaus findet über vielfältige Kommunikationswege ein regelmäßiger Austausch mit den relevanten Stakeholdergruppen der HanseMerkur statt (Abb. 3).

Mit dem ersten eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht 2018, hat die HanseMerkur proaktiv und transparent zu relevanten Nachhaltigkeitsthemen berichtet. Der vorliegende Bericht zeichnet ein umfassendes Bild der Nachhaltigkeitsleistungen und -ziele der HanseMerkur.

Der Vorstandsvorsitzende ist Mitglied im Haupt- und dem mathematisch-statistischem Ausschuss des PKV-Verbandes. Der Abteilungsleiter Kranken-Leistung ist Vorstand im Landesausschuss Hamburg und Schleswig-Holstein des PKV-Verbandes.

### Wesentlichkeitsanalyse

 Die HanseMerkur hat in 2019 erstmalig eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, die sowohl die gesetzlichen Anforderungen des CSR-RUG sowie der Berichterstattung nach den GRI-Standards entspricht. Diese ist für das aktuelle Berichtsjahr 2020 weiterhin gültig. So konnten 20 Nachhaltigkeitsthemen in den Handlungsfeldern Verhalten im Geschäftsumfeld, Produktverantwortung, Mitarbeiter und Soziales Engagement als relevant für die HanseMerkur identifiziert werden. Im Handlungsfeld Betrieblicher Umweltschutz und Lieferkette wurde kein Thema mit hoher Relevanz identifiziert.

| Stakeholder  | Kommunikationsmittel   | Häufigkeit   |
|--|--|--|
| Kunden   | Beratung persönlich durch den Außendienst, telefonisch bzw. per E-Mail/Brief durch den Kundenservice | bei Bedarf   |
|  | Informationen zu aktuellen Themen, beispielsweise durch den „Kundenbrief Aktuell“                    | ca. 3 x pro Jahr   |
|  | Kundenzufriedenheitsbefragungen  | alle 3 Jahre   |
| Mitarbeiter  | Intranet   | fortlaufend  |
|  | Unternehmensmagazin REPORT   | ca. 3 x pro Jahr   |
|  | Betriebsversammlungen  | quartalsweise (aufgrund der Pandemie informierte der Betriebsrat mit einem Newsletter) |
|  | Führungskräfte   | fortlaufend  |
| Potentielle Bewerber   | Bewerberportal auf der Website der HanseMerkur   | fortlaufend  |
|  | Mitarbeiter der Personalabteilung  | im Bedarfsfall   |
| Vertriebs- und Kooperationspartner   | direkter Dialog mit den verantwortlichen Vertriebsdirektoren und -leitern                            | fortlaufend  |
|  | Marketing-Newsletter   | quartalsweise  |
| Öffentlichkeit und Medien (Medienvertreter, Fachpresse, regionale Öffentlichkeit)  | Pressemeldungen  | im Bedarfsfall   |
|  | Mitarbeiter der Unternehmenskommunikation  | im Bedarfsfall   |
| Branchenverbände (z.B. GDV und PKV-Verband)  | direkten Dialog über die Vertretung in den Gremien (Mitgliedschaft)                                  | turnusmäßige Gremiensitzungen und im Bedarfsfall                                       |
| Kapitalmarktvertreter  | direkter Kontakt durch HanseMerkur Trust AG  | fortlaufend  |
| Regulierungsbehörden (u.a. BaFin, Landesdatenschutzbehörden)   | Information über relevante Aktualisierungen erfolgt aus jeweiligem Vorstandsressort                  | im Bedarfsfall   |
| Vertreter aus Wissenschaft und Forschung (z.B. Forschungsinstituten, Universitäten, Hochschulen, Schulen, Institutionen aus dem medizinischen Bereich) | gezielter themenbezogener Dialog   | im Bedarfsfall   |
| Lieferanten  | direkter Kontakt mit ihren Ansprechpartnern der jeweiligen Fachabteilungen                           | im Bedarfsfall   |

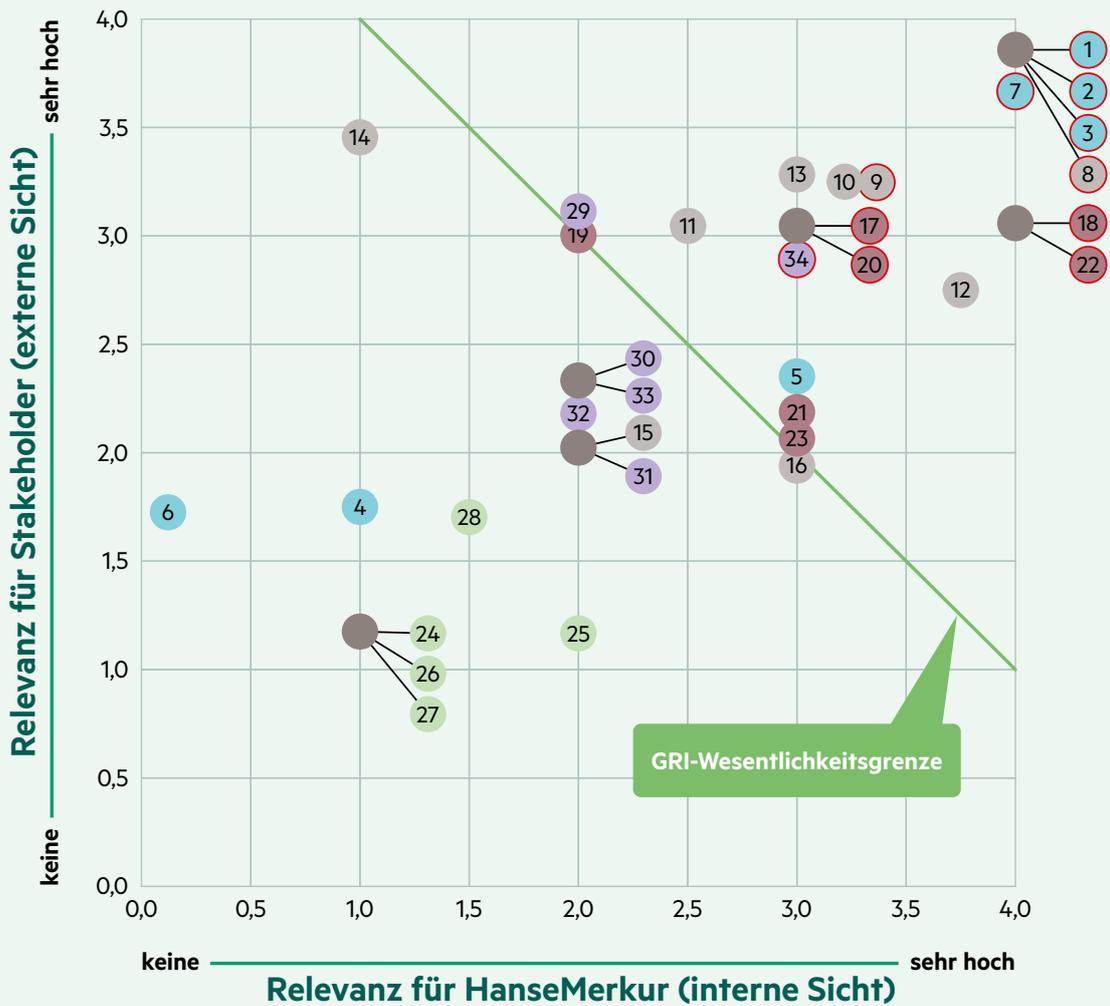
Abbildung 3



Das Unternehmensmagazin REPORT informiert über die aktuellen Ereignisse bei der HanseMerkur

📖 Mit Hilfe einer ausführlichen Literatur- und Wettbewerbsanalyse sowie über den Austausch mit allen relevanten Funktionen der Unternehmensgruppe wurden zunächst 34 potenziell wesentliche Nachhaltigkeitsthemen identifiziert. In insgesamt zwölf Expertengesprächen mit 24 Fachverantwortlichen wurden die potenziell wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen HanseMerkur-intern bewertet. Darüber hinaus konnten über die Expertengespräche und das Nachhaltigkeitsteam der HanseMerkur die wesentlichen Stakeholdergruppen der HanseMerkur identifiziert werden. Diese wurden im Anschluss an die Interviews in einer Online-Befragung ebenfalls dazu aufgefordert, die potenziell wesentlichen Themen für die HanseMerkur in ihrer Relevanz zu bewerten. Über 50 externe Stakeholder nahmen an der Befragung teil, verteilt auf Geschäftspartner, Medienvertreter, NGOs, Kapitalmarktvertreter und Sonstige.

**Wesentlichkeitsmatrix**



○ CSR-RUG Themen: wesentlich im Sinne des CSR-RUG.

- Verhalten im Geschäftsumfeld**
- ① Compliance
  - ② Corporate Governance
  - ③ Informationssicherheit (Cyber Security/Computer-/Netzsicherheit)
  - ④ Lobbying
  - ⑤ Risikomanagement
  - ⑥ Transparenter Steuerzahler
  - ⑦ Unternehmenswerte und -kultur

- Produktverantwortung**
- ⑧ Datenschutz
  - ⑨ Kundeninformationen und Produktaufklärung
  - ⑩ Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit
  - ⑪ Innovative Produkte
  - ⑫ Zugang zu Versicherung
  - ⑬ Faire Schadensabwicklung
  - ⑭ Versicherung für Naturkatastrophen
  - ⑮ Nachhaltige Finanzanlagen
  - ⑯ Nachhaltige Immobilieninvestments

- Mitarbeiter**
- ⑰ Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung
  - ⑱ Aus- / Weiterbildung und Talentförderung
  - ⑲ Diversität und Chancengleichheit
  - ⑳ Faire Bezahlung und Arbeitsbedingungen
  - ㉑ Führungskultur und -Qualifizierung
  - ㉒ Mitarbeitergewinnung und -bindung
  - ㉓ Mitbestimmung

- Betrieblicher Umweltschutz**
- ⑳ Abfall und Recycling
  - ㉑ Energieverbrauch und -effizienz
  - ㉒ Klimaschutz / THG-Emissionen
  - ㉓ Wasserverbrauch
  - ㉔ Nachhaltige Beschaffung
- Soziales Engagement**
- ㉕ Kinderschutz und Familie
  - ㉖ Inklusion
  - ㉗ Kunst und Kultur
  - ㉘ Sportförderung
  - ㉙ Umweltschutz und Biodiversität
  - ㉚ Gesundheit, Wissenschaft und Forschung

Abbildung 4

Die Ergebnisse der Experteninterviews und der Online-Befragung wurden vom Nachhaltigkeitsteam der HanseMercur mit Unterstützung der auf Nachhaltigkeit spezialisierten Managementberatung Schlange, Zamostny & Co. GmbH ausgewertet und in eine Matrix überführt. Im Zuge der Auswertung wurde sowohl das Verständnis von Wesentlichkeit i. S. d. CSR-RUG als auch GRI berücksichtigt. Themen, die in der Wesentlichkeitsmatrix (s. Abb. 4) oberhalb der Wesentlichkeitsgrenze liegen, sind nach dem Verständnis von GRI wesentlich. Das heißt, sie sind zum einen für die Geschäftstätigkeit der HanseMercur relevant und beeinflussen zum anderen maßgeblich die Beurteilungen und Entscheidungen ihrer Stakeholder. In rot gekennzeichnete Themen in der Matrix sind i. S. d. CSR-RUG wesentlich und damit Teil des Nichtfinanziellen Berichts. Hierbei handelt es sich um Themen mit hoher Bedeutung für unsere Geschäftstätigkeit sowie mit hohen Auswirkungen durch unsere Geschäftstätigkeit auf die Aspekte nach CSR-RUG (d.h. Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelange, Menschenrechte und Anti-Korruption). Insgesamt wurden elf wesentliche Themen im Sinne des CSR-RUG identifiziert.

### Wesentliche Themen nach CSR-RUG und Aspekte

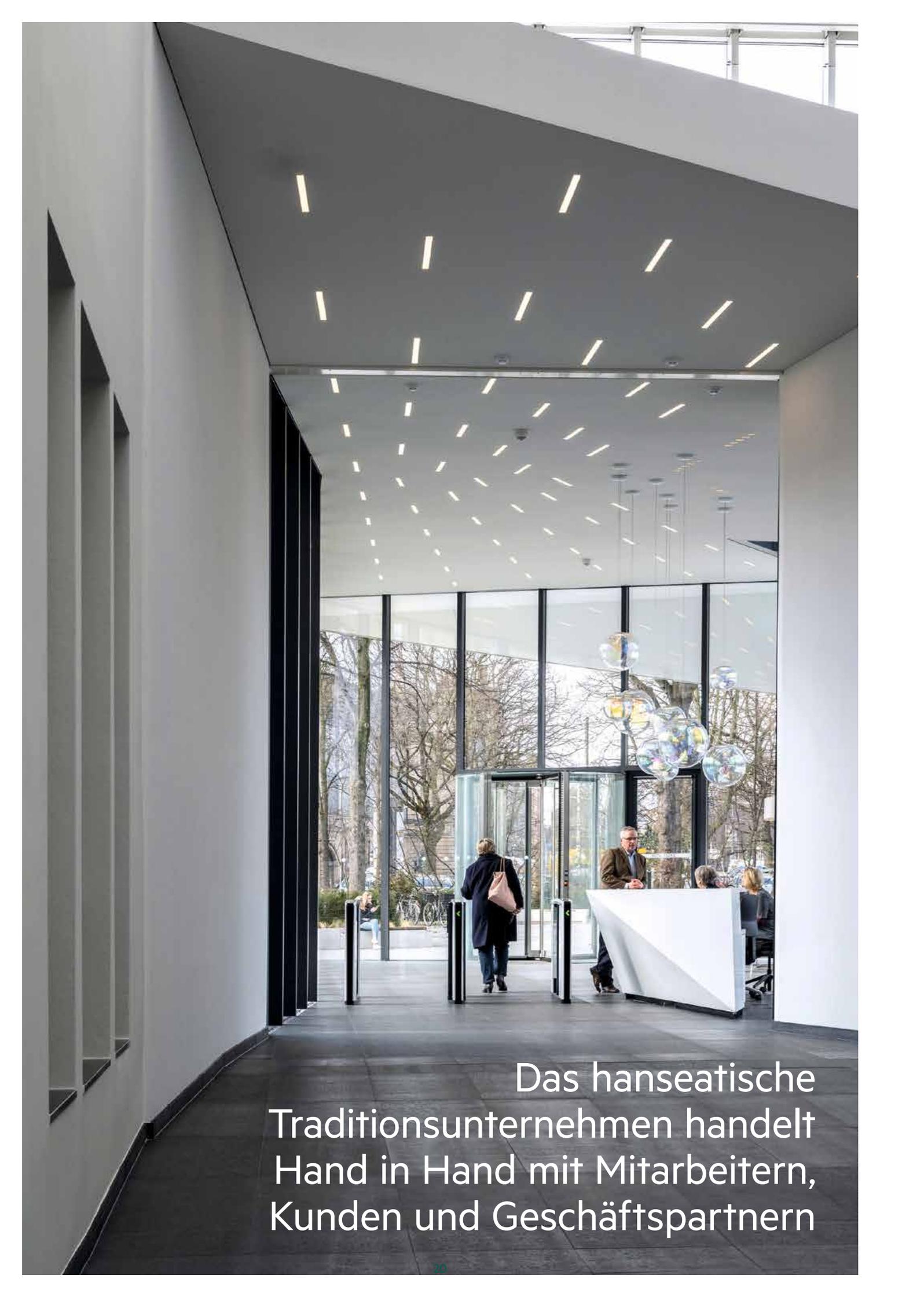
| Aspekte i. S. d. CSR-RUG                 | Wesentliche Themen i. S. d. CSR-RUG                                   | Verortung   |
|--|---|---|
| Achtung der Menschenrechte               | –   | Kapitel 2: Compliance<br>Kapitel 4: Mitarbeiter<br>Kapitel 5: Nachhaltige Beschaffung                               |
| Arbeitnehmerbelange                      | Aus-/Weiterbildung und Talentförderung                                | Kapitel 4: Mitarbeiter  |
|  | Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung                            |   |
|  | Faire Bezahlung und Arbeitsbedingungen                                |   |
|  | Mitarbeitergewinnung und -bindung                                     |   |
| Bekämpfung von Korruption und Bestechung | Compliance  | Kapitel 2: Verhalten im Geschäftsumfeld<br>SFCR HanseMercur: Governance-System (Geschäftsorganisation) <sup>2</sup> |
|  | Corporate Governance (Unternehmensleitung und Kontrolle)              |   |
|  | Unternehmenswerte und -kultur   |   |
| Sozialbelange                            | Informationssicherheit (Cyber Security/ Computer- und Netzsicherheit) | Kapitel 2: Verhalten im Geschäftsumfeld   |
|  | Datenschutz   |   |
|  | Kundeninformationen und Produktaufklärung                             | Kapitel 3: Produktverantwortung   |
|  | Gesundheit, Wissenschaft und Forschung                                | Kapitel 6: Soziales Engagement  |
| Umweltbelange                            | –   | Kapitel 5: Betrieblicher Umweltschutz   |

<sup>2</sup> Der Bericht über die Solvabilitäts- und Finanzlage der HanseMercur Gruppe, Sektion B. Governance-System (Link S. 101) ergänzt die nichtfinanzielle Berichterstattung zum wesentlichen Thema Corporate Governance (Unternehmensleitung und Kontrolle).

Abbildung 5

Nichtfinanzielle Risiken für die Geschäftstätigkeit des HanseMerkur Konzerns werden im Rahmen des Risikomanagements adressiert (Risikomanagement, S. 24). Abbildung 5 stellt die Themen dar, die im Wesentlichkeitsprozess als berichtspflichtig im Rahmen der nichtfinanziellen Berichterstattung nach dem CSR-RUG identifiziert worden sind und welchen Aspekten sie zugeordnet wurden. Textstellen, die den Nichtfinanziellen Bericht betreffen, sind im Bericht durch dieses Symbol  kenntlich gemacht.

Unabhängig der eigenen Analyse, nahm das Nachhaltigkeitsteam der HanseMerkur im Berichtsjahr an einer Wesentlichkeitswerkstatt der Versicherungsforen Leipzig teil. Rund zehn Versicherungsunternehmen ermittelten in mehreren Workshops die wesentlichen Themen aus Branchensicht. Zudem wurde mit Hilfe einer bundesweiten Stakeholderbefragung, die sich an einen alters- und einkommensübergreifenden Personenkreis unterschiedlichster Branchen und Organisationen richtete, die gesellschaftlichen Erwartungen an ein nachhaltiges Handeln der Versicherungsunternehmen analysiert. Die Berücksichtigung von ESG-Kriterien in der Kapitalanlage sowie der Umgang mit dem Klimawandel führten die Liste der wesentlichen Themen an, die sich ansonsten weitestgehend mit Ergebnissen der Wesentlichkeitsanalyse der HanseMerkur deckt. Die Ergebnisse der Wesentlichkeitswerkstatt fließen in die aktuelle Arbeit der Projektgruppe für eine nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens ein.



Das hanseatische  
Traditionsunternehmen handelt  
Hand in Hand mit Mitarbeitern,  
Kunden und Geschäftspartnern

# Verhalten im Geschäftsumfeld

 Gelebte Unternehmenswerte prägen die Unternehmenskultur und sind das Resultat täglich beachteter und angewendeter Corporate Governance. Der Rahmen dieser Corporate Governance ist neben dem Leitbild und der Organisation auch die Umsetzung von Compliance in der Praxis und der achtsame Umgang mit den Ressourcen durch angemessenes Risikomanagement.

Die geschäftsfeldübergreifende Zusammenarbeit in der HanseMerkur Gruppe ermöglicht effiziente Strukturen und die Nutzung von Synergie- sowie Optimierungspotentialen.

## 2.1 Unternehmensführung

### Organisation und Steuerung

 Bei der HanseMerkur steht Corporate Governance für eine transparente und verantwortungsvolle Unternehmensführung und -kontrolle. Diese bildet den Rahmen für das Risikomanagement der Gruppe und beinhaltet mehrere aufbau- und ablauforganisatorische Bestandteile, z.B. die Einrichtung von Schlüsselfunktionen wie dem Risikocontrolling, der versicherungsmathematischen Funktion, der Compliance-Funktion und der Internen Revision. Ökologische und soziale Themen werden an den relevanten Stellen im Governance-System berücksichtigt, vorstandsseitig etwa im jährlichen Strategieprozess. Weitere Informationen finden sich im Bericht über die Solvabilitäts- und Finanzlage der HanseMerkur, Sektion B. Governance-System (SFCR) (S.101).

### Unternehmenswerte und -kultur

 Die HanseMerkur prägt als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit eine besondere Verpflichtung ihren Mitarbeitern, Partnern und Kunden gegenüber. Aus diesem Grund steht die HanseMerkur seit jeher für faire und verlässliche Dienstleistungen, schnelle und flexible Lösungen, partnerschaftliche Beratung und zeitgemäß maßgeschneiderte Produkte. Zudem hat das Unternehmen den Anspruch, sich in dieser Hinsicht fortlaufend weiterzuentwickeln. Die sozialen Aspekte der Organisation spiegeln sich in den motivierten und kompetenten Mitarbeitern wider. Die Leitidee Hand in Hand ist HanseMerkur ist Ausdruck dieser Haltung, die durch die Attribute Verlässlichkeit, Sicherheit, Partnerschaft, Wertschätzung, Verständnis, Respekt, Dialog auf Augenhöhe und Vertrauen zum Ausdruck kommt. Eng mit der Geschichte der Freien und Hansestadt Hamburg verbunden, basiert das Handeln als hanseatisches Traditionsunternehmen, auf den Werten des Ehrbaren Kaufmanns. Mit Managementsystemen, konkreten Richtlinien sowie Prüf- und Kommunikationsprozessen stellt die HanseMerkur sicher, dass sie der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und interner Regelungen vollumfänglich gerecht wird. Darüber hinaus stellt die HanseMerkur durch regelmäßige Mitarbeiterveranstaltungen, Angebote wie das betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM) und die interne Kommunikation über das Intranet sicher, dass Leitidee und Unternehmenswerte allen Mitarbeitern in ihrer täglichen Arbeit stets präsent sind.

Dass diese Werte tatsächlich gelebt werden, zeigte sich auch im Pandemiejahr. Die Mitarbeiter organisierten die Präsenzzeiten vor Ort so, dass jedes Büro höchstens einfach belegt und maximal 10 Prozent der Gesamtbelegschaft vor Ort war. Besondere Rücksicht wurde auf die Mitarbeiter genommen, die aufgrund von Familienverpflichtungen oder gesundheitlichen Vorerkrankungen gar nicht in die Hauptverwaltung kommen konnten. Die Leitidee „Hand in Hand“ zeigte sich auch hier und bestärkt den Kreislauf, der von den Mitarbeitern der HanseMerkur gelebt und stetig fortgeführt wird.

 Das Unternehmen ist dem GDV-Verhaltenskodex (S. 101) im August 2013 beigetreten, der u.a. Compliance-Vorschriften zur Ächtung von Korruption, Bestechung und Bestechlichkeit enthält. Im April 2015 wurden im Zuge der Umsetzung des Branchen-Kodexes Complainceregeln eingeführt, die für die Vertriebskräfte aller deutschen Gesellschaften der HanseMerkur gelten. Die Umsetzung des GDV-Verhaltenskodexes wurde zuletzt Anfang 2020 überprüft und als effektiv eingestuft, um wesentliche Risiken und etwaige Verstöße frühzeitig zu erkennen und abzustellen.

### **Risikomanagement**

 Der verantwortungsvolle Umgang mit Chancen und Risiken ist integraler Bestandteil der Unternehmensphilosophie der HanseMerkur. Das Vertrauen der Kunden in die Widerstandsfähigkeit, Verlässlichkeit und finanzielle Kompetenz steht im Fokus des Risikomanagements, dessen Grundsätze in der Risikostrategie festgelegt sind. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf strategischen Risiken, Reputationsrisiken, rechtlichen Risiken sowie einer ausreichenden Risikodiversifikation und Eigenmittel hinterlegung auf Gruppenebene. Zielsetzung der Risikostrategie ist es, dass alle Ansprüche der Kunden jederzeit erfüllt werden können.

 Die finanzielle Stärke als Kernelement der Unternehmensstrategie wird durch eine komfortable Unterlegung der Gruppe und der Einzelgesellschaften mit Eigenkapital sichergestellt und schafft so das notwendige Vertrauen bei den Kunden.

 Der Ausgleich im Kollektiv, Personal und Eigenkapital bzw. Solvabilität sind die Basis für das Wirtschaften eines Versicherungsunternehmens und damit erfolgskritische Faktoren. Die dauerhaft komfortable Eigenkapitalausstattung und deren optimierte Nutzung wird als Zielsetzung des Risikomanagements u.a. über die Simulation von Stressszenarien und über die Anwendung von Projektionsrechnungen über längere Zeiträume sichergestellt.

 Dem Risikomanagement liegt zur Erfassung, Bewertung und Steuerung von Risiken ein holistischer Ansatz zu Grunde, dabei werden die identifizierten Risiken auf einer Gesamtrisiko- und einer Einzelrisikoebene betrachtet. Die HanseMerkur ist als Versicherungsgruppe vor allem an den Versicherungs- und Finanzmärkten aktiv und daraus verschiedenen Risiken ausgesetzt. Während sich die Gesamtriskoebene auf einen quantifizierbaren Ansatz fokussiert und dabei insbesondere die versicherungstechnischen Risiken, Markt- und Ausfallrisiken sowie operationellen Risiken einbezieht, wird auf der Einzelrisikoebene eine überwiegend qualitative Bewertung verfolgt.



Die SFCR-Berichte aller Gesellschaften der HanseMerkur sind als Download verfügbar (S. 91)

Zu diesen Risiken zählen u.a.: rechtliche Risiken, strategische Risiken, Reputationsrisiken und politische Risiken.

Compliance-Risiken fließen ebenfalls auf Ebene der Einzelrisikobetrachtung in das Risikomanagement ein (S. 26-28).

Nachhaltigkeitsrisiken nehmen eine besondere Rolle ein und sind in die Strategien, die Geschäftsorganisation und das Risikomanagement integriert. Auch hier erfolgt die Betrachtung auf zwei Ebenen. Zum einen können sich Ereignisse aus den Bereichen Umwelt, Soziales oder Unternehmensführung negativ auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage oder auf die Reputation auswirken, dies schließt klimabezogene Risiken in Form von physischen Risiken und Transitionsrisiken ein. Zum anderen kann die Geschäftstätigkeit der HanseMerkur mittelbar negativen Einfluss auf die Nachhaltigkeitsaspekte Umwelt, Soziales und Unternehmensführung haben.

Die Wirksamkeit und Verlässlichkeit des Risikomanagements wird über eine ganzjährige Risikobetrachtung erreicht. Zur Quantifizierung der Risiken kommen verschiedene Bewertungsmethoden und -modelle zum Einsatz, die in einem mehrstufigen Prozess Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadenhöhe für jedes identifizierte Risiko ermitteln. Dabei ist eine dezentrale und zentrale Steuerung und Überwachung der Risiken eingerichtet. Das Risikomanagementsystem der HanseMerkur wird regelmäßig und anlassbezogen auf seine Wirksamkeit geprüft. Neben internen Prüfroutrinen erfolgt u.a. jährlich eine Prüfung der Angemessenheit der Risikofrüherkennung durch den Wirtschaftsprüfer. Zudem wird durch geeignete Personalgewinnungs- und -entwicklungsprozesse die persönliche und fachliche Eignung der Mitarbeiter sichergestellt.

Die für das Risikomanagement relevanten Aspekte im Sinne des CSR-RUG sind implizit auf Ebene der Nachhaltigkeitsrisiken berücksichtigt. Hierzu zählen u.a. die Themen Kundeninformationen und Produktaufklärung sowie Mitarbeiterbelange, wie z.B. Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung, Aus- /Weiterbildung und Talentförderung, faire Bezahlung und Arbeitsbedingungen, Mitarbeitergewinnung und -bindung. Themen wie Compliance, Computer- und Netzsicherheit, Corporate Governance und Datenschutz sind explizit abgedeckt.

📖 Im Rahmen der Risikobewertung der HanseMercur wurden im Sinne des CSR-RUG keine berichtspflichtigen Risiken identifiziert, die mit der eigenen Geschäftstätigkeit, den Geschäftsbeziehungen, Produkten oder Dienstleistungen verknüpft sind und die sehr wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen auf die Gesellschaft haben oder haben werden. Weitere Informationen zum Risikomanagement und dem Umgang mit potentiellen Nachhaltigkeitsrisiken enthält der SFCR-Bericht der HanseMercur (Abschnitt B, HanseMercur Krankenversicherung auf Gegenseitigkeit).

## 2.2 Compliance

📖 Compliance umfasst die Gesamtheit aller Vorkehrungen, die ein Unternehmen trifft, um sicherzustellen, dass gesetzliche und andere verpflichtende Vorschriften eingehalten werden. Dies betrifft übergreifend auch die Einhaltung der Menschenrechte. Compliance umfasst auch die Erarbeitung unternehmenseigener Verhaltensregeln sowie alle Maßnahmen, die zu deren Einhaltung ergriffen werden. Compliance beabsichtigt vor allem Prävention. Für Versicherungsunternehmen gelten dabei spezifische, gesetzliche und aufsichtsrechtliche Vorgaben. Insbesondere sind sie verpflichtet, eine Funktion einzurichten, die die Einhaltung der externen Anforderungen überwacht (Compliance-Funktion). Wie in allen Fachbereichen der HanseMercur finden auch in der Abteilung Compliance regelmäßige Prüfungen durch die Interne Revision statt.

📖 Zur Erfüllung der versicherungsspezifischen Vorgaben hat die HanseMercur ein Compliance-Management-System (CMS) als Teil der Geschäftsorganisation eingerichtet, dessen Kernbestandteil die Compliance-Funktion ist. Die Geschäftsleitung trägt die Gesamtverantwortung für das CMS. Sie prägt die Compliance-Kultur und setzt den angemessenen „tone from the top“. Ihr obliegt zudem die Compliance-Berichterstattung an den Aufsichtsrat. Die Abteilungsleitung Compliance (Compliance Officer) berichtet daher regelmäßig oder bei Bedarf ad-hoc an die gesamte Geschäftsleitung bzw. den für die Abteilung Compliance zuständigen Ressortvorstand.

📖 Die Compliance-Funktion der HanseMercur ist als Mischform von zentralen und dezentralen Zuständigkeiten organisiert. Es gibt klar zugewiesene Verantwortlichkeiten, wobei bestehende Organisationsstrukturen verknüpft bzw. integriert werden. Diese Organisation gewährleistet die Integration der (rechtlichen) Fachkompetenz der einzelnen Organisationseinheiten in die Compliance-Funktion. Die Compliance-Funktion wird von der Abteilungsleitung Compliance koordiniert, die wiederum direkt an den Vorstand berichtet. Sie steuert als Compliance-Officer im Auftrag der jeweiligen Geschäftsleitung die Compliance-Funktion und entwickelt sie weiter. Zusätzlich zu den Compliance-Funktionen auf Ebene der einzelnen Versicherungsunternehmen ist eine Compliance-Funktion auf Gruppenebene eingerichtet. Ihr Betrachtungsgegenstand sind alle aus Gruppensicht relevanten Gesellschaften der HanseMercur.

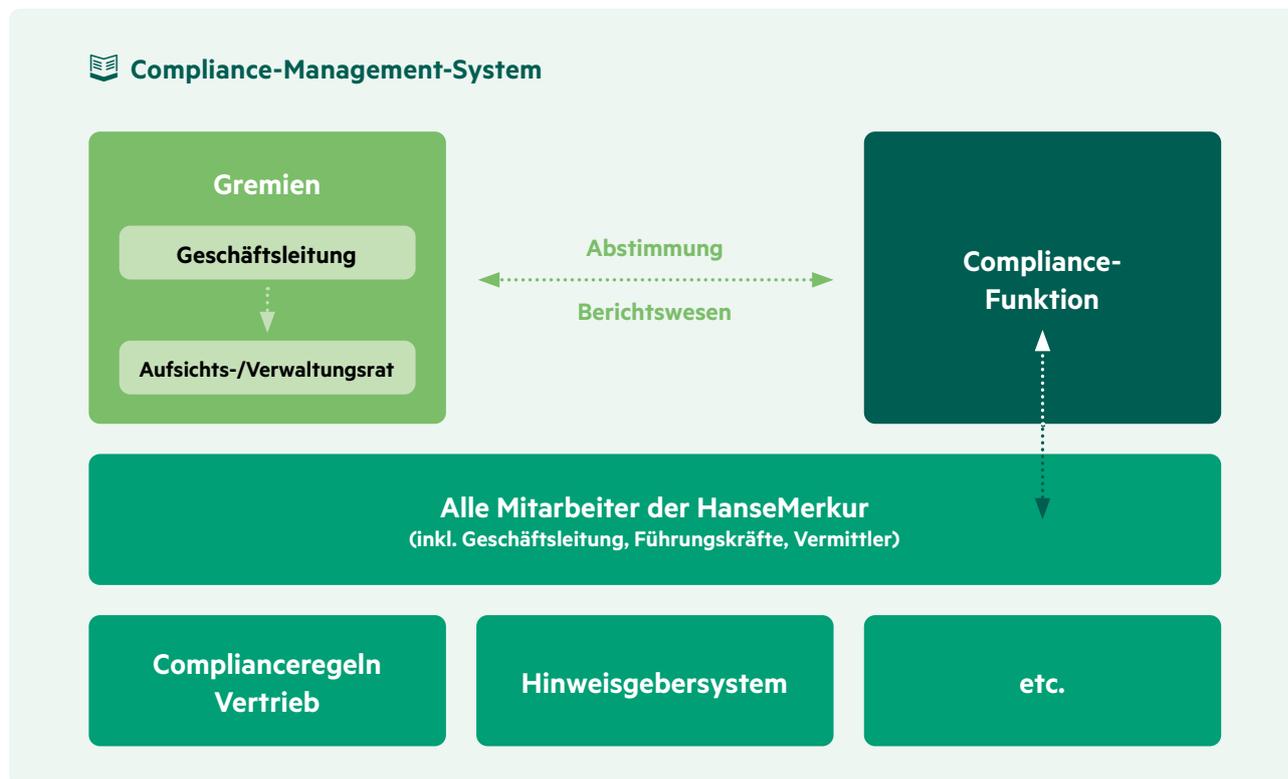


Abbildung 6

Compliance betrifft alle Mitarbeiter in einem Unternehmen: Alles Handeln bewegt sich in einem Rechtsrahmen. Aus diesem Grund müssen alle Mitarbeiter darauf achten und in ihrem Verantwortungsbereich sicherstellen, dass sie sich in dem vorgegebenen Rechtsrahmen bewegen und im Tagesgeschäft die geltenden Regeln einhalten. Compliance-Betrachtungen gehören daher zu den Grundlagen jeder Entscheidung. Die Verwurzelung des Wertekodexes des Ehrbaren Kaufmanns in der Unternehmensstrategie der HanseMerkur spiegelt sich auch in ihren übergeordneten Compliance-Zielen. Diese umfassen den Schutz der Kundeninteressen, den Schutz der HanseMerkur, seiner Organe und Mitarbeiter vor Haftungsansprüchen und aufsichtsrechtlichen Maßnahmen, die Sicherung der Reputation der Unternehmensmarke sowie die Förderung einer Compliance-Kultur insgesamt.

Jegliche Verletzung von rechtlichen Regeln ist zu vermeiden. Daher bilden grundsätzlich alle Compliance-Risiken die Basis der Tätigkeit der Compliance-Funktion. Bei der Wahrnehmung ihrer Aufgaben konzentriert sich die Compliance-Funktion aus Risikogesichtspunkten auf die als relevant identifizierten Compliance-Risiken, da diese ein besonderes, gegebenenfalls existenzbedrohendes Risiko für das Unternehmen darstellen können. Ein Beispiel für ein solches relevantes Compliance-Risiko ist die Vermeidung von Bestechlichkeit und Bestechung (Korruption) der Mitarbeiter. Alle relevanten Compliance-Risiken werden im Rahmen des Compliance-Risikocontrollings beobachtet, überprüft und regelmäßig bewertet. Potenzielle Verstöße gegen relevante Compliance-Risiken, oder der Verdacht auf solche, werden geprüft, bewertet und gegebenenfalls erforderliche Maßnahmen ergriffen. Über einen als wesentlich eingestuftem Compliance-Verstoß, oder bei Verdacht auf einen solchen, greift zudem ein besonderes Berichtswesen an die gesamte Geschäftsleitung. Die Anzahl potenzieller bzw. tatsächlicher wesentlicher Verstöße ist ein zentraler Anhaltspunkt für ein funktionierendes und effizientes CMS.



Compliance: ein vielschichtiges Regelwerk.

📖 Über gezielte Schulungs- und Sensibilisierungsmaßnahmen wird dafür Sorge getragen, Compliance-Verstößen nach Möglichkeit durch Sensibilisierung und Information vorzubeugen. So werden beispielsweise die Mitarbeiter in relevanten Geschäftsbereichen (z.B. Vertrieb) zum Thema Bestechlichkeit und Bestechung aufgeklärt.

📖 Zur frühzeitigen Erkennung von potentiellen Compliance-Verstößen hat die HanseMerkur ein internes Hinweisgebersystem eingerichtet, bei dem ein unabhängiger externer Rechtsanwalt als sogenannter Vertrauensanwalt eingebunden ist. Der Vertrauensanwalt steht allen Mitarbeitern der HanseMerkur als Ansprechpartner zur Verfügung und nimmt sowohl Hinweise auf potenzielle oder tatsächliche Straftaten als auch Hinweise auf mögliche Verstöße gegen geldwäscherechtliche Vorschriften vertraulich entgegen. Auch Korruptionsvorfälle, oder der Verdacht auf solche, können über das Hinweisgebersystem gemeldet werden. Dabei ist gewährleistet, dass Name und Identität des Hinweisgebers im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten geschützt bleiben und im Verhältnis zur HanseMerkur nur mit dessen Zustimmung bekannt gegeben werden.

📖 Wie im Vorjahr gab es auch im Berichtsjahr keine wesentlichen Compliance-Verstöße oder den Verdacht auf solche. Zudem wurden 2020 über das Hinweisgebersystem keine Compliance-Verstöße bzw. Verdachtsfälle gemeldet. Dementsprechend gibt es auch keine laufenden Verfahren, die auf einem Compliance-Verstoß basieren.

## 2.3 Datenschutz und Informationssicherheit

📖 Sensible Daten, wie zum Beispiel Gesundheitsdaten von Kunden, werden über sehr lange Zeiträume gespeichert. Mangelnde Informations- und Datensicherheit hätten somit auch besonders negative gesellschaftliche Auswirkungen. Die HanseMerkur nimmt diese immens hohe Verantwortung sehr ernst: Der betriebliche Datenschutzbeauftragte als Ansprechpartner für interne und externe Stakeholder wirkt in enger Abstimmung mit wichtigen Schnittstellen im Konzern darauf hin, dass die gesetzlichen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes eingehalten werden.

Ein „InformationssicherheitsTeam“ entwickelt, implementiert und evaluiert Pläne, Richtlinien und Vorgaben zur Sicherstellung der Informationssicherheit. Die HanseMerkur ist dem Verhaltenskodex des GDV zum Umgang mit personenbezogenen Daten beigetreten und hat diesen in der Gruppe implementiert. Eine Verpflichtungserklärung ist für jeden Mitarbeiter obligatorisch und gilt auch nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses.

### **Ansatz und Organisation**

 Nach der aktuellen Einschätzung des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) und anderer aktueller Studien, setzt sich die hohe Bedrohungslage im Bereich Datenschutz und Informationssicherheit für Unternehmen auch zukünftig weiter fort. Insbesondere Angriffe auf die Unternehmensdaten sowie Betriebsunterbrechungen auf Grund von Cybervorfällen werden auch zukünftig für die HanseMerkur ein potenzielles Unternehmensrisiko darstellen. Um einem möglichen Angriff angemessen begegnen zu können, entwickelt die HanseMerkur ihre Sicherheitsstrategie ständig weiter. Die HanseMerkur hat es sich zum Ziel gesetzt, die gesetzlichen Anforderungen an den Schutz personenbezogener Daten einzuhalten, indem sie die Verfügbarkeit der Daten sicherstellt und die Korrektheit der Daten sowie deren Vertraulichkeit gewährleistet. Zudem verfolgt sie das Ziel, Cyberangriffe bestmöglich zu identifizieren und abzuwehren und die IT-Systeme entsprechend abzusichern.

Die Anzahl der Vorfälle in 2020, die Verletzungen des Datenschutzes oder die Informationssicherheit betrafen, waren gering. Darüber hinaus hatten die aufgetretenen Vorfälle auch nur geringe Auswirkungen (S. 31). Außerdem wurde das Datenschutz- und Informationssicherheitsmanagementsystem (DIMS), das 2018 eingeführt wurde, weiter etabliert. So wurden z.B. zwei neue DIMS-Richtlinien verabschiedet, die Vorgaben für eine sichere Nutzung von E-Mail und Fax sowie für sichere Konfigurationen von Cloud-Lösungen festlegen.

 Die im Jahr 2009 in der HanseMerkur eingeführte Informationssicherheitsorganisation wurde zudem an die geänderten regulatorischen Anforderungen hinsichtlich EU-DSGVO, IT-Sicherheitsgesetz und VAIT (Versicherungsaufsichtliche Anforderungen an die IT) angepasst. Durch die Anfang 2018 beschlossene Einführung des DIMS auf Basis der ISO 27001 wurde organisatorisch die Informationssicherheit auf eine neue Basis gestellt. Neben der Einführung des konzerngesellschaften-übergreifenden Managementsystems nach ISO 27001 werden künftig auch Teile der Geschäftsprozesse und deren IT-Komponenten in die Zertifizierung geführt.

In 2019 erhielt die HanseMerkur erstmalig die ISO 27001-Zertifizierung für das Informationsmanagement der Prozesse für die Kunden- und Versicherungsvertragsverwaltung sowie das Leistungsmanagement des Produktes „Fielmann Nulltarif-Versicherung“. Im Berichtsjahr wurde diese Zertifizierung im Rahmen eines Überwachungsaudits bestätigt.

Die IT-Sicherheit basiert auf mehreren Säulen. Sie umfasst technisch eine regelmäßige Aktualisierung der Hard- und Software. Dazu kommen prozessual die Überwachung gefährdeter Schnittstellen einschließlich geeigneter Backup- und Recovery-Maßnahmen sowie Notfallkonzepte. Zusätzlich überprüfen unabhängige externe Dienstleister regelmäßig die IT-Sicherheit.

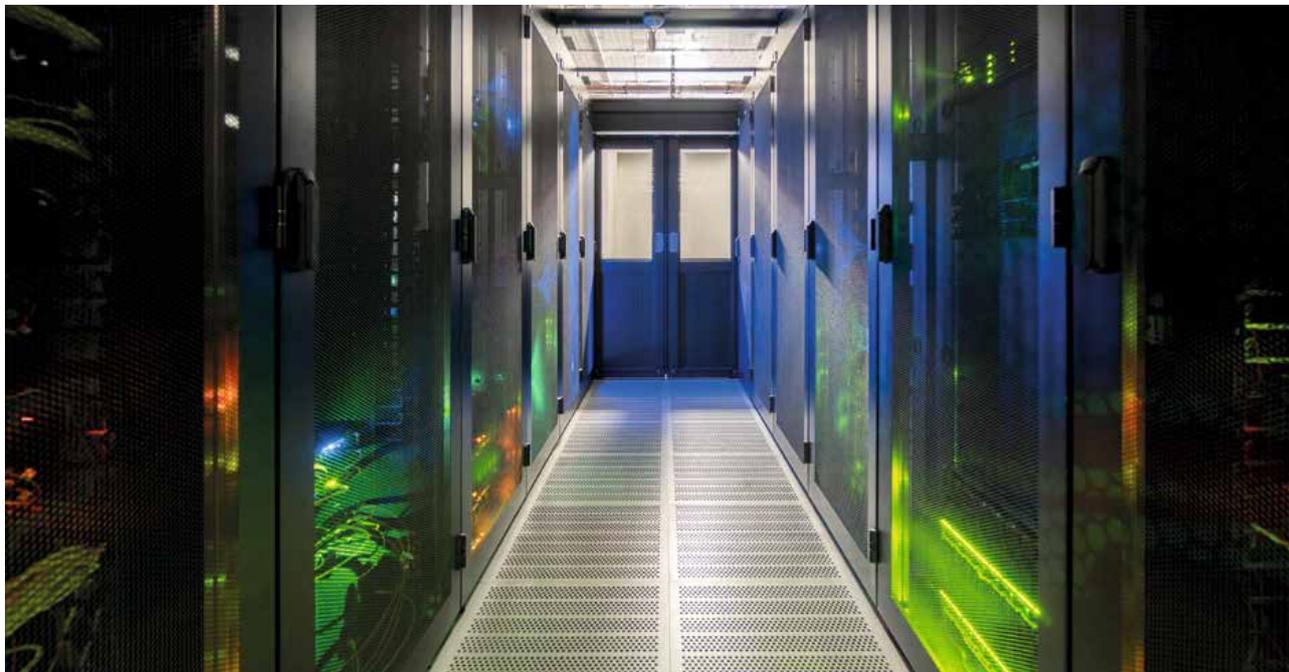
Die HanseMerkur arbeitet im Rechenzentrumsbetrieb mit der Firma Aquinet AG als ISO 27001 zertifizierten IT-Dienstleister als Colocation zusammen.

Die EU-DSGVO regelte mit Inkrafttreten zum Mai 2018 das Umfeld des Datenschutzes neu. Neben neuen Definitionen u.a. bei den Betroffenenrechten, sind auch die Forderungen nach einem Sicherheitskonzept, der prozessbezogenen Betrachtungsweise und einem Managementsystem, Bestandteil der neuen Verordnung. Aufgrund der hohen Überdeckung, insbesondere im Bereich Managementsystem und Prozessansatz, wurde bereits in 2018 damit begonnen, das DIMS bei der HanseMerkur zu implementieren. Durch diesen integrierten Ansatz entstehen Synergien sowohl bei der Verwaltung durch die Beauftragten für Informationssicherheit und Datenschutz, als auch in der Abarbeitung dieser Aufgaben bei den Prozess- und Risikoverantwortlichen. Die Implementierung wurde in 2019 abgeschlossen. Die Weiterentwicklung erfolgt über den kontinuierlichen Verbesserungsprozess z.B. Security Awareness-Kampagnen bei den Mitarbeitern.

Im Rahmen des Projektes zur Umsetzung der DSGVO wurden sowohl datenschutzrechtliche als auch Aspekte der Informationssicherheit umgesetzt. Hierdurch können Redundanzen, insbesondere bei der Fragestellung, wie mit „Störungen“ umzugehen ist, vermieden werden, da dies ggf. Auswirkungen auf verschiedene Meldepflichten hat. Die HanseMerkur hat eine gemeinsame Richtlinie „Incident-Management“ formuliert, die beide Seiten berücksichtigt. Die datenschutzrechtliche Bewertung zielt dabei eher auf die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung, während die Informationssicherheit die Umsetzung verantwortet.

Beschwerden bzgl. Datenschutz und Informationssicherheit können auf allen gängigen Wegen der Kontaktaufnahme (mündlich, schriftlich, in Textform, durch den Beschwerdeführer selbst) sowohl in der Hauptverwaltung als auch beim betreuenden Vertriebspartner eingereicht werden. Die Beantwortung der Beschwerden erfolgt grundsätzlich in schriftlicher Form. Im Falle einer angebrachten telefonischen Bearbeitung (z.B. Kundenwunsch) wird das Ergebnis dokumentiert und in der Kundenakte archiviert. Im Berichtsjahr kam es insgesamt zu acht nennenswerten Fällen, bei denen man von Verletzungen des Datenschutzes sprechen kann.

Fünf dieser Fälle sind der Kategorie „Dokumentenfehlversand“ zuzuordnen und drei Fälle der Kategorie „Offenbarung“ durch nicht hinreichende technisch-organisatorische Maßnahmen, insbesondere durch Fehlkonfigurationen in der Berechtigungsvergabe, die kurzfristig wieder behoben werden konnten.



Geschützte Daten im Rechenzentrum der HanseMerkur

### Risikobewertung

Die HanseMerkur hat es sich zum Ziel gesetzt, gemäß der gesetzlichen Anforderungen, den Schutz personenbezogener Daten sicherzustellen. Die interne HanseMerkur Leitlinie „Datenschutz und Informationssicherheit“ regelt diese Sicherstellung der Vertraulichkeit und Integrität mit Blick auf Informationen und personenbezogene Daten.

Das Unternehmen führt im Rahmen der gruppenweiten Risikoinventur regelmäßig eine Risikobewertung der IT-Assets durch. Die Risikobewertung dient der Einschätzung der Wesentlichkeit der Risiken. Die IT-Sicherheit basiert auf mehreren Säulen. Sie umfasst technisch u.a. eine regelmäßige Aktualisierung der Hard- und Software. Dazu kommen prozessual die Überwachung gefährdeter Schnittstellen einschließlich geeigneter Backup- und Recovery-Maßnahmen sowie Notfallkonzepte. Unabhängige externe Dienstleister überprüfen regelmäßig die IT-Sicherheit.

Die implementierten Sicherheitsmaßnahmen haben trotz täglicher Cyber-Angriffe gegriffen. Im Bereich der eingehenden E-Mails wurden durch die eingesetzten Prüfroutinen rund 500.000 davon rausgefiltert und abgewehrt, die potenziell schadhafte Inhalte enthielten. Das waren 10 Mal mehr E-Mails als im Vorjahr. Die von der HanseMerkur zur Abwehr schadhafter Programme eingesetzten Maßnahmen zeigten sich als sehr verlässlich. Störungen mit nennenswerten Auswirkungen sind nicht eingetreten.

Auch in Pandemiezeiten hat die HanseMerkur in Sachen Homeoffice gesicherte IT-Zugangswege auf die internen Systeme ermöglicht. Je nach Anforderungsprofil konnten kurzfristig unterschiedliche Lösungen bereitgestellt werden (z.B. Remote-Zugriff und virtuelle Lösungen). Dass diese erfolgreich genutzt wurden, zeigen die Zahlen der ausgegebenen Token im Berichtsjahr, die zur „Zwei-Faktor-Authentifizierung“ und somit dem Zugriff auf das HanseMerkur-System nötig sind. Mit 2.398 verteilten Token (Permanente Softtoken: 1.186, Hardtoken: 1.162, Yubikey (USB-Hardtoken): 50) wurde diese Zahl im Vergleich zum Vorjahr (720) mehr als verdreifacht. Wie auch im Vorjahr ist die Anzahl der Token auf Mitarbeiter nicht beschränkt.

### Social Engineering

Angreifer knacken nicht nur Computer, sie „hacken“ auch Menschen.  
Wie das geht? Zeigt das Video.

**Richtiger Umgang mit E-Mail**  
Das Öffnen einer E-Mail betrachten wir als Link oder das Öffnen eines Anhangs kann...  
**Hilft der Virens Scanner?**  
Es kommt darauf an. Wie Sie im ersten Kapitel täglich tausende neue Viren. Der Virens Scanner kennt.  
Das bedeutet: Von den 10.000 Viren, die gekommen, schützen SIE uns, in dem Sie nicht...

Warum dieses Training?  
E-Mail  
Internet & Cloud  
Passwörter  
Informationsklassifizierung  
Sicherer Arbeitsplatz  
Unterwegs  
Soziale Netze

Bei der Online-Awareness-Kampagne durchlaufen die Mitarbeiter der HanseMerkur eine große Bandbreite an Themenfeldern.

### Maßnahmen

📖 Mit regelmäßigen Maßnahmen zur Steigerung der Security Awareness trägt die HanseMerkur wesentlich zur Reduktion der Informationssicherheitsrisiken, insbesondere beim „Faktor Mensch“, bei.

In der Vergangenheit wurden deshalb die „Information Security Days“ durchgeführt. Die Wirksamkeit zeigte sich u.a. dadurch, dass viele Mitarbeiter verdächtige E-Mails meldeten und es keine wesentlichen Vorfälle gab, welche auf mangelnde Awareness zurückzuführen waren. Aufgrund der Wichtigkeit und der positiven Erfahrungen, wurde die Awareness-Kampagne durch Schulungen der Informationssicherheitskoordinatoren der Fachbereiche in 2019 fortgesetzt. Im Berichtsjahr wurde die Awareness-Kampagne wieder weiterentwickelt und es fand eine verpflichtende Schulung aller Mitarbeiter über „web-based Trainings“ statt. Rund 92 Prozent der Mitarbeiter haben das Training erfolgreich absolviert. Für 2021 ist der Einsatz eines „Phishing-Simulators“ geplant, um die Mitarbeiter für die Erkennung von echten Phishing-Mails weiter zu sensibilisieren und zu schulen.

📖 Seit 2018 wird bei der HanseMerkur ein automatisiertes Schwachstellenmanagement für alle IT-Systeme eingesetzt. Das System verfügt ständig über die aktuellsten bekannten „Common Vulnerabilities and Exposures/CVE“ (ein Standard für Schwachstellen und Risiken) und analysiert, ähnlich wie ein Penetrationstester, die IT-Systeme. Die Informationen über die bestehenden Schwachstellen werden in einem regelmäßigen Reporting an die verantwortlichen Führungskräfte übergeben. Mit der entstehenden Transparenz können die Schwachstellen zeitnah und priorisiert behoben werden. Das System wiederum hält diese Veränderungen nach, so dass entsprechende Leistungskennzahlen Bestandteil des Informationssicherheitsmanagements sind. Die Zahl der noch nicht behobenen Schwachstellen liegt auf einem konstant akzeptablen Niveau, was zeigt, dass die etablierten Mechanismen zur Beseitigung von neuen Schwachstellen greifen.

## 2.4 Politische Einflussnahme

Als mittelständischer Versicherer fühlt sich die HanseMerkur durch die Branchenverbände ausreichend politisch vertreten und wirkt in mehreren Ausschüssen des Gesamtverbandes der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) und des Verbandes der Privaten Krankenversicherung e.V. (PKV) auch aktiv mit. Dabei tritt das Unternehmen als Privater Krankenversicherer für das duale Gesundheitssystem in Deutschland ein, da dessen hohe Qualität bei moderaten Kosten und unbeschränktem Zugang aller Versicherten unbedingt erhalten werden sollte.

Dass 75 Prozent der Bundesbürger in einer Befragung des Marktforschungsinstituts Nielsen im Auftrag des Bundesverbandes der Arzneimittel-Hersteller (BAH) vom November 2020 dem deutschen Gesundheitssystem gute bzw. sehr gute Noten gaben und ihm damit ein nochmal besseres Zeugnis ausstellten als im Vor-Corona-Jahr, stellt Leistungsfähigkeit und Krisentauglichkeit der medizinischen Versorgung eindrucksvoll unter Beweis. Das duale System im Wettbewerb zwischen gesetzlichen Kassen und privaten Krankenversicherern treibt nicht nur medizinische Innovationen, sondern sorgt im Zusammenspiel von staatlichen und privaten Strukturen auch für die Stärkung der medizinischen Ressourcen. Dies wurde in der Pandemie auch im internationalen Vergleich durch die sehr gute Ausstattung der Krankenhäuser mit Intensivbetten eindrucksvoll unter Beweis gestellt.

Die privaten Krankenversicherungsunternehmen zahlten 2020 coronabedingte Zusatzausgaben für Krankenhäuser, Ärzte und Zahnärzte sowie andere Leistungserbringer in Höhe von schätzungsweise einer Milliarde Euro. Damit leistet die PKV mehr für die Bewältigung der Pandemie, als es ihrem Versichertenanteil entspricht. Und sie garantiert so nicht nur ihren Versicherten Schutz, sondern steht auch zur Mitverantwortung für das Gesundheitssystem insgesamt.

Die HanseMerkur hat daher 2020 mit einer Spende in Höhe von 25.000 Euro die CDU unterstützt, da die Christdemokraten sich für den Erhalt des dualen Krankenversicherungswesens im Nebeneinander von GKV und PKV einsetzen. Weitere Zuwendungen an politische Parteien gab es nicht.



Hand in Hand ist  
**HanseMerkur**



Bei der Jahreseseröffnungstagung  
kommen alljährlich Innen- und  
Außendienst zusammen, um  
sich über die neusten Themen  
und Produkte zu informieren

# Produkt- verantwortung

## 3.1 Produkte und Vertrieb

Das Selbstverständnis der HanseMerkur als nachhaltiger Versicherer kommt in der Kapitalanlage, im Vertrieb bei Kundeninformationen und Produktaufklärung, im Service bei der Schadensabwicklung sowie bei der Produktentwicklung zum Ausdruck. Oberstes Ziel des Unternehmens ist es, Mehrwerte für seine Kunden zu generieren: in der persönlichen Absicherung und bei Maßnahmen zur Kostenreduzierung durch kontinuierliche Verbesserung von Prozessen und Systemen.

Die HanseMerkur zeichnet sich durch eine innovative und flexible Produktgestaltung aus und berücksichtigt dabei unterschiedliche Faktoren, wie den demografischen Wandel oder die Digitalisierung. Die Bedürfnisse der Kunden stehen dabei im Vordergrund.

Neben dem GDV-Verhaltenskodex, dem die HanseMerkur bereits 2013 beigetreten ist, garantieren unter anderem auch der Gleichbehandlungsgrundsatz und die konsequente Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/97 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Januar 2016 über Versicherungsvertrieb (IDD), eine faire Produktgestaltung sowie transparente Beratung und Schadensabwicklung.

### **Vertriebswege**

Die HanseMerkur-Strategie „Pluralität der Vertriebe“ spiegelt sich in der Vertriebswegestruktur wider. Neben den Ausschließlichkeitsorganisationen und dem klassischen ungebundenen Vertrieb bestehen langjährige Vertriebskooperationen. Die Tochtergesellschaften BD24 Berlin Direkt Versicherung AG, die Advigon Versicherung und die HanseMerkur International in Vaduz sind im Online-Reiseversicherungsvertrieb bzw. in der individuellen Absicherung von Lebensrisiken über Bausteine aus Krankenversicherung und Altersvorsorge tätig.

Der größte Partner im Kooperationsvertrieb ist die DAK-Gesundheit. Seit 2004 konnten hier über 1 Million Versicherte gewonnen werden, die die Krankenzusatz-, Reise- und Sterbegeldprodukte der HanseMerkur nutzen. Weitere Kooperationen bestehen u.a. mit der Optikerkette Fielmann (Nulltarifversicherung für Brillen), der Itzehoer Versicherung (Reise- und Krankenversicherungen), der VGH (Reiseversicherung), Basler Versicherungen (Riester), Husqvarna (Automower Protect), der Drogeriemarktkette Budnikowsky (u.a. Zahnzusatz) sowie seit 2020 mit Tchibo (u.a. Krankenzusatz- und Tierversicherung).

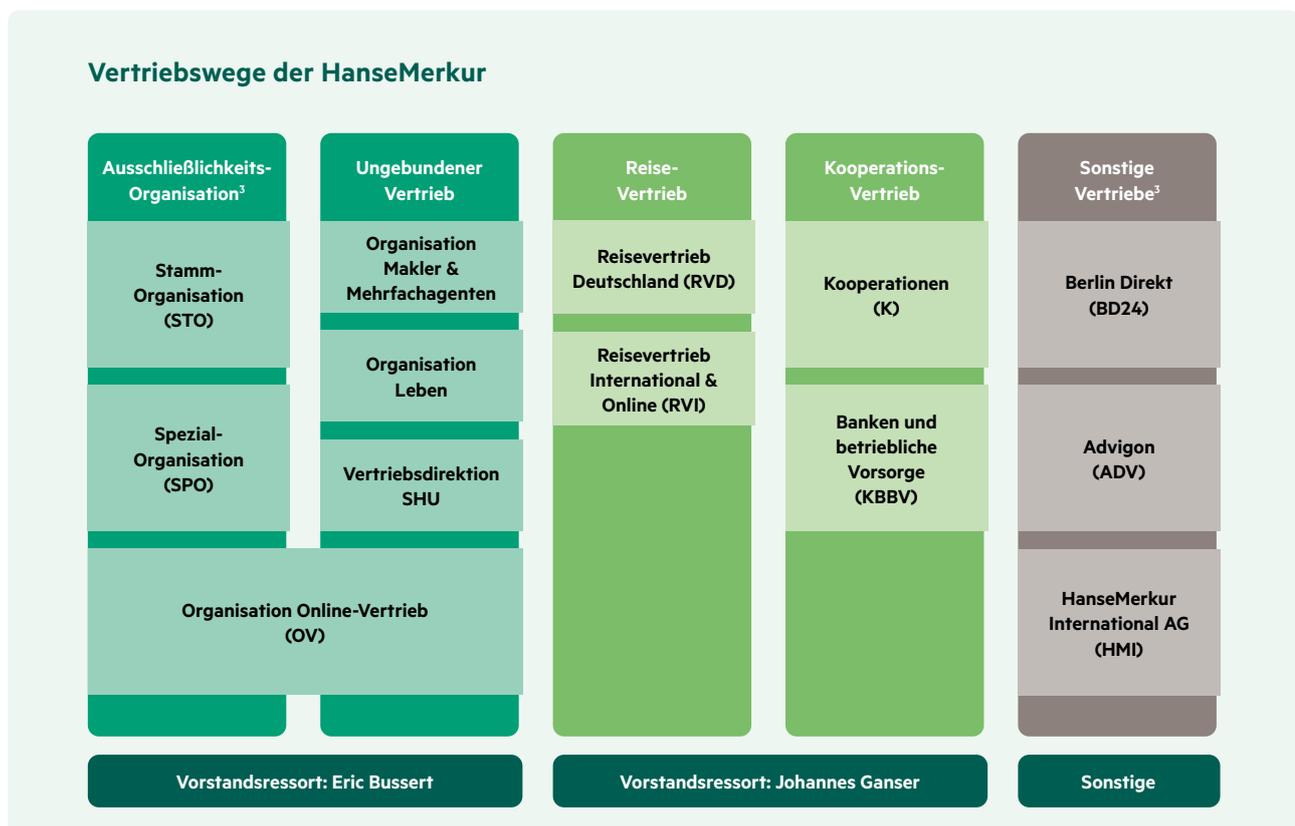
Darüber hinaus kooperiert die HanseMerkur mit Banken und Sparkassen. Insbesondere über die Hamburger Sparkasse und bundesweit über 30 weiteren Sparkassen werden vorrangig Kranken- und Pflegeversicherungsprodukte vertrieben.

Die HanseMerkur Reiseversicherung (HMR) hat eigene Mitarbeiter im Außendienst, die unter anderem eine Vielzahl an Reisebüroketten und Reiseveranstalter in der Touristik und im Business-Segment betreuen. Sie ist marktführender Versicherer in der See-, Airline- und Bustouristik.

Im Kooperationsvertrieb und dem Reisevertrieb als B2B-Segmente haben die Mitarbeiter des Außendienstes die Aufgabe, die Kooperationspartner professionell und fachgerecht hinsichtlich der HanseMerkur Produkte zu schulen, nicht zuletzt auch, um den IDD-konformen Endkundenvertrieb sicherzustellen.

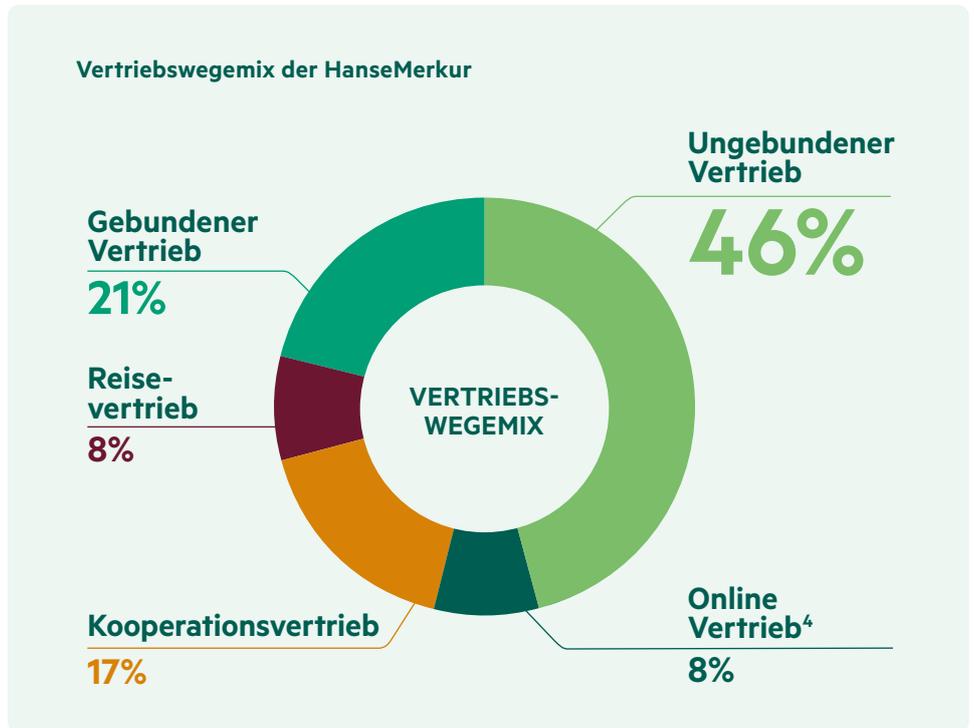
Zudem können selbstverständlich auch Versicherungsprodukte der Reise sowie Krankenzusatz, private Haftpflicht-, Hundehalterhaftpflicht-, Hunde-OP-, Unfall-, Hausrat-, KFZ-, Sterbegeldversicherung, Fahrrad- und E-Bike-Versicherung sowie die Riester-Rente online abgeschlossen werden. Für umfangreiche Produkte, wie der Krankenvoll- oder der Berufsunfähigkeitsversicherung ist eine intensivere Beratung notwendig, die ebenfalls online über den Beratungsnavigator (S. 43) möglich ist. Die Website der HanseMerkur wird regelmäßig auf ihre Barrierefreiheit getestet. Sobald sich daraus Verbesserungsvorschläge ergeben, werden diese im Rahmen der technischen Möglichkeiten im Content Management System umgesetzt.

Durch den in Abbildung 7 dargestellten vielfältigen Vertriebswegemix stellt die HanseMerkur einen umfassenden Zugang zu ihren Produkten sicher: Face-to-Face über Außendienstmitarbeiter und Makler in der Region, auf digitalem Weg, über Telefon- und Video-Beratung sowie über die Kooperations- und Reisevertriebspartner.



<sup>3</sup> kein Vertriebszweig der HM-Gruppe, jedoch Beteiligungsgesellschaft mit eigenem Vertriebsnetz

Abbildung 7



<sup>4</sup> Online Vertrieb inkl. BD24

Abbildung 8

### 3.2 Innovative Produkte

Die HanseMerkur hat den Anspruch, gesellschaftlichen Veränderungen mit der Entwicklung von innovativen Produkten zu begegnen und somit den Kundenbedürfnissen stets bestmöglich zu entsprechen. Da der Gesamtmarkt an Kranken-Vollversicherungen kaum wächst, befindet sich das Unternehmen aktuell in einem umkämpften Marktumfeld. Umso wichtiger für das Wachstum ist es, die Kunden für moderne Versicherungsprodukte zu begeistern und möglichst weitgehend Kundenbedürfnisse mit einem exzellenten Service und Assistancemaßnahmen zu befriedigen. Die Entwicklung von Versicherungsprodukten ist bei der HanseMerkur dezentral organisiert, so dass je Produktparte eigenständige Entwicklungsprozesse bestehen. Diese Vorgehensweise erhöht die Agilität sowie die Nähe zum Vertrieb und den Kundenbedürfnissen. Die Produktentwicklung basiert im Wesentlichen auf Rückmeldungen von Vertriebspartnern und Kunden. Auch Verbesserungsvorschläge aus dem betrieblichen Vorschlagswesen des Innendienstes fließen in die Produktentwicklung ein.

Da die Kosten im Gesundheitswesen permanent steigen, die Niedrigzins-Politik zudem Kapitalerträge erheblich einschränkt, die wiederum zur Auffüllung der Altersrückstellungen notwendig sind, wächst insofern auch der Druck Leistungsansprüche günstig zu beeinflussen. Im Bereich der Krankenversicherung baut die HanseMerkur deshalb seit Jahren kontinuierlich das Gesundheitsmanagement für die Kunden der Krankenversicherung weiter aus.

Das Angebot umfasst im Wesentlichen die Bereiche Information und Aufklärung, Vorsorgethemen, Vorteilsangebote sowie Betreuung (z.B. von chronisch Erkrankten). Zudem wird regelmäßig geprüft, welche neuen Behandlungsmethoden für Diagnostik und Therapie gemäß der Allgemeinen Versicherungsbedingungen (AVB) anerkannt werden können. Die HanseMerkur bietet ihren Vollversicherten die Möglichkeit zwischen qualitätsgeprüften Angeboten der Schulmedizin und der Komplementärmedizin, wie der Traditionellen Chinesischen Medizin (S. 96), zu wählen.

So hilft das Gesundheitstelefon der HanseMerkur beispielsweise den Versicherten dabei, geeignete Ärzte und Kliniken für medizinische Behandlungen zu finden. Durch die zielgerichteten Empfehlungen können die Kunden zu bestgeeigneten Behandlern gelangen, um möglichst kompetent und effizient behandelt zu werden. Handelt es sich um schwerwiegende, komplexe Erkrankungen, kann auch die Spezialistensuche über den Kooperationspartner BetterDoc in Anspruch genommen werden. Die Steuerungen in Fachkliniken und zu spezialisierten Ärzten wirken sich positiv auf das Behandlungsergebnis aus. Ein Drittel aller Diagnosen und zwei Drittel aller Therapiepläne werden korrigiert sowie unnötige Kosten wegen falscher oder suboptimaler Behandlungen vermieden. Darüber hinaus bietet BetterDoc auch einen hochkompetenten medizinischen Zweitmeinungs-Service an, vor Ort und seit 2020 auch online. In etlichen konkreten Anfragen konnten durch diese Expertisen effizientere und patientenschonendere Gesundheitsversorgungen vermittelt werden. Fast die Hälfte der Anfragen entfällt auf Muskel-Skelett- und Gelenkerkrankungen. Auswertungen für die Jahre 2017 bis 2020 zeigen, dass sich bezogen auf geplante Operationen für mehr als jeden zweiten Eingriff bessere Alternativen anboten.

### Nutzungszahlen der RechnungsApp

■ Eingegangene App-Einreichungen gesamt ■ darin enthaltene Belege gesamt

Der Anteil an den gesamten Leistungsabrechnungen betrug durch die „RechnungsApp“ im Geschäftsjahr 2017 noch 21 % und wurde bis ins Geschäftsjahr 2020 auf 45 % gesteigert.



Abbildung 9



Die Digitalisierung in der Krankenversicherung wurde von der HanseMerkur als wichtige Entwicklung früh erkannt und kundenfreundlich gestaltet. So hat die HanseMerkur zum Beispiel 2011 als bundesweit erstes Versicherungsunternehmen eine „RechnungsApp“ entwickelt, die seitdem kontinuierlich optimiert wird. Seit 2018 ist auch die Zustellung der Leistungsabrechnung über die App möglich und seit 2020 sind die Gesundheitservices in der RechnungsApp integriert und somit mobil ansteuerbar.

Die rapide wachsenden Nutzungszahlen der RechnungsApp bestätigen zum einen, dass digitale Angebote für die Kunden immer höhere Relevanz gewinnen. Zum anderen zeigen sie, dass das Angebot der digitalen Einreichung von Leistungsabrechnungen und Belege bei der HanseMerkur zeitgemäß ist und von den Kunden wertgeschätzt und gut angenommen wird. So sind die Nutzungszahlen und App-Einreichungen auch im Berichtsjahr weiter gestiegen (s. Abb. 10). Mittlerweile werden gleichrangig Einreichungen über die RechnungsApp sowie über analoge Einreichungskanäle beobachtet. Mit der anhaltenden Coronavirus-Pandemie hat sich der Ausbau im Bereich der e-Health-Anwendungen weiter beschleunigt. So wurden innerhalb kurzer Zeit Informationen und spezielle Services rund um die Pandemie zusammengestellt, u.a. zu AHA- und Hygieneregeln, Symptomchecker per Corona-Chatbot, Tests und Impfungen, Konsultationen beim HanseMerkur Online-Arzt sowie Angebote zur Resilienzförderung wie Onlineprogramme zur Stärkung der Immunabwehr, Fitness- und Sporttrainer sowie zur Stressvorsorge und zu psychischen Belastungen. Die Angebote wurden per Newsletter, über die RechnungsApp sowie über eine eigens eingerichtete Coronaseite auf dem HanseMerkur-Portal an die Kunden kommuniziert.

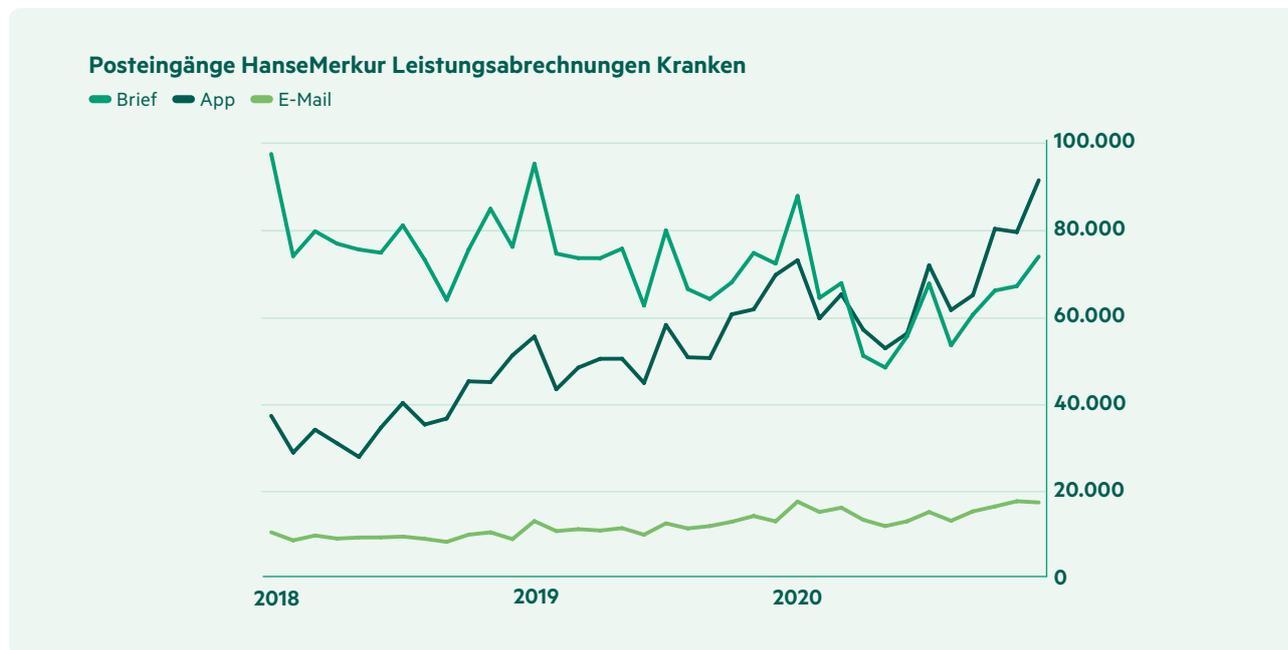
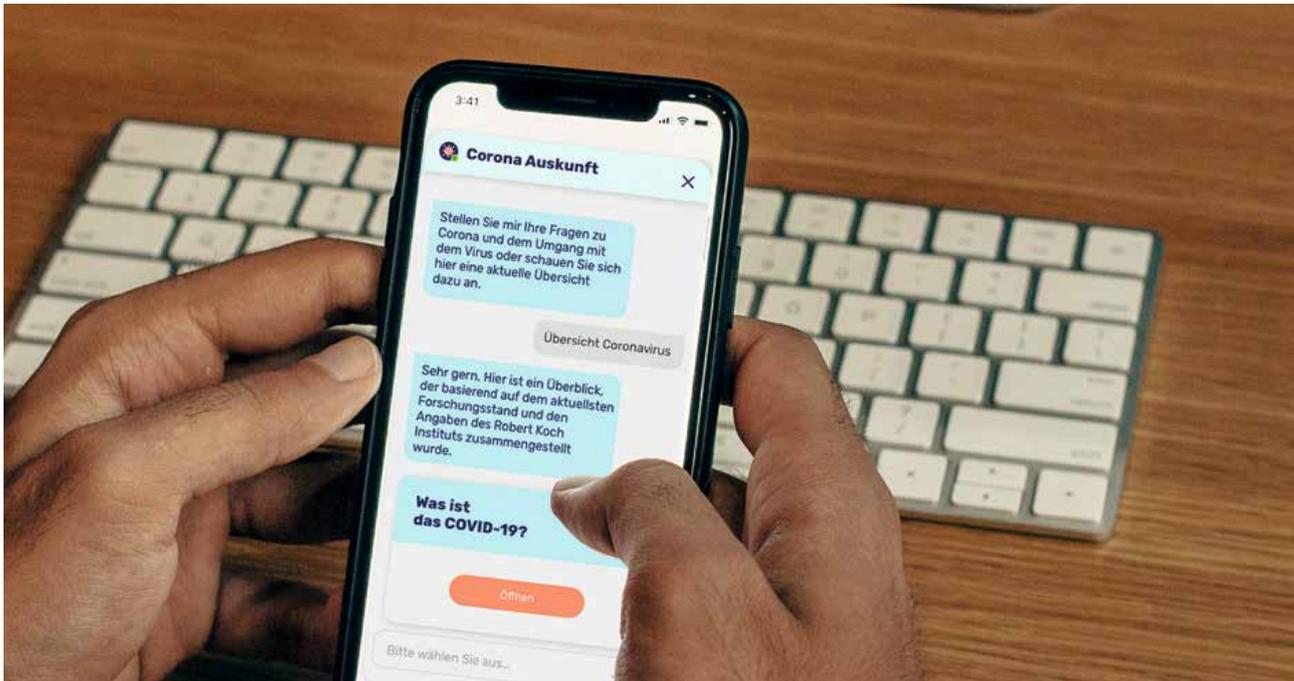


Abbildung 10



Die HanseMerkur baute im Corona-Jahr kurzfristig ihre digitalen Kommunikationswege und Gesundheits-services weiter aus. Der intelligente „Corona-Bot“ in Kooperation mit dem Leipziger Startup DOCYET zählte dazu.

Im November 2020 startete ein Modellprojekt zur Schlaganfall-Vorsorge mit dem von Hamburger Kardiologen gegründeten Unternehmen DPV Analytics. Ziel ist das Aufspüren von Vorhofflimmern des Herzens, eine der häufigsten Herzrhythmusstörungen, die für jeden fünften Schlaganfall verantwortlich ist. Die Aufzeichnung der Herzströme erfolgt mit einem Mini-EKG, das vom Patienten selbstständig angebracht wird. Im Anschluss an die Messung erfolgt die Auswertung über ein kardiologisches Zentrum mittels künstlicher Intelligenz und anschließender ärztlicher Kontrolle. Das Screening-Angebot wird komplett digital durchgeführt, ein Arztbesuch ist nicht erforderlich. Das Modellprojekt wurde zunächst in den Regionen Berlin und Hamburg durchgeführt. Jeder vierte angeschriebene Kunde hat das Screening in Anspruch genommen. Das weist auf ein hohes Interesse an Vorsorgethemen bei den Kunden hin. Bei Erfolg des Pilotprojektes ist für 2021 eine bundesweite Ausweitung vorgesehen.

Der Ausbau digitaler Services wird stetig fortgesetzt. Schwerpunkte sind hier neben der bereits bestehenden Fokussierung auf psychische Belastungen, Tinnitus oder Herzerkrankungen die Themen Bewegung, Ernährung, chronische Erkrankungen, Schlafstörungen und Physiotherapie. Darüber hinaus wird im ersten Halbjahr 2021 eine Vorstudie erarbeitet, um die optimale Umsetzungsstrategie zur Anbindung der HanseMerkur Krankenversicherung an die digitale Infrastruktur im deutschen Gesundheitswesen vorzubereiten.

Die in 2020 begonnene Kooperation mit dem Dentallabor Permadental wurde aufgrund der Coronapandemie erst im Herbst 2020 aktiv bei den Kunden beworben, so dass die Inanspruchnahme Anfang 2021 anläuft. Mit Blick auf die vielen tausend Zahnversicherten ist die Zusammenarbeit mit Permadental nutzenbringend, da Versicherte der HanseMerkur über diese Vorteilspartnerschaft hochwertigem Zahnersatz erhalten und dabei bis zu 70 Prozent bei den Material- und Laborkosten einsparen können.

Die HanseMerkur bietet im Bereich der Krankenversicherung attraktive Services, minimiert aber zugleich unnötige Kosten im Gesundheitsbetrieb durch Angebote der besseren Gesundheitsversorgung. Außerdem ist durch das steigende Angebot der digitalen Produkte, Dienstleistungen und e-Health-Angebote ein nahezu barrierefreier Zugang zu vielen Angeboten der HanseMerkur möglich.



Neuigkeiten aus der Produkt- und Vertriebswelt: Bei der Jahreseröffnungstagung haben Innen- und Außendienst Zeit zum Austausch.

Alle Angebote des Gesundheitsmanagements werden systematisch evaluiert und auf ihre Nachhaltigkeit geprüft. Gesundheitsprogramme werden in Abhängigkeit von der Teilnehmerzahl alle zwei bis drei Jahre kritisch begutachtet. Eine aktuelle Evaluation bezieht sich auf den „Gesundheitsbegleiter“, ein telefonisches Beratungsprogramm, das Kunden mit Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Diabetes- oder Atemwegserkrankungen, chronischen Schmerzen, Muskel- und Skeletterkrankungen sowie psychischen Belastungen oder bestimmten Krebserkrankungen nutzen können. Über Langzeitstudien konnte bestätigt werden, dass das Programm erfolgreich das Selbst- und das Notfallmanagement der Teilnehmer verbessert, z.B. durch regelmäßig durchgeführte Blutdruck- oder Gewichtskontrollen. Dadurch konnten unnötige Krankenhausaufenthalte vermieden werden. Die Begleitung durch einen Coach trägt deutlich zur psychischen Entlastung bei. Durch Reduktion der Krankenhausaufgaben konnten die Kosten der zwei Folgejahre um ca. 40 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gesenkt werden. Das Programm uneingeschränkt oder überwiegend weiterempfehlen würden 95 Prozent der Teilnehmer.

Ein wichtiger Trend ist generell das Thema Ausschnittsdeckung, bei dem anstelle von Versicherungspaketen spezielle Risiken abgedeckt werden. Die Ausschnittsdeckung ermöglicht es den Kunden Versicherungen abzuschließen, die möglichst nah an ihren jeweiligen individuellen Bedürfnissen und Lebenssituationen ausgerichtet sind.

Als Reaktion auf die Ausbreitung des Covid-19 Virus haben die HanseMercur Reiseversicherung (HMR) und die Berlin Direkt Versicherung als einer der ersten Versicherer einen Corona-Reiseschutz entwickelt und im Sommer 2020 erfolgreich eingeführt. Der Zusatzschutz deckt die besonderen Unwägbarkeiten der Corona-Krise sowohl vor Antritt der Reise als auch während der Reise und am Urlaubsort ab. Der spezielle Corona-Reiseschutz umfasst eine Storno- und Reisekostenabsicherung, wenn für den Reisenden aufgrund eines Corona-Verdachts zu Hause oder am Urlaubsort eine Quarantäne angeordnet wird. Sollten Reisende ihren bereits angetretenen Urlaub aufgrund einer Quarantäne abbrechen oder verlängern müssen, erstatten die Gesellschaften darüber hinaus die zusätzlichen Unterkunfts- und Rückreisekosten. Der Erfolg ist bereits sichtbar: Der Corona-Reiseschutz wurde vom FOCUS Money Versicherungsprofi im September 2020 zum „Produkt des Monats“ gekürt.

Auch im Fall einer Temperaturmessung am Hinreise- oder Rückreisetag, die dazu führt, dass Urlauber ihren Flug nicht antreten oder nicht zu ihrem Ferienhaus reisen können, greift die Absicherung. Damit ergänzt der Corona-Reiseschutz optimal die bestehenden Versicherungsprodukte, um von der möglichen Quarantäne zu Hause bis zur verspäteten Rückreise einen umfassenden Versicherungsschutz zu bieten.

Zudem bieten die obligatorischen Corona-Zusatzpakete dem deutschen Veranstaltermarkt in vier Varianten eine breite Auswahl, um ihren Kunden einen passgenauen Schutz anbieten zu können. Die Paketvarianten werden individuell kalkuliert, können umgehend in den Verkaufsprozess eingebunden werden und erfordern keinen Mindestumsatz. Dabei werden alle Leistungsstufen und Preiskategorien abgedeckt. Die Leistungen umfassen wahlweise eine Rücktritts-, Reiseabbruch-, Reisekranken- und Corona-Reisekrankenversicherung.

Die Berlin Direkt Versicherung hat im Berichtsjahr neue Produkte auf den Markt gebracht und unterstützt ihre Kunden damit auf dem Weg zur CO<sub>2</sub>-freundlichen Mobilität. Die Fahrrad- und E-Bike-Versicherung beinhaltet neben dem reinen Diebstahl- und Beschädigungsschutz auch eine Pannen- und Unfallhilfe, Gepäckschutz und vieles mehr. Zudem ist vom Vertragsabschluss bis zur Schadenmeldung alles digital und somit komplett papierfrei. Selbst die eigentliche Police gibt es zum Download in die Wallet App oder Google Pay und ist so auf jeder Radtour mit dabei.

### 3.3 Verantwortungsvoller Vertrieb

 Verantwortungsvoller und kundenorientierter Vertrieb bedeutet für die HanseMerkur, dass der Kunde eine bestmögliche produktspezifische Beratung erhält und dabei das Kundenwohl stets vor dem Provisions- bzw. Vergütungsinteresse steht. Die HanseMerkur steuert dies über selbst- und drittverpflichtende Regelwerke, einen professionellen Vertriebsservice sowie umfangreiche Schulungen ihrer vertriebllich tätigen Angestellten und selbstständigen Vertriebspartner. Alle ergriffenen Maßnahmen genügen dabei nicht nur den gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Vorgaben, sondern geben zusätzlich die selbstgesetzten Ziele einer hohen Qualität der Kundenberatung wieder.

 Die „Leitlinie Qualifikation, Zuverlässigkeit, geordnete Vermögensverhältnisse und Fortbildung im Vertrieb“, die „Richtlinie Vertrieb“, das „Compliancekonzept Vertrieb“, die „Richtlinie zum Umgang mit Interessenskonflikten beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten“ sowie die „Kompetenz- und Vollmachtenregelungen“ der HanseMerkur bilden gemeinsam das maßgebliche interne Regelwerk für die Ausgestaltung und Verwaltung des Vertriebes sowie die Zusammenarbeit mit vertriebllich Tätigen. Die Verpflichtung des Vertriebes auf die Einhaltung dieser Unternehmensgrundsätze erfolgt im Rahmen von Vertriebsvereinbarungen.

Mit dem freiwilligen Beitritt zum Verhaltenskodex für den Versicherungsvertrieb des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) erklärte die HanseMerkur auch öffentlich, die Interessen der Kunden konsequent in den Mittelpunkt zu rücken und die Qualität der Kundenberatung stetig zu verbessern.

Eine Versicherungsvermittlungstätigkeit für die HanseMerkur ist nur bei Vorliegen einer für die Vermittlung des jeweiligen Versicherungsvertrages angemessenen fachlichen Qualifikation möglich. Die HanseMerkur Akademie organisiert und veranstaltet entsprechende Bildungsmaßnahmen. Informationen zu aktuellen Produktneuerungen erhält der Vertrieb zusätzlich über die regelmäßigen „Fachinfos für den Vertrieb“.

Die HanseMerkur stellt sich den zahlreichen An- und Umfragen von Verbraucherschutzverbänden oder Ranking- und Rating-Agenturen wie Stiftung Warentest, Öko-Test, map Report oder Franke & Bornberg und sorgt so für eine transparente und qualitätsgeprüfte Produktpolitik. Dies wissen auch die Kunden zu schätzen und wählten die HanseMerkur zum „Service-Champion 2020“ in den Kategorien Voll- und Zusatzversicherung. Die Auszeichnung des Analysehauses ServiceValue in Kooperation mit der Zeitung „DIE WELT“ und der Goethe-Universität Frankfurt belegt die hohe Kundenzufriedenheit mit dem Kundenservice der HanseMerkur.

### **Kundeninformation, Produktaufklärung und Beratung**

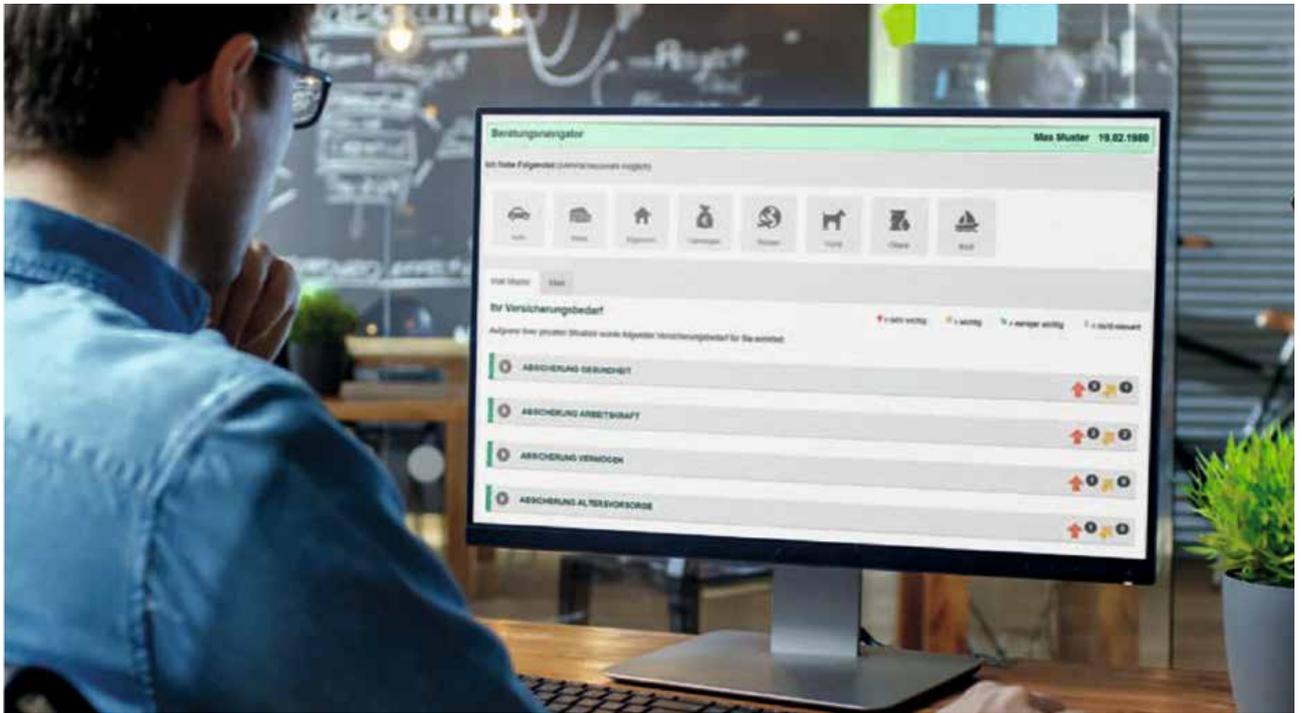
 Im Einklang mit den gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Vorgaben und dem GDV-Verhaltenskodex für den Versicherungsvertrieb, steht die HanseMerkur für eine faire und verständliche Beratung ebenso wie für eine vollständige und transparente Produktinformation vor und nach Vertragsabschluss. Die Verpflichtung zur ordnungsgemäßen und sorgfältigen Dokumentation des Beratungsgespräches im Vertrieb ist vertraglich geregelt und – bei Nutzung digitaler Verkaufshilfen – technisch vorgegeben.

 Für eine hohe Transparenz in der Kundenberatung hat die HanseMerkur mit dem Beratungsnavigator bereits im Jahre 2015 eine zeitgemäße, ganzheitliche und digitale Verkaufshilfe eingeführt, die einen bundesweit einheitlichen Beratungsprozess garantiert und somit jeden erreichen kann, der über einen Internetzugang verfügt. Dieses Vertriebstool ist TÜV-geprüft und berücksichtigt die Vorgaben des Bundes der Versicherten (BdV) für eine umfassende und transparente Beratung. Rund 700 selbstständige Vertriebspartner arbeiten mit dem Beratungsnavigator. Der Kunde erhält einen übersichtlichen Preis-/Leistungsvergleich z. B. zwischen der bestehenden Krankenversicherung sowie Angeboten der HanseMerkur und den Wettbewerbern. Der Beratungsnavigator stellt sicher, dass dem Kunden gesetzlich vorgeschriebene Unterlagen und Informationen mitgeteilt werden. Er ist an Kundenbedürfnissen und der Bedarfsanalyse des Kunden orientiert, entspricht den Empfehlungen der Verbraucherschützer und geht damit über gesetzliche Vorgaben hinaus (§ 6 VVG).

📖 Die HanseMercur verfolgt das Ziel, Kunden und potenzielle Kunden möglichst transparent und umfassend über Vertrags- und Produkteigenschaften zu informieren. Ein wichtiger Indikator für eine erstklassige Beratung und Produktaufklärung ist eine geringe Stornoquote der vermittelten Verträge. Regelmäßige Stichprobenprüfungen von Vermittlungsvorgängen stellen sicher, dass bei hohen Stornoquoten oder Kundenbeschwerden die Leistungsabteilungen und das Compliance-Management aktiv werden. Alle Kundeninformationen, wie beispielsweise Produktinformationsblätter (IPID), Vertragsunterlagen und Allgemeine Versicherungsbedingungen werden in der versicherungsmathematischen Abteilung erstellt und im Mehr-Augen-Prinzip geprüft. Zudem steht bei Bedarf ein Jurist beratend zur Verfügung. Allein für die Krankenversicherung gibt es rund 85 verschiedene Produktinformationsblätter, 19 davon wurden im Berichtsjahr entwickelt. Im Falle von externen Hinweisen, wie beispielsweise Marktratings, werden bei Bedarf Anpassungen bei den Kundeninformationen vorgenommen.

📖 Gemäß Durchführungsverordnung der EU-Kommission vom 11. August 2017 wurden die Anforderungen an das IPID nach IDD neu geregelt. Die HanseMercur kommt diesen Anforderungen fortlaufend nach und hat im Zuge dessen Prozesse neu etabliert und angepasst, Beratungstechnologien ergänzt und erweitert sowie eine Geeignetheits- und Angemessenheitsprüfung für Versicherungsanlageprodukte eingeführt. Ein unternehmensübergreifender Leitfaden zur Verständlichkeit von Versicherungsprodukten und Kundeninformationen ist in die Produktentwicklungsprozesse integriert und geht zum Teil über die gesetzlichen Anforderungen hinaus. In der Kundenkommunikation und bei Produktinformationen beraten die Call-Center zudem mehrsprachig.

📖 Im Zuge des zunehmenden Online-/Direktvertriebs von Versicherungsprodukten stellt die HanseMercur mit ihren Webseiten eine hochwertige Kundeninformation sicher und wurde hierfür u.a. mit dem Gütesiegel s@fer-shopping des TÜV Süd ausgezeichnet. Grundlage der Zertifizierung ist ein umfassender Kriterienkatalog mit mehr als 100 Einzelkriterien, die ein hohes Maß an Qualität und Sicherheit für den Online-Kunden gewährleisten sollen. Dazu gehören insbesondere Qualitätsanforderungen an die Organisation des Online-Anbieters, wie z.B. die Fähigkeit, die versprochenen Leistungen tatsächlich zu erfüllen, sowie ein gutes Datenschutzniveau, insbesondere zum Schutz von personenbezogenen und anderen sensiblen Daten. Darüber hinaus wird die Transparenz des kompletten Online-Einkaufsvorgangs untersucht – von der Recherche und Auswahl bis zur Bestellung und deren Abwicklung. Zur Förderung der Kundenfreundlichkeit wurden zudem die Erkenntnisse eines Usability-Tests im Onlinevertrieb berücksichtigt.



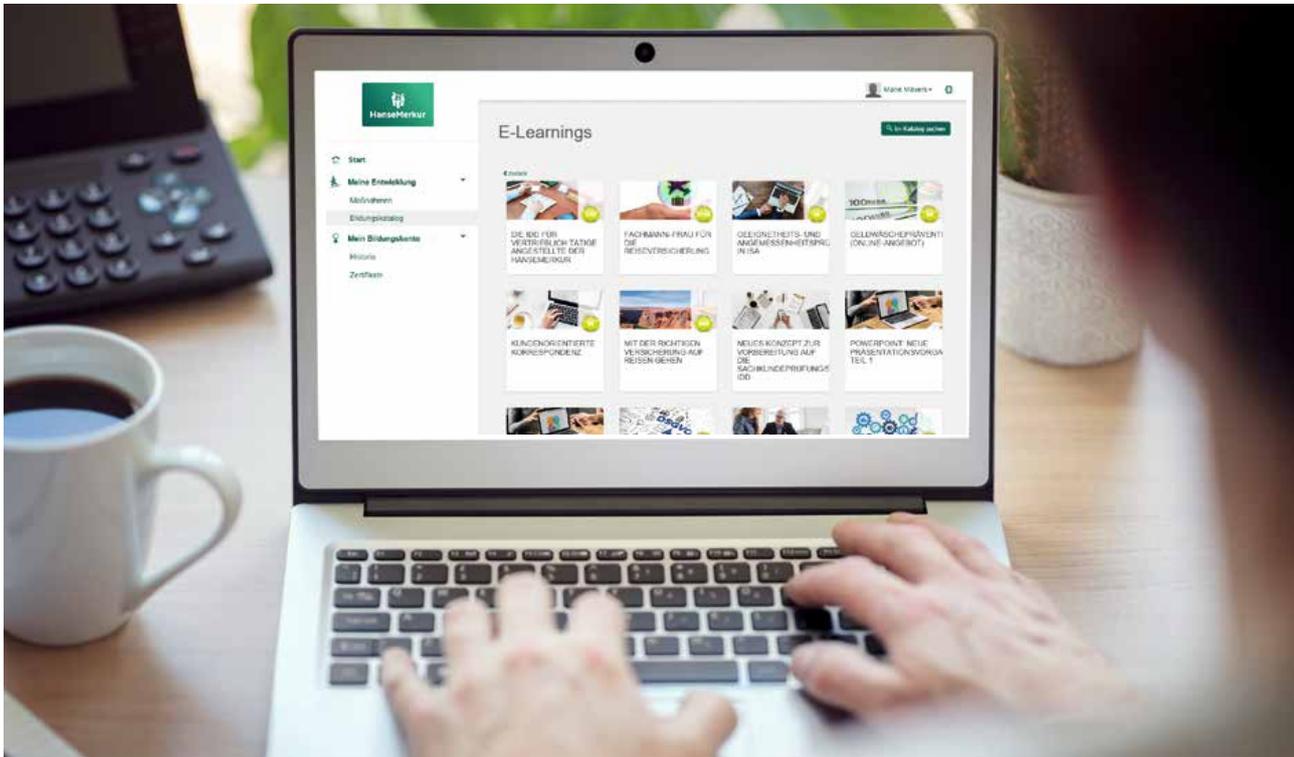
Der Navigator unterstützt die ganzheitliche und transparente Beratung, seit 2020 auch im Maklervertrieb

📖 Zur Förderung der Versicherungskompetenz bei jungen Erwachsenen bietet die HanseMerkur zudem Erklärvideos bei YouTube an. Senioren werden intensiv zum Thema Versicherbarkeit bei Vorerkrankungen informiert.

📖 Für den Umgang mit und die Bearbeitung von Kundenbeschwerden im Vertrieb hat die HanseMerkur entsprechende Prozesse implementiert. Beschwerden über Vermittler bzw. über die Beratungsqualität des Vermittlers werden im zentralen Beschwerderegister dokumentiert. Die fachliche Bearbeitung der Beschwerde übernimmt die interne Organisation, damit ist die Vermeidung eines Interessenkonfliktes bei der Aufklärung der Beschwerde organisatorisch sichergestellt. Darüber hinaus finden quartalsweise Auswertungen auf Vermittlerebene statt. Treten Beschwerden über einen Vertriebspartner unabhängig von der Beschwerdeursache mindestens dreimal im Quartal auf, meldet dies die unabhängige Beschwerdemanagementfunktion unaufgefordert an die zuständige Führungskraft im Vertrieb, mit der Maßgabe, den Sachverhalt zu prüfen und ggf. weitere Maßnahmen einzuleiten. Im Jahr 2020 wurde dieser Schwellenwert nicht erreicht.

### Vermittlerqualifikation

Der Anspruch der HanseMerkur ist es, ihren Kunden Sicherheit zu geben. Das setzt eine kompetente, verständliche und transparente Beratung durch die Vermittler voraus. Die HanseMerkur Akademie führt deshalb bundesweit fortlaufend Qualifizierungs- und Weiterbildungsmaßnahmen bei ihren vertriebslich tätigen Angestellten, Ausschließlichkeitsvermittlern und Vertriebsleitern in Präsenzveranstaltungen, online-gestützten Webinaren oder Workshops durch. Auf Basis der Sachkundeausbildung der Industrie- und Handelskammer (IHK) werden den Vermittlern im Vertrieb die notwendigen allgemeinen sowie spezifischen Produktkenntnisse vermittelt. Bei Nachweis der entsprechenden Kenntnisse erfolgt die Freischaltung in Form von Verkaufsberechtigungen.



Im Lernmanagementsystem können Mitarbeiter ihre Weiterbildung individuell wählen und sich informieren

Seit Inkrafttreten der EU-Vermittlerrichtlinie IDD wurden die Aus- und Weiterbildungskonzepte entsprechend überarbeitet und angepasst. Besonderes Augenmerk lag in diesem Zusammenhang auf den Schulungen der Mitarbeiter und Vermittler, die verkaufend oder verkaufsberatend tätig sind. Mit Hilfe des digitalen Lernmanagementsystems (LMS) haben die Mitarbeiter und Vermittler direkten Zugriff auf ein Schulungs- und Weiterbildungsprogramm, einen Überblick darüber, welche Fortbildungsmaßnahmen sie absolvieren müssen und zusätzlich Zugriff auf weitere webbasierte Inhalte. Das LMS beinhaltet zudem eine Datenbank mit persönlichen Weiterbildungskonten für alle Teilnehmer und stellt somit die Dokumentation der absolvierten Bildungsmaßnahmen sicher.

Im Berichtsjahr 2020 wurden 400 vertriebllich Tätige des angestellten Innen- und Außendienstes IDD-gemäß weitergebildet. Dafür haben diese Kollegen insgesamt 7.117 Stunden, das sind durchschnittlich fast 18 Stunden pro Person, Weiterbildungszeit absolviert. Alle vertriebllichen Mitarbeiter im Innen- und Außendienst sind sich der Wichtigkeit der IDD-gemäßen Weiterbildung bewusst und erfüllen bis auf wenige erklärable Ausnahmen (z.B. aufgrund von Krankheit) die gestellten Anforderungen.

### 3.4 Kundenorientierung und faire Schadensabwicklung

Ein langfristiges und vertrauensvolles Kundenverhältnis sowie eine faire Schadensabwicklung sind von zentraler Bedeutung für die HanseMerkur. Fair bedeutet für den Kunden eine schnelle und unkomplizierte Schadensabwicklung; für das Unternehmen bedeutet es, ein fairer Partner zu sein und Schäden vertragsgerecht sowie nach dem Gleichbehandlungsgrundsatz abzuwickeln. Zum Wohle der Versichertengemeinschaft ist daher eine angemessene Rechnungsprüfung erforderlich, um langfristig möglichst flache – und damit faire – Beitragsentwicklungen abzusichern. Die HanseMerkur hat umfangreiche interne Arbeitsanweisungen und Richtlinien für eine faire, transparente und vertragsgerechte Leistungsregulierung erstellt. Diese Prozesse und Dokumente werden regelmäßig geprüft und bei Bedarf überarbeitet. Zudem gelten auch in der Leistungsabwicklung der GDV-Kodex sowie vertragliche und gesetzliche Verpflichtungen (z.B. BGB, VVG). Die primären Ziele in der Leistungs- und Schadensregulierung – als quantitative Service-Standards konkretisiert und durch ein komplexes Reporting und Berichtswesen überwacht – sind Zügigkeit, Transparenz und Zuverlässigkeit.

Wenn es trotzdem einmal zu einer Beschwerde kommt, findet die interne Beschwerderichtlinie Anwendung. Kundenbeschwerden werden immer ernst genommen und konsequent erfasst. Jede Beschwerde wird unvoreingenommen und individuell beantwortet. Dabei werden Beschwerden von einer abteilungsübergreifenden Instanz analysiert und in Berichten den Fachbereichen und der Produktentwicklung zur Verfügung gestellt, um ggf. deeskalierend auf wiederkehrende und berechtigte Kritik der Kunden reagieren zu können. Die inhaltliche Bearbeitung richtet sich nach den gesetzlichen Bestimmungen, den anzuwendenden Bedingungen und den Vertragsvereinbarungen. Die HanseMerkur beteiligt sich darüber hinaus am neutralen Schlichterverfahren des GDV- und PKV-Ombudsmanns und weist ihre Kunden etwa in Erstinformativblättern darauf hin. Vorstands-, Ombudsmann- und BaFin-Beschwerden werden von einer zentralen Einheit bearbeitet und nach dem Sechs-Augen-Prinzip qualitätsgesichert. Die Beschwerdequote gilt zudem als Leistungsindikator und kann dem Versicherer auch zeigen, wo Verbesserungspotenzial besteht.

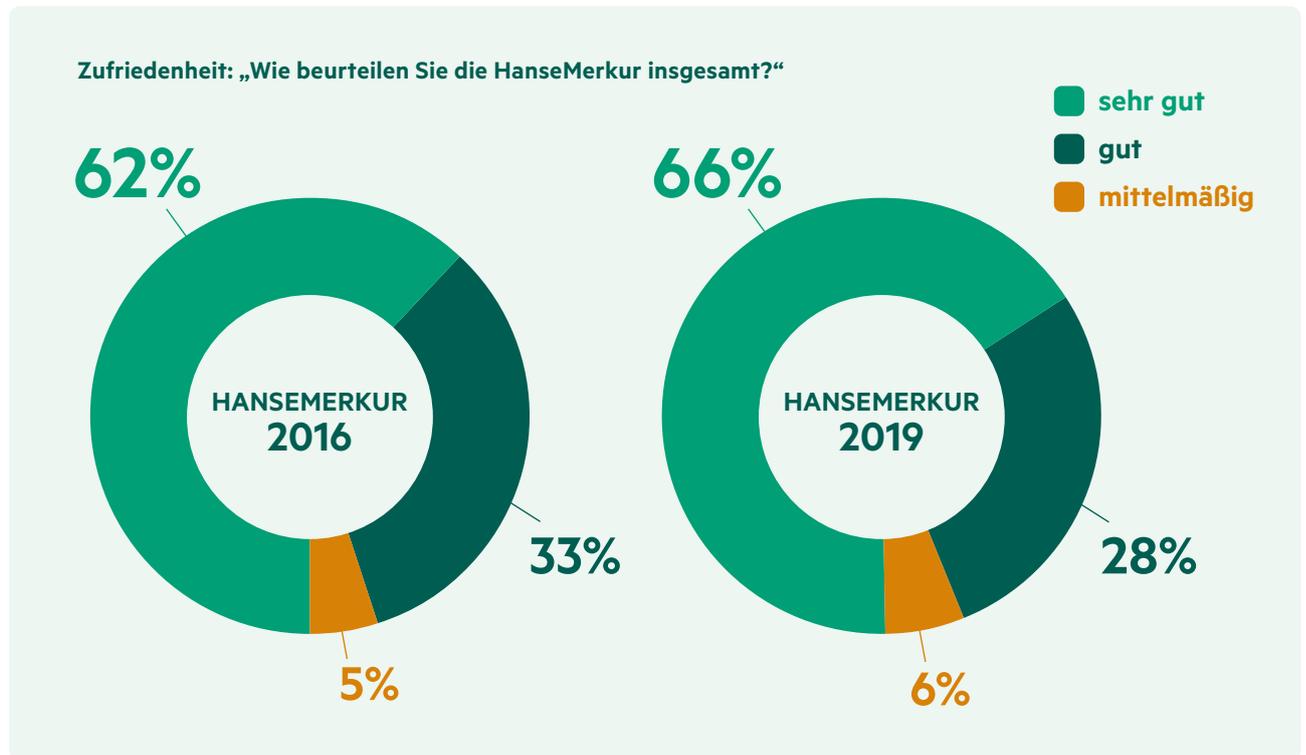
Die Leistungsbearbeitung wird maßgeblich durch unterschiedliche Softwaresysteme unterstützt, durch die der Bearbeitungsprozess optimiert wird. Die in 2018 eingeführte Verwaltungssoftware KuNEO in der Krankenversicherung wurde auch im Berichtsjahr weiterhin eingesetzt, so dass auch in der Leistungsregulierung über das Tagesgeschäft hinaus zeitintensive Anforderungen zu erfüllen waren. Die Auswirkungen der Corona-Pandemie haben sich in der Leistungsbearbeitung der Krankenversicherung besonders bemerkbar gemacht: Etliche Sonderregelungen des Gesetzgebers mussten zügig in der Regulierung umgesetzt werden, wie beispielsweise die Hygienezuschläge, die mittlerweile in den Arztrechnungen aufgeführt werden.

Insgesamt wuchs die Produktion an Abrechnungen deutlich auf rund 1.665.800 erstellte Abrechnungen an. Dennoch konnte die durchschnittliche Erstbearbeitungsdauer auf 6,0 Kalendertage und damit um 2 Tage gegenüber dem Vorjahr gesenkt werden. Die Effizienzsteigerung in der Leistungsregulierung ist auf den Ausbau der Automatisierungen bzw. Teilautomatisierungen zurückzuführen.

Zum Wohle des Kunden ist die HanseMerkur an einer stetigen Verbesserung der Schadensabwicklung interessiert. Diese läuft in der Regel direkt zwischen dem Kunden und der HanseMerkur je nach Sparte auf dem Postweg, per RechnungsApp, über das Online-Schadenformular und E-Mails. Die ständige Weiterentwicklung automatisierter Prozesse und Softwareanwendungen spielt dabei eine wesentliche Rolle. So wurde in 2018 für die Reiseversicherung eine Online-Schadenanzeige in deutscher und englischer Sprache entwickelt, die Anfang des Jahres 2018 freigeschaltet wurde. Sie ist grundsätzlich überall verfügbar und führt den Versicherten interaktiv durch den Einreichprozess. Dabei unterstützt sie den Kunden, die benötigten Unterlagen vollständig einzureichen und erteilt unmittelbar und automatisiert Rückmeldung zur erfolgreichen Einreichung der Dokumente. Seit Ende 2019 können sich Kunden der Reiseversicherung den Link der Online-Schadenanzeige auch per SMS von dem Kundenservice (HBC) auf ihr Smartphone senden lassen.

Durch die eingeschränkte Mobilität und die Kontaktbeschränkungen im Zusammenhang mit der Pandemie wurden im Kompositbereich spürbar weniger Schäden insbesondere in der KFZ- sowie der Allgemeinen Haftpflichtversicherung gemeldet. Durch die geringere Auslastung verkürzten sich auch die Antwortzeiten pro Schadenmeldung.

Die HanseMerkur nutzt Impulse aus Kundenzufriedenheitsanalysen, dem Beschwerdemanagement sowie Tests und Rankings, um ihre Prozesse kontinuierlich zu verbessern. Das betrifft die Bearbeitungszeiten ebenso wie die Akzeptanz und Transparenz der Leistungsabrechnungen. Seit Einführung des Services, den Rücklauf der Leistungsabrechnung auf elektronischem Wege zurück auf das Smartphone des Kunden über eine digitale Postbox zu ermöglichen, wird dieses Verfahren immer beliebter. Im Berichtsjahr wurden rund 490.000 Abrechnungen umweltschonend papierlos zugestellt. Jeder vierte RechnungsApp-Nutzer hat mittlerweile diese Zustellung über die digitale Postbox gewählt, Tendenz steigend. Die RechnungsApp wird zudem auch immer häufiger als Kundenkommunikationstool verwendet: Im Corona-Jahr 2020 wurde ein digitaler Symptomchecker eingeführt, der kostenlos über die App sowie über die Website vom Kunden genutzt werden kann.



Als Parameter für Zufriedenheit wurde durchgehend die Bewertung von „ausgezeichnet“ und „sehr gut“ zusammengefasst. „gut“ wurde als neutral bewertet.

Abbildung 11

In 2019 hat die HanseMerkur eine Kundenzufriedenheitsanalyse in Auftrag gegeben, nachdem die letzte Befragung 2016 erhoben wurde. Insgesamt nahmen 2.029 Kunden an einer Online-Befragung teil. Die Gesamtzufriedenheit, die mit 66 Prozent bewertet wurde und damit über dem Marktvergleich zur externen Benchmark (55 %) liegt, ist erneut gestiegen und bestätigt die kontinuierliche und innovative Arbeit der HanseMerkur und ihren Fachabteilungen. Im Detail lassen sich aus den Ergebnissen für alle Sparten und Fachabteilungen Handlungsempfehlungen ableiten. So setzt sich der positive Trend der vergangenen Jahre in allen Bereichen fort z.B. Weiterempfehlungsbereitschaft (76%; 2016: 66%), Wiederabschlussbereitschaft (78%; 2016: 71%) und eine durchweg positive und vor allem gestiegene Gesamtzufriedenheit der Kunden in allen Sparten (Kranken: 63%; Leben: 63%; Sach: 74 %; Reise 78 %).

Doch nicht nur die Zufriedenheit der Kunden ist gestiegen, auch die Erwartungen haben erneut zugenommen. Dieser erkannte Handlungsbedarf ist allein Anspruch der HanseMerkur an ihre eigene Prozessoptimierung und Kundenzufriedenheit – im Branchendurchschnitt liegt die HanseMerkur nämlich mit 65 Prozent Gesamtzufriedenheit bei der Schadensregulierung weiterhin über dem Marktdurchschnitt (Branche: 61%). Optimierungen in diesen Bereichen wurden bereits durch Maßnahmen in 2019 angestoßen, wie z.B. die bereits erwähnte Zeitersparnis durch den Rücklauf der Leistungsabrechnungen auf digitalem Weg oder die Verwaltungssoftware KuNEO zur Prozessoptimierung im zeitintensiven Tagesgeschäft der Schadensregulierung. Diese und weitere Maßnahmen wurden in 2020 kontinuierlich fortgeführt.



Die Mitarbeiter der HMT haben die Aktienkurse fest im Blick

### 3.5 Nachhaltige Investitionen



**HanseMerkurTrust**  
HanseMerkur Trust AG (HMT) ist ein 100-prozentiges Tochterunternehmen der HanseMerkur Gruppe und steht für hanseatische Kaufmannstradition und innovative Asset-Management-Lösungen mit starkem systematisch-quantitativen Fokus sowie einer ausgeprägten Kompetenz bei Absolute Return und Wertsicherung. Ende 2020 betreute die HMT 41 Fondsmandate. Die 26 Mitarbeiter der HMT verwalten im Berichtsjahr ein Vermögen von 10,8 Mrd. Euro, davon rund 1,6 Mrd. Euro für externe Anleger.

Investitionen erfolgen bei der HanseMerkur stets nach den Regeln des „gelebten Anstands“. Hierzu gehört für die HanseMerkur zum einen, alle gesetzlichen Anforderungen stets zu erfüllen. Darüber hinaus gilt es im Einklang mit den Unternehmenswerten der HanseMerkur, dem Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns sowie der Leitidee Hand in Hand ist HanseMerkur zu handeln und zu agieren. Als Treuhänder-Unternehmen der HanseMerkur fungieren die HMT im Bereich der Finanzanlage und die HMG im Bereich der Immobilieninvestments in der Verwaltung und Investition von Prämiegeldern der HanseMerkur und Drittgeldern.

Unter den Oberbegriff Nachhaltige Investitionen fallen im Folgenden die nachhaltigen Finanzanlagen und Immobilieninvestments.

#### Nachhaltige Finanzanlagen

Die HMT ist im Bereich der Kapitalanlagen mit dem Thema Nachhaltigkeit erfahren und betreut bereits seit 2016 Finanzanlagen gemäß nachhaltiger Kriterien. Dem Handeln der HMT liegt das Verständnis zugrunde, dass sie als Treuhänder der Versichertengelder auch eine Verantwortung für den Erhalt einer lebenswerten Umwelt trägt und nachhaltigkeitsbezogene Risiken und Chancen wesentlichen Einfluss auf materielle Wertveränderungen der Investition haben können. In diesem Sinne hat sich die HMT auf den Weg der Nachhaltigkeit begeben. Grundsätzlich wird nicht in unethische Kapitalanlagen investiert, wie kurzfristige Spekulationen auf Nahrungsmittelpreise, Produzenten von Streumunition und Pornografie.

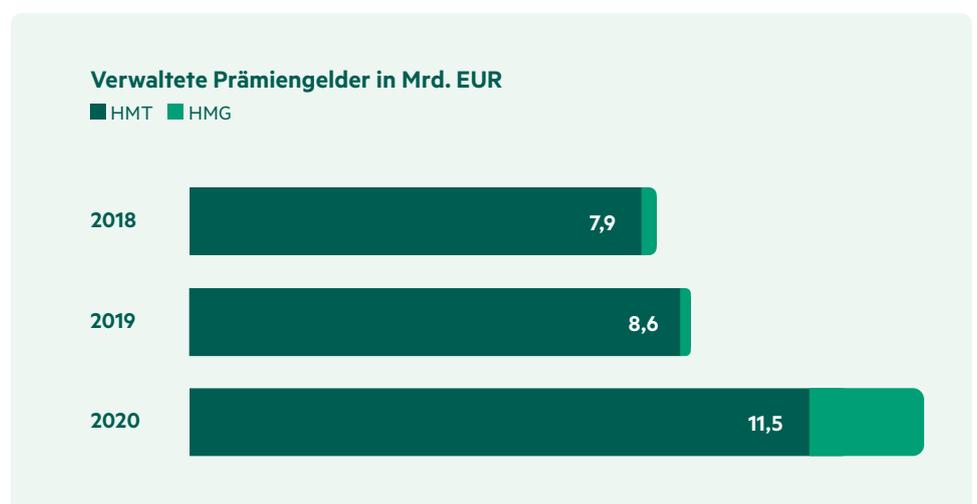
Bei der Kapitalanlage sieht sich die HanseMerkur der Herausforderung gegenüber, in einem dauerhaften Niedrigzinsumfeld ausreichend hohe Erträge zu erwirtschaften und gleichzeitig der eigenen sozialen Verantwortung sowie den zunehmenden gesellschaftlichen Anforderungen an die Nachhaltigkeitsleistung gerecht zu werden. Im Laufe des Berichtsjahres hat die Aufmerksamkeit für Nachhaltigkeit in allen gesellschaftlichen Bereichen noch einmal erheblich zugenommen. Dies gilt auch für die Anforderungen an gesellschaftlich verantwortliches Handeln und transparente Berichterstattung in der Kapitalanlage. Investoren, Kunden und weitere Stakeholder fragen ihre Dienstleister vermehrt und intensiver nach Angeboten und Fortschritten zur nachhaltigen Kapitalanlage. Die Regulatorik unterstützt und beschleunigt diese Entwicklung. Die Nachfrage und das Angebot nachhaltiger Finanzanlagen wachsen dynamisch. Ziel der HMT ist es deshalb, die nachhaltige Kapitalanlage weiter auszubauen. Das beinhaltet die Nachhaltigkeit für die bestehenden Anlagen und die Auflage neuer nachhaltiger Fonds mit differenzierten, marktgerechten Profilen und attraktiven Renditechancen.

### Maßnahmen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung

Insgesamt sind 26 Mitarbeiter für die HMT tätig. Ein Leiter Nachhaltigkeit, mehrere Mitarbeiter, die explizit im Bereich Nachhaltigkeit in Finanzanlagen involviert sind und die Weiterbildungen zum Thema Nachhaltigkeit in der Vermögensanlage, unterstreichen den nachhaltigen Fokus der HMT. Die Mitarbeiter stehen außerdem im regelmäßigen Austausch mit Beratern, Asset Managern und Kunden, die auf Nachhaltigkeit in Finanzanlagen spezialisiert sind. Die HMT ist seit 2020 Unterzeichner der Principles for Responsible Investment (PRI), einem von den Vereinten Nationen initiierten Netzwerk von Investoren, die sich für Nachhaltigkeit im Finanzwesen einsetzen. Außerdem ist die HMT seit 2020 als Unternehmen klimaneutral und kooperiert mit der Klimaschutzagentur atmosfair.

Beim Nachhaltigkeitsresearch kooperiert die HMT mit dem am Markt führenden Datenlieferanten MSCI ESG, um an einer verstärkten Integration von Nachhaltigkeitskriterien in Kapitalanlagen zu arbeiten. Mittlerweile haben die Mitarbeiter der HMT durch diese enge Zusammenarbeit direkten Zugang zu den ESG-Daten des Dienstleisters und verarbeiten sie für die Bewertung nachhaltiger Titel. Auf Basis eines so gewonnenen nachhaltigen Universums erfolgen Investments nach ökonomischen Kriterien.

Mit dieser Methode wurden u.a. das Produktspektrum für das Drittkundengeschäft um nachhaltige Investmentstrategien erweitert und weitere institutionelle Kunden mit dem Fokus auf nachhaltige Investmentstrategien im Asset Management gewonnen und betreut. Bereits seit mehreren Jahren betreut die HMT den Spezialfonds einer Stiftung. Dieses Vermögen ist nach strengen, individuellen Nachhaltigkeitskriterien zusammengesetzt, die sich aus dem Förderzweck der gemeinnützigen Stiftung der Kinder- und Jugendhilfe ableiten.



Zahlenangaben Gesamtprämiengelder

Abbildung 12

Zusätzlich werden ökologische Kriterien eingehalten. Zum Jahresende 2020 wurde ein weiteres Stiftungsmandat mit einer HMT-eigenen nachhaltigen Anlagestrategie aufgelegt. Weiterhin wird seit einiger Zeit das nachhaltige Mandat eines großen kirchlichen Trägers betreut. Hier liegt ein Schwerpunkt der Nachhaltigkeit auf dem Klimaschutz, d.h. die HMT unterstützt den Anleger dabei, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck („carbon footprint“) des Gesamtportfolios konsequent zu reduzieren.

Bei den nachhaltigen Publikumsfonds der HMT handelt es sich um europäisch ausgerichtete Vermögen. Im Vergleich zum Vorjahr ist das Gesamtvolumen dieser ESG-Assets (Environment, Social, Governance) bei Drittkunden weiter gestiegen und ergibt zum Bilanzstichtag ein Volumen von insgesamt 88,4 Mio. Euro. Transparenz ist der HMT wichtig. Deshalb finden Anleger und Interessenten auf der Website der HMT für alle diese Fonds aktuelle Nachhaltigkeitsreportings, aus denen u.a. das CO<sub>2</sub>-Profil, die Gesamt-ESG-Bewertung und Angaben zu den Nachhaltigkeitskriterien hervorgehen.



Bereits seit Auflage halten die nachhaltigen Publikumsfonds Nachhaltigkeitskriterien für Unternehmen und Staaten ein. So werden alle Anforderungen des United Nations Global Compact sowie zahlreiche supranationale ökologische, soziale und Governance-Konventionen erfüllt und in mehreren Fällen übertroffen. Im Berichtsjahr lag der Anteil ESG-konformer Publikumsfonds weiterhin bei über 25 Prozent. Dabei wurde die Nachhaltigkeitsqualität weiter erhöht. Insbesondere durch strenge Kriterien zum Klimaschutz, nach denen Kohle, Erdgas, Ölsande und Fracking ab geringen Quoten ausgeschlossen sind. Für diese Fonds wurden der HMT vom Forum für Nachhaltige Geldanlagen in Deutschland, Österreich, Liechtenstein und der Schweiz (FNG) wie in den Vorjahren auch im Berichtsjahr das FNG-Siegel verliehen, erstmals mit einem Stern, der einen noch höheren Nachhaltigkeitsanspruch dokumentiert. Das FNG-Siegel ist als nichtstaatliches Gütesiegel der führende Qualitätsstandard im Markt nachhaltiger Geldanlagen. Sie tragen zusätzlich das Europäische SRI-Transparenzlogo. In der Begründung heißt es: Das SRI-Transparenzlogo „steht für mehr Transparenz im nachhaltigen Anlagemarkt und stellt einen wichtigen Schritt für die Qualitätssicherung nachhaltiger Geldanlagen und die Förderung des Vertrauens in diese besondere Form von Investments dar.“

Ende 2020 hat die HMT einen neuen globalen Aktienfonds mit dem Namen „HMT Aktien Bessere Welt“ aufgelegt. Investiert wird weltweit in Aktienwerte von etablierten aber auch kleineren Unternehmen, die „die Welt ein kleines Stück besser machen“, so Fondsmanager Dennis Sauert. Die Betonung liegt auf Technologien, die eine emissionsfreie, abfallreduzierte, fairere Welt unterstützen. Finanziert wurde das Startvolumen aus Beitragsmitteln der HanseMerkur.

Im Mai 2020 unterzeichneten HanseMerkur Trust AG und HanseMerkur die sechs Grundsätze der Vereinten Nationen für verantwortliches Investieren. Die Mitgliedschaft im PRI-Verbund ist Bekenntnis zu einer transparent nachweisbaren Nachhaltigkeitsorientierung.



Jon Gallop, HMT-Leiter Nachhaltige Investments, nahm im November 2020 die FNG-Siegel für die ESG-Publikumsfonds entgegen.

Auch im Risikomanagement der Kapitalanlagen macht die Integration von ESG-Risiken Fortschritte. Hierzu wurde das HMT-Frühwarnsystem hinsichtlich einer expliziten Einbeziehung von ESG-Risiken analysiert und erste Modellanpassungen vorgenommen, um materielle Bonitätseinflüsse von ESG-Risikofaktoren besser zu reflektieren. Beim HMT-Frühwarnsystem handelt es sich um ein datenbankgestütztes Risikomanagement-Instrument zur systematischen Bonitätsüberwachung von Unternehmensanleihen und Staatsanleihen mit Fokus auf europäische Emittenten. Kern des HMT-Frühwarnsystems für Bonitätsrisiken ist eine Finanz- und Fundamentaldatenanalyse zu dem jeweiligen Emittenten, die um schnellere technische Indikatoren auf Basis von Marktdaten ergänzt wird. Ergebnis der Datenanalyse ist ein Bonitätsscore für jeden Emittenten, der auf täglicher Basis Frühwarnsignale bei Veränderung der Bonitätssituation der Emittenten im Portfolio liefert. Bei Unterschreiten bestimmter Score-Schwellen werden Engagements kritisch geprüft bzw. abgebaut. Neben der HanseMerkur werden die Ergebnisse des Frühwarnsystems auch weiteren institutionellen Investoren zur Verfügung gestellt.

### Die Zukunft nachhaltiger Investitionen

Für die Zukunft sieht die HMT es als unverzichtbare Aufgabe, die nachhaltige Kapitalanlage weiter auszubauen. Trotz Corona-Einschränkungen waren auch im Berichtsjahr Vertreter der HMT bei Veranstaltungen rund um die Themen Nachhaltigkeit und Sustainable Finance vertreten, pandemiebedingt meist in digitaler Form.

Die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten als weitere Risiko- und Qualitätsdimension in die Frühwarnsysteme wird weiter vorangetrieben (sogenannte ESG-Integration). Hierzu sind weiterhin eingehende statistische Datenanalysen und der Aufbau von Analysekompetenz im Bereich Nachhaltigkeit erforderlich.

Die HMT hat im Berichtsjahr ihr klares Nachhaltigkeitsprofil weiter geschärft, das schrittweise ausgebaut wird.



Die HanseMerkur Grundvermögen AG bündelt sämtliche Immobilienaktivitäten der HanseMerkur Versicherungsgruppe unter einem Dach. Sie ist für das Management eines bedeutenden, stetig wachsenden Immobilienvermögens verantwortlich und etabliert hierfür Immobilien-Spezialfonds, Finanzierungsfonds und andere Investmentvehikel, an denen sich neben den Versicherungsgesellschaften der HanseMerkur weitere institutionelle Investoren beteiligen können.

### Nachhaltige Immobilieninvestments

Die HMG bündelt sämtliche Immobilienaktivitäten der HanseMerkur unter einem Dach. Sie ist für das Management eines bedeutenden, stetig wachsenden Immobilienvermögens verantwortlich und etabliert hierfür Immobilien-Spezialfonds und andere Investmentvehikel, an denen sich neben den Versicherungsgesellschaften der HanseMerkur weitere institutionelle Investoren beteiligen können.

Zum Stichtag 31. Dezember 2020 zeichnete HMG verantwortlich für das Management eines Vermögens von 3,8 Mrd. Euro (Assets under Management). Hiervon entfielen 2,9 Mrd. Euro auf Immobilien und 0,9 Mrd. Euro auf Immobilienfinanzierungen. Im Jahr 2020 wurden von der HMG Immobilien mit einem Gesamtvolumen von rund 1,1 Mrd. Euro erworben, die sukzessive in den kommenden Jahren übernommen und dann als Assets under Management ausgewiesen werden. Hinzu kommen Immobilien mit einem Volumen von rund 330 Mio. Euro, die in den vergangenen Jahren erworben wurden und deren Übernahme – und damit die Hinzurechnung zu den Assets under Management – noch aussteht.

### Nachhaltigkeit in der Ankaufsphase

Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Kriterium der Investitionsstrategie der HanseMerkur und des Due Diligence-Prozesses. Sofern es wirtschaftlich sinnvoll und technisch möglich ist, wird beim Ankauf von Wohnprojektentwicklungen ein über das Gebäudeenergiegesetz (GEG) hinausgehender Energiestandard vereinbart. Bei Bürogebäuden wird auf die Beachtung von Nachhaltigkeitskriterien großen Wert gelegt, auch um den gestiegenen ESG-Erwartungen potenzieller Mieter und Anleger zu genügen. Beim späteren Weiterverkauf bieten zertifizierte Gebäude ein Differenzierungsmerkmal, das zunehmend von Käufern gewürdigt wird. Die Entscheidung über eine nachträgliche Zertifizierung wird je Einzelfall getroffen.



Ein Dach wird zum eigenen Öko-Kraftwerk: Am Campus21 in Brunn am Gebirge entsteht die größte Gemeinschafts-Photovoltaikanlage für einen Gewerbekomplex.



Zu jedem Objekt gehört eine ausführliche Baubeschreibung mit detaillierten Angaben zu Materialien und Qualitäten. Im Rahmen der technischen, kaufmännischen, juristischen, steuerlichen und umwelttechnischen Due Diligence werden die Anforderungen dementsprechend vor Ankauf von Objekten geprüft und erprobt. Einen großen Einfluss auf die Nachhaltigkeit der Objekte haben außerdem die steigenden Anforderungen und Vorgaben an energieeffizientes Bauen. Dies wird z.B. durch weitere und verschärfte Vorgaben im Rahmen der staatlichen Förderung deutlich. Beispielfürhaft dafür sind die energetischen Standards der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) für geförderte Neubauten (KfW-55, KfW-40). Die steigenden Regulierungen des Gesetzgebers führen im Beispiel KfW-40 zu erhöhten Baukosten und daraus resultierenden höheren Kaufpreisen. Eine positive Konsequenz aus der laufenden Verschärfung der Anforderungen ist die höhere Energieeffizienz der hiernach errichteten Gebäude.

Da es sich bei den Objekten der HMG überwiegend um Neubauten handelt, kann die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben zu Arbeitsbedingungen und Umweltstandards in der Regel sichergestellt werden. Bei der Auswahl der Property Manager und sonstigen Dienstleistern werden Unternehmen, die sich explizit an Nachhaltigkeitsprinzipien orientieren, bevorzugt. Nachweise über die ordnungsgemäße Anmeldung der Mitarbeiter, eine Unbedenklichkeitserklärung des Finanzamtes etc. sind Voraussetzung für eine Beauftragung.

Das von HMG gemanagte Immobilienportfolio umfasst eine zunehmende Anzahl von nach Nachhaltigkeitsgesichtspunkten zertifizierten Gebäuden. Ein Beispiel hierfür ist das 2020 errichtete Büroobjekt „Euler Hermes Campus“, welches mit dem Zertifikat „DGNB Gold“ der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen – DGNB e. V. ausgezeichnet wurde. Mit dem Zertifikat „DGNB Gold“ wurden darüber hinaus die Gebäude Rosenberghöfe in Stuttgart, Smarthouse und Trikot Office in München, Bonjour in Bonn, Tomra-Systems in Langenfeld und Hafengebäude in Frankfurt am Main ausgezeichnet.

Das Ende 2020 in einem Forward Deal erworbene Hamburger Büroprojekt EDGE ElbSide unterstreicht die nachhaltigen Bestrebungen des Unternehmens. Die technologische Strategie bei EDGE ElbSide zielt auf maximale Nachhaltigkeit und basiert auf der EDGE Next-Plattform. Die im Gebäude verbauten, neuartigen Plug-and-Play-Multisensoren messen gleichzeitig Luftqualität, Lichtverhältnisse, Temperatur und Raumnutzung. Diese Daten werden dann feinmaschig aufgeschlüsselt, um nach höchster Energieeffizienz Raumbedingungen zu justieren. Darüber hinaus wird das EDGE ElbSide Deutschlands höchstes Bürogebäude in der Slim-Floor-Bauweise, durch die schon während der Bauphase ca. 50 Prozent CO<sub>2</sub> beim Rohbau im Vergleich zu konventioneller Ort beton-Bauweise eingespart wird. EDGE ElbSide strebt das Umweltzeichen HafenCity in Platin sowie das WELL Gold Core & Shell Zertifikat des International Well Building Institute (IWBI) an. Die Fertigstellung des Gebäudes ist für das erste Quartal 2023 geplant.

Insgesamt sind rund 21 Prozent der Bürogebäude im Bestand der HMG nach DGNB, LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) oder BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method), zertifiziert.

### **Nachhaltigkeit im Geschäftsbetrieb**

Bei jedem Objekt wird regelmäßig geprüft, durch welche Maßnahmen nachhaltige Optimierungen erzielt werden können. Tätigkeiten im laufenden Geschäftsbetrieb fallen für die eigengenutzten Standorte in den betrieblichen Umweltschutz der HanseMerkur und werden im nachfolgenden Kapitel (Betrieblicher Umweltschutz, S. 79) durch nachhaltigkeitsfördernde Maßnahmen des Facility Managements ergänzt. Die Energieeffizienz ist im laufenden Geschäftsbetrieb nicht nur unter Nachhaltigkeitsaspekten eine wichtige messbare Größe, sondern auch ein zunehmend beachtetes Vermietungsargument. Zum einen wirkt sie sich positiv auf die Nebenkosten der Gebäude aus. Zum anderen werden negative umweltrelevante Auswirkungen gesenkt. Das Thema Energieeffizienz hat für das Immobiliengeschäft der HanseMerkur folglich eine große Relevanz. Die HMG bezieht für alle Gebäude im Portfolio 100 Prozent Ökostrom sowie ausschließlich CO<sub>2</sub>-neutral hergestelltes Gas. Während des Geschäftsbetriebes werden für den Erhalt und nachhaltigen Ausbau der Objekte von der HMG externe Dienstleister, z.B. Handwerker, Reinigungskräfte und Hausmeister, beauftragt. Im Zuge dessen werden bevorzugt Verträge mit namenhaften Dienstleistern abgeschlossen, die nach ISO 9001 zertifiziert und im Branchenverband für Nachhaltiges Facility Management als Mitglied aktiv tätig sind.

Der Gesamtenergieverbrauch (Strom und Gas) des Immobilienportfolios der HMG betrug im Geschäftsjahr 2020, gemessen an den vorliegenden Liefermengen für 2019, 13,4 MWh. Dieser erhöhte Verbrauch, ist auf das gestiegene Immobilienportfolio der HMG zurückzuführen. Die Verbräuche aus Fernwärme konnten bisher nicht erfasst werden, sollen aber zukünftig im Rahmen eines Smart Meterings mit zu erfassen sein. Dieser und weitere Bausteine werden Teil der ESG-Strategie der HMG. Die Prozesse der Datenerhebung werden sukzessive weiter angepasst. Für die kommenden Jahre erwartet die HMG weitere Reduktionen des Energieverbrauchs im Portfolio. Über die Gesamtlaufzeit des Vertrags mit dem Gasversorger werden bis 2022 Energieeinsparungen im Wert von insgesamt rund 48.000 Euro je vollem Lieferjahr erwartet.

Aufgrund des volatilen Strommarktpreises wurde der bestehende Stromrahmenvertrag bis Ende 2023 verlängert und das Beschaffungsmodell auf eine Tranchen-Beschaffung mit mehreren Beschaffungszeitpunkten umgestellt. Ziel ist es, das Risiko eines Marktpreiseinbruchs und damit verbundene zu hohe Beschaffungskosten über die Laufzeit bis Ende 2023 zu vermeiden. Bei einem Tranchen-Modell werden die Strommengen in mehrere Teilmengen (Tranchen) unterteilt und diese Teilmengen zu unterschiedlichen Zeitpunkten auf Basis einer definierten Einkaufsstrategie eingedeckt. Hierdurch wird das Beschaffungsrisiko auf mehrere Beschaffungszeitpunkte verteilt und die Gefahr, den falschen Beschaffungszeitpunkt gewählt zu haben, sinkt. Der zukünftige Strompreis für ein Lieferjahr ergibt sich dann als Mittelwert aus den jeweils eingekauften Tranchen mit ihren jeweiligen Preisen.

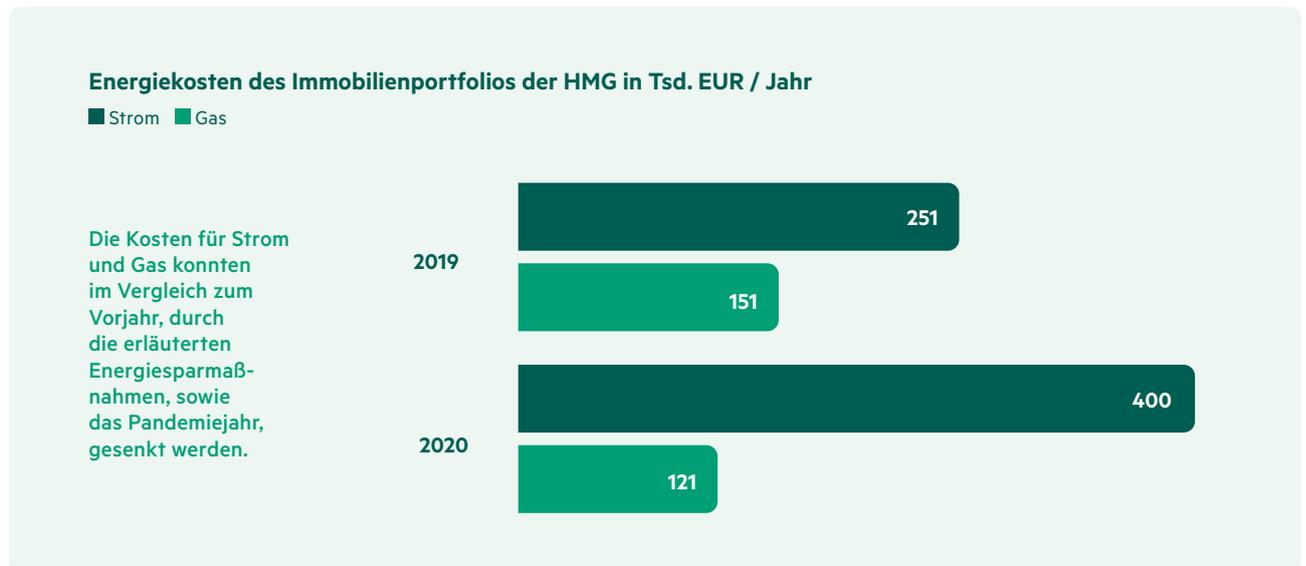


Abbildung 13

Beim Energieposten Strom wurden die Kosten in 2020 weiter reduziert. Grundlage dieser Einsparungen sind u.a. die regelmäßigen, durch HMG beauftragten Instandhaltungsmaßnahmen. Insbesondere die Objekte in den älteren Baualterklassen werden laufend auf Energieeffizienz überprüft und im Rahmen von Instandsetzungsmaßnahmen energetisch optimiert. Im Zuge dessen wurden 2020 beispielsweise im Shopping Center Mercaden in Böblingen die Allgemeinbereiche auf LED-Beleuchtung umgestellt und am Büroobjekt in Darmstadt eine Dachsanierung durchgeführt.

Ein beschlossenes Projekt für 2021 ist außerdem die größte Gemeinschafts-Photovoltaikanlage für einen Gewerbekomplex, die am Campus21 in Brunn am Gebirge entsteht. Die 150 Unternehmen des Businessparks können künftig direkt Sonnenstrom vom eigenen Dach beziehen, ohne dafür selbst in ein Solarkraftwerk investieren zu müssen. Es ist ein Paradebeispiel für eine Klima-Kooperation durch die HMG mit Österreichs größtem Solaranlagenbetreiber Wien Energie und stellt den Mietern einen großen ökologischen und ökonomischen Mehrwert zur Verfügung. Die Anlage soll bis Frühjahr 2021 in Betrieb genommen werden und spart jedes Jahr mehr als 400 Tonnen CO<sub>2</sub> ein.

Da die HMG außerdem überwiegend in Neubauten investiert, ist die energetische Situation der Immobilien insgesamt als sehr gut zu bewerten. Auch in der Hauptverwaltung der HanseMercur wurden im Berichtsjahr Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz ergriffen. Im Zuge dessen wird weiterhin sukzessive auf LED-Leuchtmittel umgestellt und im Rahmen von Dachterrassensanierungen der Dachaufbau energetisch optimiert. Dies führt zu einer jährlichen Einsparung von rund 260.000 Watt.



Wie groß die Belegschaft in der Hauptverwaltung ist, ahnt man, wenn im Atrium wieder alle zusammen kommen können

# Mitarbeiter



Die ausführlichen Kennzahlen, die das Kapitel Mitarbeiter betreffen, finden Sie in der Dreijahresbetrachtung zusammengefasst auf den Seiten 102-103

## 4.1 Strategischer Ansatz und Kennzahlen Personalstamm

Die Personalstrategie der HanseMerkur ist Grundlage von Führung und Zusammenarbeit auf der Basis eines fairen und professionellen Miteinanders. Ein zentrales Ziel dabei ist es, für die Mitarbeiter Qualität im Leben zu bieten, wie z.B. durch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Die nachhaltige Personalpolitik der HanseMerkur zeichnet sich durch Gesundheitsvorsorge, kontinuierliche Weiterbildung, aber auch durch Flexibilität bei der Arbeitszeit aus. Dem demografischen Wandel wird durch eine zukunftsorientierte Personalplanung, ein modernes Personalmarketing und eine bedarfsgerechte Ausbildung Rechnung getragen. Zudem fördert das Unternehmen den generationsübergreifenden Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen den Mitarbeitern. Durch zielgerichtete Weiterbildung und Förderung werden Mitarbeiter wie Führungskräfte hochqualifiziert und auf Veränderungen vorbereitet. Hinzu kommen neue Talententwicklungsprogramme, die motivierte Leistungsträger dazu qualifizieren, bestimmte Schlüsselkompetenzen in verschiedenen Unternehmensbereichen zu entwickeln. Auf diesem Wege begegnet die HanseMerkur auch dem Mangel an Fach- und Führungskräften.

### Mitarbeiter nach Geschlecht, Anstellungsvertrag und Altersgruppe

| alle Angaben in Köpfen | 2018         | 2019         | 2020         |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Gesamt</b>          | <b>1.407</b> | <b>1.477</b> | <b>1.514</b> |
| davon Frauen           | 774          | 810          | 836          |
| davon Vollzeit         | 477          | 471          | 490          |
| davon Teilzeit         | 297          | 339          | 346          |
| davon Männer           | 633          | 667          | 678          |
| davon Vollzeit         | 580          | 598          | 613          |
| davon Teilzeit         | 53           | 69           | 65           |
| davon Divers           | 0            | 0            | 0            |
| davon unter 30 Jahre   | 239          | 249          | 245          |
| davon 30–50 Jahre      | 749          | 827          | 829          |
| davon über 50 Jahre    | 419          | 401          | 440          |

Abbildung 14

### Zusammensetzung der Belegschaft

| alle Angaben in Köpfen                  | 2018  | 2019  | 2020  |
|---|-------|-------|-------|
| Mitarbeiter ohne Auszubildende          | 1.365 | 1.433 | 1.468 |
| davon Innendienst                       | 1.312 | 1.381 | 1.408 |
| davon Außendienst                       | 53    | 52    | 60    |
| Selbstständige im Außendienst (§84 HGB) | 708   | 721   | 736   |

Abbildung 15

„Mit Versicherung ist der Begriff Sicherheit verbunden.“  
 Faire Bezahlung und Arbeitsbedingungen sowie Mitarbeitergewinnung und -bindung sind zentrale Themen der Personalstrategie. Bewerber sowie Mitarbeiter im Innen- und Außendienst schätzen die sicheren und attraktiven Arbeitsbedingungen der HanseMerkur.

### Personalstrategie und -management

Die Personalstrategie ist Teil der übergreifenden Unternehmensstrategie der HanseMerkur. Die zentrale Herausforderung dabei ist es, auf einem sich immer schneller entwickelnden Arbeitsmarkt ein attraktiver Arbeitgeber zu bleiben. Mit flexiblen Arbeitsbedingungen, einer leistungsgerechten Vergütung, Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie der Umsetzung moderner Arbeitsformen in einer digitalisierten Arbeitswelt, positioniert sich die HanseMerkur in einem umkämpften Feld immer knapper werdender Talente. Gute Sozialleistungen, das betriebliche Gesundheitsmanagement und attraktive Altersvorsorgemodelle stärken die Mitarbeiterbindung. In diesem Umfeld sind die Mitarbeiter motiviert, Hand in Hand die besten Lösungen für die Kunden der HanseMerkur zu entwickeln. Die aktuelle Personalstrategie wird jährlich dahingehend geprüft, ob neue Entwicklungen, Handlungsfelder oder Ziele identifiziert wurden. Die letzte Überprüfung fand im Herbst 2020 statt und wurde vom Vorstand verabschiedet. Die Umsetzung erfolgt über die Leitenden. Die wichtigsten Handlungsfelder sind die Bindung als auch die Rekrutierung von Leistungs- und Potentialträgern. Dazu wird aufbauend auf den in 2020 erfolgten Relaunch der Karriereseiten und des Onboarding-Prozesses ein mehr auf die kritischen Zielgruppen ausgerichtetes Personalmarketing und Employer Branding angestrebt. Zu den kritischen Zielgruppen gehören in erster Linie die MINT-Berufe, also alle IT-Berufe und Mathematiker. Gefördert werden zudem virtuelles und digitales Lernen, was durch die Auswirkungen der Pandemie im Berichtsjahr deutlich an Dynamik gewonnen hat.

Ein wichtiger Treiber für Attraktivität eines Unternehmens ist ein neues und zukunftsfähiges Arbeitsplatz- und Bürokonzept, welches flexibel die unterschiedlichen Bedarfe und Anforderungen einer sich wandelnden Arbeitswelt berücksichtigt und das einen abteilungsübergreifenden Dialog, Kollaboration und damit Freude an der Arbeit, Kreativität und Innovation fördert. Die Idee eines neuen Arbeitsplatz- und Bürokonzeptes wurde durch die Pandemie und die darauf resultierenden Folgen für die Arbeitsplätze zusätzlich angetrieben und beschleunigt.

Auszeichnungen und Zertifizierungen:  
Als Mitglied im Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland (AGV) hat die HanseMerkur neben diversen Auszeichnungen für Ausbilder, zahlreiche Zertifizierungen und Siegel für gute Personalarbeit erhalten. Dazu zählen u.a. audit beruf- undfamilie, Hamburgs bester Arbeitgeber, „Qualität durch duale Ausbildung“ (Handelskammer Hamburg), die Arbeitsschutz Partnerschaft Hamburg für sichere und gesunde Arbeitsplätze und „Beste Ausbilder Deutschlands“ laut dem Wirtschaftsmagazin Capital.

Die Personalabteilung besteht aus zwei Gruppen. Die Gruppe Personalauswahl- und Betreuung (PB) ist mit der Personalrekrutierung, der Fach- und Führungskräfteberatung sowie der Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat beauftragt. Diese Gruppe ist durch intensive zielgruppen- und personenspezifische Maßnahmen ein wichtiger Faktor der Mitarbeiterbindung. Parallel dazu existiert die Gruppe Personalentwicklung (PE). Als Business-Partner leistet PE mit internen Personalentwicklern einen qualitativen und betriebswirtschaftlich relevanten Beitrag zum Unternehmenserfolg und bespielt das gesamte personalpolitische Instrumentarium von bedarfsgerechter Aus- und Weiterbildung sowie Beratung und Coaching über Kompetenz-, Talent-, Gesundheits- und Wissensmanagement bis zu Potenzialanalysen und Entwicklungsprogrammen.

Aufgrund des Beitritts zum Verhaltenskodex des GDV hat die HanseMerkur keinen eigenen Verhaltenskodex. Die Compliance-Regeln für den Vertrieb der HanseMerkur werden regelmäßig geprüft und aktualisiert. Zusätzlich greift das bereits installierte Hinweisgebersystem (S. 27-28).

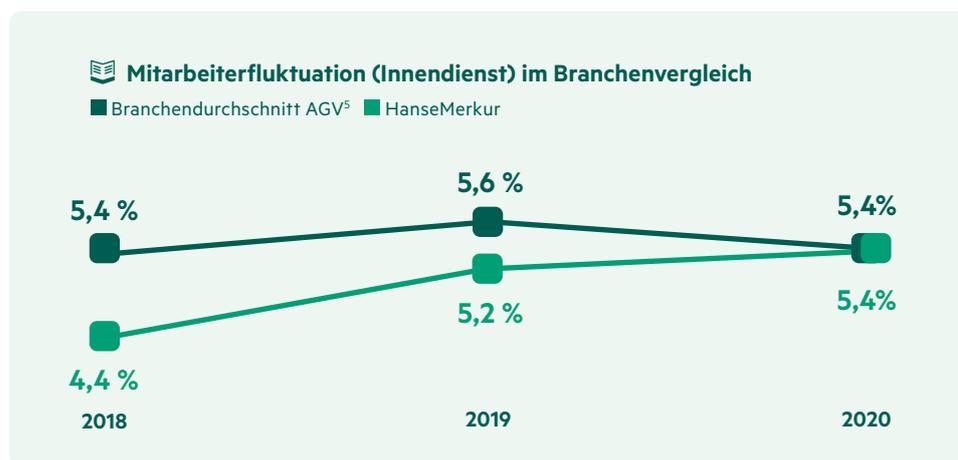


Abbildung 16

## 4.2 Mitarbeitergewinnung und -bindung

### Langfristige und sichere Anstellungsverhältnisse

Die Personalstrategie der HanseMerkur verfolgt das Ziel, ihre Mitarbeiter bedarfsgerecht und zukunftsorientiert zu qualifizieren und langfristig an das Unternehmen zu binden. Der Haupterfolgsweg zur Erreichung dieses Ziels sind kompetente, leistungsbereite, loyale und selbstbewusste Mitarbeiter, deren selbstständiges Arbeiten und „innerer Motor“ besonders wichtig sind. Für vakante Positionen erfolgt zunächst eine interne und zu einem späteren Zeitpunkt ggf. eine externe Stellenausschreibung. Auf eine geschützte Bewerbermanagement-Datenbank haben die Führungskräfte Zugriff. Zwischen Bewerbungseingang und erstem Interview, das grundsätzlich von Personalabteilung und Fachbereich zu zweit geführt wird, liegen maximal sieben Tage. Im Berichtsjahr erfolgten die Interviews virtuell im Rahmen von Videokonferenzen. Trotz der Pandemie lief die Rekrutierung weiter fort. Entgegen dem Markttrend konnte die HanseMerkur sogar weitere Stellen schaffen und besetzen. Nach erfolgreichem Erstgespräch können die Bewerber bei einem „Schnuppertag“ das zukünftige Team, den Arbeitsplatz sowie die Arbeitsinhalte kennenlernen, um die Entscheidungsfindung von zwei Seiten her abzusichern. Die HanseMerkur verzichtet auf den Einsatz von Leiharbeitnehmern.



<sup>5</sup> Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland e.V.,  
Quelle: <https://www.agv-vers.de/statistiken/branchenzahlen.html>

Abbildung 17

Die Mitarbeitergewinnung und -bindung ist eine wesentliche Säule der Personalstrategie der HanseMerkur. Sie wird laufend angepasst, um den aktuellen Trends im Bereich Personal Rechnung zu tragen. Die Fluktuationsrate wird bei der HanseMerkur als Leistungsindikator für die Mitarbeitergewinnung und -bindung verwendet. Der „Kampf um die Talente“ machte sich im Berichtsjahr durch eine leicht gestiegene Fluktuationsrate bemerkbar: sie stieg um 0,2 auf 5,4 Prozent und liegt damit im Branchendurchschnitt.



Grüße aus dem Homeoffice: Die HanseMerkur Mitarbeiter sind auch Zuhause gut ausgestattet.

Zur Mitarbeiterbindung und einer modernen Arbeitsplatzkultur hat das Unternehmen einen breiten Strauß an Maßnahmen ergriffen. Dazu zählen vielfältige Teilzeitangebote zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Seit langem gibt es in der HanseMerkur feste alternierende Tele-Heimarbeitsplätze. Die Zahl stieg im Berichtsjahr auf 248 (2019: 226).

Ausgelöst durch die Pandemie wurden ab März 2020 rund 90 Prozent der Mitarbeiter ins Homeoffice geschickt, einschließlich der bereits vorhandenen Telearbeitsplätze. Parallel dazu wurde mit dem Betriebsrat ab April eine Betriebsvereinbarung zum Thema außerbetriebliche Arbeitsplätze verhandelt. Neben dem Themenschwerpunkt Telearbeit wurden auch alle anderen Formen mobiler Arbeit und externer Arbeitsplätze in diese Betriebsvereinbarung einbezogen. Der Abschluss dieser Betriebsvereinbarung erfolgte Anfang 2021.

Die Arbeit im Homeoffice wurde sehr positiv von den Mitarbeitern der HanseMerkur aufgenommen. Im Spätsommer 2020 erfolgte eine Mitarbeiterbefragung, nach deren Ergebnis mehr als 80 Prozent der Mitarbeiter diese Arbeitsform mit gut oder sehr gut bewerteten. Auch nach Ende der Pandemie wird der Anteil an ortsunabhängigen Arbeitsplätzen in der HanseMerkur ausgebaut, wobei neben den klassischen alternierenden Telearbeitsplätzen auch mobile Arbeitsformen stärker genutzt werden sollen.

Die HanseMerkur bietet den Mitarbeitern ein flexibles Arbeitszeitmodell, das im Berichtsjahr signifikant ausgeweitet wurde, um eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu ermöglichen. Die materiellen und immateriellen Zusatzleistungen, etwa im Bereich der Kinderbetreuung (Kooperation mit elbkinder-Kita; „Notfallmamas“, die erkrankte Kinder von Mitarbeitern zu Hause betreuen), wurden weiter fortgeführt. Darüber hinaus gibt es Job-Sharing-Modelle zur optimalen Arbeitsplatzauslastung, ein modernes Arbeitsschutz-Management-System für gesunde Arbeitsplätze, ein Wiedereingliederungs- bzw. Integrationsmanagement in Zusammenarbeit mit dem Betriebsarzt, Maßnahmen zur Gesundheitsförderung sowie Teilzeitmodelle und Beraterverträge, um das Know-how älterer Mitarbeiter für das Unternehmen zu erhalten.

Die HanseMerkur bewies eine schnelle Reaktionszeit, um den Mitarbeitern das mobile Arbeiten von zu Hause zu ermöglichen. Die Ausstattung mit Soft- und Hardware war weitestgehend unkompliziert und wurde im Verlauf der andauernden Home-Office-Phase immer besser organisiert.

Aktuelle Informationen, nachvollziehbare Maßnahmen und eine sehr gute technische Ausstattung. Und: Verantwortungsvolles Handeln ohne Zaudern.

Es wurden umgehend die richtigen Maßnahmen ergriffen. Durch die schnelle Reaktion auf diese besondere Situation wurde das Unternehmen bestmöglich durch diese Zeit gesteuert. Allen Beteiligten gilt hier ein besonderes Lob und großer Dank.

Die HanseMerkur hat sehr früh und kompetent gehandelt. Die IT hat in kürzester Zeit für fast alle Mitarbeiter Lösungen gefunden, um im Homeoffice sehr gut arbeiten zu können! Ich habe mich zu jeder Zeit bestens informiert und sicher gefühlt.

Im Zeitraum vom 26. bis zum 05. Mai 2020 hat das Krisenteam der HanseMerkur eine Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Nahezu alle Mitarbeiter der HanseMerkur (1040) haben die Befragung komplett beantwortet. Das Krisenmanagement der HanseMerkur in der Corona-Pandemie wurde im Zuge dessen äußerst positiv beurteilt. (N=429 Mitarbeiter mit Antworten zu dieser Freitextfrage.)

Bereits 2019 wurde ein neuer Onboarding-Prozess zur besseren Einarbeitung neuer Mitarbeiter konzipiert und zum Jahresbeginn 2020 umgesetzt. Während die ersten beiden neuen Onboarding-Veranstaltungen noch in Präsenz durchgeführt wurden, stellte die Personalabteilung diese Veranstaltung für neue Mitarbeiter im Zuge der Pandemie auf ein virtuelles Format um: Die erste Onboarding-Videokonferenz im Dezember 2020, an der auch der Vorstand teilnahm, zählte 92 interessierte Mitarbeiter. Um weiterhin mit der Zeit zu gehen, sind für 2020 aufbauende Maßnahmen im Bereich des mobilen Arbeitens vorgesehen. Außerdem durchläuft das Unternehmen seit 2012 erfolgreich im Dreijahresrhythmus das audit berufundfamilie und darf seit 2018 das Zertifikat dauerhaft tragen. Eine Re-Auditierung steht für 2021 an.

#### Flexible Arbeitsmodelle

Die HanseMerkur verfolgt das Ziel, allen Mitarbeitern Möglichkeiten zur flexiblen Arbeitszeitgestaltung einzuräumen. Dieses Handlungsfeld implementiert die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Privatleben. Das Unternehmen ist bestrebt, zeitgemäße Lösungen anzubieten sowie die technischen und organisatorischen Rahmenbedingungen weiterzuentwickeln. Um dieses Ziel zukünftig umzusetzen, wurde die bereits erwähnte Betriebsvereinbarung mit dem Betriebsrat verhandelt.

Im Bereich der Kinderbetreuung existiert die Kooperation mit einer elbkinder-Kita. Hier sind Belegplätze für Mitarbeiter-Kinder ebenso fest etabliert wie eine Notfallbetreuung. Die Zahl der Belegplätze wurde ab 2020 erhöht. Für besondere Krisensituationen können Angestellte der HanseMerkur auf sogenannte erfahrene „Notfallmamas“ zurückgreifen.



Das Zertifikat audit berufundfamilie darf die HanseMerkur seit 2018 dauerhaft tragen.



Gut versichert sind auch die Mitarbeiter, z.B. durch die betriebliche Pflegeversicherung

Diese Kinderkrankenschwestern, Erzieherinnen, Sozialpädagoginnen oder Tagesmütter betreuen die Kids im elterlichen Zuhause. Zusätzlich wurde im Jahr 2018 eine Kinderbetreuung während der Hamburger Schulferien durch die kidz-playground eingeführt und im Berichtsjahr unter Einhaltung der vorgegebenen Schutzauflagen fortgeführt, womit einige Eltern im Sommer vorübergehend entlastet werden konnten. Eltern können ihre Kinder gegen eine geringe Selbstbeteiligung an Sport- und Freizeitmaßnahmen teilnehmen lassen. Darüber hinaus wurde im Berichtsjahr, wie bereits beschrieben, die Arbeitszeit weiter flexibilisiert, um die Betreuung von Kindern und auch pflegebedürftigen Angehörigen noch besser zu gewährleisten. In Kooperation mit der Firma eldercare bietet die HanseMerkur ihren Mitarbeitern zudem eine Seminarreihe im Bereich der Angehörigenpflege an.

### Faires Vergütungssystem

Die Vergütung der Mitarbeiter erfolgt nach dem Manteltarifvertrag für das private Versicherungsgewerbe. Ziel der HanseMerkur ist dabei stets die leistungsgerechte und faire Entlohnung. Auch in 2020 beträgt der Anteil der Mitarbeiter, die von Tarifverträgen erfasst sind, 100 Prozent. Grundlage der individuellen Eingruppierung sind die konkreten Tätigkeiten, die Qualifikation sowie die Anzahl der Berufsjahre. Führungskräfte mit einem besonderen Verantwortungsbereich erhalten eine außertarifliche Vergütung. Alle Mitarbeiter der HanseMerkur werden weit über dem Mindestlohn bezahlt. So liegt der Mindestlohn bei 22 Arbeitstagen im Monat bei 1.647,67 Euro, während das Eintrittsgehalt eines tariflich entlohnten HanseMerkur-Mitarbeiters im vierten Berufsjahr 3.077 Euro beträgt und somit deutlich höher ausfällt. Eine Unterscheidung nach Geschlecht oder anderen Diversitätsmerkmalen gibt es in der Vergütung selbstverständlich nicht.

Obwohl die HanseMerkur den Manteltarifvertrag für das private Versicherungsgewerbe zur Grundlage ihres Vergütungssystems gemacht hat, gibt es eine Reihe individueller Vereinbarungen sowie Sonder- und Sozialleistungen. Dazu zählen vermögenswirksame Leistungen, eine betriebliche Altersversorgung, Jubiläumsgelder bei 25-jähriger und 40-jähriger Betriebszugehörigkeit, Sonderurlaube bei Umzug, Hochzeit, Geburt oder Tod eines Angehörigen. Auch Zuschüsse zu individuellen Weiterbildungsmaßnahmen werden gewährt. Darüber hinaus werden Weihnachts- und Urlaubsgeld gezahlt.

Seit April 2018 erhalten alle Mitarbeiter zudem eine Betriebliche Krankenversicherung in Form einer Pflegeversicherung. Die Kosten werden von der HanseMerkur getragen. Diese Versicherung bietet vor allem Versorgungsgrundschutz im Falle des Eintritts der Pflegestufe 2.

### 4.3 Aus-/Weiterbildung und Talentförderung

Dem „Kampf um die Talente“ stellt sich die HanseMerkur mit verschiedenen Maßnahmen. Als attraktiver Arbeitgeber, der auch auf die Entwicklungsbedürfnisse der besonders qualifizierten Mitarbeiter reagiert, schafft sie sich Wettbewerbsvorteile im Arbeitsmarkt. Denn nicht nur der Fach- und Führungskrätemangel ist spürbar, sondern auch die geringere Anzahl an jungen Menschen, die in die Berufstätigkeit kommen. Die Herausforderung besteht also darin, Win-win-Situationen mithilfe der Personalentwicklung zu schaffen, für das Unternehmen und für die Mitarbeiter. Diesen Herausforderungen begegnet die HanseMerkur mit ihrer Personalstrategie, in welcher die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter als zentrales Element fest verankert ist. Zur Steuerung und Messbarkeit der Aus- und Weiterbildung werden die Weiterbildungsstunden, die weitergebildeten Mitarbeiter und die Anzahl der Gespräche zur Karriereentwicklung dauerhaft von der Personalentwicklung über die HanseMerkur Akademie erfasst und beobachtet (s. Abb. 18).

Die HanseMerkur hat das Ziel, ihre Fach- und Führungskräfte aus einem gesunden Mix von selbst ausgebildeten, intern weitergebildeten und extern angeworbenen Mitarbeitern zu rekrutieren und zu halten. HanseMerkur-spezifische Prozesse und Arbeitsweisen werden deshalb so einerseits von Anfang an gelernt und entwickelt, andererseits frische Ideen und neue Gedanken von extern zugeführt. Durch interne Entwicklungsmaßnahmen können auch Stellen mit besonderen Anforderungsprofilen von Mitarbeitern besetzt werden.



Abbildung 18

### **Führungskultur und -qualifizierung**

 Vorrangige Aufgabe der Personalentwicklung in 2020 war es, die Weiterbildungsformate für Fach- und Führungskräftequalifizierung zu 100 Prozent vom Präsenztraining auf virtuelle Formate umzustellen und die berufliche Erstausbildung trotz Corona-Einschränkungen sicherzustellen.

Statt der üblichen Gruppenleiter-Trainings wurden daher hierarchieübergreifend mehrere eintägige Seminare für alle Führungskräfte zum Thema „Virtuelles Führen“ angeboten. Diese beinhalteten Themen wie virtuelle Arbeitsformen, Kommunikation im virtuellen Team, virtuelle Führung, Vertrauen & Konflikte aus dem Home Office, Best Practices, Tipps & Tricks zur virtuellen Führung. Drei virtuelle Gruppenleiterzirkel mit über 50 Teilnehmern zum Thema „Führen auf Distanz“ ergänzten die Maßnahmen ebenso wie die Schulungen „Corona, Hygiene und Resilienz“, die direkt zu Beginn der Pandemie durch einen Arzt online für Mitarbeiter und Führungskräfte durchgeführt wurden. Zudem konnten die Mitarbeiter ihre Selbstkompetenz im Homeoffice mit Hilfe von Webinaren verbessern.

Die neue Situation brachte auch neue Tools mit sich, die in Webinaren vorgestellt wurden, Trainings zum Gelingen von Webex-Konferenzen und das Thema Arbeitsrecht in der Krisensituation wurde geschult. Außerdem wurden Potenzialanalysen und Rekrutierungs-Assessment-Center „hybrid“ und komplett virtuell durchgeführt. Vereinzelte Teamtrainings konnten noch nach den Hygiene- und Schutzregeln der HanseMerkur stattfinden. Nicht zuletzt konnte die Ausbildung im Studium und in der Berufsausbildung „Remote-tauglich“ umgestellt und somit sichergestellt werden, dass Abschlussprüfungen auch im Winter 2020/2021 angegangen werden konnten.

Fach- und Führungspositionen werden vorrangig durch interne Entwicklungsprogramme und systematische Personalentwicklung aus einem gut aufgebauten Nachwuchspool besetzt. Bei der HanseMerkur wurde das HanseMerkur Führungsprogramm (HFP) virtualisiert und durchgeführt. Es ist für neue oder potenzielle HanseMerkur Führungskräfte gedacht. Hier stehen die Vernetzung untereinander, das Verständnis, die Aufgaben sowie die Herausforderungen von Führung im Fokus.

Seit 2018 gibt es die „Dialoge mit den Vorständen“ – ein Format, mit dem das Unternehmen den regelmäßigen und persönlichen Austausch zwischen Mitarbeitern und Vorständen sicherstellt. Hier luden die einzelnen Ressortvorstände alle interessierten Mitarbeiter ein, um miteinander ins Gespräch zu kommen. Ziel war es jeweils, mehr Verständnis für die Tätigkeiten und Projekte in den einzelnen Ressorts entwickeln zu können. Im Berichtsjahr pausierte die Dialogreihe, soll aber in 2021 virtuell fortgeführt werden. Stattdessen gab es mehrere Podcasts für die Mitarbeiter des Innen- und Außendienstes, in denen der Vorstandsvorsitzende im Interview Fragen dazu beantwortete, wie die HanseMerkur mit der aktuellen Situation umgeht und sich der Pandemie zum Trotz wirtschaftlich positionieren und damit in dieser schwierigen Zeit alle Arbeitsplätze sichern konnte.



Das Seminarprogramm bietet vielfältige Möglichkeiten zur Weiterbildung

Die Kooperation mit Hochschulen und Messen ist ein wichtiges Element, um Nachwuchstalente zu rekrutieren.

Die Kooperation mit der Hamburg School of Business Administration (HSBA) beispielsweise läuft auf verschiedenen Ebenen. Als Hamburger Unternehmen unterstützt man sich gegenseitig. Die dualen Studenten der HanseMerkur lernen dort praxisnah und wissenschaftlich die Betriebswirtschaft kennen.

Zudem war der Versicherer an der Konzeption des Studiengangs „Business Informatics“ beteiligt. Professoren der HSBA haben bei der HanseMerkur die Leitenden in einem Workshop begleitet, unterrichten ihre Mitarbeiter und geben den Versicherungsfachwirten die Chance zu einem Bachelor in Versicherungsmanagement.

Die üblichen Führungskräfte tagungen wurden auf eine virtuelle Veranstaltung für alle Leitenden im Herbst verdichtet, so dass dieser Austausch mit dem Vorstand weiter gewahrt blieb.

### Ausbildung und Studium bei der HanseMerkur

Die HanseMerkur bildet Auszubildende und duale Studenten aus. Sie verfolgt dabei das Ziel, den Nachwuchs nicht nur für das Berufsleben zu qualifizieren, sondern auch langfristig an das Unternehmen zu binden. Daher analysiert die Personalentwicklung jedes Jahr sehr genau den tatsächlichen Personalbedarf und legt fest, in welchen Berufsbildern ausgebildet werden muss, damit die Auszubildenden und dualen Studenten nach erfolgreichem Abschluss übernommen werden können. Bei guten bzw. sehr guten Leistungen, erhalten sie mit Beginn der Ausbildung eine Übernahmegarantie. Durch längere Aufenthalte in den Ausschließlichkeits-Agenturen erhalten sie zusätzliche Vertriebskompetenz. Neben den etablierten kaufmännischen Ausbildungsberufen für Versicherungen und Finanzen, Büro und IT sowie Servicefachkraft für Dialogmarketing werden auch duale Studiengänge angeboten, die auf Spezialverwendungen fokussieren. MINT-Berufe (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik) rücken hierbei immer stärker in den Vordergrund.

Aktuell bildet die HanseMerkur 46 Azubis aus. Im Jahr 2020 sind 13 Auszubildende gestartet, wobei erstmals mehr duale Studenten (7) als kaufmännische Azubis (6) eingestellt wurden. Jahrgangsübergreifend ist das Verhältnis zwischen dualen Studenten und den beruflichen Auszubildenden ausgeglichen. Dabei liegt momentan der Ausbildungsschwerpunkt auf Wirtschaftsinformatik.

Im Berichtsjahr wurden wieder alle Auszubildende von der HanseMerkur übernommen. Häufig zählen sie zu den Besten ihres Lehrjahres und integrieren sich perfekt in ihre jeweiligen Übernahmebereiche. Für das Lehrjahr 2021 sind aktuell 15 Ausbildungsplätze geplant und auch schon zum Großteil besetzt.

Dass das Ausbildungskonzept der HanseMerkur Erfolg hat, zeigen aber nicht nur die vorgenannten Zahlen. Das Wirtschaftsmagazin „Capital“ kürte das Unternehmen im Jahr 2020 zu einem der besten Ausbilder Deutschlands.

### **Weiterbildung und Talentförderung**

 Allen Mitarbeitern stehen Weiterbildungs- und Karrieremaßnahmen offen. Eine explizite Frauenförderung gibt es dabei nicht. Alle Mitarbeiter werden gleichermaßen gefördert. Neben regelmäßigen Abteilungs-, Gruppen- und Teamrunden gibt es das Instrument des Jahresgesprächs, wo Einschätzungen, Erwartungen und Vereinbarungen auf Basis des HanseMerkur-Kompetenzmodells benannt und dokumentiert werden. Dieses Führungsinstrument zur systematischen Entwicklung des Mitarbeiters am Arbeitsplatz dient dazu, dass sich im 12-Monats-Rhythmus die Mitarbeiter mit ihrer Führungskraft strukturiert über das Wesentliche in Sachen Leistung, Kompetenzen und Qualität unterhalten und Zielvereinbarungen treffen können.

Im Berichtsjahr wurden nur 133 Jahresgespräche geführt (195 im Vorjahr). Aufgrund der Homeoffice-Situation waren die Schwerpunkte anders verlagert. Leistungen und Karriereentwicklungen standen nicht im Vordergrund. Im regelmäßigen virtuellen Austausch zwischen Mitarbeitern und Führungskräften ging es eher darum, dass die Mitarbeiter gut mit der Homeoffice-Situation zurechtkommen und wie Abteilungen sich neu organisieren.

Normalerweise erfolgen Mitarbeitergespräche auf Basis des Kompetenzmodells der HanseMerkur. Es beschreibt die Kompetenzanforderungen an Führungskräfte und Projektleiter, so dass man sich auch darüber informieren kann, ob der Weg in die Führung oder ins Projekt für einen selbst der richtige scheint. In Diagnoseverfahren können die angesprochenen Kompetenzen gesondert getestet werden.

 Anhand eines Laufbahnmodells kann jeder Mitarbeiter erkennen, wo er steht und welche Karrierepfade es gibt, welche Anforderungen das Kompetenzmodell in den unterschiedlichen Funktionen vorsieht und welche spezifischen Entwicklungsmaßnahmen für die eigene Karriere dienlich sind. Diese Transparenz erhöht die Motivation, sich gezielt weiterzuentwickeln.

 Das Seminarprogramm der HanseMerkur wird jährlich aktualisiert und steht allen Mitarbeitern in der „HanseMerkur Akademie“ zur Verfügung. Die HanseMerkur Akademie ist ein modernes Lernmanagementsystem, das nicht nur den Seminarkatalog abbildet, sondern auch zum An- und Abmelden von Weiterbildungen dient. Zudem bietet es die Möglichkeiten des Online-Lernens, die Weiterbildungsmaßnahmen zu dokumentieren und die persönliche Bildungshistorie auszuwerten. Im Zuge der Pandemie wurde das Weiterbildungsprogramm vollständig auf virtuelle Formate umgestellt.

## 4.4 Vielfalt, Chancengleichheit und Mitbestimmung

Entsprechend der Leitidee Hand in Hand ist HanseMerkur entspricht es dem Selbstverständnis des Unternehmens, Vielfalt und Chancengleichheit zu leben und vor allem zu fördern. Diesem Selbstverständnis liegt der uneingeschränkte Anspruch zugrunde, die persönliche Würde eines jeden Einzelnen und dessen Wertschätzung unabhängig von Geschlecht, Alter, Religion oder anderer persönlicher Merkmale gleichermaßen zu schützen. Ausdruck dieses Anspruchs, auf dessen Einhaltung auch der Betriebsrat achtet, sind zum Beispiel die verschiedensten Herkunftsländer unserer Mitarbeiter.

### **Vielfalt und Chancengleichheit**

Im Rahmen der Einhaltung des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) gibt es bei der HanseMerkur für alle Geschlechter einen Ansprechpartner. Alle AGG-relevanten Fragen oder Anliegen werden behandelt und absolut vertraulich bearbeitet. Zudem gibt es die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme mit einem externen Rechtsanwalt, der u.a. auch Hinweisgeberanfragen im Zusammenhang mit Diskriminierungsfällen beantwortet. Der Vertrauensanwalt steht allen Mitarbeitern der HanseMerkur als Ansprechpartner zur Verfügung und nimmt entsprechende Hinweise vertraulich entgegen (S. 28). Im Berichtszeitraum sind keine Diskriminierungsfälle bekannt geworden.

### **Inklusion**

Mit 34 Mitarbeitern erreicht die HanseMerkur im Berichtsjahr eine Schwerbehindertenquote von 2,8 Prozent (2019: 2,7 %) und muss somit Ausgleichsabgaben leisten. Obwohl das Unternehmen in seinen Stellenausschreibungen und dem Auswahlverfahren die Gleichbehandlung gemäß AGG berücksichtigt, bewerben sich nur wenig Menschen mit Behinderung. Es ist davon auszugehen, dass die Anzahl der Mitarbeiter mit Schwerbehinderung höher ist als bekannt, denn viele behalten ihre Krankheit aufgrund von Ängsten und aus Unwissenheit lieber für sich.

Bereits 2017 sorgte Hannah Kisbye für bundesweite Diskussionen als sie ihren Schwerbehindertenausweis zu einem Schwer in Ordnung-Ausweis umgestaltete. 2020 wurde die 17-Jährige mit Down-Syndrom dafür vom Bundespräsidenten Frank-Walter Steinmeier mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet. In seiner Ansprache hieß es: „Sprache kann Mauern überwinden.“ Ihre (Hannahs) Initiative ließ aufhorchen und hat bundesweit eine Diskussion angestoßen, in der es nicht nur um eine neue Bezeichnung für einen Ausweis geht, sondern um einen veränderten Blick auf Menschen mit Behinderungen. In diese Debatten bringt sich Hannah Kisbye aktiv ein und vertritt ihre Interessen – ganz nach dem Grundsatz der UN-Behindertenrechtskonvention: Nicht ohne uns über uns.



Die junge Hannah Kisbye setzt sich aktiv für die Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonventionen ein. Für die Umwandlung ihres Schwerbehindertenausweises in den „Schwer-in-Ordnung“-Ausweis, erhielt sie am 1. Oktober 2020 von Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier das Bundesverdienstkreuz.

Die im Betriebsrat der HanseMerkur verortete Schwerbehindertenvertretung teilt diese Meinung und hat deshalb im Berichtsjahr im Intranet eine Plattform ins Leben gerufen, die transparent über Rechte und Möglichkeiten informiert. Verbunden mit aktueller Medienberichterstattung sollen so gleichzeitig Ängste und Vorurteile abgebaut werden – für ein barrierefreies Miteinander.

### **Mitbestimmung**

Der Betriebsrat hat bei der HanseMerkur einen sehr hohen Stellenwert. Die Zusammenarbeit zwischen Betriebsrat und Unternehmen basiert auf der Grundlage des Betriebsverfassungsgesetzes und ist generell sowie in Ausschüssen zu den Themen Personal, IT, Betrieb, Wirtschaft, Arbeitssicherheit und Kantine von einem hohen Maß an Austausch, Offenheit und partnerschaftlichem Umgang geprägt. Zudem zielt sie auf pragmatische Lösungen. Nur mit einer solchen partnerschaftlichen Zusammenarbeit lassen sich Maßnahmen schnell umsetzen und zusätzlich werden die Interessen aller angestellten Mitarbeiter durch den Betriebsrat gewahrt.

Vorstand und Betriebsrat der HanseMerkur haben in der Vergangenheit eine Reihe von Betriebsvereinbarungen geschlossen. Diese beinhalten Spielregeln für ein konstruktives und erfolgreiches Miteinander, beispielsweise zur betrieblichen Arbeitszeit und dem Arbeitsschutz sowie zu diversen IT-Themen. Darüber hinaus ist das Recht auf Tarifverhandlungen und Vereinigungsfreiheit bei der HanseMerkur gesichert. Über betriebliche Veränderungen informiert die HanseMerkur die Mitarbeiter stets umgehend, umfassend und selbstverständlich in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorgaben. Übergreifende Betriebsvereinbarungen werden sofort nach Unterzeichnung im Unternehmen veröffentlicht.

Neben dem Einbezug von Mitarbeiterbelangen über den Betriebsrat hat die HanseMerkur ein Ideenmanagement implementiert. Es ist ein wertvolles Tool, das beispielsweise Verbesserungspotentiale von Anwendungssoftware oder zur Prozessoptimierung, insbesondere im Kundenservice, aufdeckt. Zudem hat es auch positiven Einfluss auf die Mitarbeiterzufriedenheit und -motivation. Es wird aktiv genutzt, Vorschläge aus der Belegschaft werden aufgenommen und häufig umgesetzt.

## 4.5 Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung

Als verantwortungsvollem Arbeitgeber liegt der HanseMercur die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter sehr am Herzen. Die Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung sind integrale Bestandteile der Personalstrategie, durch die die HanseMercur das Ziel verfolgt, ihren Mitarbeitern ein größtmögliches Maß an Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz zu ermöglichen. Hier arbeiten die Bereiche Organisationsentwicklung, Personalabteilung sowie der Betriebsrat, die Betriebsärztin und die Fachkraft für Arbeitssicherheit im entsprechenden Arbeitssicherheitsausschuss (ASA) zusammen, der für den Betrieb in der Hauptverwaltung verantwortlich ist, sich regelmäßig quartalsweise trifft und bei Bedarf Empfehlungen ausspricht. Auf diese Weise wird die Sicherheit am Arbeitsplatz permanent auf den Prüfstand gestellt, etwa durch Arbeitsplatzbegehungen bei Umzügen oder bei der Einführung neuer Software und Arbeitsmittel, unter anderem durch Mitarbeiterbefragungen, zuletzt beispielsweise zum Arbeiten im Homeoffice oder einer neuen Antragssoftware. Aus den Ergebnissen werden im Bedarfsfall Maßnahmen zur Verbesserung abgeleitet. Im Laufe der Jahre ist darüber hinaus ein ganzheitliches Konzept zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement entstanden, das alle Mitarbeiter anspricht und neben vielen Maßnahmen zur physischen und psychischen Gesundheit auch den Betriebssport, Ernährung, medizinische Vorsorge sowie ein ausgezeichnetes Arbeitsschutzmanagementsystem beinhaltet. Signifikant dafür sind die hohen Nutzungszahlen des Programms zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM).

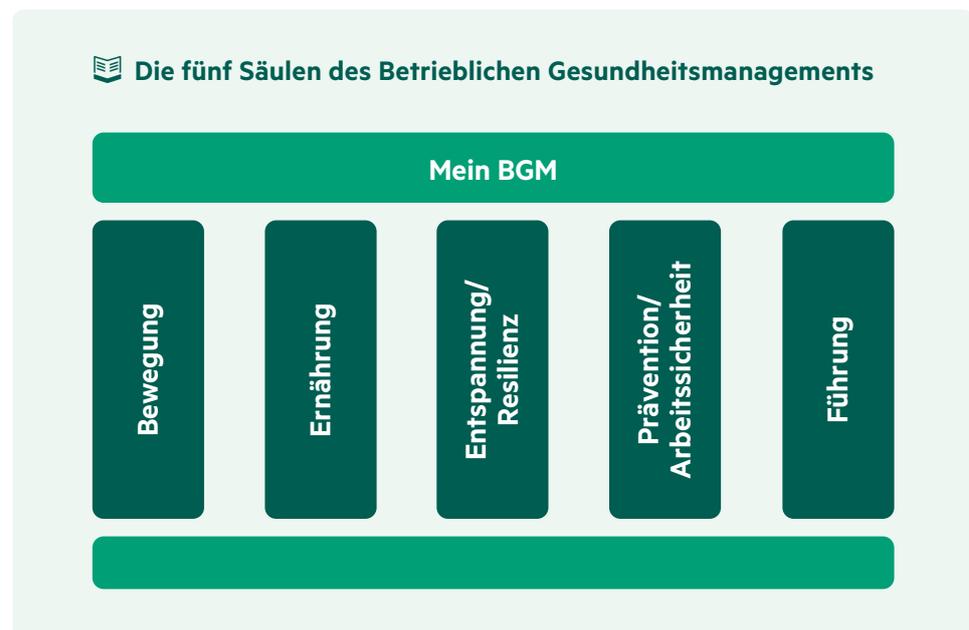


Abbildung 19



Ein Ergebnis aus dieser Zusammenarbeit ist die Betriebsvereinbarung zum Arbeitsschutz, in der Gesundheits- und Sicherheitsthemen abgedeckt sowie alle Vorgaben und Prozesse in diesem Zusammenhang festgelegt sind. Diese beinhaltet zusätzlich die Vorgabe zu turnusmäßigen Austauschrunden. Die regelmäßigen Arbeitsplatzbegehungen ergaben keine gesundheitlichen Risiken für die Mitarbeiter, die in direktem Zusammenhang mit ihrer jeweils ausgeübten Tätigkeit stehen. Im Berichtsjahr kam es zu insgesamt sieben Arbeitsunfällen (2019: neun), die Innendienstmitarbeiter der Hauptverwaltung betrafen. Fünf davon waren sogenannte Wegeunfälle, die nicht auf dem Betriebsgelände passierten. Keiner der Unfälle hatte schwere Folgen oder einen tödlichen Ausgang.

#### **Arbeitsschutzmaßnahmen**

Die Arbeitsschutzmaßnahmen gemäß §§ 4-12 ArbSchG sind Gegenstand ständiger Überprüfungen, die auch im Berichtsjahr in regelmäßigem Turnus stattfanden. Sollten Schwachstellen oder Risiken identifiziert werden, wird mittels Sofortmaßnahmen umgehend reagiert. Alle Mitarbeiter erhalten in den ersten drei Monaten eine verpflichtende vierstündige Einweisung und Schulung zu Arbeitssicherheit. Diese ist im Berichtsjahr auf ein virtuelles Format umgestellt worden und steht allen Mitarbeitern als E-Learning zur Verfügung. Aufgrund der Kontaktbeschränkungen, die das Berichtsjahr dominierten, konnten bislang keine Evakuierungsübungen nach Erneuerung von Brandanlage und Brandzentrale erfolgen.

Im Intranet, das für jeden Mitarbeiter zugänglich ist, werden die Betriebsärztin sowie die Fachkraft für Arbeitssicherheit benannt. Unabhängig der Sitzungen können die Mitarbeiter jederzeit proaktiv den ASA ansprechen, wenn sie eine Gefahrenquelle an ihrem Arbeitsplatz vermuten. Im Regelfall erfolgt eine sofortige Begehung mit anschließender Beratung über erforderliche Maßnahmen. Im Anschluss wird ein Protokoll zur Abnahme erstellt, anstehende Handlungsfelder werden kommuniziert und mit entsprechender Frist nachgehalten.

Durch die unterschiedlichen Fachrichtungen der Mitglieder im ASA können Probleme und Maßnahmen sehr kompetent und effektiv betrachtet und diskutiert werden. Zudem gibt es keine disziplinarischen Abhängigkeiten, weshalb Anliegen neutral betrachtet werden können. Die ASA-Mitglieder werden regelmäßig geschult. Bei Unsicherheiten zu Maßnahmen oder Einzelfällen können externe Dienstleistungen bei Bedarf in Anspruch genommen werden.

📖 Das Amt für Arbeitsschutz Hamburg zeichnete die HanseMercur 2017 für vorbildliche Gesundheitsförderung aus. Dazu gehören Arbeitssicherheit genauso wie z.B. eine betriebsärztliche Versorgung, Betriebliches Gesundheitsmanagement sowie die ergonomische Arbeitsplatzgestaltung. In 5.700 Betrieben der Hansestadt wurde geprüft, wie der Arbeitsschutz in die betriebliche Aufbau- und Ablauforganisation eingebunden ist. Kriterien wie Erste Hilfe und Notfallorganisation, ergonomische Arbeitsplatzgestaltung, Durchführung von Gefährdungsbeurteilungen und regelmäßige Unterweisungen gerieten dabei in den Fokus. Am Ende wurden nur 200 Unternehmen ausgezeichnet, eines davon war die HanseMercur. Dem Unternehmen wurde bestätigt, dass es deutlich mehr macht als der Durchschnitt der Hamburger Unternehmen. Als sogenannter A-Betrieb, mit vielen Mitarbeitern bei gleichzeitig geringem Risiko, findet eine Überprüfung in der Regel alle sechs Jahre statt und steht damit für das Unternehmen in 2023 an.

### **Betriebliches Gesundheitsmanagement**

📖 Seit Jahren basiert ein intensives Programm zum Betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM) auf fünf Säulen: Bewegung, Ernährung, Entspannung, Prävention und Führung. 2020 war für das BGM ein Jahr der besonderen Herausforderung. Einerseits gab es durch die Corona-Pandemie große Verunsicherung, Kontakt- und Sportverbote. Andererseits war Gesundheitsförderung wichtiger denn je. Deshalb hat die Personalentwicklung schon sehr früh für alle Mitarbeiter Informations-Webinare zu „Corona“ und „Gut klarkommen im Homeoffice“ angeboten. Die Führungskräfte trainings befassten sich mit dem virtuellen Führen in einer Krisensituation und das Sportprogramm wurde bereits im April kostenfrei auf Online-Streaming-Angebote umgestellt. Hier gab es weiterhin die Möglichkeit Yoga, Pilates und allgemeines Sporttraining online mit den bekannten HanseMercur-Trainern zu machen. Ergänzt wurde das Programm durch individuelle Sport- und Ernährungscoachings. Die Teilnehmerzahlen waren mit denen der Präsenzkurse vergleichbar. Andere Angebote des Betriebssports, das von Bowling bis zum Rudern reicht konnten aufgrund der Kontaktbeschränkungen nicht stattfinden.

Gerade im Bereich der Präventionsmaßnahmen punktet das BGM bei den Mitarbeitern: Während 2019 noch 592 die Möglichkeit zum Hautkrebs- und Venenscreening nutzten, fanden jedoch im Berichtsjahr pandemiebedingt keine Vorsorgeuntersuchungen statt.

Der Schwerpunkt der arbeitsmedizinischen Dienste lag in 2020 in der Beratung im Zusammenhang mit COVID-19. Als Mitglied im Pandemie-Ausschuss unterstützte die Betriebsärztin bei der speziellen Gefährdungsbeurteilung, der Erstellung und Einführung von Schutzmaßnahmen gemäß SARS-CoV2-Arbeitsschutzstandards sowie der Umsetzung von besonderen Hygiene- und Arbeitsschutzstandards und der Konzeption des kontaktlosen „Vor Ort-Betriebes“. Die Information an die Mitarbeiter über die Maßnahmen, die entsprechend des Pandemiegeschehens variieren, erfolgt seit Beginn per E-Mail über das Intranet und umfassende Informationsaushänge in den Eingangsbereichen.



Im Berichtsjahr wurde auch das Sportangebot der HanseMerkur auf ein digitales Kursangebot umgestellt.

Die Betriebsärztin berät auf Wunsch auch die Mitarbeiter im Unternehmen, die als Risikopatienten gelten und nimmt in Einzelfällen PCR-Abstriche. Zudem haben sich 354 Mitarbeiter von ihr gegen Grippe impfen lassen.

📖 Die HanseMerkur bietet zudem allen Beschäftigten eine kostenlose, anonyme, externe Mitarbeiterberatung durch Talingo EAP, ein Beratungsservice der INSITE-Interventions GmbH. Das Unternehmen verfolgt damit das Ziel, die Stabilität, Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter durch die Lösung von beruflichen, privaten, gesundheitlichen, psychischen und Sucht-Problemen zu fördern, damit aus eventuellen Belastungen keine psychischen Störungen werden. Umfassende Informationen zum Beratungsangebot sind allen Mitarbeitern über das Intranet zugänglich. Wie sich der Unterstützungsbedarf durch die Auswirkungen der Pandemie verändert hat, erfahren Sie auf den nächsten Seiten.



„Viele unserer Anrufer sind sehr belastet und brauchen professionelle Hilfe“

### Hilfe für Mitarbeiter in Krisenzeiten



Dr. Maren Kentgens  
Geschäftsführerin  
beim Beratungs-  
Service TALINGO EAP

2020 war ein besonders herausforderndes Jahr, das an den Nerven zehrte. Viele Berufstätige wussten nicht, wie sie Homeoffice und –schooling bewältigen sollen, andere litten unter der Isolation des Social Distancings oder der vorübergehenden Einschränkung ihrer gewohnten Freiheit. Wenn die Psyche leidet, ist schnelle und unkomplizierte Hilfe gefragt. Die HanseMerkur unterstützt ihre Mitarbeiter und deren Angehörige in prekären Situationen mit Beratungs-Service TALINGO EAP. Er wird von der INSITE-Interventions GmbH angeboten, dessen Experten Hilfesuchende in den unterschiedlichsten Themenfeldern beraten – von der Erziehungsberatung über Arbeitsthemen, Suchtprobleme, Depressionen bis hin zur Krisenintervention. Wir haben mit Geschäftsführerin Dr. Maren Kentgens gesprochen.

**Sie bieten Mitarbeitern von Firmen und deren Angehörigen Beratung in den unterschiedlichsten Themenfeldern. Haben die Hilfesuchenden Angst im Hinblick auf die Anonymität? Wie garantieren Sie, dass der Arbeitgeber nicht über die Probleme seiner Mitarbeiter informiert wird?**

Absolute Vertraulichkeit ist einer unserer wichtigsten Grundsätze. Ohne Vertraulichkeit würde ein Angebot wie unseres nicht funktionieren. Der Arbeitgeber wird informiert, wie viele Beschäftigten das Programm nutzen, erhält aber keine personenbezogenen Daten wie Name oder Abteilung. Alle unsere Mitarbeiter sind vertraglich zur Verschwiegenheit verpflichtet und unterliegen teilweise aufgrund ihrer Tätigkeit zusätzlich der ärztlichen Schweigepflicht. Wer darüber hinaus ganz sicher gehen möchte, kann sich vollkommen anonym beraten lassen.

**Ist der Bedarf in 2020 durch die Corona-bedingten Umstände gestiegen?**

Ja, definitiv! Und zwar in zweifacher Hinsicht. Erstens bemerken Mitarbeiter, wie schnell das Leben und das Gefühl der Sicherheit aus dem Gleichgewicht kommen kann. Viele unserer Anrufer sind sehr belastet und brauchen professionelle Hilfe. Zweitens hat die Corona-Pandemie gezeigt, dass eine systemische und komplexe Krise auch systemische Antworten und Möglichkeiten der Unterstützung braucht. Oder anders formuliert: die Auswirkungen der Coronakrise auf den Einzelnen ist höchst individuell, daher braucht es unterschiedliche Fachrichtungen, die Antworten liefern.

**Haben sich die Beratungsthemen durch die Pandemie verändert?**

Die Themen selbst haben sich nicht nennenswert verändert, allerdings haben die Schiefagen deutlich an Intensität und Schwere zugenommen. Corona wirkt sozusagen wie ein „Brennglas“ auf bestehende Probleme.

**Was sind die häufigsten Themen zu denen Sie um Hilfe gebeten werden?**

Die Beschäftigten kommen sehr häufig mit Schieflagen, die mehrere Lebensbereiche betreffen. Dabei stehen drei Beratungsfelder im Vordergrund: (a) berufliche Themen wie Konflikte, Überforderung, Arbeitsstress oder Führungsfragen, (b) familiäre Schieflagen wie beispielsweise Partnerschaftskonflikte oder Probleme mit Kindern und (c) private Themen der mentalen Gesundheit, die meist ihren Ursprung in einer persönlichen Orientierungslosigkeit haben.

**Was tun Sie bei akuten Krisensituationen, wenn sich abzeichnet, dass der Klient eine Gefahr für sich oder sein Umfeld ist? Haben Sie die Möglichkeit über die Beratung hinaus einzugreifen, sofern der Anrufer nicht anonym ist?**

Wir kümmern uns um jeden Anrufer, der in einer lebensbedrohlichen Krise steckt - rund um die Uhr, d.h. auch nachts und am Wochenende! Wir gehen hierbei in mehreren Deeskalations-Stufen vor. Wichtig in diesem Zusammenhang ist das strikte Vieraugenprinzip auf unserer Seite. All unsere Berater weisen diesbezüglich eine umfassende Qualifikation und Erfahrung auf. Ziel ist immer, den Mitarbeiter die bestmögliche Hilfe anzubieten, Gefahr abzuwenden und Sicherheit für Betroffene und deren Umfeld zu erlangen.

**Ihr Beratungsangebot schließt die Angehörigen von Mitarbeitern mit ein. In welchem Umfang werden Ihre Leistungen von diesen genutzt?**

Das stimmt, Angehörige, die im gleichen Haushalt leben, dürfen das Beratungsangebot ebenso nutzen wie die Mitarbeiter. Wie hoch der Anteil ist, hängt sehr davon ab, wie im Unternehmen und auch zu Hause über die EAP-Beratung gesprochen wird. Wir freuen uns, wenn die Angehörigen das EAP ebenso selbstverständlich nutzen wie die Beschäftigten, denn es geht ja darum, die Menschen zu entlasten. Und wir wissen alle: wenn unsere Liebsten mit Herausforderungen zu kämpfen haben, dann belastet dies auch uns selbst.

**Nicht nur Mitarbeiter, auch Führungskräfte von Unternehmen nutzen Ihr Angebot. Geht es bei den Beratungen dann primär um Führungsthemen?**

Führungskräfte können das EAP-Angebot auf dreierlei Weise nutzen: für Anliegen im eigenen privaten, persönlichen Bereich, für Beratungen im Zusammenhang mit ihrer Führungsfunktion und als Unterstützung für belastete Mitarbeiter. Wenn das EAP dazu beiträgt, ein Teammitglied zu entlasten, profitiert das ganze Team und letztendlich das gesamte Unternehmen davon.

**Sofern Sie unter Berücksichtigung der Verschwiegenheit darüber sprechen dürfen: Entspricht die HanseMerkur in ihrem Beratungsbedarf dem Mainstream oder gibt es Abweichungen?**

Hier möchten wir auf unsere Verschwiegenheit bestehen. Soviel können wir aber sagen: die meisten Unternehmen überschätzen die Eigenheiten ihres Unternehmensprofils und ihrer Beschäftigten. Die Hauptthemen ähneln sich firmenübergreifend, denn wir alle sind Menschen und haben daher ähnliche menschliche Probleme.



Sie fliegen für den  
guten Zweck:  
Die Großstadtienen  
der HanseMerkur  
sammeln für den  
„Alster Honig“, dessen  
Erlös gespendet wurde

# Betrieblicher Umweltschutz und Lieferkette bei der HanseMerkur

## 5.1 Betrieblicher Umweltschutz

Als Dienstleistungsunternehmen im Bereich Versicherungen und Finanzen hat die HanseMerkur geringere Auswirkungen auf die Umwelt im Vergleich zu produzierenden Unternehmen. Dies bestätigt auch die in 2018 vom Unternehmen durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse zur Identifikation und Priorisierung der relevanten Nachhaltigkeitsthemen: Obwohl Umweltbelange für die HanseMerkur eine wichtige Rolle spielen, wurde kein Umweltthema als wesentlich eingestuft (S. 16-21).

Der Überzeugung folgend, dass jeder Mensch einen Einfluss auf die Zukunft unserer Erde hat, bekennt sich auch die HanseMerkur entschieden dazu, ihre Umweltauswirkungen kontinuierlich zu reduzieren. Dabei fokussiert sich der Betriebliche Umweltschutz vor allem auf die Themen Energieverbrauch und -effizienz zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen und damit zum Schutze des Klimas, auf die Förderung nachhaltiger Mobilität sowie auf Abfallvermeidung und Recycling.

### **Managementansatz Umwelt**

Bei der HanseMerkur ist das Facility-Management für den Betrieblichen Umweltschutz verantwortlich. Integriert in die Abteilung Organisationsentwicklung richten die Verantwortlichen ihre Aufmerksamkeit im Sinne des Betrieblichen Umweltschutzes vor allem auf die Instandsetzung und Instandhaltung der Gebäude, organisieren die Sicherheits- und Empfangsdienste, Raumplanungen, Umzüge und Reinigungsdienstleistungen.

Im Berichtsjahr wurde bedingt durch die Corona-Pandemie ein erhöhter Hygienestandard eingeführt. Die Kontaktflächen (Türklinken, WC Bereiche, Aufzugskabinen Teeküchen usw.) werden seitdem zweimal täglich von Reinigungskräften außerhalb der Geschäftszeiten desinfiziert. Flächendeckend wurden in der Hauptverwaltung Hygienespender aufgestellt. Außerdem wurden die Lüftungsanlagen, die im Umluftbetrieb laufen, ausgeschaltet. Schreibtische wurden entsprechend den Anforderungen zum Mindestabstand aufgestellt und wo eine räumliche Trennung nicht möglich war, wurden Trennscheiben zur Verfügung gestellt. In Besprechungsräumen wurden die Teilnehmerzahlen begrenzt oder Räume auch komplett gesperrt.

Das Themenfeld nachhaltige Immobilien fällt in den Aufgabenbereich des Betrieblichen Umweltschutzes und der Tochtergesellschaft HMG. Die HMG ist dafür verantwortlich, den Immobilienbestand der Versicherungsgruppe zu optimieren und deutlich auszubauen (S. 54-57). Der Betriebliche Umweltschutz kümmert sich um die Verwaltung und Instandhaltung der Gebäude und arbeitet zum Zweck der Nachhaltigkeit mit der HMG zusammen. In enger Verzahnung mit der HMG verantwortet die Abteilung zusätzlich die Baumaßnahmen an verschiedenen Standorten der HanseMerkur und achtet zusammen mit deren Vertretern auf die Anwendungen umweltgerechter Materialien und Baustoffe.

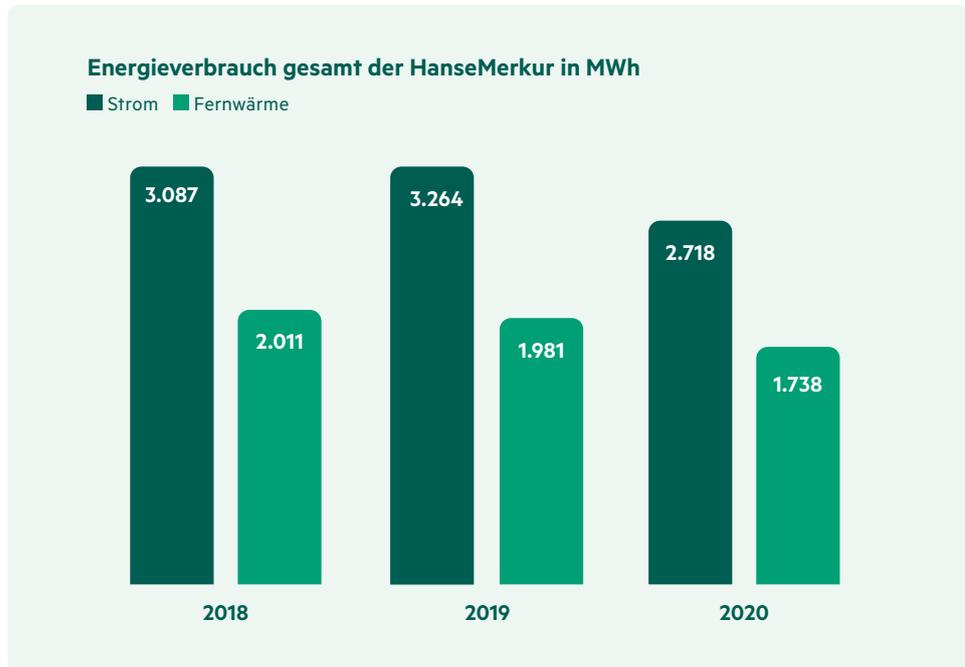


Abbildung 20

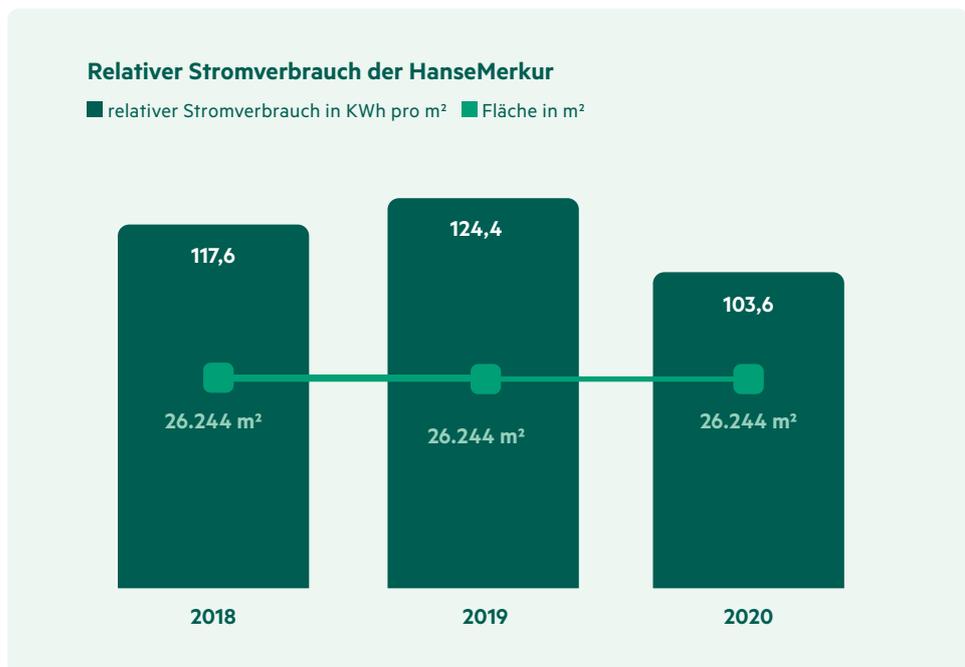


Abbildung 21

Insbesondere im Bereich Umweltschutz gilt es, Ressourcen optimal zu nutzen und zu verwalten. Dazu nutzt die HanseMerkur das Gebäudeleitsystem Enterprise Building Integrator (EBI), das an allen Standorten der HanseMerkur eingerichtet und implementiert ist. Über das EBI werden die Betriebszeiten von Beleuchtungen, Klimatisierungen und teilweise der Kälteanlagen gesteuert. Das System übernimmt somit die Funktion eines nachhaltigkeitsrelevanten Managementsystems. Die Regelungstechnik wird in einem fortlaufenden Wartungsprozess kontinuierlich angepasst, um Betriebszeiten und die Belüftung zu optimieren.

Eine sparsame und effiziente Energienutzung ist bereits an vielen Stellen in die Prozesse der HanseMerkur integriert. Neben der Sensibilisierung von Mitarbeitern sind bei der Beschaffung von technischen Geräten die Energieeffizienz, sowie bei der Energieversorgung der Strommix, wichtige Auswahlkriterien. Entsprechend dieser Ausrichtung bezieht die HanseMerkur seit Januar 2020 zu 100 Prozent Ökostrom.

### **Energie und Klimaschutz**

Die HanseMerkur hat sich das qualitative Ziel einer sparsamen und effizienten Energienutzung gesetzt. In diesem Sinne nutzt die HanseMerkur als Energieträger fast ausschließlich Strom und Fernwärme. Der Strommix der HanseMerkur wurde im Berichtsjahr zum ersten Mal vollständig aus erneuerbaren Energien bezogen. Hinzu kommt in sehr geringen Mengen der Verbrauch von Diesel hinzu (ca. 800 Liter pro Jahr), der durch die ständige Vorwärmung sowie den monatlichen Probelauf des Notstromaggregats entsteht.

Die umfassenden Sanierungsmaßnahmen der Hauptverwaltung zum Erreichen einer sparsamen und effizienten Energienutzung wurden im Berichtsjahr fortgeführt und teilweise abgeschlossen. Insbesondere die Dachterrassensanierung wird eine langfristige Energieeinsparung nach sich ziehen.

Im Berichtsjahr konnten signifikante Einsparungen im Gesamtenergieverbrauch, relativen Stromverbrauch und somit auch den Treibhausgasemissionen (s. Abb. 21-23) verzeichnet werden. Diese müssen in erster Linie aber mit der Corona-Pandemie in Verbindung gebracht werden, da fast über das gesamte Berichtsjahr hinweg eine fast durchgängig reduzierte Anzahl an Mitarbeitern in der Hauptverwaltung tätig war und diese so deutliche Reduktion somit auf die konsequenten Pandemie-Regelungen der HanseMerkur zurückzuführen sind. Neben den seit 2018 begonnenen energie- und ressourcensparenden Sanierungen der Hauptverwaltung, in Abhängigkeit zu der kontinuierlich steigenden Mitarbeiterzahl, wäre sonst für das Berichtsjahr ein leichter Anstieg der Verbräuche erwartet worden.

### Absolute und relative Treibhausgasemissionen aus Stromverbrauch

- absolute Treibhausgasemissionen aus Stromverbrauch in t/CO<sub>2</sub>
- relative Treibhausgasemissionen aus Stromverbrauch in kg/CO<sub>2</sub> pro m<sup>2</sup>

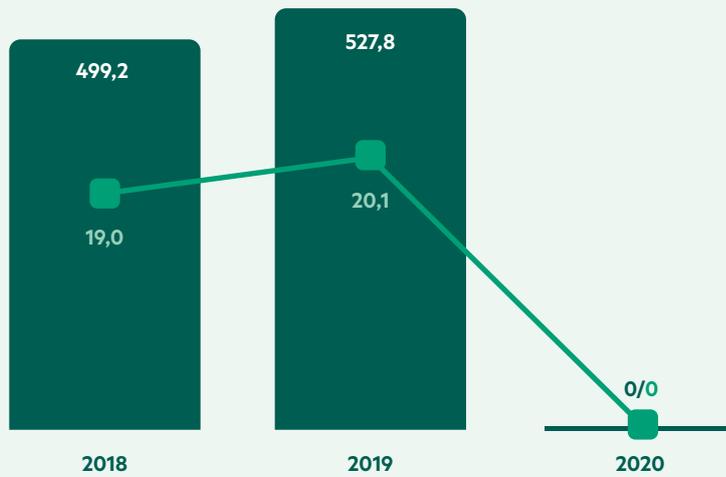


Abbildung 22

### Treibhausgasemissionen aus Stromverbrauch in 2020 (in t/CO<sub>2</sub>)

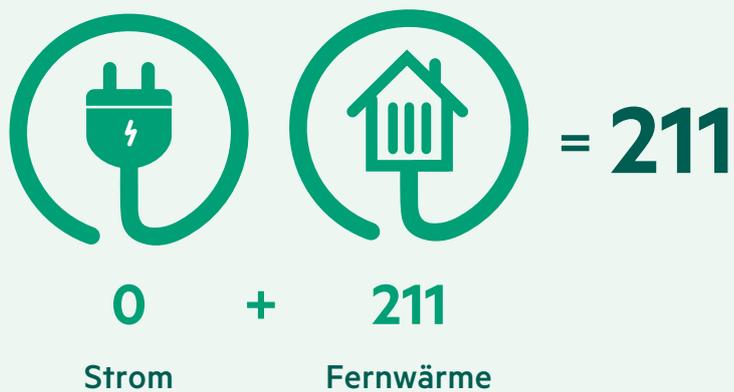


Abbildung 23



Im Spagat zwischen Denkmalschutz und Neubau entstehen unterschiedliche Anforderungen an die Nachhaltigkeit

### Nachhaltige Gebäude

Die HanseMerkur treibt die Modernisierung der Gebäude stetig voran. Dies betrifft u.a. Modernisierungen der Beleuchtung, Fassadensanierungen, das Installieren von Wärmeschutzmaßnahmen sowie das Optimieren von Regelungs- und Belüftungstechnik. Diese fortlaufenden Arbeiten umfassten im Berichtsjahr insbesondere die großflächige Umstellung auf LED-Beleuchtung in der Hauptverwaltung z.B. die Flurbeleuchtung, über 1.000 Bürolampen sowie die Beleuchtung im gesamten Mitarbeiterrestaurant. Neben den umfassenden Leuchtmittelsanierungen wurden außerdem die Aufzugsanlagen mit neuen und effizienteren Antriebsmotoren versehen und das Mitarbeiterrestaurant mit neuen Umluftklimageräten ausgestattet.

### Nachhaltige Mobilität

Die HanseMerkur fördert die Nutzung des umweltschonenden öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV), um ihren Beitrag zur lokalen Luftqualität und damit zum Klimaschutz zu leisten. In diesem Sinne wird die Monatskarte des Hamburger Verkehrsverbundes GmbH (HVV) für Mitarbeiter der HanseMerkur bezuschusst. Im Berichtsjahr nutzten durchschnittlich 43 Prozent der Mitarbeiter (658 von 1.514) des Innendienstes die öffentlichen Verkehrsmittel für ihren Weg zur Arbeit. Aufgrund der Pandemie und der damit verbundenen Homeoffice-Tätigkeiten, waren viele Kündigungen des HVV-ProfiTickets zu verzeichnen. Bei Dienstreisen gilt der Grundsatz der Notwendigkeit und Wirtschaftlichkeit, sodass alle Mitarbeiter dazu aufgefordert sind, die Deutsche Bahn oder den ÖPNV zu nutzen. Im Berichtsjahr wurden 136.959 Personenkilometer mit der Deutschen Bahn zurückgelegt. Die deutliche Reduktion im Vergleich zum Vorjahr, ist auch hier auf das Pandemiegeschehen zurückzuführen. Der Fernverkehr wird mit 100 Prozent Ökostrom versorgt, sodass die Mitarbeiter der HanseMerkur auf ihren Geschäftsreisen mit der Deutschen Bahn CO<sub>2</sub>-frei unterwegs sind und im Berichtsjahr 320 kg CO<sub>2</sub> gespart haben.

Neben dem HVV-Großkunden-Abo wird durch das Leasing-Angebot „JobRad“ und 80 überdachte Fahrradstellplätze, zum Teil mit E-Anschluss für E-Bikes, der Weg zur Arbeit mit dem Fahrrad explizit gefördert. Im Berichtsjahr stieg die Nutzung mit 105 aktiven JobRädern deutlich an (2019: 70). Zusätzlich ist eine Steigerung der Nutzung von E-Bikes zu beobachten, die einen Anteil von 55 Prozent zu 45 Prozent gegenüber den Fahrrädern ausmachen. Daraus lässt sich schließen, dass auch längere Strecken zur Arbeit mit dem Fahrrad gemacht werden. Der Vertrag mit dem Verleih-Angebot „StadtRad“ wurde im Berichtsjahr aus betrieblichen Gründen beendet.

Die Installation der E-Tankstellen-Ladesäule, zur Förderung der E-Mobilität, wurde 2020 auf dem Betriebsgelände der HanseMerkur umgesetzt. Mit zwei Ladekabeln ausgestattet sind die Schnell-Ladepunkte jederzeit für Kunden nutzbar. Auch im Fuhrpark der HanseMerkur wurde eine nachhaltige Entwicklung auf den Weg gebracht: Zu den aktuell 24 Dienstfahrzeugen, gehören aktuell drei Hybrid-Fahrzeuge.

### **Ressourcenschonung**

Die HanseMerkur hat es sich zum Ziel gesetzt, den Rohstoffverbrauch zu reduzieren und auch die Abfallvermeidung steht ganz oben auf der Agenda. Durch gezielte Maßnahmen möchte die HanseMerkur ihren Beitrag dazu leisten, sich für den Umwelt- und Ressourcenschutz einzusetzen.

Im Bereich Bürobedarf wird explizit der Papierverbrauch beobachtet und optimiert. Im Berichtsjahr wurde dieser mit 3,23 Millionen Blatt Papier berechnet und damit im Vergleich zum Vorjahr erneut deutlich reduziert (2019: 5,05 Mio. Blatt). Außerdem wird gebrauchtes Papier weitestgehend wiederverwertet. Diese deutliche Reduktion ist größtenteils durch das Pandemiegeschehen und die reduzierten Mitarbeiter vor Ort zu erklären. In den nächsten beiden Jahren wird sich zeigen, ob das angestrebte Ziel zur langfristigen Reduktion auf 4 Millionen Blatt erfüllt werden kann.

Im Berichtsjahr wurden im Zuge des Giga Lan-Projektes, die Arbeitsplatzdrucker auf ein Minimum reduziert und die flächendeckende Einführung von Multifunktionsdruckern abgeschlossen. Diese Maßnahme führt zu einer signifikanten Ressourceneinsparung in der Geräteproduktion und deren Entsorgung. Neben der langfristigen Reduktion von Elektrogeräten werden zusätzlich Maßnahmen ergriffen, um Elektroschrott zu reduzieren. Dazu hat die IT-Abteilung der HanseMerkur erneut in diesem Berichtszeitraum ausrangierte Firmen-iPhones, -iPads und PC-Peripheriegeräte an Bildungseinrichtungen und gemeinnützige Vereine gespendet u.a. an die Hanse-Betreuung gemeinnützige GmbH und das Bildungsprojekt Confidance – Tanz Dich Stark.

Auch die Mülltrennung wird bei der HanseMerkur in jeglicher Form vorgenommen. Mitarbeiter und Reinigungspersonal sind angewiesen, nicht vermeidbare Abfälle konsequent nach neun Abfallkategorien zu trennen, bevor diese fachgerecht entsorgt werden. Auch der Nassmüll, der im Kantinenbetrieb anfällt, wird bei der HanseMerkur getrennt. Für Batterien und Lampen gibt es Entsorgungsverträge mit Spezialfirmen, leere Tonerkartuschen und Akkus von Großgeräten werden von den jeweiligen Lieferanten zurückgenommen.



Fuhrpark der  
Zweiräder durch das  
Leasing-Angebot  
von JobRad

Im Bereich der Plastikvermeidung wird ab April 2021 im Mitarbeiterrestaurant ein Pfandsystem bestehend aus Pfandschale mit Deckel und to-go-Kaffeebecher der Anbieter Rebowl und Recup eingeführt. Außerdem befinden sich in den Getränke-kühlschränken bewusst und ausschließlich Flaschen aus Glas.

Unter den Bereich Nachhaltigkeit fällt auch die Vermeidung von Lebensmittelverschwendung. Dieser Problematik, die maßgeblich die Gastronomiebranche betrifft, nimmt sich auch das Team des Mitarbeiterrestaurants der HanseMerkur an. Mithilfe des bewährten Produktionsmanagements wird der Überfluss an zubereiteten Speisen gering gehalten. Es werden bewusst weniger Speisen vorbereitet. Abhängig von der Nachfrage wird lieber nachproduziert. Zudem wird bei einem sogenannten „Müllmonitoring“ geprüft, ob die Portionsgrößen richtig berechnet sind oder angepasst werden sollten.

In Bezug auf den Wasser- und Abwasserverbrauch wurden bis Ende 2018 alle Sanitärzellen der Hauptverwaltung erneuert. Durch die automatische Regulierung von Spülwasser, Wasser, Seife und Desinfektionsmittel werden seitdem Ressourcen gespart. Die HanseMerkur bezieht ausschließlich Wasser aus der kommunalen Versorgung und leitet das Abwasser auch nur in die Kanalisation zurück. Abwasser fällt in den Sanitärzellen, Teeküchen und im Küchenbetrieb (Kochbereich und Spülküche) an. Kleinere Abnahmestellen sind die Klimaanlagebereiche, Waschplätze und Außenbereiche. Das zurückgeführte Abwasser kann als gesundheitlich unbedenklich eingestuft werden. Denn das Abwasser aus dem Küchenbereich wird über einen Fettabscheider entsorgt, d.h. Fettrückstände werden ausgefiltert und durch einen Entsorger abgeholt. Das restliche Wasser wird dann in die öffentliche Kanalisation entsorgt. Das Abwasser vom Waschplatz wird von einem Benzinabscheider gefiltert und auch in die Kanalisation geführt.

Die Gesamtwasserentnahme lag 2020 bei 9.010 m<sup>3</sup> und sank damit deutlich im Vergleich zum Vorjahr (12.710 m<sup>3</sup>). Diese deutliche Reduktion wurde bereits mit der geringeren Mitarbeiterauslastung der Hauptverwaltung durch die Corona-Pandemie erklärt.



Im Berichtsjahr erhielt die HanseMercur verschiedene Auszeichnung zur Nachhaltigkeit im laufenden Geschäftsbetrieb.

## 5.2 Nachhaltige Beschaffung

Bei einem Versicherungsunternehmen bilden Büromaterialien und -möbel sowie IT-Hardware den Schwerpunkt des Einkaufs. Die HanseMercur setzt auf langfristige Lieferantenbeziehungen, die sich an Parametern wie Preis-/Leistungsverhältnis, Qualität und Service orientieren.

Der Zentraleinkauf ist der Abteilung Marketing angeschlossen und für die Beschaffung von allgemeinen Papierwaren, Druckstücken, Formularen, Tonern, Fachliteratur, Möbeln, Stempeln, Büromaterialien, Hygieneartikeln, Pflanzen und Werbemitteln verantwortlich. Der Abteilung kommen dabei die administrativen Tätigkeiten zu. Diese umfassen das Vergleichen und Aushandeln von Preisen, das Vergleichen der Lieferkonditionen, das Festlegen von Bestellmengen und das Veranlassen von Zahlungen. Das Aufgabenfeld erweitert sich durch das Fuhrparkmanagement, das sich neben der Beschaffung und Administration von Dienstwagen mit der Verhandlung guter Leasingkonditionen beschäftigt.

Im Berichtsjahr hat sich das gesamte Beschaffungsvolumen im Einkauf sowie in fast allen Einzelbereichen reduziert (s. Abb. 24). Diese Entwicklung ist auf das Pandemiegeschehen und insbesondere im Bereich der Verbräuche, z.B. Papier und Druckstücke, auf den großen Homeoffice-Anteil zurückzuführen. Der Fokus im Einkauf liegt auf der lokalen Beschaffung und verfolgt in erster Linie das Ziel, die eigene Region wirtschaftlich zu unterstützen und zu stärken.

Der Einkauf von Werbeartikeln erfolgt zu 80 Prozent über den Dienstleister Verticas GmbH, der die Grundsätze des UN Global Compacts und die damit verbundenen ILO Konventionen erfüllt. Auch bei der Auswahl der Werbemittel rückt der Nachhaltigkeitsaspekt immer stärker in den Fokus.

Im Jahr 2020 wurden vermehrt nachhaltige Produkte aufgenommen. Die bereits angekündigten Produkte Veggie-Bags und Thermo-Trinkflasche aus Metall finden sich neben acht weiteren Artikeln u.a. Filzshopper und Kuscheldrache, beides aus recyceltem PET, in der Rubrik „Nachhaltigkeit“, die eigens für dieses Thema eingerichtet wurde und beständig wächst.

Der Einkauf von Büromöbeln erfolgt über den Dienstleister CEKA GmbH und Co. KG. Das Unternehmen verschreibt sich bereits seit vielen Jahren der Nachhaltigkeit und erhielt 1993 als erster Büromöbelhersteller die DIN EN ISO 9001-Zertifizierung. Diese nachhaltige Ausrichtung wurde kontinuierlich weitergeführt. Aktuell arbeitet CEKA nach dem in 2015 nach DIN EN ISO 14001 zertifiziertem Umweltmanagementsystem, um die Auswirkungen auf die Umwelt kontrollieren zu können. Diese Ausrichtung zeigt sich auch in der genutzten Lieferkette: Über 90 Prozent der produktionsrelevanten Komponenten werden im Radius von 270 Kilometern um das Werk in Alsfeld bezogen.

Für einige Warengruppen werden bereits Nachhaltigkeitskriterien bei der Produktauswahl berücksichtigt. So lag der Anteil an Recyclingpapier im Berichtsjahr bei knapp 10 Prozent und ist im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken (2019: 16 %). Allerdings ist der Gesamtpapierverbrauch durch die überwiegende Homeoffice-Situation von 5,05 Mio. Blatt auf 3,23 Mio. Blatt gesunken und hatte somit erhebliche positive Auswirkungen auf die Papierverbräuche der HanseMerkur. Bei der Herstellung von Druckstücken wurde bereits 2008 der Großteil der Druckstücke auf ein „web to print-Verfahren“ umgestellt. Die Druckstücke werden erst bei Bestellung über einen Digitalprint erstellt. Dadurch werden Überproduktionen und Vernichtungen von Druckstücken vermieden. Im Offsetdruck wird vorwiegend bei regionalen Druckereien produziert. Dies garantiert kurze Lieferwege in das HanseMerkur-Materiallager. Ziel ist es, den Großteil der Druckstücke möglichst nur noch digital zur Verfügung zu stellen und zukünftig immer mehr auf Papiererzeugnisse zu verzichten.

Der Einkauf von Hard- und Software sowie den dazugehörigen Dienstleistungen erfolgt über die Abteilungen IT-Infrastruktur und die Abteilung IT-Entwicklung. Da für den Bereich IT-Hardware und Dienstleistungen aus Deutschland bezogen werden, geht die HanseMerkur davon aus, dass diese Hersteller und lokalen Fachhändler der deutschen Rechtsprechung unterliegen, so dass in Deutschland geltende Gesetze sowie ökologische und soziale Standards eingehalten werden. Außerdem werden durch die Nutzung moderner Technologien (Virtualisierung, Deduplizierung, Multifunktionsdrucker) Energie und Materialien bewusst effizient eingesetzt.

Der HanseMerkur sind keine Verstöße gegen ökologische oder soziale Standards, insbesondere der Menschenrechte, in der Lieferkette bekannt.



Abbildung 24

Ganz im Sinne des Leitmotivs der HanseMerkur stellt sich das Unternehmen der Herausforderung, über den Bezug von regionalen Produkten hinaus, allgemein gültige Nachhaltigkeitsstandards für den Zentraleinkauf zu definieren. In den vergangenen beiden Jahren wurde forciert, die Erwartungen zu formulieren sowie die Nachhaltigkeitsstandards zu Menschenrechten, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung zu definieren. Im aktuellen Prozess wird mit den Lieferanten und deren Sublieferanten abgestimmt, in welchem Umfang sie den geforderten Nachhaltigkeitsstandards entsprechen können. Eine abschließende und verpflichtende Vereinbarung konnte im Berichtsjahr aufgrund des Pandemiegeschehens nicht abgeschlossen werden und ist für 2021 geplant.

Damit strebt die HanseMerkur eine Risikominimierung von Verletzungen grundlegender sozialer und ökologischer Standards in der Lieferkette, eine Imageverbesserung des Unternehmens in der Öffentlichkeit, bei Kunden und Mitarbeitern sowie die Ermöglichung positiver Einflussnahme auf ökologische und soziale Entwicklungen an.

# Aktiver Beitrag für die Umwelt – kleine Bienengeschichte

Im **Mai** sind auf dem Dach der HanseMerkur Hauptverwaltung zwei Bienenvölker, bestehend aus ca. **100.000 Bienen**, eingezogen. Angemietet wurden sie bei der Firma **BEE RENT**, die Bienenvölker an Unternehmen und Privatperson vermietet und zusätzlich die Pflege und Ernte des Honigs übernimmt.

Mai 2018

Oktober 2018

Unter der geschützten Marke **HanseMerkur „Alster Honig“**, konnten die Mitarbeiter der HanseMerkur im Oktober die erste kleine Ernte von **40 Gläsern** erwerben. Der Erlös wurde dem Hamburger Verein **„Leben im Abseits e.V.“** gespendet.

November 2019

Neben rekordverdächtigen **241 Gläsern Alster Honig** können die Mitarbeiter erstmals auch den **Alster Lappen** erwerben. Die wiederverwendbaren Bienenwachstücher halten Lebensmittel lange frisch und somit kann auf Frischhaltefolie aus Plastik verzichtet werden. Der Verkaufserlös in Höhe von **4.000 Euro** ging an das **JesusCenter** im Hamburger Schanzenviertel.

November 2020

Dass die Pandemie immerhin der Natur gut getan hat, zeigte das Ergebnis unserer Honigernte: **50,8 Kilo** haben die fleißigen Bienen gesammelt. Der Verkauf ist noch nicht abgeschlossen. Den Erlös erhält der Verein **„Leben im Abseits e.V.“**, der obdachlosen Menschen eine Einzelunterbringung ermöglicht.

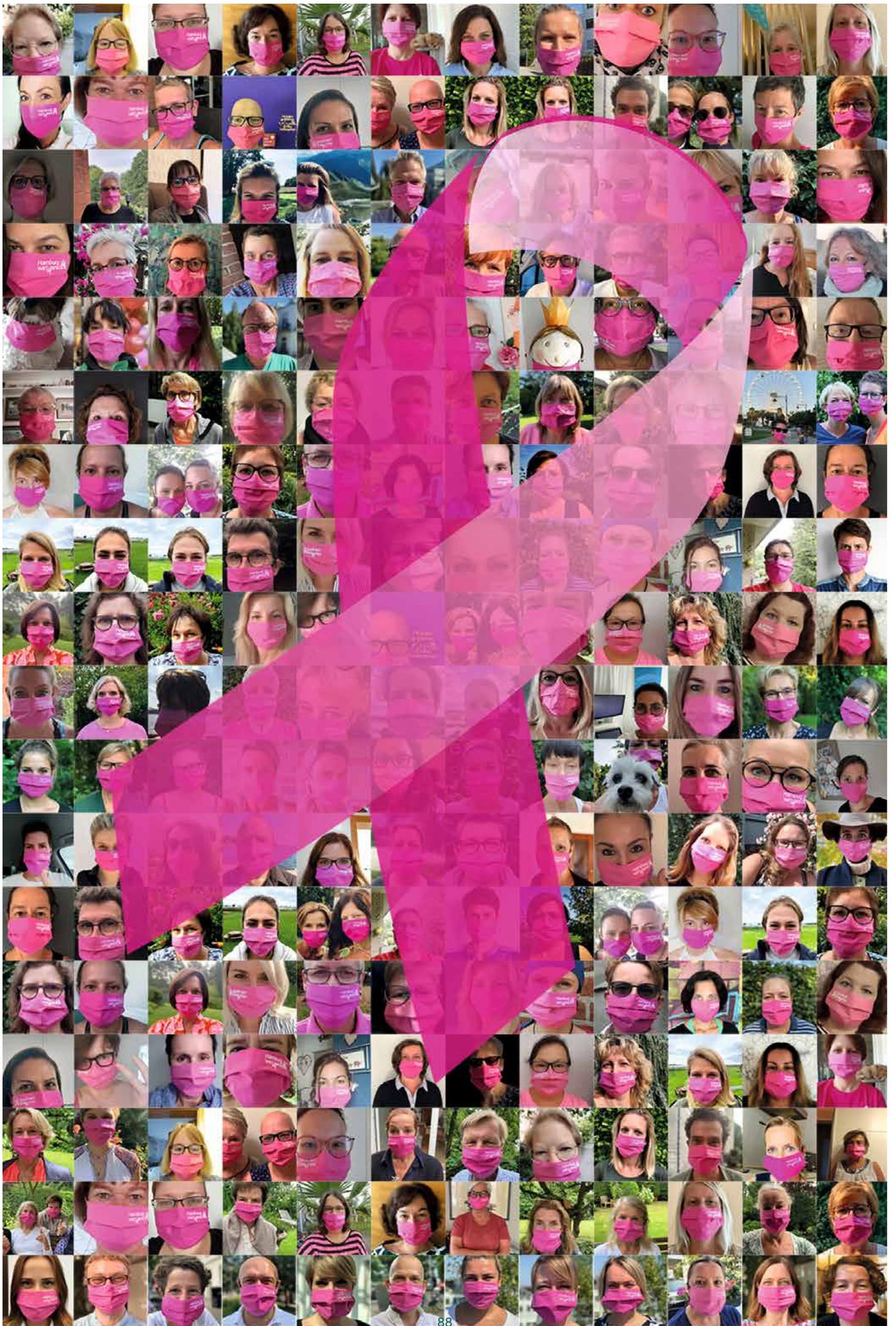
ALSTER HONIG

Stolze

**50,8 Kilo**

konnten im Jahr 2020 geerntet werden





# Soziales Engagement

„In diesem Jahr ist alles anders“  
ist das „Es war einmal“  
des Jahres 2020 –  
die Einleitung, mit der fast alle  
Geschichten beginnen.

Insbesondere beim sozialen Engagement der HanseMerkur war aufgrund der Pandemie im Berichtsjahr alles anders. Der HanseMerkur Preis für Kinderschutz konnte erstmals in seiner 40-jährigen Geschichte nicht im Rahmen einer großen Preisverleihung in Hamburg vergeben werden, stattdessen feierte die „Pandemic Edition“ – eine virtuelle Preisverleihung – ihre Premiere. Benefizveranstaltungen, die das Unternehmen in der Vergangenheit gefördert hat, konnten nicht stattfinden. Dazu zählen das Jahreskonzert des Schülerchors Gospel Train genauso wie Drachenbootrennen, Spendenläufe und der pinke Paddelcorso „Hamburg wird pink! meets Paddle for hope“, eine Awarenesskampagne zur Brustkrebsfrüherkennung. Selbst der Zu Fuß zur Schule-Tag wurde abgesagt, der alljährliche inklusive Workshop mit dem Bundesjugendballett und dem TV Schiefbahn sowie der Social Day der Auszubildenden mussten entfallen.

Da aber gerade in dieser Zeit die Not bei den Vereinen und Initiativen besonders groß war, hat die HanseMerkur engen Kontakt zu ihnen gehalten um mit Öffentlichkeitsarbeit und gezielter Förderung durch Geld-, Sach- und Zeitspenden zu helfen.

## 6.1 Soziales Engagement – zwischen Kinderschutz und Standortförderung

Hand in Hand ist HanseMercur. Diese Leitidee mit Leben zu füllen, ist das Anliegen des gesellschaftlichen Engagements. Als Hamburger Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit mit dem Schwerpunkt Krankenversicherung fördert das Unternehmen seit Jahrzehnten verschiedenste Projekte aus den Bereichen Soziales, Kultur, Sport und Gesundheit, Wissenschaft sowie Umwelt.

Bundesweit stellt sich die HanseMercur ihrer gesellschaftlichen Verantwortung über die Vergabe des HanseMercur Preises für Kinderschutz, mittlerweile im 40. Jahr. Das Eintreten für die Rechte und Anliegen von Kindern und Familien ging 1979 aus einem Gesundheitssymposium im UNO-Jahr des Kindes und einer anschließend durch den Versicherer geförderten Studie zur Bedeutung des „Rooming-in“, also der durchgehenden Anwesenheit der Eltern für die schnellere Genesung von Kindern bei stationärem Krankenhausaufenthalt, hervor. Die Ergebnisse mündeten nicht nur in die alljährliche Ausschreibung des Sozialpreises, sondern auch in die flankierende Entwicklung des ersten deutschen „Mutter-und-Kind-Tarifs“, den die HanseMercur seinerzeit als erster Krankenversicherer auf den Markt brachte.

### Verteilung des Gesamtetats Soziales Engagement

**Gesundheit, Wissenschaft und Forschung**  
Seit vielen Jahren wird bei der HanseMercur in die Zukunft der Medizin investiert u.a. für das Forum Zukunftsmedizin und das TCM Zentrum. In den letzten drei Jahren belief sich diese monetäre Unterstützung jährlich auf rund 110.00 Euro.

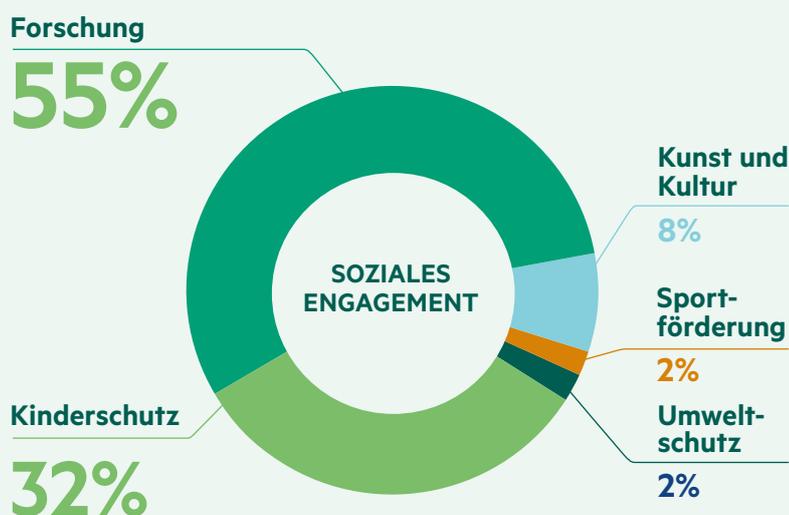


Abbildung 25



**Preisübergabe:**  
Vorstandsmitglied Eric Bussert (links) übergibt zusammen mit der Schauspielerin Andrea Sawatzki (rechts) den Scheck an Johanna Ruhoff von „Ein Platz für Kinder“ (mitte).

Das soziale Engagement des Unternehmens ist auch für die Mitarbeiter identitätsstiftend. Entsprechend groß ist die Bereitschaft, sich mit Zeit-, Geld- und Sachspendenaktionen einzubringen. Im Rahmen der Jahreseröffnungstagung für den Vertrieb wurden im Rahmen einer Tombola stolze 21.000 Euro gesammelt. Über den Erlös freute sich die Stiftung „Ein Platz für Kinder“, Träger des HanseMercur Preises für Kinderschutz 2014. Jetzt können für das neue Traumatherapie-Schutzhaus in Halle/Saale Spielzeug und Einrichtungsgegenstände gekauft werden.

Seit vielen Jahren sammeln auch die Auszubildenden des zweiten Lehrjahres traditionell Spenden für eine gemeinnützige Einrichtung mit Hilfe verschiedener Aktionen. Da im Berichtsjahr durchschnittlich 90 Prozent der Belegschaft im Homeoffice waren, entfiel dieses Engagement. Auch der Social Day, bei dem die Auszubildenden einen Tag lang in verschiedenen Einrichtungen hospitieren und die soziale Arbeit aus einer neuen Perspektive erleben können, wurde aufgrund der Kontaktbeschränkungen nicht realisiert. Beides wird fortgesetzt, sobald die Bedingungen es wieder zulassen.

## 6.2 Vielfältiges Engagement

### „Sorge für Kinder ist Vorsorge für die Zukunft“

lautet das weitsichtige Motto, das die Gründungsväter des mit insgesamt 50.000 Euro dotierten HanseMercur Preises für Kinderschutz der seit 1980 verliehenen Auszeichnung gegeben haben. Eine Anerkennung für einzelne Personen, Gruppen, Vereine und Initiativen, die sich ehrenamtlich und in vorbildlicher Weise um das Wohl von Kindern und Jugendlichen kümmern: durch die Unterstützung für Familien mit schwer oder chronisch erkrankten Kindern, durch psychosoziale Hilfen für Kinder mit Missbrauchs- und Gewalterfahrungen oder Biografien der Vernachlässigung, durch die Verbesserung von Angeboten für Kinder und Jugendliche in ressourcenschwachen Gebieten. Diese Förderung von Bürgersinn und Ehrenamt, unterstützt durch eine zehnköpfige Jury aus renommierten Kinderschützern, wurde unter anderem als „Ausgewählter Ort 2008“ der Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ ausgezeichnet.

Mit dem HanseMercur Preis für Kinderschutz konnten bereits 163 Projekte aus rund 3.600 Bewerbungen ausgezeichnet werden. Hierbei wurde ein Preisgeld von insgesamt 1,3 Millionen Euro ausgeschüttet.

# HanseMerkur Preis für Kinderschutz

Auch im Jahr 2020 wurden wieder die Preisträger des HanseMerkur Preises für Kinderschutz ausgezeichnet. Aus 86 Bewerbungen haben fünf Initiativen den ältesten Sozialpreis Deutschlands erhalten.



**55.000 Euro**  
Preisgeld wurde in 2020 ausgezahlt

## Hauptpreisträger



AMSOC E.V., BERLIN, MIT DEM  
PATENSCHAFTSANGEBOT FÜR KINDER  
PSYCHISCH KRANKER ELTERN

## Anerkennungspreisträger



DEUTSCHER KINDERSCHUTZBUND OV RADEBEUL E.V.



EXTREMISLOS E.V.,  
STOCKELSDORF / SCHLESWIG-HOLSTEIN



MUT ACADEMY GMBH, HAMBURG

SONDERPREISTRÄGER



CVJM-PFALZ E.V., OTTERBERG / RHEINLAND-PFALZ

## Jury

Die aktuelle Jury des HanseMerkur Preises für Kinderschutz, wählt jährlich die Preisträger aus.



**Heinz  
Hilgers**

Präsident Deutscher  
Kinderschutzbund  
(DKSB) e.V.



**Ulrike Kristina  
Köhler**

Stiftungsrätin  
Eva Luise und Horst  
Köhler Stiftung  
für Menschen mit  
Seltene Erkrankungen



**Heidi  
Merk**

Landesministerin a.D.



**Edina  
Müller**

Diplom-Sporttherapeutin  
und Olympische  
Parakanutin



**Eberhard R.  
Sautter**

Vorstandsvorsitzender  
HanseMerkur



**Prof. Dr. Michael  
Schulte-Markwort**

Wissenschaftlicher Leiter  
Fachklinik Marzipanfabrik



**Folke  
Tedsen**

Abteilungsleiter  
Leistungs- und  
Gesundheitsmanagement  
KundenServiceCenter  
HanseMerkur



**Sabine  
Tesche**

Kinder helfen Kindern  
Hamburger Abendblatt  
hilft e.V.



**Georg Graf  
Waldersee**

Vorsitzender  
Deutsches Komitee  
für UNICEF e.V.



**Prof. Dr.  
Sabine Walper**

Präsidentin  
Deutsche Liga  
für das Kind e.V.



Über diesen QR-Code kann die erste virtuelle Verleihung der HanseMercur Preise für Kinderschutz abgerufen werden.



Das neue Logo ist Teil des Markenauftritts von CONFIDANCE.

Da die feierliche Preisverleihung in der Hamburger Hauptverwaltung aufgrund der Kontaktbeschränkungen im Berichtsjahr nicht möglich war, hat sich das CSR-Team der Unternehmenskommunikation auf den Weg gemacht, um die Schirmherrin, Bundesfamilienministerin Franziska Giffey, zu besuchen und die Preisträger vor Ort auszuzeichnen. Von Fotografen und einem Kamerateam begleitet, legte es dabei bundesweit über 2.500 Kilometer zurück. Der erste Preisverleihungsfilm, der so entstand, ging am 29. Oktober über die Social Media-Kanäle des Unternehmens online, unter anderem im CSR-Blog <http://hansemerkur.csr-engagement.de/>, in dem die HanseMercur täglich über ihr Engagement berichtet und auf aktuelle Themen aufmerksam macht. Durch dieses Engagement im Kinderschutz haben sich bundesweit nachhaltige Vernetzungen ergeben. Dazu zählt u.a. eine langjährige Kooperation mit dem Deutschen Kinderschutzbund (DKSB), dem größten deutschen Lobbyverband im Kinder- und Jugendschutz. Seit 2007 hat die HanseMercur 18 qualitätsgeprüfte DKSB-Kinderhäuser „Blauer Elefant“ mit einer Anschubfinanzierung versehen, eines davon im Februar 2020 in Sankt Augustin.

Eines der brennendsten Themen im Pandemie-Jahr ist die Bildungsgerechtigkeit verbunden mit einer unzureichenden Digitalisierung im Schulsystem. Die HanseMercur vergab ihre ausrangierte Hardware daher vorrangig an Bildungseinrichtungen, wie die Stadtteilschule Eidelstedt, die ARCHE, deren freiwilligen Helfer auch während des Lockdowns die Möglichkeit zum Nachhilfeunterricht boten, sowie an die Tanz Dich Stark gUG. Die Initiative ist an Hamburger Grundschulen aktiv und fördert mit dem Empowerment-Programm CONFIDANCE die Persönlichkeitsentwicklung von Kindern, unter anderem über Tanz. Es ist ein ganzheitliches Konzept, das nicht nur die Kinder stark macht, sondern auch Lehrer und vor allem Eltern eng einbindet. Die HanseMercur förderte das Social Start-Up im Berichtsjahr zudem mit der Entwicklung eines Markenauftritts, damit die Professionalität der pädagogischen Arbeit sich auch in der Außendarstellung widerspiegelt und so weitere Kooperationsschulen und Förderpartner gewonnen werden können.

### **Wissenschaftsförderung – zwischen Tradition und Zukunft**

 Die HanseMercur versteht sich nicht nur als Leistungserstatter, sondern als Gesundheitsdienstleister. Ziel des Unternehmens ist es, neben einem Strauß von e-Health-Angeboten, den Kunden auch einen qualitätsgeprüften Zugang zu den immer stärker nachgefragten komplementärmedizinischen Behandlungsformen zu ermöglichen. So hat das Unternehmen als Mehrheitsgesellschafter des HanseMercur Zentrums für Traditionelle Chinesische Medizin (TCM) am Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf (UKE) bereits im Jahre 2010 dazu beigetragen, die bundesweit erste wissenschaftliche Einrichtung zu schaffen, die Forschung, Lehre und Therapie unter einem Dach vereint und sich ganz auf die immer stärker nachgefragte Heilkunst aus dem Reich der Mitte konzentriert. Seitdem ergründen deutsche und chinesische Ärzte und Naturwissenschaftler in der Labor-, klinischen und Versorgungsforschung Wirkungen und Effizienz der TCM.



Die Erforschung der Chinesischen Medizin mit naturwissenschaftlichen Methoden steht im Fokus des TCM-Zentrums.



Dabei wird der Bereich der Wissenschaftsförderung bei der HanseMerkur von den Stabsbereichen Gesundheitsmanagement und Unternehmenskommunikation verantwortet. Das TCM Zentrum am UKE, das im Corona-Jahr auf ein 10-jähriges Bestehen zurückblicken konnte, arbeitet unabhängig. Die HanseMerkur nimmt weder Einfluss auf Forschungsvorhaben noch auf die Ausgestaltung von Therapien und Lehrveranstaltungen. Das einzige Interesse des Unternehmens ist die Einhaltung sämtlicher Qualitätsstandards, über deren Erfüllung u.a. ein Wissenschaftlicher Beirat aus Forschern und Klinikdirektoren wacht.

Seit dem Wintersemester 2018/19 bieten das TCM-Zentrum, die UKE Akademie für Bildung und Karriere sowie die Shanghai University of TCM eine Postgraduierten-Ausbildung für Ärzte in Chinesischer Medizin (Master of Chinese Medicine) an. In der Behandlungspraxis des Zentrums kommen alle Therapieverfahren der TCM zum Einsatz: von der chinesischen Arzneitherapie und Diätetik über die Akupunktur und manuelle Tuina-Therapie bis zu den Atem- und Bewegungsübungen des Qigong. Diese wirkungsvolle Ergänzung zu schulmedizinischen Leistungen spiegelt sich auch im Tarifangebot (S. 37-38) wieder.

Die klinische Forschung mit Patientenbeteiligung im Zentrum wäre ohne die angegliederte Praxis nicht denkbar gewesen. Schwerpunkte waren 2020 u.a. die Erforschung von chinesischen Arzneien bezüglich ihrer nervenzellschützenden Wirkungen in Parkinson-Modellen sowie auf den Fettstoffwechsel. Untersucht wurden zudem Akupunkturwirkungen auf die Polyneuropathie und damit auf die Schädigungen der feinen Nervenendigungen in Füßen und Händen, etwa bei Diabetikern oder bei Krebspatienten nach Chemotherapie. Soforteffekte durch Akupunktur konnten zudem bei der „Frozen Shoulder“ nachgewiesen werden. Und jüngst wurden zusammen mit zwei chinesischen Arbeitsgruppen Daten ausgewertet, die zeigen, dass drei Inhaltsstoffe der für gripitale Infekte in China zugelassenen Arzneimischung ShuFeng JieDu an die Hauptprotease des SARS-CoV-2-Virus andocken und bei früher und zusätzlicher Gabe zur Standardtherapie Husten und Fatigue bei der Coronainfektion deutlich lindern und verkürzen. ShuFeng JieDu ist als qualitätsgesichertes Kompaktat des 2017 ausgegründeten Allianzpartners ConPhyMed bereits in deutschen Apotheken verfügbar. Das Unternehmen ebnet asiatischen Firmen den Weg in den europäischen Markt für qualitätsgesicherte Phytopharmaka.



Das Forum Zukunftsmaschine im Corona-Modus.

Über die Forschung werden jährlich ca. 1.000 Wissenschaftler erreicht. Der Bereich Lehre umfasst über die Kontakte nach China und in die deutsche Hochschullandschaft hinein rund 500 Personen. Die Behandlungspraxis des TCM-Zentrums versorgt alljährlich 1.500 Patienten.

Ethikanträge sind für alle und vor allen Forschungsvorhaben des Zentrums Pflicht, mit Ausnahme reiner Zellforschung. Zudem berücksichtigt die Forschungseinrichtung die CITES-Übereinkommen (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora) der WHO-Artenschutzrichtlinien. Internationale Qualitäts- und Sicherheitsstandards genießen im HanseMerkur Zentrum für TCM einen hohen Stellenwert.

Die HanseMerkur ist Gründungsmitglied des 2018 etablierten „Forums Zukunftsmaschine“ der Rheinischen Post. Einer einmaligen bundesweiten Plattform aus 35 Spezialisten, Zukunftsdenkern, KI- und Gesundheitsexperten, Pharmakologen, Theologen, Ethikern und Juristen, die sich intensiv mit der Digitalisierung des Gesundheitswesens auseinandersetzen. Als einziger PKV-Projektpartner positioniert sie sich damit als führender Player und Innovationstreiber im Gesundheitswesen zum Thema e-Health, um ihren Kunden Orientierung zur personalisierten Datenmedizin zu bieten. Orientierung zum Thema Covid-19 boten 2020 auch sieben Sendungen des neuen Formats Forum Zukunftsmaschine Live, wo Virologen und Fachärzte anderer Disziplinen wie der Kardiologie, Onkologie, Neurologie und Gastroenterologie das Pandemiegeschehen fachlich einordneten und auch auf Zuschauer/Leserfragen eingingen: von Antikörpertherapien bis zum Zytokinsturm, einer Entgleisung des Immunsystems. Die Ergebnisse der diversen Diskussionsrunden wurden für die hausinterne und die HanseMerkur CSR-Kommunikation aufbereitet. Zudem entwickelt die HanseMerkur eine umfassende e-Health Strategie (S. 37-42).

Da Vorsorge zu den wichtigsten Säulen des Gesundheitssystems zählt, unterstützt die HanseMerkur die Brustkrebs-Awareness-Aktionen des Mammazentrums Hamburg am Krankenhaus Jerusalem. Da der traditionelle pinke Paddelcorso „Hamburg wird Pink! Meets Paddle for hope“ auf der Hamburger Alster nicht stattfinden konnte, ließ der Versicherer Mund-Nasen-Schutzmasken in gleicher Farbe produzieren und verschickte sie in Zusammenarbeit mit der Agentur hesse und hallermann an Patientinnen und Interessierte mit der Bitte, Selfies einzusenden, aus denen später ein Kampagnen-Film erstellt wurde. Das Feedback war überwältigend, denn neben einer Flut von Fotos ist durch die Aktion auf der Facebook-Seite von Hamburg wird Pink! in Zeiten des Social Distancing eine enge Gemeinschaft von Betroffenen und Angehörigen entstanden. Der Film hat allein in den ersten zwei Tagen über 4.000 Menschen erreicht. Er ist auch in unserem CSR-Blog zu finden.

### **Integration über Musik**

Seit dem Jahre 2003 fördert die HanseMerkur mit Gospel Train die integrative Arbeit eines der besten Jugendchöre Deutschlands aus dem ressourcenschwachen Stadtteil Hamburg-Harburg mit Auftrittsmöglichkeiten und mit bislang vier CD-Produktionen. 2020 war für den Chor ein besonders schwieriges Jahr, weil er aufgrund der Kontaktbeschränkungen nicht zusammenkommen durfte. Um Proben auf Abstand zu ermöglichen, hat die HanseMerkur nach einem Hilferuf des Chorleiters die Anschaffung professioneller Gesangsmikrofon- und Mischtechnik geleistet. So konnte jeder Künstler mit eigenem Mikro auf der Bühne agieren. Ohne dieses Engagement wäre die Produktion des plattdeutschen Liedes „Dat Joahr geht to Ind“ mit Rolf Zukowski nicht zustande gekommen. Mit diesem Lichtblick in düsteren Zeiten des zweiten Lockdowns endete dann auch die letzte Ausgabe des „Hamburg Journals“ im TV-Regionalprogramm des Norddeutschen Rundfunks am 31.12.2020. Trotz der pandemiebedingten Einschränkungen förderte die HanseMerkur als Classic Sponsor das pädagogische Programm der Elbphilharmonie und trug so dazu bei, dass Kitas und Schulen in Hamburgs neuem Wahrzeichen durch altersgerechte Programmreihen, wie den Funkelkonzerten oder der Instrumentenwelt, ein Lern- und Erlebnisort für die Begegnung und Beschäftigung mit Musik eröffnet wird, sofern die Bedingungen dies zulassen.



Das Arztmobil versorgt Menschen in Hamburg ohne Krankenversicherung.

### **Standortförderung abseits glänzender Fassaden**

Als Hamburger Traditionsunternehmen mit Sitz in der Innenstadt ist die Förderung des Standortes für die HanseMerkur eine Selbstverständlichkeit. Aber dabei geht es nicht nur um wirtschaftliche Belange. Die Bedürftigkeit von Teilen der Gesellschaft wächst ebenso wie die Zahl der Obdachlosen in der Hansestadt. Im Berichtsjahr unterstützte das Unternehmen deshalb das Arztmobil, in dem an verschiedenen Standorten in Hamburg Menschen ohne Krankenversicherung medizinisch versorgt werden. Mit Hilfe der Förderung konnte Material zur Wundversorgung angeschafft werden. Neben der finanziellen Hilfe fördert das Unternehmen mit Öffentlichkeitsarbeit, Sach- und Zeitspenden verschiedene Initiativen im Bereich der Obdachlosenhilfe. Hierzu zählen unter anderem die Obdachlosenhilfe des Deutschen Roten Kreuzes (DRK) und das Café Augenblicke im Hamburger Schanzenviertel, in dem Bedürftige Essen und Kleidung erhalten. Darüber hinaus vernetzt die HanseMerkur auch Initiativen untereinander: so konnte durch eine virtuelle Spendenaktion des FRIENDS CUP Fördervereins eine weitere Spende für den Obdachlosenbus des DRK ermöglicht werden.

### **Sportförderung – mit Bewegung Gutes tun**

Sport und Gesundheit haben für die HanseMerkur eine große Bedeutung. Deshalb ermöglichte sie im Jahre 2005 die Gründung der Stiftung Leistungssport Hamburg mit einer Anschubfinanzierung in Höhe von 400.000 Euro und förderte Nachwuchstalente in ihrer beruflichen Entwicklung. Seit 2018 ist die HanseMerkur zudem Exklusivpartner des Hamburger SV. Durch das Sponsoring des Familienblocks wird normalerweise Kindern die besondere Möglichkeit geboten, die Spieler ihres Vereins als Einlaufkind auf das Spielfeld zu begleiten und das Spiel live mit ihren Familien im Stadion zu erleben. Auch wenn dies im Berichtsjahr kaum möglich war, blieb das Unternehmen dem hanseatischen Zweitligisten natürlich treu.

# Anhang

## Abkürzungen

### Abkürzungen

|             |   |
|-------------|---|
| AGG         | Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz   |
| AGV         | Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen   |
| AVB         | Allgemeine Versicherungsbedingungen   |
| ASA         | Arbeitssicherheitsausschuss   |
| BaFin       | Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht   |
| BdV         | Bund der Versicherten   |
| BGB         | Bürgerliches Gesetzbuch   |
| BGM         | Betriebliches Gesundheitsmanagement   |
| BREEAM      | Building Research Establishment Environmental Assessment Method   |
| BSI         | Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik   |
| CMS         | Compliance Management System  |
| CSR         | Corporate Social Responsibility   |
| CSR-RUG     | CSR-Richtlinie Umsetzungsgesetz   |
| CVE         | Common Vulnerabilities and Exposures (Häufige Schwachstellen und Risiken)   |
| DGNB        | Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen  |
| DIMS        | Datenschutz- und Informationssicherheitsmanagement  |
| DKSB        | Deutscher Kinderschutzbund  |
| DSGVO       | Datenschutzgrundverordnung  |
| EBI         | Enterprise Building Integrator  |
| EnEV        | Energieeinsparverordnung  |
| ESG         | Environmental, Social & Governance  |
| EU          | Europäische Union   |
| FNG         | Forum Nachhaltige Geldanlagen   |
| GDV-Verband | Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.  |
| GEG         | Gebäudeenergiegesetz  |
| GRI         | Global Reporting Initiative   |
| HBC         | Hanse Betreuungscenter GmbH   |
| HEP         | HanseMercur Entwicklungsprogramm  |
| HFC         | HanseMercur Future Camp   |
| HFP         | HanseMercur Führungsprogramm  |
| HVV         | Hamburger Verkehrsverbund   |
| IDD         | Insurance Distribution Directive (Versicherungsvertriebsrichtlinie)   |
| ILO         | International Labour Organization   |
| IPID        | Insurance Product Information Document (Produktinformationsblatt)   |
| KfW         | Kreditanstalt für Wiederaufbau  |
| LEED        | Leadership in Energy and Environmental Design   |
| LMS         | Lernmanagementsystem  |
| MINT        | Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik   |
| MSCI ESG    | Global führender Anbieter von Nachhaltigkeitsanalysen und Ratings im Bereich Umwelt, Soziales und Unternehmensführung |
| NfB         | Nichtfinanzieller Konzernbericht  |
| NGO         | Nichtregierungsorganisation (nicht gewinnorientierte Organisation)  |
| NHB         | Nachhaltigkeitsbericht  |
| ÖPVN        | Öffentlicher Personennahverkehr   |
| PB          | Personalbetreuung / Abteilung Personal  |
| PE          | Personalentwicklung / Abteilung Personal  |
| PKV-Verband | Verband der Privaten Krankenversicherung  |
| PLA         | Polyactid   |
| PMP         | Projekt-Mitarbeiter-Programm  |
| PNP         | Polyneuropathie   |
| SFCR        | Solvency and Financial Condition Report   |
| TCM         | Traditionelle Chinesische Medizin   |
| THG         | Treibhausgasemissionen  |
| UKE         | Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf  |
| VAIT        | Versicherungsaufsichtliche Anforderungen an die IT  |
| VVG         | Versicherungsvertragsgesetz   |
| WHO         | World Health Organization   |

# Anhang

## Verlinkungen

### Verlinkungen

| <b>HanseMerkur</b>   |   |
|--|---|
| HanseMerkur  | <a href="https://www.hansemerkur.de/">https://www.hansemerkur.de/</a>   |
| HanseMerkur Geschäftsbericht   | <a href="https://www.hansemerkur.de/hansemerkur#geschaeftsberichte">https://www.hansemerkur.de/hansemerkur#geschaeftsberichte</a>   |
| HanseMerkur SFCR-Bericht   | <a href="https://www.hansemerkur.de/hansemerkur#solvabilitaets-finanzbericht">https://www.hansemerkur.de/hansemerkur#solvabilitaets-finanzbericht</a>   |
| HanseMerkur CSR-Blog   | <a href="http://hansemerkur.csr-engagement.de/">http://hansemerkur.csr-engagement.de/</a>   |
| HM Trust AG (HMT)  | <a href="https://www.hmt-ag.de/">https://www.hmt-ag.de/</a>   |
| HanseMerkur Grundvermögen AG (HMG)                                   | <a href="https://www.hmg.ag/">https://www.hmg.ag/</a>   |
| HanseMerkur Reiseversicherung (HMR)                                  | <a href="https://www.hmr.v.de/">https://www.hmr.v.de/</a>   |
| HanseMerkur Zentrum für Traditionelle Chinesische Medizin am UKE     | <a href="http://www.tcm-am-uke.de/">http://www.tcm-am-uke.de/</a>   |
| <b>Richtlinien und Verordnungen</b>                                  |   |
| Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG)                            | <a href="https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/Downloads/DE/publikationen/AGG/agg_gleichbehandlungsgesetz.pdf?__blob=publicationFile">https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/Downloads/DE/publikationen/AGG/agg_gleichbehandlungsgesetz.pdf?__blob=publicationFile</a> |
| CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)                            | <a href="https://www.drsc.de/projekte/csr-richtlinie/">https://www.drsc.de/projekte/csr-richtlinie/</a>   |
| Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO)                               | <a href="https://dsgvo-gesetz.de/">https://dsgvo-gesetz.de/</a>   |
| Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD                                 | <a href="https://www.bvk.de/themen/versicherungsvertriebsrichtlinie/">https://www.bvk.de/themen/versicherungsvertriebsrichtlinie/</a>   |
| <b>Branchenverbände</b>  |   |
| Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland (AGV) | <a href="https://www.agv-vers.de/">https://www.agv-vers.de/</a>   |
| Bund der Versicherten (BdV)  | <a href="https://www.bundderversicherten.de/">https://www.bundderversicherten.de/</a>   |
| GDV-Verhaltenskodex für den Vertrieb                                 | <a href="https://www.gdv.de/de/themen/news/verhaltenskodex-fuer-den-vertrieb-11518">https://www.gdv.de/de/themen/news/verhaltenskodex-fuer-den-vertrieb-11518</a>   |
| GDV-Verband  | <a href="https://www.gdv.de/de">https://www.gdv.de/de</a>   |
| PKV-Verband  | <a href="https://www.pkv.de/">https://www.pkv.de/</a>   |
| <b>Sonstige Organisationen</b>                                       |   |
| Ausschuss Gesellschaftliche Verantwortung Handelskammer Hamburg      | <a href="https://www.hk24.de/servicemarken/ueber_uns/a-z-ausschuesse-arbeitskreise/ausschuss-gesellschaftliche-verantwortung/1140452">https://www.hk24.de/servicemarken/ueber_uns/a-z-ausschuesse-arbeitskreise/ausschuss-gesellschaftliche-verantwortung/1140452</a>                               |
| Hamburg School of Business Administration (HSBA)                     | <a href="https://www.hsba.de/">https://www.hsba.de/</a>   |
| Rheinische Post „Forum Zukunftsmedizin“                              | <a href="https://www.rp-forum.de/veranstaltung/rp-forum-zukunftsmedizin/">https://www.rp-forum.de/veranstaltung/rp-forum-zukunftsmedizin/</a>   |
| INSITE-Interventions GmbH  | <a href="https://www.insite.de/de/">https://www.insite.de/de/</a>   |
| Versammlung eines Ehrbaren Kaufmanns zu Hamburg e.V.                 | <a href="https://veek-hamburg.de/">https://veek-hamburg.de/</a>   |
| <b>Soziales Engagement</b>   |   |
| AMSOC e.V.   | <a href="https://www.amsoc-patenschaften.de/">https://www.amsoc-patenschaften.de/</a>   |
| ArztMobil Hamburg  | <a href="https://www.arztmobilhamburg.org/">https://www.arztmobilhamburg.org/</a>   |
| CVJM-Pfalz e.V.  | <a href="https://www.cvjm-pfalz.de/">https://www.cvjm-pfalz.de/</a>   |
| CONFIDANCE – Tanz Dich stark   | <a href="https://confidance.info/">https://confidance.info/</a>   |
| Deutscher Kinderschutzbund (DKSB)                                    | <a href="https://www.dksb.de/de/startseite/">https://www.dksb.de/de/startseite/</a>   |
| Deutscher Kinderschutzbund OV Radebeul e.V.                          | <a href="https://www.dksb-radebeul.de/">https://www.dksb-radebeul.de/</a>   |
| Ein Platz für Kinder   | <a href="https://epfk.org/">https://epfk.org/</a>   |
| Extremislos e.V.   | <a href="https://www.extremislos.de/">https://www.extremislos.de/</a>   |
| Freundeskreis Die ARCHE Hamburg e.V.                                 | <a href="https://www.freundeskreis-arche-hh.de/hamburger-kinderhilfe/index.php">https://www.freundeskreis-arche-hh.de/hamburger-kinderhilfe/index.php</a>   |
| Gospel Train   | <a href="https://www.gospeltrain.hamburg/">https://www.gospeltrain.hamburg/</a>   |
| JesusCenter  | <a href="https://www.jesuscenter.de/">https://www.jesuscenter.de/</a>   |
| Mammazentrum Hamburg   | <a href="https://mammazentrum-hamburg.de/">https://mammazentrum-hamburg.de/</a>   |
| MUT Academy gGmbH  | <a href="https://mutacademy.de/">https://mutacademy.de/</a>   |

# Anhang

## Personalkennzahlen

### Mitarbeiter nach Geschlecht, Anstellungsvertrag und Altersgruppe

| alle Angaben in Köpfen | 2018         | 2019         | 2020         |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Gesamt</b>          | <b>1.407</b> | <b>1.477</b> | <b>1.514</b> |
| davon Frauen           | 774          | 810          | 836          |
| davon Vollzeit         | 477          | 471          | 490          |
| davon Teilzeit         | 297          | 339          | 346          |
| davon Männer           | 633          | 667          | 678          |
| davon Vollzeit         | 580          | 598          | 613          |
| davon Teilzeit         | 53           | 69           | 65           |
| davon Divers           | 0            | 0            | 0            |
| davon unter 30 Jahre   | 239          | 249          | 245          |
| davon 30–50 Jahre      | 749          | 827          | 829          |
| davon über 50 Jahre    | 419          | 401          | 440          |

Abbildung 28

### Zusammensetzung der Belegschaft

| alle Angaben in Köpfen                  | 2018  | 2019  | 2020  |
|---|-------|-------|-------|
| Mitarbeiter ohne Auszubildende          | 1.194 | 1.268 | 1.276 |
| davon Innendienst                       | 1.312 | 1.381 | 1.408 |
| davon Außendienst                       | 53    | 52    | 60    |
| Selbstständige im Außendienst (§84 HGB) | 708   | 721   | 736   |

Abbildung 29

### Mitarbeiter, die Elternzeit in Anspruch genommen haben

| alle Angaben in Köpfen | 2018      | 2019      | 2020 <sup>6</sup> |
|------------------------|-----------|-----------|-------------------|
| <b>Gesamt</b>          | <b>55</b> | <b>91</b> | <b>91</b>         |
| davon Frauen           | 27        | 58        | 61                |
| davon Männer           | 28        | 33        | 30                |
| davon Divers           | 0         | 0         | 0                 |

<sup>6</sup> Alle Mitarbeiter der HanseMercur haben die Möglichkeit, Elternzeit in Anspruch zu nehmen.

Abbildung 30

### Mitarbeiterfluktuation

| alle Angaben in Köpfen                           | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|------|------|------|
| neu eingestellte Mitarbeiter                     | 87   | 106  | 105  |
| Mitarbeiter, die das Unternehmen verlassen haben | 62   | 77   | 82   |

Abbildung 31

### Auszubildende und Studierende der Dualen Hochschule<sup>7</sup>

| alle Angaben in Köpfen | 2018      | 2019      | 2020      |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Gesamt</b>          | <b>40</b> | <b>44</b> | <b>46</b> |
| davon HSBA             | 4         | 8         | 12        |
| davon Nordakademie     | 10        | 11        | 12        |
| davon IHK              | 26        | 25        | 22        |

<sup>7</sup> ohne Auszubildende, die im Berichtsjahr ausgeschieden sind.

Abbildung 32

### Weiterbildung und Karriereentwicklung

| Personen-Angaben in Köpfen  | 2018   | 2019   | 2020   |
|---|--------|--------|--------|
| Weiterbildungsstunden   | 16.047 | 15.923 | 10.517 |
| Anzahl weitergebildeter Mitarbeiter und Führungskräfte                    | 1.288  | 893    | 1.373  |
| davon Anzahl weitergebildete Führungskräfte                               | 115    | 118    | 116    |
| davon Anzahl weitergebildete Mitarbeiter                                  | 1.173  | 775    | 1.257  |
| Mehrfachteilnahme   | 5.414  | 4.874  | 4.426  |
| Anzahl durchgeführter Mitarbeitergespräche                                | 252    | 195    | 133    |
| Anzahl der Mitarbeiter, deren Leistung in Gesprächen beurteilt wurde in % | 17,9   | 13,2   | 11,3   |

Abbildung 33

### Vielfalt in Managementpositionen

| alle Angaben in Köpfen | 2018       | 2019       | 2020       |
|------------------------|------------|------------|------------|
| <b>Gesamt</b>          | <b>108</b> | <b>112</b> | <b>116</b> |
| davon Frauen           | 30         | 32         | 32         |
| davon Männer           | 78         | 80         | 84         |
| davon Divers           | 0          | 0          | 0          |
| davon unter 30 Jahre   | -          | -          | -          |
| davon 30–50 Jahre      | 49         | 53         | 58         |
| davon über 50 Jahre    | 59         | 59         | 58         |

Abbildung 34

### Arbeitsunfälle

|                             | 2018     | 2019     | 2020     |
|-----------------------------|----------|----------|----------|
| <b>Gesamt</b>               | <b>5</b> | <b>9</b> | <b>7</b> |
| davon mit tödlichem Ausgang | -        | -        | -        |

Abbildung 35

# Anhang

## GRI-Inhaltsindex

(Version: GRIStandards 2016; Ausnahme GRI 303 und 403 (2018))

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option ‚Kern‘ erstellt.

### GRI 101: Grundlagen

### GRI 102: Allgemeine Angaben

| Angaben                     | Kommentar   | Verweise (Seitenangaben)  |
|-----------------------------|---|---|
| <b>Organisationsprofil</b>  |   |   |
| 102-1                       | Name der Organisation   | 09  |
| 102-2                       | Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen                | 10-11; 35-42  |
| 102-3                       | Hauptsitz der Organisation  | Hamburg, Deutschland  |
| 102-4                       | Betriebsstätten   | 10  |
| 102-5                       | Eigentumsverhältnisse und Rechtsform                              | 10-11; Geschäftsbericht HanseMerkur Konzern 2020, Abschnitt: Grundlagen des Konzerns  |
| 102-6                       | Belieferte Märkte   | 10-11; 35-36  |
| 102-7                       | Größe der Organisation  | 10-12; 59-60; 102; Geschäftsbericht HanseMerkur Konzern 2020, Abschnitt: Konzernbilanz  |
| 102-8                       | Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern          | 59-60; 102  |
| 102-9                       | Lieferkette   | 86-88   |
| 102-10                      | Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette | Im Berichtsjahr gab es keine signifikanten Änderungen bezüglich der Größe, Struktur, Eigentumsverhältnisse oder Lieferkette der HanseMerkur.  |
| 102-11                      | Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip                               | Die HanseMerkur bekennt sich zum Vorsorgeansatz.  |
| 102-12                      | Externe Initiativen   | Neben den Mitgliedschaften sowie der aktiven Teilnahme in Ausschüssen des PKV und des GDV, unterstützt die HanseMerkur keine weiteren relevanten Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen. |
| 102-13                      | Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen                 | 16-17; 33   |
| <b>Strategie</b>            |   |   |
| 102-14                      | Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers                       | 04-05   |
| <b>Ethik und Integrität</b> |   |   |
| 102-16                      | Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen                 | 11; 14; 23-24   |
| <b>Unternehmensführung</b>  |   |   |
| 102-18                      | Führungsstruktur  | 14-15; Geschäftsbericht HanseMerkur Konzern 2020, Abschnitt: Organe; <a href="https://www.hansemerkur.de/hansemerkur#vorstand">https://www.hansemerkur.de/hansemerkur#vorstand</a>            |

**GRI 102: Allgemeine Angaben**

| <b>Angaben</b>                                  | <b>Kommentar</b>   | <b>Verweise (Seitenangaben)</b>  |
|---|--|--|
| <b>Einbindung von Stakeholdern</b>              |  |  |
| 102-40  | Liste der Stakeholder-Gruppen  | 17   |
| 102-41  | Tarifverträge  | 65   |
| 102-42  | Ermittlung und Auswahl der Stakeholder                                     | 16-18  |
| 102-43  | Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern                                 | 16-20  |
| 102-44  | Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen                               | 16; 18-21  |
| <b>Vorgehensweise bei der Berichterstattung</b> |  |  |
| 102-45  | Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten                                   | 09   |
| 102-46  | Vorgehen zur Bestimmung des Berichts-inhalts und der Abgrenzung der Themen | 16-20  |
| 102-47  | Liste der wesentlichen Themen  | 19   |
| 102-48  | Neudarstellung von Informationen   | Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht 2020 kam es zu keinen Neudarstellungen von Informationen aus dem vorherigen, ersten Nachhaltigkeitsbericht der HanseMercur. |
| 102-49  | Änderungen bei der Berichterstattung                                       | Im Berichtszeitraum kam es im Vergleich zum Vorjahr zu keinen Änderungen an der Liste der wesentlichen Themen oder ihrer Abgrenzung.                               |
| 102-50  | Berichtszeitraum   | 09   |
| 102-51  | Datum des letzten Berichts   | April 2020   |
| 102-52  | Berichtszyklus   | 09   |
| 102-53  | Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht                                     | 111  |
| 102-54  | Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards   | 09   |
| 102-55  | GRI-Inhaltsindex   | 104-110  |
| 102-56  | Externe Prüfung  | Der NfB wurde intern durch den Aufsichtsrat geprüft. Eine externe Prüfung fand nicht statt.  |

Abbildung 37

# Anhang

## GRI-Inhaltsindex

### GRI 200: Ökonomie

| GRI-Standards und Angaben                     |  | Kommentar  | Verweise (Seitenangaben)  |
|---|--|--|---|
| <b>GRI 201: Wirtschaftliche Leistung</b>      |  |  |   |
| 103   | Managementansatz <sup>8</sup>  |  | 10-12; Geschäftsbericht HanseMerkur Konzern 2020, Abschnitt: Konzernlagebericht                   |
| 201-1   | Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert  |  | 12; Geschäftsbericht HanseMerkur Konzern 2020, Abschnitte: Konzernbilanz und Kapitalflussrechnung |
| <b>GRI 202: Marktpräsenz</b>                  |  |  |   |
| 103   | Managementansatz <sup>9</sup>  |  | 65  |
| 202-1   | Verhältnis des nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standardeintrittsgehalts zum lokalen gesetzlichen Mindestlohn |  | 65  |
| <b>GRI 205: Korruptionsbekämpfung</b>         |  |  |   |
| 103   | Managementansatz <sup>10</sup>   |  | 23; 26-28   |
| 205-3   | Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen  |  | 28  |
| <b>GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten</b> |  |  |   |
| 103   | Managementansatz <sup>11</sup>   |  | 26-28   |
| 206-1   | Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung                        | Diese Angabe ist in den allgemeinen Angaben zur Anzahl von Compliance-Verstößen, Verdachtsfällen und laufenden Verfahren mit inbegriffen (siehe 2.2 Compliance). | 28  |

<sup>8, 9, 10, 11</sup> umfasst GRI 103-1, GRI 103-2 und GRI 103-3, d.h. Erläuterung des Themas und seiner Grenzen, Bestandteile und Evaluation des Managementansatzes.

## GRI 300: Ökologie

| GRI-Standards und Angaben  |  | Kommentar   | Verweise (Seitenangaben) |
|----------------------------|--|---|--------------------------|
| <b>GRI 302: Energie</b>    |  |   |                          |
| 103                        | Managementansatz <sup>12</sup>                     |   | 79; 81; 83               |
| 302-1                      | Energieverbrauch innerhalb der Organisation        |   | 80                       |
| 302-3                      | Energieintensität                                  |   | 80                       |
| <b>GRI 303: Wasser</b>     |  |   |                          |
| 103                        | Managementansatz <sup>13</sup>                     |   | 79; 81; 84-85            |
| 303-1                      | Wasser als gemeinsam genutzte Ressource            |   | 85                       |
| 303-2                      | Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung  |   | 85                       |
| 303-3                      | Wasserentnahme                                     |   | 85                       |
| <b>GRI 305: Emissionen</b> |  |   |                          |
| 103                        | Managementansatz <sup>14</sup>                     |   | 79; 81; 83               |
| 305-1                      | Direkte THG-Emissionen (Scope 1)                   | Direkte THG-Emissionen fallen bei der HanseMerkur nur in sehr geringen Mengen durch die ständige Vorwärmung sowie den monatlichen Probelauf des Diesel-Notstromaggregats an. Aufgrund der geringen Mengen verzichtet die HanseMerkur auf die Erhebung der Scope-1-Emissionen. | 81                       |
| 305-2                      | Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2) | Aufgrund der geringen Relevanz des Themas für die HanseMerkur als Dienstleistungsunternehmen werden THG-Emissionen bislang nur aus dem Stromverbrauch berechnet.  | 82                       |
| 305-4                      | Intensität der THG-Emissionen                      |   | 82                       |

<sup>12, 13, 14</sup> umfasst GRI 103-1, GRI 103-2 und GRI 103-3, d.h. Erläuterung des Themas und seiner Grenzen, Bestandteile und Evaluation des Managementansatzes.

# Anhang

## GRI-Inhaltsindex

### GRI 400: Soziales

| GRI-Standards und Angaben                               |   | Kommentar   | Verweise (Seitenangaben) |
|---|---|---|--------------------------|
| <b>GRI 401: Beschäftigung</b>                           |   |   |                          |
| 103   | Managementansatz <sup>15</sup>  |   | 59-65                    |
| 401-1   | Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation  |   | 62-63; 102               |
| 401-3   | Elternzeit  |   | 102                      |
| <b>GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis</b>     |   |   |                          |
| 103   | Managementansatz <sup>16</sup>  |   | 59-61; 70-71             |
| 402-1   | Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen  | Mitarbeiter werden unverzüglich über relevante Änderungen informiert. Es sind jedoch keine Mindestmitteilungsfristen zur Information über betriebliche Veränderungen in Kollektivvereinbarungen verbindlich festgehalten. | 71                       |
| <b>GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz</b> |   |   |                          |
| 103   | Managementansatz <sup>17</sup>  |   | 59-61; 72-77             |
| 403-1   | Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz  |   | 72                       |
| 403-2   | Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen   |   | 72-73; 103               |
| 403-3   | Arbeitsmedizinische Dienste   |   | 73-75                    |
| 403-4   | Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz   |   | 72-73                    |
| 403-5   | Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz  |   | 73-77                    |
| 403-6   | Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter  |   | 72-77                    |
| 403-7   | Vermeidung und Minimierung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz | Die Geschäftsbeziehungen der HanseMerkur sind mit keinen erheblichen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz verbunden   |                          |
| 403-8   | Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind                                      | Über den Arbeitssicherheit-Ausschuss werden alle Mitarbeiter der HanseMerkur am Standort Hamburg repräsentiert.   | 72                       |
| 403-9   | Arbeitsbedingte Verletzungen  |   | 73                       |

<sup>15, 16, 17</sup> umfasst GRI 103-1, GRI 103-2 und GRI 103-3, d.h. Erläuterung des Themas und seiner Grenzen, Bestandteile und Evaluation des Managementansatzes.

**GRI 400: Soziales**

| <b>GRI-Standards und Angaben</b>                            |  | <b>Kommentar</b>  | <b>Verweise (Seitenangaben)</b> |
|---|--|---|---------------------------------|
| <b>GRI 404: Aus- und Weiterbildung</b>                      |  |   |                                 |
| 103   | Managementansatz <sup>18</sup>   |   | 45-46; 59-61; 66-69             |
| 404-1   | Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten                                       |   | 46; 66; 103                     |
| 404-2   | Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe                                       |   | 59; 66-69                       |
| 404-3   | Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten |   | 66; 103                         |
| <b>GRI 405: Diversität und Chancengleichheit</b>            |  |   |                                 |
| 103   | Managementansatz <sup>19</sup>   |   | 59-60; 65; 70-71                |
| 405-1   | Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten   |   | 60-61; 70-71; 102-103           |
| <b>GRI 406: Nichtdiskriminierung</b>                        |  |   |                                 |
| 103   | Managementansatz <sup>20</sup>   |   | 59-60; 70-71                    |
| 406-1   | Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen   |   | 70                              |
| <b>GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen</b> |  |   |                                 |
| 103   | Managementansatz <sup>21</sup>   |   | 71                              |
| 407-1   | Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte | Im Berichtsjahr gab es keine Anhaltspunkte, dass das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bei der HanseMerkur oder in der Lieferkette gefährdet bzw. verletzt sein könnte. | 71                              |
| <b>GRI 415: Politische Einflussnahme</b>                    |  |   |                                 |
| 103   | Managementansatz <sup>22</sup>   |   | 33                              |
| 415-1   | Parteispenden  |   | 33                              |
| <b>GRI 417: Marketing und Kennzeichnung</b>                 |  |   |                                 |
| 103   | Managementansatz <sup>23</sup>   |   | 35-37; 43-45                    |
| 417-1   | Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung  |   | 35-37; 43-45                    |
| 417-2   | Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung                             | Diese Angabe ist in den allgemeinen Angaben zur Anzahl von Compliance-Verstößen, Verdachtsfällen und laufenden Verfahren mit inbegriffen (siehe 2.2 Compliance).                            | 24                              |

<sup>18, 19, 20, 21, 22, 23</sup> umfasst GRI 103-1, GRI 103-2 und GRI 103-3, d.h. Erläuterung des Themas und seiner Grenzen, Bestandteile und Evaluation des Managementansatzes.

# Anhang

## GRI-Inhaltsindex

### GRI 400: Soziales

| GRI-Standards und Angaben                   |   | Kommentar | Verweise (Seitenangaben) |
|---|---|-----------|--------------------------|
| <b>GRI 418: Schutz der Kundendaten</b>      |   |           |                          |
| 103   | Managementansatz <sup>24</sup>  |           | 28-32                    |
| 418-1                                       | Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten |           | 30                       |
| <b>GRI 419: Sozioökonomische Compliance</b> |   |           |                          |
| 103   | Managementansatz <sup>25</sup>  |           | 26-28                    |
| 419-1                                       | Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich          |           | 28                       |

Abbildung 42

### Branchenspezifische Angaben

| GRI-Standards und Angaben    |   | Kommentar  | Verweise (Seitenangaben) |
|------------------------------|---|--|--------------------------|
| <b>Produktportfolio</b>      |   |  |                          |
|                              | Managementansatz  |  | 35-42                    |
| FS6 <sup>26</sup>            | Prozentuale Zusammensetzung des Portfolios für die Geschäftsbereiche nach spezifischer Region, Größe und Branche  |  | 10-12; 35-42             |
| FS7 <sup>27</sup>            | Geldwert von Produkten und Dienstleistungen, die für einen spezifischen gesellschaftlichen Nutzen entwickelt wurden, für jeden Geschäftsbereich, aufgeschlüsselt nach dem Zweck |  | 37-42; 95-98             |
| <b>Active ownership</b>      |   |  |                          |
|                              | Managementansatz  |  | 50-57                    |
| FS10 <sup>28</sup>           | Prozentsatz und Anzahl der Unternehmen im Portfolio der Gesellschaft, mit denen zu ökologischen und sozialen Themen interagiert wurde   | Die HMT praktiziert derzeit keine Stimmrechtsausübung. Die Stimmrechte werden bei der Fondskonstruktion an die jeweilige Kapitalverwaltungsgesellschaft (KVG) abgegeben. |                          |
| FS11 <sup>29</sup>           | Anteil der Vermögenswerte, die mit positivem oder negativem Ergebnis einer Prüfung nach ökologischen oder gesellschaftlichen Aspekten unterzogen wurden                         |  | 52                       |
| <b>Lokale Gemeinschaften</b> |   |  |                          |
|                              | Managementansatz  |  | 35-36                    |
| FS13 <sup>30</sup>           | Zugangspunkte in schwach besiedelten oder wirtschaftlich benachteiligten Gebieten nach Zugangsart   |  | 36; 38-41                |

<sup>24, 25</sup> umfasst GRI 103-1, GRI 103-2 und GRI 103-3, d.h. Erläuterung des Themas und seiner Grenzen, Bestandteile und Evaluation des Managementansatzes.

<sup>26, 27, 28, 29, 30</sup> Angaben stammen aus den G4 Sector Disclosures 'Financial Services'.

Abbildung 43

# Anhang

## Kontakt & Impressum

### Kontakt

Silke Hirschfeld  
Pressereferentin CSR  
HanseMerkur Unternehmenskommunikation

Telefon: 040 4119-1357  
Telefax: 040 4119-3636  
E-Mail: [nachhaltigkeit@hansemerkur.de](mailto:nachhaltigkeit@hansemerkur.de)

### Impressum

#### **Herausgeber:**

HanseMerkur Krankenversicherung auf Gegenseitigkeit  
Siegfried-Wedells-Platz 1  
20354 Hamburg

#### **Redaktion:**

Heinz-Gerhard Wilkens (V.i.S.d.P.), Silke Hirschfeld, Marie Mävers

#### **Fotografen:**

Adobestock (NDABCREATIVITY), Eike Benn, Bloomimages, Susanne Duda, Tony Gigov Photography, Silke Hirschfeld, Robert Hörnig, Christian Irrgang, istockphoto (Warchi, Brian AJackson, martin-dm), Michaela Kuhn, Jack Kulcke, Paula Markert, Marie Mävers, Manos Meisen, Wolfgang Metzdorf, Michael Paszdior, Michael Rauhe, Tom Reindel, Rheinland Presse, Anke Rottmann, Thomas Ruddies, Klaus Stemmler, Yorbiter.com  
Claus Zapp

#### **Konzeption:**

Schlange, Zamostny & Co. GmbH, Hamburg

#### **Gestaltung:**

Andrea Lühr, Hamburg

#### **Druck:**

druckpartner Druck- und Medienhaus Essen

#### **Auflage:**

150

Alle Inhalte, insbesondere Texte und Grafiken sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, einschließlich der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bearbeitung und Übersetzung, bleiben vorbehalten. Bei Abdruck vollständiger Textpassagen ist die ausdrückliche Einwilligung der Redaktion erforderlich.

Alle Inhalte, insbesondere Texte und Grafiken sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, einschließlich der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bearbeitung und Übersetzung, bleiben vorbehalten. Bei Abdruck vollständiger Textpassagen ist die ausdrückliche Einwilligung der Redaktion erforderlich.



Die HanseMerkur hat sich bei der Produktion des Nachhaltigkeitsberichtes für den Druck nach klimaneutralen Standards entschieden. Mit dem Begriff der Klimaneutralität durch Kompensation werden Prozesse bezeichnet, bei denen der Kohlenstoffdioxid-Ausstoß an einem Ort, durch Treibhausgaseinsparungen an anderer Stelle wieder ausgeglichen werden.

Die ausgewählte Druckerei ist mit dem höchsten Gütesiegel für die Umwelt, dem Blauen Engel, zertifiziert. Das für den Umschlag und den Innenteil verwendete FSC® zertifizierte Papier „BalancePure®“, wurde aus 100 Prozent Altpapier mit Blauem Engel, EU-Ecolabel, klimaneutral produziert.





**HanseMerkur**

Siegfried-Wedells-Platz 1  
20354 Hamburg

Telefon 040 4119-0  
Telefax 040 4119-3257

[info@hansemerkur.de](mailto:info@hansemerkur.de)  
[www.hansemerkur.de](http://www.hansemerkur.de)  
[hansemerkur.csr-engagement.de](http://hansemerkur.csr-engagement.de)