



ALLIANZ AGENTUR BUESCH oHG

"Eine nachhaltige Agentur mit grünen Versicherungsprodukten, die zur  
einer mehr nachhaltigen Welt in Deutschland beiträgt".

## NACHHALTIGKEITSBERICHT 2019-2020

# BÜSCH

## Inhalt

1.	Mitteilung der Geschäftsführung .....	4
2.	Über diesen Bericht / Berichtsprofil .....	4
1.	Methodik .....	4
3.	2019-2020 Unternehmens- und Nachhaltigkeitsrelevante Highlights (unter Berücksichtigung der 20 Grundsätze des Deutschen Nachhaltigkeitskodex) .....	6
4.	Allianz Agentur Büsch oHG auf einen Blick .....	6
1.	Unsere Vision .....	6
2.	Geschichte, Meilensteine und Wachstum.....	7
3.	Auszeichnungen und Zertifikate .....	7
5.	Allianz Agentur Büsch als Teil der Allianz Gruppe .....	7
1.	Nachhaltigkeitsbericht 2020 der Allianz Grupp. Highlights .....	7
6.	Unser Ansatz zur Nachhaltigkeit.....	8
1.	Nachhaltigkeitsstrategie, Richtlinien, Prozesse, Maßnahmen. Nachhaltigkeit / CR-relevante Richtlinien, Prozesse und Maßnahmen / unterstützte Initiativen (Nachhaltigkeitsstrategie - Prinzipien 1, 4, 5, 6, 7, 20 DNK).....	8
3.	Unternehmenschancen und Herausforderungen.....	10
4.	Stakeholder Engagement / Stakeholder (Prinzipien 8, 9 DNK) ....	10
	Prozess zur Einbeziehung von Stakeholders. Die Methodik und die Ergebnisse. ....	10
5.	Materialitätsanalyse (Prinzipien 2, 8, 9 DNK) .....	11
	Materialitätsbewertung und Befragung. Die Methodik und die Ergebnisse. ....	11
6.	Die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (Prinzipien 8, 9 DNK) ..	14
	Ausrichtung unserer Strategie an konkreten UN SDGs. ....	14
7.	Umwelt (Prinzipien 4, 5, 6, 11, 12, 13) .....	15
	Unsere Richtlinien, Maßnahmen und Beiträge zu Umweltaspekten (E).....	15
8.	Mitarbeiter (Prinzipien 14, 15, 16, 17, 20) .....	15
	Unsere Richtlinien, Maßnahmen, Beiträge zu sozialen Aspekten der Mitarbeiter (S). ....	15
9.	Gesellschaft (Prinzipien 18, 19) .....	17
	Unsere Richtlinien, Aktionen, Beiträge zu sozialen Aspekten der Gesellschaft (S)..	17
10.	Corporate Governance (Prinzipien 14, 15, 16, 20) .....	18
	Unser Handeln, unser Beitrag zu Governance-Aspekten (G). ....	18
11.	Nachhaltigkeitsziele für das nächste Jahr (Prinzipien 3, 5, 7, 10 DNK) 18	
12.	Vorausschauend (Prinzip 3, DNK) .....	19
	Nachhaltiges Wachstum erreichen. Aufbau einer nachhaltigen innovativen Versicherungsagentur mit grüner Unternehmenskultur und nachhaltigen Versicherungsprodukten. ....	19

# BÜSCH

12. Anhänge .....	20
-------------------	----

# BÜSCH

## 1. Mitteilung der Geschäftsführung

Nachhaltigkeit, nachhaltige Verantwortung und Unternehmensengagement stehen im Vordergrund unserer Strategie und unseres Geschäftsmodells. Diese sind Bestandteil unserer Philosophie, unserer Vision und des Unternehmensansatzes des Allianz-Netzwerks, zu dem wir als Allianz Versicherungsagentur gehören. Das Verständnis von Nachhaltigkeit, ESG und CSR und unsere Strategie und Aktionen in diese Richtung bilden die Grundlage für unseren Nachhaltigkeitsbericht. Der Bericht enthält unsere Nachhaltigkeitspolitik, Prozesse, Aktivitäten und Ziele im Hinblick auf die 20 Prinzipien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex sowie die 17 Ziele der vereinigten Nationen für nachhaltige Entwicklung (17 UN SDGs). Wir haben auch einige der 17 UN SDGs berücksichtigt und sowohl im Bericht als auch in unser Geschäftsmodell und in unserer Nachhaltigkeitsstrategie integriert.

Der ist unser zweiter Nachhaltigkeitsbericht. Wir machen weiter mit unserer wichtigen ESG- und Nachhaltigkeitsreise, wir zeigen gerne unser Engagement und wir möchten ehrgeizigere Nachhaltigkeitsziele in die nächsten Jahren setzen. Diese Ziele sollen zum nachhaltigen Wachstum unseres Unternehmens führen, zu einem nachhaltigeren Versicherungssektor in unserer Region und in Deutschland, zu einer nachhaltigeren Wirtschaft und Welt beitragen werden, wenn diese Ziele erreicht werden. Wir verstehen unser Unternehmen als eine nachhaltige Agentur mit grünen und verantwortungsbewussten Versicherungsprodukten. Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lesung unseres Berichts!

Gunnar & Nicole Büsch  
Geschäftsführung  
Allianz Agentur Büsch oHG

## 2. Über diesen Bericht / Berichtsprofil

### 1. Methodik

Der Bericht würde nach den 20 Prinzipien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) erfasst. Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex zielt darauf ab, die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen in einem verbindlichen Rahmen transparent und vergleichbar zu machen. Der Nachhaltigkeitskodex ist ein international gültiger Berichtsstandard rund um die Nachhaltigkeit. Der Deutsche Rat für nachhaltige Entwicklung (RNE) hat den Kodex 2011 verabschiedet. In diesem Bericht haben wir die folgenden DNK-Grundsätze angewendet.

## Die 20 wichtigsten DNK-Prinzipien

1. Nachhaltigkeitsstrategie.
2. Materialität.
3. Festlegung qualitativer und quantitativer Ziele.
4. Nachhaltigkeit als Teil unserer Wertschöpfungs-/Lieferkette.
5. Unsere Verantwortung für Nachhaltigkeit.
6. Nachhaltigkeitsrelevante Richtlinien und Prozesse.
7. Festlegung von Nachhaltigkeits-KPIs.
8. Engagement von Management und Mitarbeitern für die Erreichung der Nachhaltigkeitsziele.
9. Stakeholder Engagement Prozess zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele.
10. Nachhaltigkeit und Innovation verbinden. Integration der Nachhaltigkeit in das Produktportfolio.
11. Nutzung der Naturressourcen.
12. Ressourcenmanagement.
13. Klima- und CO2-relevante Richtlinien.
14. Einhaltung des Arbeitsrechts und der Arbeitnehmerrechte.
15. Politik der Vielfalt. Gleiche Chancen für alle.
16. Verbesserung der Qualifikationen durch Aus- und Weiterbildung für Management und Mitarbeiter.
17. Menschenrechte.
18. Unterstützung von Sozialaktionen und der lokalen Gemeinschaft.
19. Transparente Prozesse zur Beteiligung an Netzwerken und Vereinigungen.
20. Richtlinien zur Vermeidung von Verstößen gegen nationale und lokale Gesetze.

Darüber hinaus steht der Inhalt des Berichts in der Datei in direktem Zusammenhang mit den (17 UN SDGs) 17 Ziele der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung (UN SDGs), die für unsere Branche und unsere Geschäftstätigkeit relevant sind. Konkret stellen wir unsere Richtlinien, Aktionen und Ergebnisse bezüglich auf die folgende UN Ziele: SDG 4 –Hochwertige Bildung, SDG 5 –Geschlechtergleichstellung, SDG 8 –Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum, SDG 12 – Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster und SDG 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele. Detaillierte Informationen zur Ausrichtung des Unternehmens auf die Grundsätze des Deutschen Nachhaltigkeitskodex und die relevanten UN SDGs finden Sie in den folgenden Kapiteln.

Dieser Bericht wurde von CAPITALS Circle Group (CCG) GmbH (<https://www.capitalcirclegroup.com/>) im Auftrag der Allianz Agentur Buesch oHG erstellt und durchgeführt.

# BÜSCH

## 3. 2019-2020 Unternehmens- und Nachhaltigkeitsrelevante Highlights (unter Berücksichtigung der 20 Grundsätze des Deutschen Nachhaltigkeitskodex)

- Trotz der Covid19-Herausforderungen erzielte die Agentur ein kontinuierliches nachhaltiges Wachstum und gehörte zu den Top 10% der Allianz Versicherungsagenturen in der Region und zu den Top 25% der Allianz Versicherungsagenturen in ganz Deutschland in der Periode 2019-2020.
- Höhere Investitionen und stärkerer Fokus auf Bildung, Know – How Transfer von Führungskräften und Mitarbeitern in Bezug auf Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeitskennzahlen, ESG nachhaltige Geldanlagen, Sustainable Finance sowie Nachhaltigkeitsberichterstattung, Sustainable Development und UN Sustainable Development Goals.
- Verbesserung der Abfallmanagementprozesse und relevante Maßnahmen
- Maßnahmen zur Reduzierung der CO2-Emissionen in verschiedene Felder (z.B. grüne Mobilität). Angewandte Politiken für eine nachhaltigere und grünere Mobilität und für geringere CO2-Emissionen im Verkehr (E-Auto-Nutzung, Carsharing, Bahn- statt Pkw-Nutzung, kein Flugzeug und stattdessen Bahnnutzung für Kurzstrecken in Deutschland). Aufgrund dieser Policy haben wir für den Transport innerhalb Deutschlands kein Flugzeug und stattdessen die Bahn für unsere Geschäftsreisen in Deutschland genutzt. Wir haben versucht, möglichst viele Carsharing -Lösungen für Geschäftstreffen in der Stadt zu nutzen. Darüber hinaus haben wir unseren Mitarbeitern Anreize gegeben, den öffentlichen Nahverkehr zu nutzen, indem wir ihnen monatlich ein Paket an kostenpflichtigen Fahrkarten für den öffentlichen Nahverkehr anboten. Wir engagieren uns weiterhin für wohltätige und ehrenamtliche Projekte und helfen schwachen Gemeinden in der Stadt Berlin und im Großraum Berlin. Partner von ESG Responsible Investments & Sustainable Finance Forum in 2019 und in 2020.
- Wir haben fünf ausgewählte UN SDGs integriert.
- Wir setzen uns quantitative und qualitative Nachhaltigkeitsziele.

## 4. Allianz Agentur Büsch oHG auf einen Blick

Die Allianz Agentur Buesch oHG ist Teil der Allianz Versicherungsagenturen. Allianz ist eine globale und nachhaltige Versicherungsgruppe.

### 1. Unsere Vision

# BÜSCH

Unsere Vision ist es, eine der nachhaltigsten und umweltfreundlichsten Versicherungsagenturen von Allianz Netzwerk in Deutschland zu werden.

## 2. Geschichte, Meilensteine und Wachstum

Die Allianz Versicherungsagentur Büsch oHG bietet alle wichtigen Versicherungs- und Finanzprodukte der Allianz Gruppe sowie der Allianz Global Investoren an. Das Unternehmen wurde im Juni 2010 von Gunnar und Nicole Büsch gegründet. Das Unternehmen verfolgt ein kontinuierliches organisches Wachstum und hat als Hauptzielmarkt die Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg sowie den deutschen Markt im Allgemeinen. Die Versicherungsagentur verzeichnete im Zeitraum 2016 – 2020 eine durchschnittliche Wachstumsrate von rund 5% pro Jahr. Die Allianz Versicherungsagentur gehört zu den Top 10% der erfolgreichsten Allianz Agenturen in der Region und zu den Top 25% der erfolgreichsten Agenturen in ganz Deutschland. Im Jahr 2020 betrug der Umsatz der Agentur 410.000 EUR und die Schätzung für 2021 ist ein Wachstumsrate von 8%. Die Geschlechtergleichheit ist sehr wichtig für die Agentur. Von allen Mitarbeiter, 2 sind Frauen und 2 sind Männer.

## 3. Auszeichnungen und Zertifikate

Qualitätsmanagement ist eine der Hauptprioritäten des Unternehmens. Daher verfügen die Versicherungsagentur und das Executive Management Team über die folgenden Zertifikate:

- Für die Immobilienfinanzierung durch TÜV Rheinland.
- Als Experte für Finanzprodukte und Investitionen in die Fonds Beratung.
- Als Experte für Krankenversicherungsprodukte.
- Als Partner von Klinik-Rentenversicherung.

## 5. Allianz Agentur Büsch als Teil der Allianz Gruppe

### 1. Nachhaltigkeitsbericht 2020 der Allianz Grupp. Highlights

ERHÖHUNG DER TRANSPARENZ. Die Allianz ist überzeugt, dass der Aufbau eines nachhaltigen Geschäfts bedeutet, die Transparenz zu erhöhen und den offenen Dialog über Chancen und Herausforderungen zu fördern. Das Unternehmen bestrebt, offen und umfassend über die Verpflichtungen zur Unternehmensverantwortung, den Ansatz und die Leistung im Rahmen seiner Verpflichtungen zu kommunizieren. Die Allianz SE und ihre Tochtergesellschaften (der Allianz Gruppe) bieten Sach- und

# BÜSCH

Unfallversicherungen, Lebens- und Krankenversicherungen sowie Vermögensverwaltungsprodukte und Dienstleistungen in über 70 Ländern an, wobei die größte unserer Aktivitäten in Europa liegt. Die Allianz Gruppe versichert über 100 Millionen Kunden in mehr als 70 Ländern.

**VERSICHERUNGSGESCHÄFTE.** Die Allianz bietet sowohl privat als auch Geschäftskunden eine breite Palette von Schaden- und Unfall- sowie Lebens- und Krankenversicherungsprodukten an: Das Geschäftsfeld Schaden/Unfall umfasst Kraftfahrt, Unfall, Sach-, Haftpflicht, Reiseversicherung und Assistenzleistungen. Das Geschäftsfeld Leben/Kranken bietet neben der Leben und Krankenversicherung auch Spar und anlageorientierte Produkte an. Wir sind der weltweit führende Schaden und Unfallversicherer und gehören zu den Top 5 im Leben und Krankenversicherungsgeschäft. Die meisten unserer Versicherungsmärkte werden von lokaler Allianz Gesellschaften bedient. Einige Geschäftsfelder – wie Allianz global Corporate & Specialty (AGCS), Allianz Partners (AP) und Kredit Insurance werden jedoch weltweit geführt.

**VERMÖGENSVERWALTUNG.** Unsere beiden großen Investmentmanagementfirmen, PIMCO und AllianzGI, sind unter Allianz Asset Management (AAM) tätig. Wir sind einer der größten Vermögensverwalter der Welt, der aktiv Assets verwaltet. Unser Angebot umfasst eine breite Auswahl an Aktien, Renten und alternativen Anlageprodukten und Lösungen. Unsere Kernmärkte sind die USA, Deutschland, Frankreich, Italien, Großbritannien und die Region Asien-Pazifik. (Quelle: Allianz Gruppe - Nachhaltigkeitsbericht 2020).

## 6. Unser Ansatz zur Nachhaltigkeit

1. Nachhaltigkeitsstrategie, Richtlinien, Prozesse, Maßnahmen. Nachhaltigkeit / CR-relevante Richtlinien, Prozesse und Maßnahmen / unterstützte Initiativen (Nachhaltigkeitsstrategie - Prinzipien 1, 4, 5, 6, 7, 20 DNK)

Unser Unternehmen hat beschlossen, eine strukturiertere Politik, einen strukturierteren Prozess und eine strukturiertere Strategie zur Nachhaltigkeit als Teil unserer unternehmerischen Wertschöpfungskette seit 2018 zu entwickeln, indem wir auch konkrete qualitative und quantitative Nachhaltigkeitsziele setzen und die Prinzipien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex sowie der UN SDGs befolgen und anwenden. Auf diese Weise wird unser Unternehmen nachhaltiges Wachstum erzielen und zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen.

Unser Unternehmen hat 2019 seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht für das Jahr 2018 veröffentlicht und setzt dieses Jahr mit der Veröffentlichung des



Nachhaltigkeitsberichts für die Jahre 2019-2020 neue Nachhaltigkeitsziele fort. Wir haben uns auch entschieden, in unsere Nachhaltigkeitsstrategie und unseren Bericht spezifische ausgewählte und relevante (für unsere Branche und unser Geschäftsmodell) SDGs der Vereinten Nationen zu integrieren und zu diesem Zweck einen relevanten Wesentlichkeitsanalyseprozess mit einem Stakeholder-Engagement-Prozess mit relevanten Stakeholdern anzuwenden. Die Ergebnisse des Stakeholder-Engagements und der Wesentlichkeitsanalyse werden in den folgenden Kapiteln sowie in den Anhängen dieses Berichts, die Bestandteil dieses Berichts sind, näher beschrieben. Wir haben in diesem Bericht den aktuellen Stand, die Chancen sowie die sich abzeichnenden Risiken und Herausforderungen berücksichtigt.

## 2. Neue Risiken

Neue Risiken sind erwartete oder mögliche Änderungen des aktuellen Risikoprofils aufgrund zukünftiger Ereignisse, deren Auswirkungen entweder unbekannt sind oder mit großer Unsicherheit behaftet sind. Diese sind:

- Die aktuelle COVID-19-Pandemie mit folgenden Auswirkungen:
  - Finanzmarktauswirkungen, die durch wirtschaftliche Unsicherheit ausgelöst werden – aufgrund von Maßnahmen zur Eindämmung von Pandemien wie Sperren und Reisebeschränkungen – können einen Wertverlust der Finanzanlagen und Versicherungsportfolios unseres Unternehmens auslösen und sich dadurch nachteilig auf unsere Solvenz und Rentabilität auswirken.
  - Pandemiebedingte Ereignisse, die von unseren Versicherungsprodukten abgedeckt werden, können zu einem Anstieg der Versicherungsschäden und einem entsprechenden Rückgang unserer versicherungstechnischen Ergebnisse führen.
  - Maßnahmen zur öffentlichen Gesundheit und Sicherheit zur Bekämpfung von Pandemieausbrüchen, sowie Lockdowns, das schnelle Versetzen von zu Hause arbeitenden Modellen erfordert, kann zu Störungen des internen Betriebs führen.
  - Es können zusätzliche Kosten erforderlich sein, um den laufenden Betrieb zu unterstützen, wie zusätzliche IT-Kosten, Kosten für Überstunden oder externe Ressourcen für kranke Mitarbeiter oder zusätzliches Kinderbetreuungsgeld zur Unterstützung von Mitarbeitern, deren Kinder nicht teilnehmen können.
- Klimawandel, der zu erhöhten Versicherungskosten für gesundheitliche Auswirkungen und Umweltrisiken (z.B. Sachschäden) führen könnte.

# BÜSCH

- Die schnelle digitale Transformation im Allgemeinen und der Direktverkauf von Allianz Produkten durch die Allianz Gruppe direkt an Endkunden (ohne den Einsatz von Agenturen wie unsere) können sich auf unsere Kosten und unsere Einnahmen negativ auswirken.

## 3. Unternehmenschancen und Herausforderungen

Der Aufstieg von Nachhaltigkeit und ESG im Versicherungssektor ist ein neues Segment mit großem Potenzial, das neue Wege und Märkte für Wachstum eröffnet. Auch der Nachhaltigkeitstrend eröffnet neue Möglichkeiten für neue Versicherungsdienstleistungen in neuen Segmenten mit Wachstumspotenzial wie der Elektromobilität, den erneuerbaren Energien, etc. Die Bürger und Kunden erkennen allmählich die Bedeutung von Nachhaltigkeit und ESG-KPIs und beginnen diese Elemente bereits in ihrem Entscheidungsprozess und ihren Erwartungen zu berücksichtigen. Darüber hinaus bietet die Digitalisierung des Sektors, der angebotenen Dienstleistungen, der Arbeitsweise, der Vertriebskanäle neue Wege der Kommunikation mit den Kunden und der Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern, die die Arbeit effizienter und produktiver machen und zum Wachstum des Unternehmens beitragen.

Obwohl wir glauben, dass die Chancen viel größer und bedeutsamer sind als die Herausforderungen, sollten wir auch berücksichtigen, dass es einige Risiken gibt, insbesondere im Versicherungssektor wie z.B. die höheren Kosten für Entschädigungen in den Krankenversicherungssegmenten (die Kosten für die Kunden steigen in den letzten Jahren und die Covid19 Pandemie hat dazu auch beigetragen), Klimawandel (Naturkatastrophen und Schäden an Immobilien, Unternehmen, Infrastruktur, die zu höheren Entschädigungen und Kosten für die Versicherungsunternehmen führen), die Digitalisierung der Branche, die den Wettbewerb verschärft hat, da es nur neue Online-Versicherer gibt, die Digitalisierung der Autos, die viele Teile von ihnen verteuert, was sich auch auf die Entschädigungen auswirkt, und auch die Herausforderung des Mangels an gut ausgebildeten Managern (eine Herausforderung, vor der auch viele andere Unternehmen stehen).

Auch wenn die Verfügbarkeit von ESG-Produkten im Portfolio der Allianz Gruppe zunimmt, die sehr konformitätsorientiert sind, stehen derzeit keine Aus- und Weiterbildungen über diese Produkte zur Verfügung, was es schwierig macht, die Gelegenheit zu ergreifen.

## 4. Stakeholder Engagement / Stakeholder (Prinzipien 8, 9 DNK)

Prozess zur Einbeziehung von Stakeholders. Die Methodik und die Ergebnisse.

# BÜSCH

Das Unternehmen, das dem Prinzip des Deutschen Nachhaltigkeitskodex folgt, dass auf Stakeholder-Engagement und Materialität sowie auf internationale beste Praktiken abzielt, hat einen gut strukturierten und zielgerichteten Stakeholder-Engagement-Prozess durchgeführt. Eine schriftliche Fragebogen-Umfrage wurde sowohl an interne Stakeholder (Management und Mitarbeiter) als auch an externe Stakeholder (Partner und Kunden) geschickt. Das Unternehmen forderte die Stakeholder auf, die Bedeutung spezifischer Ziele der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung zu bewerten, um sie in unser Unternehmen und Nachhaltigkeitsstrategie zu integrieren und entsprechende Ziele für die nächsten Jahre festzulegen. Die Ergebnisse des Stakeholder-Engagements und des Materialitätsanalyseprozesses werden im folgenden Abschnitt beschrieben.

## 5. Materialitätsanalyse (Prinzipien 2, 8, 9 DNK)

Materialitätsbewertung und Befragung. Die Methodik und die Ergebnisse.

Unser Unternehmen führe eine Materialitätsanalyse (unter Berücksichtigung der mit dem Unternehmen verbundenen materiellen Fragen) auf der Grundlage eines Fragebogens durch, in dem die Teilnehmer gebeten wurden, die Materialität einer breiten Palette von Nachhaltigkeitsthemen im Hinblick auf die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung zu bewerten. Die Bewertung und Priorisierung der wesentlichen Themen führte dazu, dass wir uns auf die folgenden Themen (entsprechend den UN SDGs) konzentrierten (Bitte auch der Anhang des Berichts mit den allen Ergebnissen der Materiality Analyse le).



UN SDG's
Hochwertige Bildung
Geschlechtergleichstellung
Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
Verantwortungsvolle Konsum und Produktionsmuster
Maßnahmen zum Klimaschutz
Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Quelle: Allianz Agentur Büsch

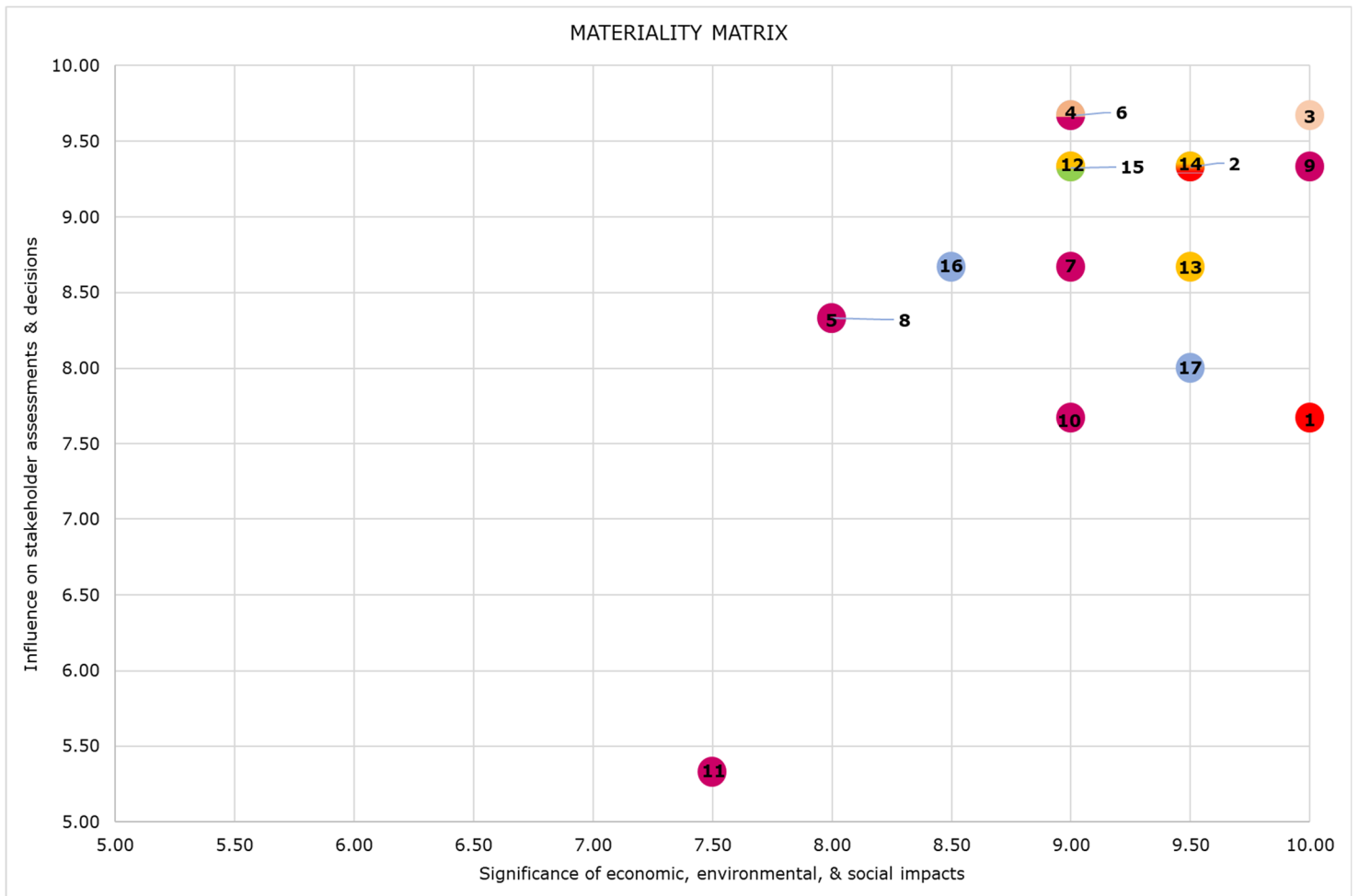
# BÜSCH

No. UN	SDGs	
1		4.4 Bis 2030 die Zahl der Jugendlichen und Erwachsenen wesentlich erhöhen, die über die entsprechenden Qualifikationen einschließlich fachlicher und beruflicher Qualifikationen für eine Beschäftigung, eine menschenwürdige Arbeit und Unternehmertum verfügen
2		4.7 Bis 2030 sicherstellen, dass alle Lernenden die notwendigen Kenntnisse und Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben, unter anderem durch Bildung für nachhaltige Entwicklung und nachhaltige Lebensweisen, Menschenrechte, Geschlechtergleichstellung, eine Kultur des Friedens und der Gewaltlosigkeit, Weltbürgerschaft und die Wertschätzung kultureller Vielfalt und des Beitrags der Kultur zu nachhaltiger Entwicklung
3		5.1 Alle Formen der Diskriminierung von Frauen und Mädchen überall auf der Welt beenden
4		5.5 Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen
5		8.2 Eine höhere wirtschaftliche Produktivität durch Diversifizierung, technologische Modernisierung und Innovation erreichen, einschließlich durch Konzentration auf mit hoher Wertschöpfung verbundene und arbeitsintensive Sektoren
6		8.3 Entwicklungsorientierte Politiken fördern, die produktive Tätigkeiten, die Schaffung menschenwürdiger Arbeitsplätze, Unternehmertum, Kreativität und Innovation unterstützen, und die Formalisierung und das Wachstum von Kleinst-, Klein- und Mittelunternehmen unter anderem durch den Zugang zu Finanzdienstleistungen begünstigen
7		8.5 Bis 2030 produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle Frauen und Männer, einschließlich junger Menschen und Menschen mit Behinderungen, sowie gleiches Entgelt für gleichwertige Arbeit erreichen
8		8.6 Bis 2020 den Anteil junger Menschen, die ohne Beschäftigung sind und keine Schul- oder Berufsausbildung durchlaufen, erheblich verringern
9		8.7 Sofortige und wirksame Maßnahmen ergreifen, um Zwangsarbeit abzuschaffen, moderne Sklaverei und Menschenhandel zu beenden und das Verbot und die Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit, einschließlich der Einziehung und des Einsatzes von Kindersoldaten, sicherstellen und bis 2025 jeder Form von Kinderarbeit ein Ende setzen

# BÜSCH

10		8.8 Die Arbeitsrechte schützen und sichere Arbeitsumgebungen für alle Arbeitnehmer, einschließlich der Wanderarbeitnehmer, insbesondere der Wanderarbeitnehmerinnen, und der Menschen in prekären Beschäftigungsverhältnissen, fördern
11		8.10 Die Kapazitäten der nationalen Finanzinstitutionen stärken, um den Zugang zu Bank-, Versicherungs- und Finanzdienstleistungen für alle zu begünstigen und zu erweitern
12		12.5 Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern
13		12.6 Die Unternehmen, insbesondere große und transnationale Unternehmen, dazu ermutigen, nachhaltige Verfahren einzuführen und in ihre Berichterstattung Nachhaltigkeitsinformationen aufzunehmen
14		12.8 Bis 2030 sicherstellen, dass die Menschen überall über einschlägige Informationen und das Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung und eine Lebensweise in Harmonie mit der Natur verfügen
16		17.6 Die regionale und internationale Nord-Süd- und Süd-Süd-Zusammenarbeit und Dreieckskooperation im Bereich Wissenschaft, Technologie und Innovation und den Zugang dazu verbessern und den Austausch von Wissen zu einvernehmlich festgelegten Bedingungen verstärken, unter anderem durch eine bessere Abstimmung zwischen den vorhandenen Mechanismen, insbesondere auf Ebene der Vereinten Nationen, und durch einen globalen Mechanismus zur Technologieförderung
17		17.17 Die Entwicklung, den Transfer, die Verbreitung und die Diffusion von umweltverträglichen Technologien an die Entwicklungsländer zu gegenseitig vereinbarten günstigen Bedingungen, einschließlich Konzessions- und Vorzugsbedingungen, fördern

Quelle: Allianz Agentur Büsch



Quelle: Allianz Agentur Büsch

## 6. Die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (Prinzipien 8, 9 DNK)

Ausrichtung unserer Strategie an konkreten UN SDGs.

Unser Unternehmen befasste sich mit den folgenden SDGs (SDG 4 - Hochwertige Bildung, SDG 5 – Geschlechter Gleichheit, SDG 8 – Menschenwürdige Arbeit und Wirtschafts-Wachstum, SDG 12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion, SDG 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele. Die oben genannten Ziele wurden unter Berücksichtigung von Branche, Größe, Philosophie, Strategie, Geschäftsmodell und den oben beschriebenen Ergebnissen der Materialitätsanalyse als die für unser Unternehmen relevantesten ausgewählt.

## 7. Umwelt (Prinzipien 4, 5, 6, 11, 12, 13)



Unsere Richtlinien, Maßnahmen und Beiträge zu Umweltaspekten (E).

- Verantwortungsvoller Transport. Wir verfolgen eine strenge Policy sowohl für das Managementteam des Unternehmens als auch für seine Mitarbeiter und Partner hinsichtlich der Nutzung von Transportmitteln bei nationalen und internationalen Geschäftsreisen. Geschäftsreisen mit dem Flugzeug innerhalb Deutschlands sind strengstens verboten. Die Bahn wird als das geeignetste und umweltfreundlichste Verkehrsmittel empfohlen. Darüber hinaus werden für Geschäftstreffen in der Region Berlin Car-Sharing und öffentlicher Nahverkehr als verantwortungsvolle Transportlösungen empfohlen. Um unsere Mitarbeiter zur Nutzung öffentlicher Transportmittel zu motivieren, bieten wir ihnen ein monatliches Paket mit kostenpflichtigen Tickets für den öffentlichen Verkehr an.
- Recycling-Richtlinie. Das Unternehmen verfolgt eine Abfallumlenk- und Recycling-Richtlinie für alle wichtigen Materialkategorien (Lebensmittel, Papier usw.) und wendet eine Richtlinie "No Print If You Do Not Need" an.

## 8. Mitarbeiter (Prinzipien 14, 15, 16, 17, 20)



Unsere Richtlinien, Maßnahmen, Beiträge zu sozialen Aspekten der Mitarbeiter (S).

- Leistungen an Arbeitnehmer. Wir bieten Gehälter an, die über dem gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohn liegen. Wir bieten auch einen zusätzlichen Bonus für die Mitarbeiter und Partner, die ihre Ziele erreichen.
- Geschlechter Gleichheit und Diversität. Wir wenden Gleichstellungskriterien während des Einstellungsprozesses an und

# BÜSCH

verfolgen eine ausgewogene Geschlechterrepräsentation in allen unseren internen Teams und Betrieben.

- Homeoffice Arbeit. Wir bieten jedem Mitarbeiter und Partner die Möglichkeit und die Chance, einen Tag pro Woche von zu Hause aus zu arbeiten. Diese Leistung verbessert die Produktivität der Mitarbeiter, trägt zu einer flexibleren Arbeitsweise und auch zur Work-Life-Balance der Mitarbeiter bei.
- Ständige Weiterbildung der Mitarbeiter. Wir bieten allen unseren Mitarbeitern und Partnern eine kontinuierliche Weiterbildung, die mit Nachhaltigkeits-Know-how und Training verbunden ist.

Die folgenden Diagramme zeigen das Engagement des Unternehmens in Bezug auf Nachhaltigkeit und berufliche Aus- und Weiterbildung sowohl als auch das freiwillige Engagement, die Anzahl der Teilnehmer und die Anzahl der Stunden, die jeder Teilnehmer geleistet hat.

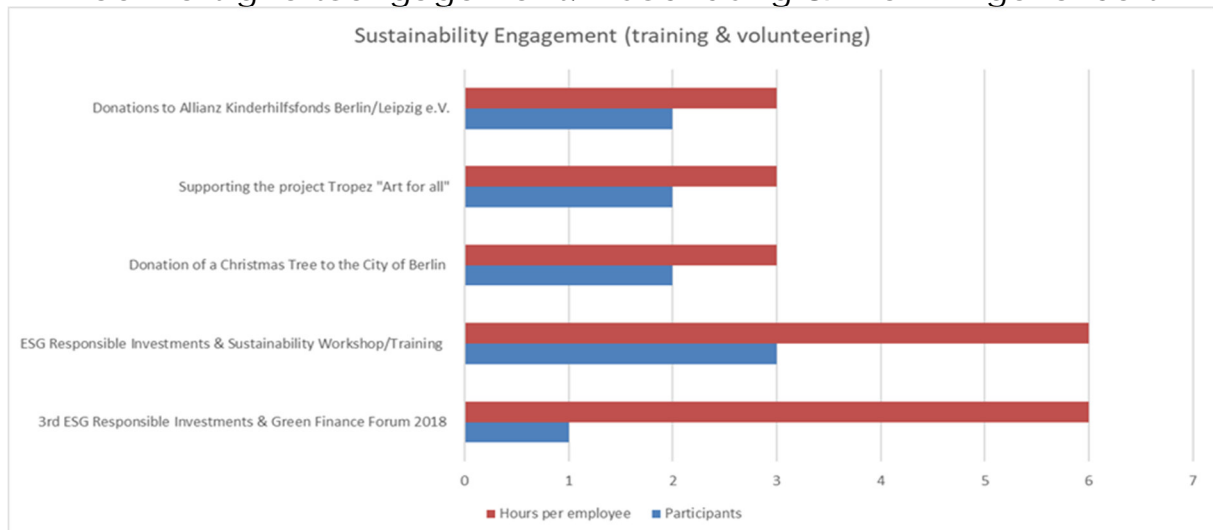


## Professionelle Weiterbildung



Quelle: Allianz Agentur Büsch

## Nachhaltigkeitsengagement/Ausbildung & Freiwilligenarbeit



Quelle: Allianz Agenur Büsch

## 9. Gesellschaft (Prinzipien 18, 19)

Unsere Richtlinien, Aktionen, Beiträge zu sozialen Aspekten der Gesellschaft (S).

# BÜSCH

- o Gesellschaftliches Engagement und Wohltätigkeitsaktionen. Wir verpflichten uns zu sozialem Engagement und karitativer Unterstützung für die schwachen Gemeinden der Stadt Berlin. Unser Unternehmen unterstützte sowohl finanziell als auch durch ehrenamtliche Arbeit verschiedene NGOs und deren Initiativen. Einige exemplarische Beispiele sind der Allianz Kids Fonds Berlin/Leipzig und das Projekt "Kunst für alle" im Bereich der Hochzeit in Berlin, unser Beitrag eines Weihnachtsbaums an die Stadt Berlin, etc.

## 10. Corporate Governance (Prinzipien 14, 15, 16, 20)



Unser Handeln, unser Beitrag zu Governance-Aspekten (G).

- o Corporate Governance Richtlinien. Führen mit Transparenz, ethischen Grundsätzen und Werten. Unser Unternehmen wird mit Transparenz, Verantwortung und Respekt gegenüber allen unseren Stakeholdern geführt. Geschäfts Ethische Praktiken und Werte sind die Hauptelemente des Führungsstils unserer Geschäftsleitung.
- o Doppelte Führung - Gleichberechtigung der Geschlechter. Das Unternehmen wird von einer Frau und einem Mann mit gleicher Führungsstärke und Entscheidungsbefugnis geführt. Die Gleichstellung der Geschlechter ist ein zentraler Wert und Prinzip unseres Unternehmens.

## 11. Nachhaltigkeitsziele für das nächste Jahr (Prinzipien 3, 5, 7, 10 DNK)

- o Jedes Jahr unsere Leistung in Bezug auf die Säulen, Ziele und KPIs der nachhaltigen Entwicklung durch die Veröffentlichung unseres jährlichen Nachhaltigkeitsberichts zu kommunizieren.
- o Erhöhung der Anzahl der Stunden für Aus-, Fort- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter (Führungskräfte und Mitarbeiter) in den Bereichen Nachhaltigkeit, nachhaltige Versicherung und nachhaltige Finanzen.
- o Erhöhung der Anzahl der Stunden der Ausbildung, Training Entwicklung unseres Personals (Management und Mitarbeiter) in den Bereichen der beruflichen Bildung.
- o Nachhaltigkeit in das Produktportfolio integrieren. Entwicklung und Angebot von ESG- und nachhaltigen Versicherungs-/Finanzprodukten.
- o Förderung und aktive Kommunikation mit unseren Kunden über die Existenz und die Vorteile der nachhaltigen Versicherungs- und ESG-Produkte.

# BÜSCH

- Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen und des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks des Unternehmens um mindestens 10%.
- Verstärkte Nutzung von Car Sharing, öffentlichen Verkehrsmitteln und Zügen und Reduzierung der Nutzung von Autos für Geschäftsbesprechungen und andere geschäftliche Aktivitäten.
- Bis 2020 sollen mehr Firmenwagen elektrisch sein.
- Fortsetzung und Verbesserung der Integration und Umsetzung der relevanten UN SDGs.
- Verstärkte Zusammenarbeit mit NGOs, die für unseren Sektor und unsere Region relevant sind.
- Formgebung der Arbeit in flexiblere Arbeitsformate mit mehr Home-Office-Möglichkeiten für die Mitarbeiter.
- Das Arbeitsformat in einen Work-Life-Balance-Stil überführen.
- Kommunikation und Information unserer Mitarbeiter, Partner und Kunden über unsere neue Strategie für Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung.

## 12. Vorausschauend (Prinzip 3, DNK)

Nachhaltiges Wachstum erreichen. Aufbau einer nachhaltigen innovativen Versicherungsagentur mit grüner Unternehmenskultur und nachhaltigen Versicherungsprodukten.

Unser Unternehmen hat als strategisches Ziel, nicht nur den Prinzipien der Nachhaltigkeit zu folgen und eine langfristig nachhaltige Marke zu werden, sondern auch die nachhaltige Entwicklung und nachhaltige Versicherung in den Mittelpunkt unserer Strategie und unseres Geschäftsmodells in den kommenden Jahren zu stellen. Wir streben ein nachhaltiges Wachstum an, indem wir in den nächsten Jahren unsere Erträge aus nachhaltigen Versicherungs- und Finanzprodukten deutlich steigern, um schrittweise zu einer der führenden nachhaltigen Allianz Versicherungsagenturen in Deutschland zu werden.

Dieser Bericht wird von CAPITALS Circle Group (CCG) GmbH ([www.capitalscirclegroup.com](http://www.capitalscirclegroup.com)) im Auftrag der Allianz Agency Büsch oHG erstellt und durchgeführt. Der Bericht folgte den Grundsätzen des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK).



## 12. Anhänge

- Stakeholder Engagement / Materialitätsbewertung und Befragung.
- Nachhaltigkeit / CR-relevante Richtlinien, unterstützte Handlungsinitiativen sowie Nachhaltigkeitsziele für die nächsten Jahre.
- Bewertung der Aus- und Weiterbildung von Führungskräften und Mitarbeitern.
- Bewertung und Erhebung der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung.