

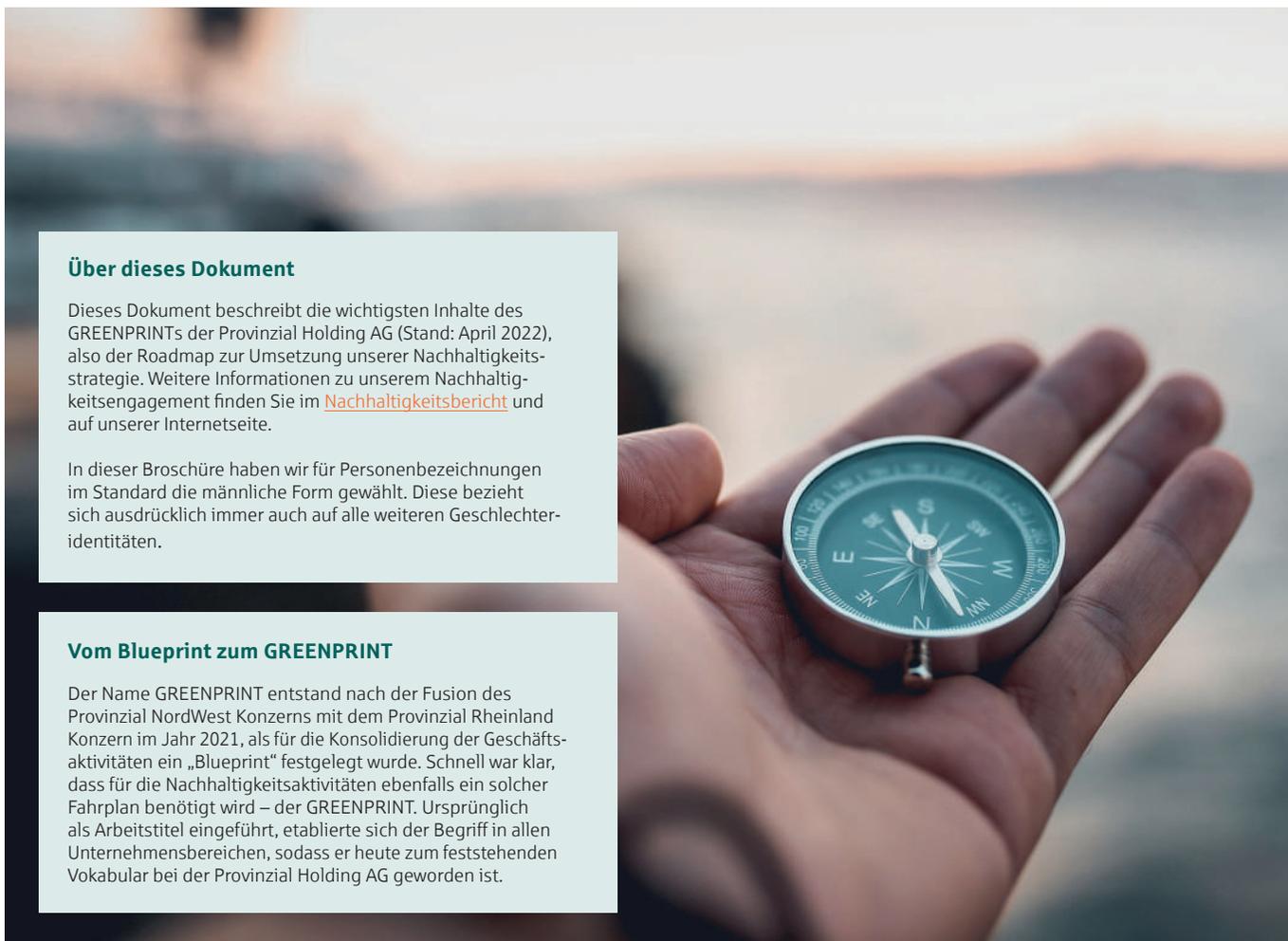
PROVINZIAL

Der Provinzial GREENPRINT

Mit wirkungsvollen Maßnahmen
in eine nachhaltige Zukunft

Inhalt

Einleitung	3
Unser größter Hebel Handlungsfeld Kapitalanlage	9
Nachhaltiger leben mit unseren Produkten Handlungsfeld Versicherungsprodukte	13
Unsere Kunden für Nachhaltigkeit begeistern Handlungsfeld Kundenbegeisterung	17
Zukunft verbindet: Digitalisierung und Nachhaltigkeit Handlungsfeld Digitalisierung	21
Wir fürs Klima: Die Provinzial als Vorbild Handlungsfeld Ressourcenschonung	25
Die Menschen machen den Erfolg Handlungsfeld Arbeitgeberattraktivität	29
Ausblick	33
Impressum	34



Über dieses Dokument

Dieses Dokument beschreibt die wichtigsten Inhalte des GREENPRINTs der Provinzial Holding AG (Stand: April 2022), also der Roadmap zur Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Weitere Informationen zu unserem Nachhaltigkeitsengagement finden Sie im [Nachhaltigkeitsbericht](#) und auf unserer Internetseite.

In dieser Broschüre haben wir für Personenbezeichnungen im Standard die männliche Form gewählt. Diese bezieht sich ausdrücklich immer auch auf alle weiteren Geschlechteridentitäten.

Vom Blueprint zum GREENPRINT

Der Name GREENPRINT entstand nach der Fusion des Provinzial NordWest Konzerns mit dem Provinzial Rheinland Konzern im Jahr 2021, als für die Konsolidierung der Geschäftsaktivitäten ein „Blueprint“ festgelegt wurde. Schnell war klar, dass für die Nachhaltigkeitsaktivitäten ebenfalls ein solcher Fahrplan benötigt wird – der GREENPRINT. Ursprünglich als Arbeitstitel eingeführt, etablierte sich der Begriff in allen Unternehmensbereichen, sodass er heute zum feststehenden Vokabular bei der Provinzial Holding AG geworden ist.

Vorwort

Wie ausgesprochen wichtig es ist, sich jetzt mehr denn je verstärkt für Nachhaltigkeit einzusetzen, hat uns das Jahr 2021 vor Augen geführt. Das Sturmtief „Bernd“ mit seinen verheerenden Folgen ist das größte Schadenergebnis, das die Menschen in den Flutregionen und wir jemals zu bewältigen hatten.

Als Versicherer wissen wir genau, dass gegen die immer häufiger werdenden Naturgefahren und -katastrophen langfristig nur besserer Klimaschutz hilft. Deswegen haben wir uns der Nachhaltigkeitspositionierung des GDV, Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V., angeschlossen. Sie basiert auf den Nachhaltigkeitszielen des Pariser Klimaschutzabkommens und orientiert sich an den 17 Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen. Im Blickpunkt stehen beispielsweise unsere Kapitalanlagen, die Konzerninfrastruktur und unsere Versicherungsprodukte.

Um die notwendigen Maßnahmen zu realisieren, haben wir im Herbst 2021 einen Umsetzungsfahrplan, den sogenannten GREENPRINT, gestartet. Analog zum Blueprint, der die Grundlage für die Konzernintegration nach der Fusion darstellt, ist

der GREENPRINT die Roadmap für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten. In diesem Dokument beschreiben wir die Ziele und geplanten Initiativen in Hinblick auf unsere sechs Handlungsfelder: Kapitalanlagen, Versicherungsprodukte, Kundenbegeisterung, Digitalisierung, Ressourcenschonung und Arbeitgeberattraktivität.

Außerdem halten wir Anknüpfungspunkte zu den Querschnittsfunktionen fest, denn Nachhaltigkeit ist bei der Provinzial keine Aufgabe einer Stabsabteilung, sondern eine gemeinschaftliche Leistung aller relevanten Bereiche. Das wichtigste Ziel der Operationalisierung ist das Erreichen der Klimaneutralität sowohl in unserem Geschäftsbetrieb bis 2025 als auch in unseren Kapitalanlagen bis 2050. Mit unserem GREENPRINT verfolgen wir das Ziel, Nachhaltigkeit in allen entscheidenden Unternehmenszweigen zu implementieren. Dabei leisten wir einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz und gestalten somit aktiv die notwendige Transformation in Wirtschaft und Gesellschaft mit.

Erfahren Sie in unserem GREENPRINT mehr über unser Engagement und unsere Ziele als zweitgrößtes öffentliches Versicherungsunternehmen in Deutschland.

Wir setzen uns mit den Nachhaltigkeits-themen auseinander, bei denen wir die größte Wirkung entfalten können. Dabei bündeln wir unsere Kräfte und erhalten uns gleichzeitig bewusst die Sensibilität für regionale Besonderheiten. Das zeichnet uns aus und das verbindet unseren Konzern.



Ihr

Dr. Wolfgang Breuer
Vorsitzender des Vorstands

„Moin, Moin“, „Tach zusammen“ und „Hallo“!

Regional verbunden, kundennah, serviceorientiert und unkompliziert – dafür steht der Provinzial Konzern. Mit dem GREENPRINT ergänzen wir unser Selbstverständnis um ein ambitioniertes Programm für das Thema Nachhaltigkeit und laden Sie dazu ein, uns dabei zu begleiten.

Immer da, immer nah

Der Provinzial Konzern ist der zweitgrößte öffentliche Versicherungskonzern in Deutschland. Unsere Stärke besteht in der Vielzahl an traditionsreichen regionalen Versicherungsunternehmen, aus denen sich der Konzern zusammensetzt. Wir sind regional verankert und immer vor Ort – das schätzen auch unsere mehr als fünf Millionen Kunden.

Gemeinsam für die Regionen

Neben unserem Versicherungsgeschäft sind wir auch für die Menschen in der Region aktiv und engagieren uns für Umwelt und Gesellschaft. Seit vielen Jahren sind Mitarbeiter, Geschäftsstellen und die Provinzial als öffentliches Unternehmen dem Gemeinwohl verpflichtet und bündeln das große Potenzial sozialen Engagements. Wir unterstützen gemeinnützige Projekte und Initiativen und setzen uns aktiv für den Schutz der Umwelt ein. Auch die Förderung von Kunst und Kreativität ist uns ein wichtiges Anliegen.

Nachhaltiges bewirken

Wir wollen Nachhaltigkeit in allen Bereichen des Provinzial Konzerns mitdenken, in denen wir Nachhaltiges bewirken können. Deshalb haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, diesen Wandel Schritt für Schritt in unser Leitbild, unsere Werte und die Unternehmenskultur des Konzerns zu integrieren. Durch diesen kontinuierlichen Prozess entwickeln wir uns stetig weiter. Mit gebündelten Kräften und dem Provinzial GREENPRINT werden wir die nachhaltige Transformation als Provinzial aktiv gestalten.



Ausgezeichnet und engagiert

Nachhaltigkeit ist uns wichtig. Deshalb engagieren wir uns in einer Vielzahl von Organisationen für dieses Thema. Siegel und andere Auszeichnungen helfen uns dabei, unser Engagement nach außen zu tragen.



> 5

Millionen Kunden

6,8

Milliarden Euro Gesamtbeitrags-einnahmen 2021

> 1.330

Provinzial Agenturen

120

Sparkassen

5.760

Mitarbeiter (2021)

300

Jahre Erfahrung

> 18

Millionen abgeschlossene Verträge

26

Millionen Menschen im Geschäftsgebiet (2021)

46

Milliarden Euro Kapitalanlagen 2021

Der GREENPRINT: Mit wirkungsvollen Maßnahmen in eine nachhaltige Zukunft

Seit 300 Jahren sind wir als regionaler Versicherer tätig. Nie waren die Umstände dynamischer, die Herausforderungen größer und die Zukunft ungewisser als heute. Eine zielgerichtete und dennoch anpassungsfähige Umsetzung entlang unseres GREENPRINTS ist deshalb unerlässlich für unser heutiges und unser zukünftiges Handeln.

Ambitioniert voran

Wir verstehen uns als Teil der nachhaltigen Transformation in Deutschland – entsprechend hoch sind unsere Ambitionen. Indem wir das Thema Nachhaltigkeit entschieden angehen, erreichen wir wichtige Wettbewerbsvorteile für unser Kerngeschäft und auf dem Arbeitsmarkt. Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie und dem GREENPRINT möchten wir Vorbild im Verbund der öffentlichen Versicherer und in der Versicherungswirtschaft sein. Diesen Anspruch setzen wir in der Geschäftsführung und in unserem Geschäftsbetrieb um und machen unsere Ambition für unsere Kunden, unsere Mitarbeiter und die Öffentlichkeit erlebbar.

Kern unserer Strategie – da müssen wir hin

Unserer Nachhaltigkeitsstrategie umfasst im Kern drei Dimensionen: Umwelt- und Ressourcenschonung, soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit. Sie sind untrennbar mit unseren übergeordneten Zielen verknüpft,

nämlich die Klimaerwärmung auf deutlich unter 2°C zu begrenzen, Verantwortung für soziale und gesellschaftliche Themen zu übernehmen und verlässlicher Partner für unsere Kunden zu bleiben. Das sind die Dimensionen, die unsere Handlungsfelder zusammenfassen und an denen wir unsere Ziele und Maßnahmen ausrichten.

Mit dem GREENPRINT den Weg aufzeigen

Der GREENPRINT ist das zentrale Instrument dafür, unsere Nachhaltigkeitsstrategie umzusetzen und damit unser zentrales Ziel, die Klimaerwärmung auf deutlich unter zwei Grad zu begrenzen, zu erreichen. Mit konkreten Unterzielen, Maßnahmen und einer Fortschrittsdokumentation bietet der GREENPRINT Orientierung für alle, die an der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie beteiligt sind. Ein integriertes [Kennzahlensetting](#) ermöglicht es uns, die Fortschritte noch besser sichtbar zu machen. Regelmäßige Feedbackschleifen sorgen für ein lebendiges Steuerungsinstrument, das sich an die rasanten Entwicklungen im Nachhaltigkeitsbereich anpassen lässt.



Da anpacken, wo es darauf ankommt

In der Umsetzung konzentrieren wir uns auf sechs Handlungsfelder, in denen wir den größten Einfluss haben: [Kapitalanlage](#), [Versicherungsprodukte](#), [Kundenorientierung](#), [Digitalisierung](#), [Ressourcenschonung](#) und [Arbeitgeberattraktivität](#). So implementieren wir Nachhaltigkeit in allen relevanten Prozessen des Konzerns. Die Handlungsfelder sind das Ergebnis einer [Wesentlichkeitsanalyse](#) des Provinzial NordWest Konzerns und der Konsolidierung mit der Provinzial Rheinland im Rahmen des gemeinsamen Projekts „Wesentliche Themen der Versicherungswirtschaft“¹. Außerdem halten wir Anknüpfungspunkte zu den [Querschnittsfunktionen](#) fest, denn Nachhaltigkeit ist bei der Provinzial keine Aufgabe einer Stabsabteilung, sondern eine gemeinschaftliche Leistung aller Bereiche.

Die größte Herausforderung: Klimaerwärmung begrenzen

Um einen echten Beitrag zur Begrenzung der Klimaerwärmung zu leisten, reicht es nicht, unsere Emissionen zu berechnen. Entscheidend ist die Wirkung, die wir mit unseren Maßnahmen erzielen. Deshalb haben wir 2021 begonnen, mit einer aufwendigen Analyse zu überprüfen, wie die Geschäftstätigkeit der Provinzial mit den Zielen des Pariser Klimaschutz-Abkommens vereinbart werden kann, um daraus Reduktionsstrategien abzuleiten. Dafür nutzen wir das X-Degree-Compatibility-Modell (XDC-Modell, siehe Infokasten). Ziel ist es dabei festzustellen, welche Wirkung die Provinzial konkret auf den Klimawandel hat, und zwar inklusive unserer Kapitalanlage.



Das XDC-Modell: Die eigene Klimawirkung messbar machen

Um die Klimawirkung unserer Geschäftstätigkeit messbar zu machen, nutzen wir das X-Degree-Compatibility-Modell (XDC-Modell). Das Modell ist das einzige seiner Art, das ein volles Klimamodell integriert, welches auch vom Weltklimarat (IPCC) genutzt wird. Diese wissenschaftsbasierte Klimametrik bietet Unternehmen und der Öffentlichkeit die Möglichkeit, anhand verschiedener Szenarien zu untersuchen, welcher Einfluss im Rahmen der eigenen Möglichkeiten auf die weitere Entwicklung des Klimawandels genommen werden kann.

Die zentrale Frage dabei ist: Wie sehr würde sich die Erde erwärmen, wenn die gesamte Welt über einen festgelegten Zeitraum ebenso emissionsintensiv wirtschaften würde wie wir? So aufwendig diese Berechnung auch ist – sie schafft größtmögliche Transparenz zu Klimarisiken und -chancen und ermöglicht eine fundierte Überprüfung der eigenen Emissionsziele.



Die sechs Handlungsfelder unserer Nachhaltigkeitsstrategie

1.



Kapitalanlage:

ESG-Kriterien
Dekarbonisierung

2.



Versicherungsprodukte:

Produkte mit
Nachhaltigkeitsbezug
ESG-Kriterien
im Underwriting

3.



Kundenbegeisterung:

Kundenerlebnis
Digitalisierung der Kunden-
Touchpoints
Nachhaltigkeitsbegeisterung

4.



Digitalisierung:

digitale Prozesse
Akzeptanz
bei Mitarbeitern
und Kunden

5.



Ressourcenschonung:

eigene Emissionen und
Ressourcenverbrauch
Nachhaltigkeitskriterien
im Einkauf
Mobilität

6.



Arbeitgeberattraktivität

Mitarbeiter gewinnen,
binden und entwickeln

¹ Ergebnisse aus: „Werkstatt Gemeinsame Wesentlichkeitsanalyse“ (2020), durchgeführt von :response und den Versicherungsforen Leipzig im Auftrag von zehn Versicherungsunternehmen.

Zukünftige Klimawirkung

Die erste XDC-Analyse unterstellte ein 1,75°C-Szenario und kam zu folgenden Ergebnissen:

- Unsere größten Hebel liegen in der Kapitalanlage und in der Mitarbeitermobilität (Scope 3). Auch bei unseren direkten Emissionen (Scope 1) haben wir noch Einsparpotenziale. In unserem Energieverbrauch (Scope 2) sind wir durch Ökostrom und Eigenstromerzeugung bereits Paris-kompatibel.
- Bereits heute erfüllen 29 Prozent unserer Aktien und Unternehmensanleihen das Pariser Klimaziel.
- Voraussichtlich erreichen wir durch unsere [Dekarbonisierungsstrategie](#) einen besseren CO₂-Fußabdruck als die konventionellen Benchmarks.

Die Analyse zeigte uns äußerst fundierte Ansatzpunkte, an welchen Stellen wir unsere CO₂-Emissionen reduzieren und unsere Ziele konkretisieren müssen – und wo wir mit unserem GREENPRINT ansetzen sollten.

Klimaneutralität mit Köpfchen

Betrachtet man die Ergebnisse der XDC-Analyse, so zeigt sich, dass die Klimaneutralität im eigenen Betrieb und in der Kapitalanlage zentrale Ziele unseres Nachhaltigkeitshandelns und damit auch des GREENPRINTs der Provinzial sein müssen. Als Klimaziele haben wir deshalb festgelegt, bis 2025 im eigenen Geschäftsbetrieb (Scope 1 und 2) und bis 2050 in der Kapitalanlage klimaneutral zu werden.

Um die Klimaerwärmung auf deutlich unter 2°C zu begrenzen, ist jedoch mehr notwendig als das: Jede Tonne CO₂, die heute „zu viel“ emittiert wird, reduziert das zukünftige Klima-

budget, das uns insgesamt noch bleibt, und verlagert so die Notwendigkeit für Netto-Null-Emissionen nach vorn. Deshalb sind die Reduktionsmaßnahmen des GREENPRINTs mit Blick auf die Einhaltung des Klimabudgets eine wesentliche Ergänzung der Klimaneutralität. Übrigens: Was sich hinter den Begriffen wie klimaneutral, Netto-Null und Klimabudget genau verbirgt, erläutern wir im [Kapitel Ressourcenschonung](#).

Der GREENPRINT wirkt.

Derzeit bauen wir die XDC-Analyse weiter aus, denn viele der zugrunde gelegten Annahmen entwickeln sich kontinuierlich weiter. In diesem Zug analysieren wir neben unserer Kapitalanlage auch die Wirkung der GREENPRINT-Maßnahmen vor dem Hintergrund weiterer Szenarien (inklusive eines 1,5°C-Szenarios). Dabei kamen wir zu folgendem Ergebnis:

- Der GREENPRINT mit den aktuell beschriebenen Maßnahmen bezüglich des eigenen Geschäftsbetriebs bringt die Provinzial gegenüber dem Status quo auf dem Weg zur Erreichung der Pariser Klimaziele deutlich nach vorn.
- Es müssen noch weitere Emissionsreduktionen erfolgen; insbesondere auf die Nutzung von Erdgas muss zeitnah und umfänglich zugunsten regenerativer Alternativen verzichtet werden.
- Eine kurzfristige Reduktion der fossilen Brennstoffe verschiebt den Zeitpunkt deutlich nach hinten, zu dem die Provinzial CO₂ aus der Atmosphäre entnehmen müsste (negative Emissionen), um die Pariser Klimaziele zu erreichen.
- Zeitnahe Emissionsreduktionen sind kostengünstiger als spätere Investitionen in CO₂-negative Technologien.



Ein starkes Fundament

Um den GREENPRINT umsetzen zu können, werden die Handlungsfeldverantwortlichen durch zentrale Funktionen unterstützt – eine wesentliche Aufgabe, der wir hier ebenfalls Aufmerksamkeit schenken möchten.

Verbinden und Steuern mit den zentralen Funktionen

Zu den zentralen Funktionen der Provinzial gehören Einkauf, Compliance, Kommunikation, Risikomanagement und Konzernbetriebsorganisation. An dieser Stelle möchten wir auf drei dieser Funktionen besonders eingehen. Mehr Informationen sind in unserem [Nachhaltigkeitsbericht](#) zu finden.

Risikomanagement: Künftige Risiken fest im Blick

Das Gesamtrisikomanagement analysiert unsere Nachhaltigkeitsrisiken. Als solche werden Ereignisse oder Bedingungen aus den Bereichen Umwelt, Soziales oder Unternehmensführung definiert, deren Eintreten tatsächlich oder potenziell negative Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie auf die Reputation des Provinzial Konzerns haben können. Gleichzeitig können wir durch unsere Geschäftstätigkeit solche Risiken beeinflussen – ein Grund



mehr, uns ambitioniert mit unserer Nachhaltigkeitswirkung auseinanderzusetzen.

Compliance: Mit der Regulierung Schritt halten

Gesetze und Vorschriften einzuhalten gehört zu den Grundlagen der Geschäftspolitik des Provinzial Konzerns. Die zentrale Compliance-Funktion übernimmt dabei eine Frühwarn-, Überwachungs- und Kontrollaufgabe. Das politisch-regulatorische Umfeld zum Thema Nachhaltigkeit entwickelt sich schnell, ist vielfältig und anspruchsvoll – eine Herausforderung für das gesamte Unternehmen (siehe Infokasten).

Einblick in aktuelle Regulierungen und Standards zum Thema Nachhaltigkeit

- **Offenlegungs-Verordnung:** nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten der EU im Finanzdienstleistungssektor
- **Taxonomie-Verordnung:** Rechtlicher Rahmen der EU für nachhaltige Investitionen
- **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD):** Ausweitung der Berichterstattungspflichten für Unternehmen zu Nachhaltigkeitsthemen in der EU
- **BaFin-Merkblatt zu Nachhaltigkeit:** Merkblatt der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht zum Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken
- **Principles on Responsible Investment (PRI):** Sechs Prinzipien für verantwortliches Investieren des UNGC und der UNEP Finance Initiative
- **Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD):** Informationen für Anleger über den Umgang mit Klimarisiken

Prozessmanagement: Das verbindende Element

Das Prozessmanagement stellt sicher, dass Nachhaltigkeitsaspekte im Unternehmen "mitgedacht" werden. Perspektivisch bietet die Richtlinie zum Prozessmanagement verschiedene Ansatzpunkte, um weitere Nachhaltigkeitskriterien zentral zu platzieren. Auch die Entwicklung von Umsetzungsbeispielen kann eine Operationalisierung erleichtern.

Unser größter Hebel

Handlungsfeld Kapitalanlage

Der Finanzsektor hat eine Schlüsselrolle, wenn es um die Transformation der Wirtschaft zu mehr Nachhaltigkeit geht: Insbesondere institutionelle Anleger haben einen Einfluss darauf, wer für welche Aktivitäten Geld erhält und wer nicht. Als Versicherungsunternehmen sind wir Teil dieses Sektors und können mit unseren Anlagestrategien einen entscheidenden Beitrag dazu leisten, Geldströme im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung zu lenken.



**Klimaneutralität im
gesamten Portfolio bis**

2050

**Maximaler
Kohleanteil von**

20%

**Jährliche Reduktion
der CO₂-Intensität um**

3%



Handlungsfeld Kapitalanlage – Darum geht es

Den Wandel finanzieren

Kern unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist unser Beitrag zum Pariser Klimaschutzabkommen und damit zur Begrenzung der Klimaerwärmung auf deutlich unter zwei Grad Celsius. Was vielen unserer Kunden nicht bewusst ist: Der größte Teil der durch uns beeinflussbaren CO₂-Emissionen liegt nicht in unseren Gebäuden oder Versicherungsprodukten, sondern in unserer Kapitalanlage. Wir investieren die Prämien unserer Kunden am Kapitalmarkt, mehren sie und können so im Versicherungsfall (je nach Produkt z. B. bei Renteneintritt oder bei einem Schadensereignis) entsprechende Auszahlungen leisten. Insgesamt verantworten wir so 46 Milliarden Euro. Damit gewährleisten wir für unsere Kunden eine Mindestverzinsung ihres Kapitals und nutzen diesen großen Hebel gleichzeitig, um finanzierte Emissionen zu reduzieren.

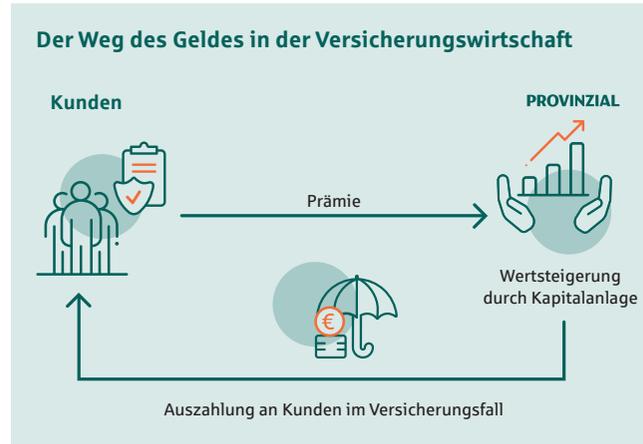
Risiken streuen und Rendite erwirtschaften

Eine klassische Finanzanlagestrategie wägt Risiko und Ertrag gegeneinander ab. Anlagen mit hohem Ertrag gehen oft mit hohem Risiko einher – und umgekehrt. Unsere Aufgabe als institutioneller Anleger ist es, die richtige Balance zu finden, um auch in Zukunft verlässlich Auszahlungen an unsere Kunden leisten zu können. Das Portfolio der Provinzial besteht zum größten Teil aus Anleihen, da diese ein vergleichsweise gutes Rendite-Risiko-Profil ausweisen. Sie umfassen neben Staats- und Unternehmensanleihen auch Pfandbriefe. Aktienkonzepte, Hypotheken, strategische Beteiligungen,

Immobilien und verschiedene alternative Anlagen vervollständigen unser Portfolio für eine breitere Risikostreuung.

Unsere Klimawirkung

Unsere **XDC-Analyse** zeigt, dass die durch uns finanzierten, indirekten Scope-3-Emissionen unserer Kapitalanlage etwa 600-mal so hoch sind wie die bisher von uns berechneten Scope-1- und Scope-2-Emissionen, also solche aus der Heizung und Kühlung unserer Gebäude und der Nutzung unserer Fahrzeuge. Kern des Handlungsfelds Kapitalanlage ist es deshalb, diese finanzierten Emissionen zu verringern, beispielsweise indem wir Unternehmen mit besonders hoher Kohlenstoffintensität aus unserem Portfolio ausschließen. Mit unserem Engagement auf Jahreshauptversammlungen erhöhen wir den Druck für Unternehmen am Kapitalmarkt, sich stärker für den Klimaschutz einzusetzen.



Wirtschaftlicher Erfolg durch Nachhaltigkeit

Nachhaltige Anlageentscheidungen sind wichtig für das Klima. Indem wir Nachhaltigkeitsaspekte in unserer Kapitalanlage und im Risikomanagement berücksichtigen, können wir zusätzlich Risiken frühzeitig erkennen und so unser Rendite-Risikoprofil verbessern. Damit verknüpfen wir wirtschaftlichen Erfolg mit gesellschaftlichem Wertbeitrag.



Das passiert bereits

Kern unserer Anlagestrategie: Das ESG-Screening

Mit einem hohen Ambitionsniveau möchte sich die Provinzial im dynamischen Wettbewerb nachhaltiger Kapitalanleger positionieren. Kernanliegen ist dabei die nachhaltigere Gestaltung unseres Anlageportfolios. Dazu haben wir ein detailliertes ESG-Screening (ESG = Environmental, Social and Governance) entwickelt, mit dem wir zunächst Anlagen ausschließen, die nicht unseren Nachhaltigkeitskriterien entsprechen. Der Screening-Prozess ist auf die jeweilige Assetklasse abgestimmt und orientiert sich an internationalen Standards wie den Principles for Responsible Investment (PRI), dem Global Compact der Vereinten Nationen (UNGC) und dem Pariser Klimaschutzabkommen. Unterschiedliche Vorgehensweisen sind insbesondere durch den Umfang der Daten bedingt, die wir zur Beurteilung der Nachhaltigkeit zur Verfügung haben.

Insgesamt durchlaufen bereits heute mehr als 99 Prozent unserer Kapitalanlagen ein ESG-Screening.

So funktioniert das ESG-Screening im Bereich Wertpapiere

Bei der Anlage in Unternehmen schließen wir beispielsweise solche Unternehmen aus, bei denen schwerwiegende Verstöße gegen die Prinzipien des UN Global Compact vorliegen. Dazu gehören der Einsatz von Kinder- oder Zwangsarbeit, die Herstellung kontroverser Waffen, Korruption oder die Verletzung von Bürgerrechten und Freiheiten. Auch Umweltaspekte wie die substantielle Erzeugung von Energie aus Kohle spielen eine Rolle. Die Kriterien werden in einem mehrstufigen Prozess (siehe Grafik) quartalsweise überprüft. Um eine fundierte Entscheidung zu gewährleisten, wird die finale Verbotsliste von einem eigens dafür eingerichteten ESG-Komitee geprüft.

Dekarbonisierung der Kapitalanlage

Beim Screening nach Umweltkriterien gehen wir noch weiter: Mit unserer Dekarbonisierungsstrategie möchten wir einen Beitrag zur Begrenzung der globalen Erwärmung leisten. Deshalb schließen wir auch Kapitalanlagen in solche Unternehmen aus, die einen substantiellen Anteil ihrer Energieerzeugung oder ihres Umsatzes aus dem Rohstoff Kohle generieren oder deren CO₂-Fußabdruck bestimmte Schwellenwerte überschreitet. Für beide Kriterien haben wir die Schwellenwerte im Herbst 2021 als Teil einer langfristigen Strategie zur Erreichung der Pariser Klimaziele verschärft und schließen aktuell über 800 Unternehmen (inklusive Tochterunternehmen) wegen ihrer Kohlenstoffintensität aus dem Anlageuniversum der Provinzial aus.



ESG-Ausschlusskriterien für Unternehmen

- Schwere Verstöße gegen die zehn Prinzipien des **UN Global Compacts** oder
- ESG-„red Flags“ (gemäß Beurteilung MSCI ESG) oder
- Unternehmen, die 20 % oder mehr ihrer Energie durch Kohle erzeugen oder Bergbauunternehmen, die 20 % oder mehr ihres Umsatzes durch Kraftwerkskohle erzielen oder
- Unternehmen, deren CO₂-Fußabdruck (Kennzahl: CO₂-Intensität Scope 1+2) einen jährlich sinkenden Höchstwert von aktuell 4.350 t/Mio. USD Umsatz überschreitet oder
- Unternehmen, die geächtete Waffen herstellen bzw. vertreiben.

Die Screening-Kriterien für weitere Assetklassen sind in unserem [Nachhaltigkeitsbericht 2021](#) beschrieben.



Unsere Roadmap für die Kapitalanlage

Starke Bündnisse für große Ziele

In unserer Nachhaltigkeitsstrategie formulieren wir ambitionierte Ziele: Klimaneutralität bis 2050, maximaler Kohleanteil in der Kapitalanlage von 20 Prozent und eine jährliche Reduktion der CO₂-Intensität um drei Prozent. Um das zu erreichen, wollen wir neben unserer Verpflichtung zu den PRI der 2021 verabschiedeten Nachhaltigkeitspositionierung der deutschen Versicherer, der Net Zero Asset Owner Alliance (NZAOA), beitreten. Die NZAOA ist ein globales Bündnis institutioneller Anleger mit dem Ziel, die Erderwärmung bis 2050 um 1,5 °C zu begrenzen (siehe Infokasten).

Provinzial beschließt Unterzeichnung der NZAOA

Die Net Zero Asset Owner Alliance (NZAOA) ist ein freiwilliges, globales Bündnis von institutionellen Anlegern mit einem verwalteten Vermögen von inzwischen mehr als 10.000 Milliarden US-Dollar.

Ziel der Allianz ist es, einen Beitrag zur Begrenzung der globalen Erderwärmung auf 1,5°C bis 2050 und der Förderung der notwendigen Transformation der Realwirtschaft zu leisten. Die Provinzial arbeitete 2021 aktiv in der Arbeitsgruppe der öffentlichen Versicherer zur NZAOA mit, um diese Initiative zu fördern.

Der Vorstand der Provinzial hat im Januar 2022 einen Beitritt beschlossen und den Beitrittsprozess eingeleitet. Im Rahmen dieser Initiative wird die Provinzial jährliche Reduktionsziele für den CO₂-Ausstoß der Kapitalanlagen definieren und die Umsetzungsfortschritte an die NZAOA berichten.



Eine positive Wirkung erzeugen

Um unsere ambitionierten Klimaziele erreichen zu können, benötigen wir neben Ausschlusskriterien auch eine positive Steuerung der Kapitalanlage hin zu mehr Nachhaltigkeit. Zukünftig wollen wir deshalb unsere Aktionärsrechte stärker wahrnehmen und so für Nachhaltigkeitsbelange bei den investierten Unternehmen eintreten. Auf Initiative der Provinzial haben die öffentlichen Versicherer ihre Aktivitäten zur Förderung von ESG-Themen kürzlich gebündelt und können so zukünftig noch wirksamer Einfluss nehmen.

Darüber hinaus soll durch den Ausbau der IT-Infrastruktur im Konzern die ESG-Datenbasis verbessert werden, um Nachhaltigkeitskriterien besser in den Investmentprozess integrieren und steuern zu können und den regulatorischen Ansprüchen (v. a. Offenlegungs-Verordnung, Taxonomie-Verordnung) zu entsprechen. Aufbauend auf einer konsequenten ESG-Ausrichtung, will die Provinzial mit ihrer Anlagestrategie langfristig die Verwirklichung wirkungsbezogener Ziele (z. B. Klimaziele oder Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen) unterstützen („Impact Investing“).

Der Weg zur nachhaltig ausgerichteten Kapitalanlage



Nachhaltiger leben mit unseren Produkten

Handlungsfeld Versicherungsprodukte

Als Versicherer ist es unsere Aufgabe, Kunden langfristig vor Risiken zu schützen. Viele unserer Versicherungsprodukte leisten dabei bereits heute einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit – beispielsweise indem wir klimaschonende Technologien gegen Schäden versichern oder energetische Sanierungen unterstützen. Mit unseren Produkten möchten wir Anreize für nachhaltiges Handeln schaffen und so unseren Kunden ein nachhaltigeres Leben ermöglichen.

Unsere wichtigsten Ziele

Berücksichtigung von ESG-Kriterien im Produktentwicklungsprozess

Integration von Nachhaltigkeitskriterien in die Zeichnungsrichtlinien

Fokus auf Schadensprävention und Schadensregulierung



Handlungsfeld Versicherungsprodukte – Darum geht es

Da sein. Das ist es, was wir wollen.

Als öffentlicher Versicherer federn wir jene Risiken ab, die unsere Kunden allein nicht tragen können. Dabei prägen fünf Grundsätze unsere Kundenbeziehungen:

- Wir decken existenzielle Risiken für Menschen und Unternehmen ab.
- Wir versorgen unsere Kunden flächendeckend mit persönlichem Service.
- Wir stellen eine schnelle und lokale Schadensregulierung sicher.
- Wir bieten besondere Angebote und Services für öffentliche Kunden.

- Wir unterstützen aktiv die Sicherheit der Bevölkerung durch umfangreiche Präventionsprogramme.

Versichern bedeutet mehr, als Schäden abzusichern.

Viele unserer Versicherungsprodukte haben heute bereits einen Nachhaltigkeitsbezug, und zwar indem sie die sozialen und ökonomischen Folgen eines Schadenfalls auffangen. So schützen unsere Vorsorgeleistungen aus dem Bereich Leben unsere Kunden vor Altersarmut oder den finanziellen Folgen einer Berufsunfähigkeit. Unseren Schadens- und Unfallversicherungen (Bereich Komposit) wie Gebäude-, Hausrat- und Kfz-Versicherungen sichern unsere Kunden auch gegenüber existenziellen Schäden ab – insbesondere durch die zunehmende Zahl an Extremwetterereignissen ist das so relevant wie nie.

Überblick über unsere Produkte für Privat- und Firmenkunden

Leben	Komposit			
 <p>Lebensversicherung</p>	 <p>Hausratversicherung</p>	 <p>Wohngebäudeversicherung</p>	 <p>Rechtsschutzversicherung</p>	 <p>Haftpflicht- und Betriebs-haftpflichtversicherung</p>
 <p>Berufsunfähigkeitsversicherung</p>	<p>Unsere Versicherungsprodukte</p> 			 <p>Sach- und Ertragsausfallversicherung</p>
 <p>Rentenversicherung / betriebliche Altersvorsorge</p>	 <p>Krankenzusatzversicherung</p>	 <p>Unfallversicherung</p>	 <p>Kfz-Versicherung</p>	 <p>Cyberversicherung u.v.m.</p>

Präventiv mehr Nachhaltigkeit erreichen

Doch unsere Produkte können noch mehr zum Thema Nachhaltigkeit beitragen. So können Versicherungen speziell für neue, umweltfreundliche Technologien von der Photovoltaik-Anlage bis zum E-Auto solche Technologien fördern oder energieeffiziente oder an die Klimawandelfolgen angepasste Bauweisen unterstützen.

Nachhaltiger leben mit unseren Produkten

Prävention ...	Absicherung ...
 <p>Spezialisiertes Ingenieurteam</p> <p>... durch Beratungsangebote</p> <ul style="list-style-type: none"> – Hochwasserschutz – Brandschutz – Verkehrssicherheit – E-Mobilität – Katastrophenwarnung u. v. m. 	 <p>... von Schäden durch Klimawandelfolgen</p> <ul style="list-style-type: none"> – Elementarschadenversicherung – Sturmversicherung – Hagelversicherung
 <p>... durch Nachhaltigkeitsmaßnahmen</p> <ul style="list-style-type: none"> – Beitrag zum Klimaschutz – Beitrag zum Ressourcenschutz 	 <p>... von nachhaltigen Produkten</p> <ul style="list-style-type: none"> – Sachversicherung z. B. für Photovoltaik-Anlagen – All-Risk-Schutz für E-Auto-Akku – Carsharing-Versicherung – Altersvorsorgeprodukte mit Nachhaltigkeitskriterien

Das passiert bereits

Nah am Kunden, auch in Zeiten des Umbruchs

Die Provinzial leistet ihren Beitrag zur Daseinsvorsorge durch langfristig angelegte Vertragsbeziehungen. Mit der aktuellen Nachhaltigkeitstransformation gestaltet sich diese Aufgabe völlig neu. Wir nehmen diese Herausforderung an und stehen verlässlich an der Seite unserer Kunden – mit kundennaher Präventionsberatung, fortschrittlichen Versicherungsprodukten und passenden versicherungsnahen Dienstleistungen.

Versichern, was uns weiterbringt

Ob Elektroauto, Biogas oder die heimische Solaranlage – die nachhaltige Entwicklung in Deutschland hängt in vielerlei Hinsicht vom Erfolg umweltfreundlicher Technologien ab. Schon heute sichern wir bei der Provinzial ab, was uns auf dem Weg zu einer emissionsarmen Wirtschafts- und Lebensweise weiterbringt. Auch in Zukunft werden wir einen Schwerpunkt auf die Versicherbarkeit neuer Technologien legen und so unseren Beitrag dazu leisten, einen nachhaltigen Lebensstil in der Breite der Gesellschaft zu unterstützen.

Wir können mehr als Versicherung.

Sowohl unter betrieblichen als auch unter Nachhaltigkeitsaspekten ist Vorsorge besser als Nachsorge. Deshalb setzt die Provinzial auf ein überdurchschnittliches, starkes Präventionsangebot. So berät unser spezialisiertes Ingenieurteam Haus- und Grundbesitzer, Landwirte, Bauherren und weitere Privat- und Firmenkunden und verhindert so Schäden, bevor

sie entstehen. Das schont den Geldbeutel und die Nerven unserer Kunden und die natürlichen Ressourcen unseres Planeten.

Auch auf ihrem persönlichen Weg hin zu mehr Nachhaltigkeit greifen wir unseren Kunden gerne unter die Arme: Über die Plattform „[meinzuhauseundich.de](#)“ können Kunden der Provinzial Rheinland auf verschiedene Handwerkerleistungen

mit Nachhaltigkeitsbezug zugreifen, wie beispielsweise die Installation einer Ladestation für Elektroautos (siehe [Kapitel Digitalisierung](#)). Assistenzleistungen in der Unfallversicherung machen die schweren Momente des Lebens etwas leichter, zum Beispiel durch Pflegeberatungen oder die Gewährleistung von Übernachtungsmöglichkeiten im Krankenhaus für Elternteile („Rooming-In“).



Unsere Roadmap für Versicherungsprodukte

Die Provinzial mit Nachhaltigkeitsbezug

Versicherungskunden schätzen das Nachhaltigkeitsengagement ihrer Versicherer mehr und mehr. Um unsere Produktpalette im Bereich Komposit noch nachhaltiger zu machen, integrieren wir zukünftig ESG-Kriterien in unseren Produktentwicklungsprozess und bauen unser Angebot zum Schutz gegen Naturgefahren weiter aus. So bleiben wir verlässlicher Ansprechpartner für einen nachhaltigen Lebensstil. Auch unsere nachhaltigkeitsbezogenen Beratungsdienstleistungen, beispielsweise im Bereich der Wärmedämmung, bauen wir weiter aus. In der Schadensregulierung selbst wollen wir künftig stärker der Maxime des „Build back better“ folgen. Das erreichen wir, indem wir unter anderem die Auswahl unserer Partner, Dienstleister und der eingesetzten Materialien an Nachhaltigkeitskriterien ausrichten und Reparaturangebote statt Ersatz stärker in den Vordergrund stellen.

Risiken kennen, Leistungsversprechen halten

Die risikogerechte Prämienkalkulation ist eine Grundvoraussetzung, um die von uns eingegangenen Leistungsversprechen gewohnt verlässlich erfüllen zu können. Um möglichst zuverlässig mit Nachhaltigkeitsrisiken umgehen zu können, werden wir deshalb bis 2025 ESG-Kriterien in unsere Zeichnungsrichtlinien integrieren. So sollen Nachhaltigkeitsrisiken – einschließlich möglicher Reputationsrisiken – im Voraus identifiziert und adäquat einbezogen werden. Bis dahin ist allerdings noch einiges zu tun. Bisher fehlt es schlicht an Modellen, um die physischen Risiken des Klima-

wandels beziehungsweise die transitorischen Risiken, die sich aus Änderungen des politisch-regulatorischen Rahmens für die Wirtschaft ergeben, adäquat darzustellen. Wir werden deshalb an der Entwicklung eben dieser Modelle mitwirken und sie dann so bald wie möglich in das Versicherungsgeschäft integrieren.

Schutz für heute und morgen

Wer heute für morgen vorsorgt, soll das nicht auf Kosten kommender Generationen tun müssen. Die Provinzial wird ihr Angebot im Bereich nachhaltiger Vorsorgeprodukte aus der Sparte Leben deshalb ebenfalls ausbauen. Maßgeblich

für den Grad der Nachhaltigkeit ist dabei, wie wir als Versicherung die Prämien unserer Kunden anlegen. Neben unserem Engagement im [Handlungsfeld Kapitalanlage](#) werden wir deshalb unsere Fondspalette künftig um weitere nachhaltige Fonds für die fondsgebundene Lebensversicherung erweitern. Die Anlageoptionen für unsere Kunden teilen wir basierend auf ihren ESG-Strategie in verschiedene Gruppen (siehe Tabelle). Mit unseren Maßnahmen im Handlungsfeld Kapitalanlage werden wir zukünftig insbesondere die Kategorien Non-ESG und Basic weiter verkleinern und die Kategorien ESG und ESG-Impact weiter ausbauen. Zusätzliche Fondsinformationen sind auf [unserer Webseite](#) zu finden.



Anlagestrategien im Bereich Leben

Strategie	Beschreibung
ESG-Impact	Nachhaltigkeitsrisiken werden betrachtet, ihre finanzielle Wirkung analysiert und berücksichtigt. Die Anlage investiert in Investments, die einen positiven Einfluss auf Umwelt, Soziales oder Unternehmensführung haben (Artikel 9 der Verordnung [EU] 2019/2088).
ESG	Nachhaltigkeitsrisiken werden betrachtet, ihre finanzielle Wirkung analysiert und berücksichtigt. Die Anlage folgt einer definierten ESG-Strategie sowie Mindestanforderungen durch definierte Ausschlusskriterien (Artikel 8 der Verordnung [EU] 2019/2088).
Basic	Nachhaltigkeitsrisiken werden betrachtet und ihre finanzielle Wirkung analysiert.
Non-ESG	Es werden keine Nachhaltigkeitsrisiken betrachtet und keine Angaben zu Nachhaltigkeit erbracht.

Unsere Kunden begeistern mit Nachhaltigkeit

Handlungsfeld Kundenbegeisterung

Für die Kunden der Zukunft wird Nachhaltigkeit in allen Bereichen ihres Lebens selbstverständlich sein. Deshalb ist es uns ein Anliegen, schon heute das Thema Nachhaltigkeit mit der Provinzial zu verknüpfen und unsere Kunden dafür zu begeistern. Dafür begleiten wir sie auf ihrer gesamten Reise, vom ersten Interesse als Neukunde bis zur Erbringung unserer Leistungen und darüber hinaus.

Unsere wichtigsten Ziele

Kunden-zentrierte Kommunikation, Angebote und Prozesse

Digitalisierung der Kunden-Touchpoints

Verbesserung der Kunden-interaktion



Handlungsfeld Kundenbegeisterung – Darum geht es

Wie wir jetzt und in Zukunft unsere Kunden begeistern

Das Angebot an Versicherungen ist groß und der Anbieterwechsel einfach und unkompliziert. Gleichzeitig wächst die Bedeutung von Nachhaltigkeitsthemen in allen Bereichen des Lebens. Wir möchten zwischen diesen beiden Trends einen Zusammenhang herstellen: Wie können wir unsere Kunden begeistern, langfristig bei uns halten und von unserer nachhaltigen Ausrichtung überzeugen? Eine klare Unternehmensidentität mit Nachhaltigkeitsbezug ist dafür ebenso wichtig wie ein entsprechendes [Produkt- und Serviceangebot](#).



Wegweiser für Nachhaltigkeit sein

Menschen für Nachhaltigkeit zu begeistern, fällt nicht immer leicht. Studien zeigen: Selbst, wenn eine Person Interesse an Nachhaltigkeitsthemen zeigt, wirkt sich das nicht unbedingt auf ihre Kaufentscheidungen aus. Hier kommen wir ins Spiel, denn wir möchten die hinsichtlich Nachhaltigkeits-themen relevante Zielgruppe mit passenden Angeboten gezielt ansprechen und für unsere Nachhaltigkeitsoptionen begeistern. Informationen zum Thema auf unserer Webseite, unseren Social-Media-Kanälen und im neuen Kundenportal sowie implizit in der werblichen Kommunikation sind hier Bausteine genauso wie der Wissensaufbau bei unseren Vertriebspartnern durch Weiterbildungen, Veranstaltungen oder Dialoge.

Nachhaltigkeit als Bestandteil der Marke

Wir möchten als Marke zukunftssicher sein, was bedeutet, dass wir nachhaltig und weitblickend handeln und mit unseren Versicherten und Partnern die Weichen für eine lebenswerte Zukunft stellen. Indem wir Nachhaltigkeit als wichtigen Bestandteil unserer Marke definieren, verankern wir sie als Identifikationsmerkmal und festen Wert im täglichen Kundenkontakt. Dies spiegelt sich in der Kundenkommunikation und Bildwelt über alle Touchpoints hinweg wider.

Unsere Stellhebel für Kundenbegeisterung



Unternehmensweiter
Kundenfokus



Digitale
Integration



Klare Identität



Viele Kontakte



Konsistente
Serviceerlebnisse

Alle Kunden im Blick

Um unsere Kunden begeistern zu können, müssen wir wissen, was sie brauchen. Der enge Kundenkontakt und die regionale Verbundenheit helfen uns hier enorm, doch auch die Vorteile digitaler Tools möchten wir nutzen, um Kunden besser zu verstehen und Produkte und Prozesse vorausschauend weiterzuentwickeln. Unter dem Stichwort Kundenzentrierung arbeiten wir daran, jeden Kunden über den richtigen Kanal zum richtigen Zeitpunkt auf die richtigen Produkte und Services anzusprechen – und das im perfekten Zusammenspiel zwischen Services vor Ort und digital. Das ist nicht nur nachhaltig, sondern auch effizient.

Das passiert bereits

Die Kunden sprechen lassen

Unser Ziel ist es, unsere Kunden zu begeistern – sowohl für uns als auch für das Thema Nachhaltigkeit. Dabei ist uns wichtig zu wissen, was sie schätzen und was wir besser machen können. Mit unserem konzernweiten Programm #Kundenbegeistern möchten wir genau das erreichen. Ressortübergreifend entwickeln wir derzeit das Kundenerlebnis weiter: mit Steuerungsinstrumenten, digitalen Kundenschnittstellen sowie Analysen und Grundlagen zur Kundenansprache. Ein zentrales Element des Programms ist der „Kundenkompass“, mit dem wir den Fachbereichen und unseren Vertriebspartnern ein Tool an die Hand geben,

Der Kundenkompass

Der Kundenkompass gibt unseren Fachbereichen und Vertriebspartnern eine einfache Möglichkeit, die Zufriedenheit und Loyalität ihrer Kunden fortlaufend zu messen und ihre Kundenbetreuung entsprechend anzupassen. Kernelement ist die Messung der Weiterempfehlungsbereitschaft mittels des Net Promoter Scores (NPS). Wir fragen regelmäßig nach: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Provinzial einem Freund oder Bekannten weiterempfehlen? Im Anschluss an diese Erhebung nehmen wir in einigen Fällen direkt Kontakt mit unseren Kunden auf – das so genannte Einzelfallmanagement. So entsteht ein regelmäßiger Austausch, bei dem wir individuell auf die Bedürfnisse unserer Kunden eingehen und uns weiter verbessern können.



mit dem sie effizient wertvolles Feedback von unseren Kunden erhalten können. Neben dem Einholen von Kundenfeedback ist der Kundenkompass ein tolles Kundenbindungsinstrument für eine lange und nachhaltige Kundenbeziehung. Der Kundenkompass hat seine Pilotphase bereits abgeschlossen und wird derzeit ausgerollt.

Die Provinzial als Erlebnis begreifen

Um zu erkennen, womit wir unsere Kunden begeistern können, möchten wir ihre gesamte „Kundenreise“ von der Idee bis zum Kauf nachvollziehen (siehe Grafik). Dieses Vorgehen nutzen wir auch im Nachhaltigkeitsbereich, um unsere Produkte von der Entwicklung bis zur Leistungserbringung so attraktiv wie möglich gestalten zu können.

Nachhaltigkeit in den Fokus rücken

Zur Kundenreise gehört es, dass wir als Versicherer zum Thema Nachhaltigkeit noch besser wahrgenommen werden. Dazu arbeiten wir daran, unsere [Produkte und Services mit Nachhaltigkeitsbezug](#) auf der einen Seite klar erkennbar zu vermarkten und auf der anderen Seite gezielt auf nachhaltigkeitsinteressierte Kunden zuzugehen. In der Unternehmenskommunikation gehen wir deshalb zielgruppenspezifisch auf nachhaltigkeitsrelevante Themen ein, beispielsweise indem wir auf Social Media oder unserer Homepage über Themen wie klimafreundliche Mobilität oder den richtigen Umgang mit Sturmschäden berichten.

Kunden auf ihrer Nachhaltigkeitsreise begleiten



Neukunde

Ich möchte mir ein **Elektroauto** kaufen.



Ich habe eine **Kfz-Versicherung** inkl. **All-Risk-Schutz** für den Akku abgeschlossen.



Leistung

Ich habe einen **Sturmschaden** an meiner **Photovoltaikanlage** und möchte eine **Schadenserstattung**.



Ich erhalte meine **Schadenserstattung**.



Service

Ich habe nach Starkregen **Wasser im Keller** und muss meine **Heizung** austauschen.



Ich bekomme **Beratung und Hilfe** bei Auswahl und Installation einer **energieeffizienten Heizung**, die zu mir passt.

Unsere Roadmap für die Kundenbegeisterung

Auf die Kunden, fertig, los!

Mit dem Ziel, unseren Kunden stets das richtige Angebot zum passenden Zeitpunkt und über den richtigen Kanal zu liefern, haben wir das Projekt „Customer Analytics“ ins Leben gerufen. Wir wollen die Kundenansprache über verschiedene Kanäle intensivieren und die Prozesse kontinuierlich verbessern, denn jeder Kunde hat individuelle Ansprüche und Bedürfnisse. Wir schaffen eine Infrastruktur für Analytics und analysieren unter anderem unternehmensweit Kundeninteraktionen und werten sie aus. So können wir auch die Bedeutung von Nachhaltigkeit herausarbeiten. Basierend darauf passen wir unsere Kommunikationsstrategie an und entwickeln sie kontinuierlich weiter. Wir wollen nachhaltigkeitsaffine Kunden gezielt ansprechen und individuell beraten. Die Nachfrage wird immer mehr zunehmen – wir werden dafür gewappnet sein.

Die Provinzial in der Hosentasche

Ein weiteres wichtiges Element für die Attraktivität unserer Angebote ist die Digitalisierung unserer Prozesse. Nach der Fusion der Provinzial Rheinland Versicherung mit dem Provinzial Nordwest Konzern führen wir zunächst unsere Kundenportale zusammen und vereinen sie unter dem Titel [MeineProvinzial](#). Unsere Kunden werden in Zukunft ausschließlich dieses Portal nutzen, und zwar von überall, auch auf dem Smartphone. So können sie leichter und schneller auf ihre Daten zugreifen, Dokumente hoch- oder herunterladen,



Baum statt Brief

Im Rahmen der Aktion „Baum statt Brief“ konnten wir 2021 10.000 Kunden davon überzeugen, dass ein elektronischer Briefkasten gegenüber dem Versand mit der Post deutliche Vorteile bietet und gleichzeitig den Papierverbrauch reduzieren. 1.200.000 Blatt Papier haben wir so eingespart – und zwei neue Pflanzaktionen im schleswig-holsteinischen Kaltenkirchen und im sauerländischen Warstein mit unseren Mitarbeitern gestartet.



Verträge abschließen oder einen Schaden melden. Zusätzlich werden alle unsere Geschäftsstellen nach und nach digitalisiert. Kunden werden Termine künftig online buchen, ihre Berater über verschiedene Kanäle kontaktieren und alle wichtigen Informationen abrufen können.

Papier sparen und Bäume pflanzen

Schritt für Schritt hilft MeineProvinzial so auch, unsere Prozesse nachhaltiger zu gestalten. In erster Linie wirkt sich die Digitalisierung der Kundenreise auf unseren Papierverbrauch aus:

Anträge, Verträge, Schadensabwicklung, all das geschieht derzeit oft noch auf Papier. Auch wenn ein einzelner Brief keinen großen Unterschied macht – in der Summe aller unserer Kunden verbirgt sich hier ein enormes Einsparpotenzial. Mit unserer Aktion „Baum statt Brief“ (siehe Infokasten) unterstützen wir aktiv den Wechsel von Papier zur digitalen Kundenkommunikation. Dabei gibt es noch einen weiteren positiven Effekt: Gerade umweltbewusste Kunden wissen es zu schätzen, wenn wir gemeinsam mit ihnen Papier sparen und freuen sich über jedes eingesparte Blatt.

Zukunft verbindet: Digitalisierung und Nachhaltigkeit

Handlungsfeld Digitalisierung

Wir bei der Provinzial betrachten Digitalisierung als Motor, um unseren Kunden den bestmöglichen Service zu bieten – aber auch, um das Thema Nachhaltigkeit voranzubringen. Dazu fördern wir die digitale Transformation im Unternehmen und entwickeln Konzepte für den Einsatz ressourcenschonender Technologien.

Unsere wichtigsten Ziele

Digitalisierung
von Prozessen

Nachhaltige
IT-Beschaffung
und Entsorgung

Blick in die
Zukunft mit
DigiLab



Handlungsfeld Digitalisierung – Darum geht es

Der Schlüssel zur Zukunft

Digitale Technologien können einen wichtigen Beitrag zur Nachhaltigkeitstransformation leisten. Deshalb betrachten wir die Digitalisierung als Chance, um Nachhaltigkeit voranzubringen und in den Konzernprozessen zu verankern. Schließlich bedingen sich beide Ziele gegenseitig: Unsere ambitionierten Nachhaltigkeitsziele brauchen eine Digitalisierung der Unternehmensprozesse und treiben sie so voran. Umgekehrt können digitale und innovative Lösungen auf Klima- und Umweltschutz einzahlen. Ein strategischer Ansatz, der beide Aspekte integriert, ist daher der Schlüssel zur Zukunft.

Digital = Grün? So einfach ist es nicht.

Laut einer [Studie](#) aus dem Jahr 2021 werden IT-Themen in Nachhaltigkeitsstrategien nur selten berücksichtigt. Doch so sehr die Digitalisierung eine nachhaltige Entwicklung unterstützen kann, so ressourcenintensiv sind die dafür notwendigen Technologien. Dem möchten wir entgegenwirken und befassen uns gründlich auch mit den negativen Auswirkungen unserer Unternehmens-IT. Dadurch, dass Digitalisierung ein zentrales Handlungsfeld unseres GREENPRINTs ist, ermöglichen wir außerdem, dass die digitale und die Nachhaltigkeitstransformation Hand in Hand im Unternehmen umgesetzt werden können.

Ein gut durchdachter Bauplan

Für eine konzernweite digitale Transformation braucht es einen gut durchdachten Bauplan inklusive passender Innovationsprozesse. Ob in der Prozessdigitalisierung oder im IT-Betrieb entlang der Wertschöpfungskette – eine erfolgreiche Umsetzung dieser Vorhaben hängt von den richtigen Ausgangs-

bedingungen ab. Dazu gehört auf der einen Seite eine moderne digitale Infrastruktur mit passender Hardware. Doch die beste Ausstattung nützt nichts, wenn die Technik nicht genutzt wird. Deshalb ist auf der anderen Seite die Akzeptanz für digitale Themen ein Kernelement dieses Handlungsfeldes, und zwar in allen Altersklassen.

DigiLab – OPEN YOUR MIND

Unser digitaler Kulturwandel funktioniert nur, wenn wir alle Mitarbeiter für unsere digitalen Ziele gewinnen und innovative Wege finden, um Hemmschwellen bei technischen Veränderungen zu überwinden. Aus dieser Motivation heraus wurde die Idee der DigiLabs geboren. Die DigiLabs sind Räume, die alle Provinzialer bereichsübergreifend zum Austauschen, Netzwerken und zur Beteiligung an gemeinsamen Aktivitäten und Veranstaltungen einladen. Die Gestaltung und Ausstattung der Labs sind so konzipiert, dass Akzeptanz, Kreativität und Innovationskraft gefördert und unsere Mitarbeiter fit für den Umgang mit digitalen Tools, Methoden und moderner Technik gemacht werden. Kiel und Münster sind bereits erfolgreich ausgestattet. Eine Erweiterung ist für 2022 geplant.



Das passiert bereits

Von der Ausnahme zum „New Normal“

Die Coronapandemie hat eine völlig neue Normalität der Arbeitswelt geschaffen, die viele Mitarbeiter auch in Zukunft nicht mehr missen wollen. Innerhalb kürzester Zeit hat sich der Arbeitsplatz vom Büro nach Hause verlagert. In diesem Zuge schafften wir es, unsere Mitarbeiter schnellstmöglich mit der notwendigen Hard- und Software auszustatten und sie mit hilfreichen digitalen Tools und Methoden vertraut zu machen. Längst haben wir die Vorteile des hybriden Arbeitens erkannt, auch in Sachen Nachhaltigkeit: Weniger Pendlerverkehr, mehr Flexibilität. Deshalb möchten wir dieses „New Normal“ auch jenseits der Pandemie weiter ermöglichen.

Einkaufen mit grünem Gewissen

Um die negativen Auswirkungen der Digitalisierung so gering wie möglich zu halten, diskutieren wir unter anderem, inwiefern die unternehmensweite Umstellung auf digitale Prozesse und Tools zu einem erhöhten Ressourcen- und Energieverbrauch führt und welche neuen Anforderungen sie an unsere Mitarbeiter stellt. Ein derzeitiger Fokus sind die nachhaltige Beschaffung und die Entsorgung von Hardware.

Obwohl uns im Bereich Beschaffung leider oft die Hände gebunden sind, da heute noch keine nachhaltig produzierte IT-Hardware zu erwerben ist, haben wir den gesamten Beschaffungsprozess überprüft. Wir planen, Lieferanten zukünftig nach ESG-Kriterien zu bewerten und unsere Lieferkette so nachhaltig und transparent wie möglich zu machen.

ReUse und Recycling von IT-Geräten

Unsere IT-Hardware erhält durch die Zusammenarbeit mit AfB social & green IT ein zweites Leben. Das gemeinnützige Unternehmen AfB bereitet IT-Geräte für die Wiedervermarktung auf. Dabei können wir dank eines zertifizierten Löschprozesses auf maximale Datensicherheit vertrauen. 2021 wurden etwa 2.200 unserer Altgeräte an AfB übergeben, wovon 32 Prozent wiedervermarktet werden konnten. Die restlichen Geräte wurden fachgerecht zerlegt und recycelt. Durch die Kooperation tragen wir zur Reduktion von Elektroschrott und zur Schonung von Rohstoff- und Energiereserven bei.



Ebenfalls diskutiert haben wir das Thema Verpackungen. Hier suchen wir weiterhin nach nachhaltigeren Alternativen.

Bei der Entsorgung sind wir stolz auf die Kooperation mit Europas größtem gemeinnützigem IT-Unternehmen, AfB social & green IT.

Stichwort Empowerment

Die Digitalisierung birgt viele Chancen, auch für unsere Mitarbeiter. Hybride Arbeitsmodelle sind dafür ein entscheidendes Ventil, denn Eigeninitiative oder Selbstorganisation bieten mehr Freiheit. Damit dieser Wandel gelingen kann, sind nicht nur technische, sondern auch kulturelle Hürden zu überwinden. Mit Dialog-Veranstaltungen oder externen Vorträgen bieten wir Raum für die Entwicklung neuer Ideen in den Fachbereichen. Zusätzlich erweitern wir fortlaufend das konzernweite Angebot von Methodenworkshops, auch zum Thema Nachhaltigkeit in der IT.

Innovationskraft schaffen

Innovationen sind die Triebfeder für die nachhaltige Transformation. 2019 gründeten deshalb die Provinzial NordWest und die Provinzial Rheinland gemeinsam mit zwei weiteren öffentlichen Versicherern die innovations- und digitalisierungsfabrik gmbh, kurz [id-fabrik](#). Dort generieren wir gemeinsam mit unseren Kunden innovative Ideen und entwickeln erste Prototypen zu unseren Produkten und Services von morgen.

Auch in anderen Bereichen setzen wir auf die gemeinschaftliche Entwicklung innovativer Lösungen. Mit tretty oder veomo sind hier besonders im Bereich der Mitarbeitermobilität schon spannende Kooperationen mit Start-ups zustande gekommen (siehe Kapitel Arbeitgeberattraktivität). Auch das [InsurLab Germany](#), bei dem wir Mitglied sind, veranstaltet inzwischen jährlich einen „Topic Day Nachhaltigkeit“, um neue Impulse zu setzen und weitere Kooperationen anzubahnen.



Unsere Roadmap für die Digitalisierung

Energiehunger begrenzen – gewusst wie

Unser Ziel ist es, die Bewertung der ganzheitlichen Energieeffizienz unserer Rechenzentren zu verbessern. Für eine grünere und effizientere Performance müssen Betriebskonzepte neu gedacht und angepasst werden. Wir messen, wie viel Energie und Ressourcen unsere Rechenzentren verbrauchen und können so eine Klimabilanz aufstellen ([Scope 3](#)). Mithilfe konkreter Kennzahlen, die wir aufbauen wollen, werden wir Maßnahmen erarbeiten, um dieses Ziel zu erreichen.

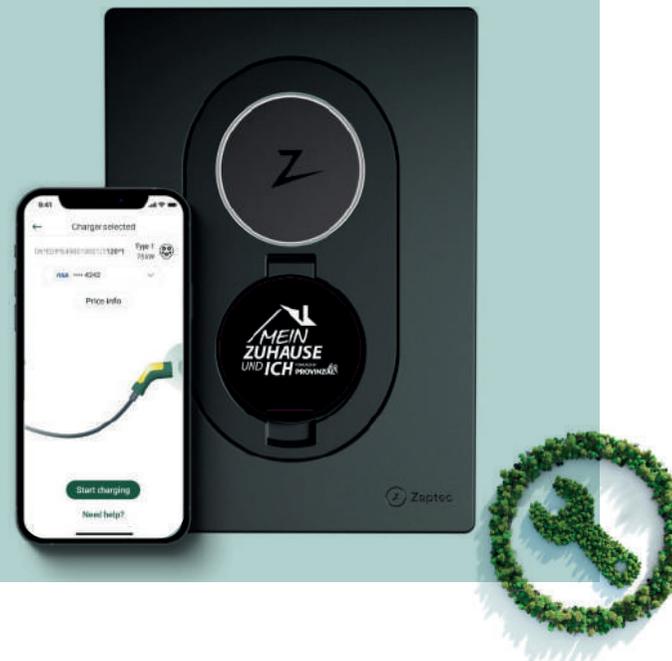
Überfüllte Aktenorder ade!

Es ist keine revolutionäre Idee, aber deshalb nicht weniger wirkungsvoll: Wir verabschieden uns vom Großteil unserer Drucker und setzen stattdessen immer mehr auf digitale Alternativen. Indem wir attraktive Angebote für Mitarbeiter und Kunden schaffen, sparen wir Papier. So findet unser Tagesgeschäft längst nicht mehr nur vor Ort, sondern auch online statt. Weitere innovative digitale Geschäftsmodelle sind in Planung – schließlich steht für uns an erster Stelle, schnell und flexibel auf neue Kundenbedürfnisse zu reagieren. Das Kundenportal MeineProvinzial (siehe auch Kapitel [Kundenbegeisterung](#)) sowie die Plattform "MeinZuhause und ich" (siehe Infokasten) sind erste nennenswerte Meilensteine. In Planung ist außerdem eine Weiterentwicklung des Kundenportals. Dort sollen Kunden- und Vertriebspartnerbedürfnisse noch besser berücksichtigt werden.

MeinZuhause und ich

Mit dem Ziel, Kunden durch attraktive digitale Angebote zu begeistern, ist die Idee zur Plattform "MeinZuhause und ich" entstanden. Mit einem kostenlosen Konto auf www.meinzuhaeuseundich.de erhalten unseren Kunden Zugang zu einem kompetenten Netzwerk für Handwerkerdienstleistungen direkt aus der Region. Aufträge rund ums Eigenheim können dort einfach online gebucht, nachverfolgt und abgewickelt werden. Die Plattform hat einen expliziten Nachhaltigkeitsfokus: Wir unterstützen unsere Kunden dabei, nachhaltiger zu wohnen und bieten beispielsweise Dienstleistungen für energetische Sanierungen, die Installation von Solaranlagen oder Wallboxen an. Die Plattform verkürzt Kommunikationswege, ermöglicht Anbietern eine schnellere Reaktion auf Kundenanliegen und lässt Nutzer Prozesse transparent von zu Hause aus nachverfolgen.

Ein Highlight bei "MeinZuhause und ich": in Europa hergestellte Wallboxen inklusive Installation. Die Besonderheit: Über die "MeinZuhause und ich"-App können unsere Kunden die Boxen steuern und finden europaweit Ladepunkte inklusive Abrechnungsroaming.



Hand in Hand in die digitale Zukunft

Wie schaffen wir es, auch den größten Digitalisierungsmuffel mit an Bord zu holen? Ganz einfach: Indem wir weiterbilden und unsere Mitarbeiter nicht allein lassen. Konkrete Initiativen sind dabei beispielsweise das Projekt #DigitalerChampion, das Anfang 2022 angelaufen ist. Im Rahmen des Projekts

bilden wir Mitarbeiter zu Multiplikatoren für den Umgang mit intelligenten Tools aus – zu Digitalen Champions in ihrem jeweiligen Tätigkeitsbereich. Mit diesem Wissen ausgestattet, beraten und unterstützen sie ihre Kollegen. Grundsätzlich steht jedem Mitarbeiter ein breites Weiterbildungsangebot für den Umgang mit digitalen Infrastrukturen zur Verfügung.

Wir fürs Klima: Die Provinzial als Vorbild

Handlungsfeld Ressourcenschonung

Zentrales Ziel unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist die Begrenzung der Klimaerwärmung auf deutlich unter 2°C. Diesem Ziel können wir nur dann gerecht werden, wenn wir selbst konsequent für Klima- und Ressourcenschutz eintreten. Unser Schwerpunkt liegt im Handlungsfeld Ressourcenschonung deshalb darin, Geschäftstätigkeiten der Provinzial so zu gestalten, dass sie mit dem Pariser Klimaschutzabkommen in Einklang stehen.

Unser wichtigstes Ziel

Klimaneutralität
in Scope 1 und 2 bis

2025



Handlungsfeld Ressourcenschonung – Darum geht es

Mehr tun, um weniger zu verbrauchen

Ob Haftpflicht-, Lebens- oder Hausratversicherung – unsere Produkte nehmen in ihrer „Herstellung“ nur indirekt natürliche Ressourcen in Anspruch. Unsere größte indirekte Wirkung haben wir dabei durch unsere [Kapitalanlage](#). Doch auch wir verbrauchen Ressourcen, um unsere Produkte entwickeln und anbieten zu können; beispielsweise, wenn wir unsere Büros heizen oder unsere Mitarbeiter zur Arbeit kommen. Hier haben wir selbst Einfluss – und den möchten wir nutzen.



Wort halten – auch beim Pariser Klimaschutzabkommen

Unsere Kunden können sich auf uns verlassen, das ist Teil unseres Selbstverständnisses. Dazu gehört auch, dass wir uns selbst in die Pflicht nehmen. Dabei orientieren wir uns an der Nachhaltigkeitspositionierung des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungsgesellschaft (GDV): Erstes Ziel im Bereich Ressourcenschonung ist es, in unseren eigenen direkten und indirekten energiebezogenen Emissionen (Scope 1 und 2, siehe auch nächste Seite) klimaneutral zu werden. Mittelfristig geben wir uns damit allerdings nicht zufrieden. Um unseren Beitrag zur Begrenzung des globalen Temperaturanstiegs auf 1,5 Grad Celsius zu leisten, müssen wir nämlich das mittels einer [XDC-Analyse](#) für uns berechnete, begrenzte Klimabudget einhalten und unsere CO₂-Emissionen – auch aus Scope 3 – entsprechend weiter reduzieren.

Wir kennen unsere Stellschrauben. Zeit, dass sich was dreht!

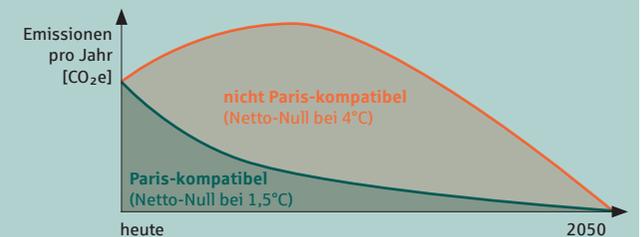
Um unsere ambitionierten Klimaschutzziele im Sinne des Pariser Klimaschutzabkommens zu erreichen, müssen wir nicht nur unsere [Kapitalanlage](#) neu strukturieren, sondern auch an den entscheidenden Stellschrauben in unserem Unternehmen drehen. Unsere [XDC-Analyse](#) hat gezeigt: Vor allem im Gebäudemanagement, in der Mitarbeitermobilität, aber auch im In- und Outputmanagement sowie unseren Betriebsrestaurants liegt großes Potenzial, um unseren CO₂-Fußabdruck zu verringern. Doch auch die übrigen Unternehmensbereiche wie IT, Einkauf, Vertrieb und Personal haben Einfluss auf die von uns verbrauchten Ressourcen und verursachten Emissionen. Umso wichtiger also, dass alle mit an Bord sind.

Klimaneutral, Netto-Null und Klimabudget – was verbirgt sich hinter diesen Begriffen?

Als **klimaneutral** werden in der Regel Prozesse bezeichnet, die in Summe keine negativen Auswirkungen auf das Klima haben, weil die Menge an Treibhausgasen in der Atmosphäre durch sie rechnerisch nicht erhöht wird. Dafür müssen Emissionen entweder vermieden oder aber kompensiert werden, beispielsweise durch Investitionen in erneuerbare Energien über den eigenen Verbrauch hinaus. Im Zusammenhang mit dem Pariser Klimaziel taucht auch immer wieder der Begriff der **Netto-Null-Emissionen** auf. Hier werden Emissionen im Sinne des 1,5-Grad-Ziels vermieden, verbleibende Emissionen werden durch Klimaschutzprojekte ausgeglichen. Eine Herausforderung dabei: Die Berechnung der Menge an Emissionen, die im Sinne des 1,5-Grad-Ziels pro Jahr ausgestoßen werden dürfen, muss regelmäßig nachgeschärft werden. Weltweit dürfen wir als Unternehmen und Privatpersonen nämlich nur noch eine bestimmte Gesamtmenge an CO₂-Emissionen freisetzen, um das 1,5-Grad-Ziel zu erreichen – unser **Klimabudget**. Verbrauchen wir heute mehr, bleibt für die Zukunft weniger Budget übrig. In der nachfolgenden Grafik ist das an der Fläche unter der Kurve zu erkennen.

Für die Zeit nach 2050 sieht das Klimaschutzabkommen übrigens vor, die Treibhausgase in der Atmosphäre aktiv zu reduzieren. Werden mehr Treibhausgase aus der Atmosphäre entnommen als freigesetzt, dann spricht man von einer **klimapositiven Wirkung**.

Klimaneutral bis 2050 – zwei Wege mit unterschiedlicher Wirkung



Das passiert bereits

Unsere Wirkung sichtbar machen

Ein wichtiger Schritt für den Ressourcenschutz ist es, die Ressourcenverbräuche im Unternehmen messbar zu machen und dann für die Steuerung des Unternehmens zu nutzen. Deshalb quantifizieren wir unsere Umweltwirkungen in den Bereichen Energie, Wasser, Abfall, Papierverbrauch, CO₂-Emissionen und Kompensationsleistungen und entwickeln Maßnahmen. Für unsere Emissionen orientieren wir uns

dabei am Greenhouse Gas Protocol, das die Emissionen in Scopes einteilt (siehe Grafik). Bei Scope 1 und 2 sind wir in der Messung schon gut aufgestellt, bei Scope 3 arbeiten wir teilweise noch an der Informationsbeschaffung.

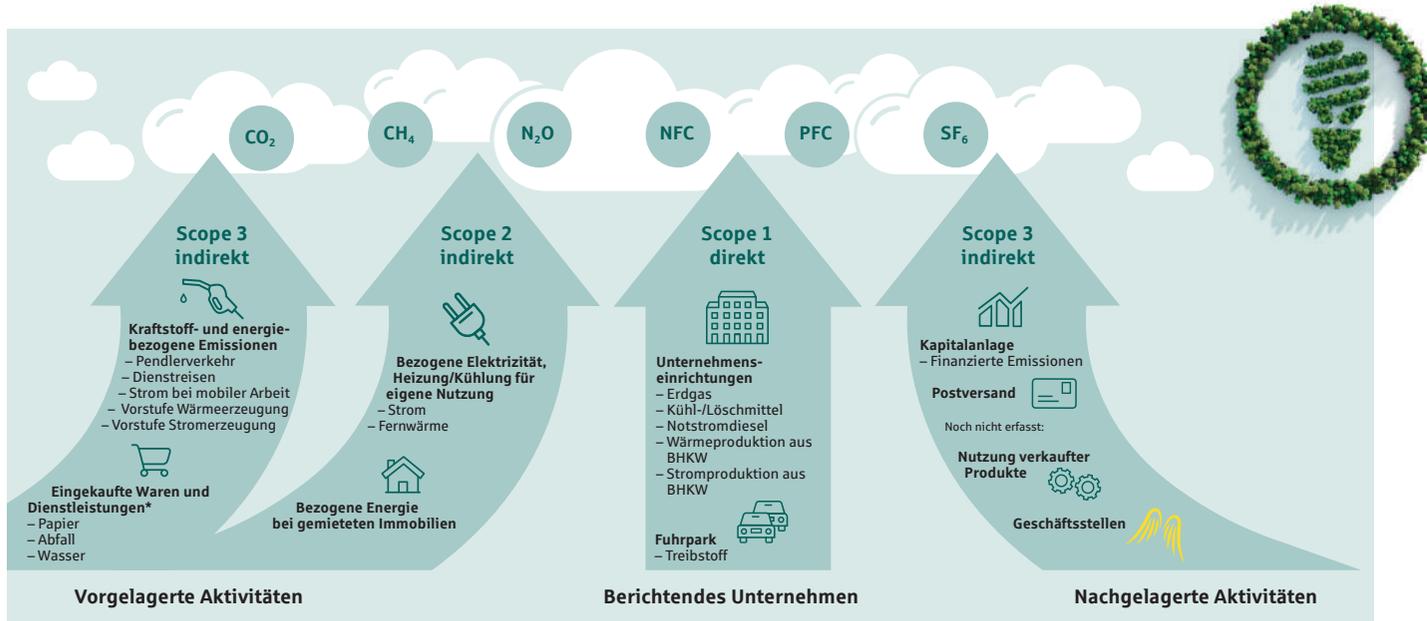
Wir nutzen Erneuerbare!

Bei unserem wichtigsten Hebel, unserem eigenen Energieverbrauch, bauen wir auf eine gute Mischung: Einen Teil unserer Energie gewinnen wir selbst aus der Kraft der Natur, beispielsweise über Photovoltaikanlagen und Solarthermie. Effiziente Blockheizkraftwerke nutzen wir zudem zur Kraft-

Wärme-Kopplung. Auch bei Strom, den wir nicht selbst produzieren, sind wir möglichst klimafreundlich unterwegs: Alle Provinzial-Standorte werden mit Ökostrom versorgt. Zusätzlich stellen wir beispielsweise mit LED-Beleuchtung und einem umfassenden Monitoring des Energieverbrauchs unserer internen und externen **Rechenzentren** vielerorts einen möglichst geringen Verbrauch sicher. Darüber hinaus machen wir uns die Technik für mehr Energieeffizienz zunutze und bringen zum Beispiel unsere Lüftungsanlagen an allen Standorten auf den neuesten Stand.

Weniger ist mehr – Ressourcen sparen, wo es geht

Auch wenn viele Augen auf dem Klimaschutz liegen: Es gibt noch eine Vielzahl weiterer planetarer Grenzen, die es zu wahren gilt. Dabei hilft es, kreativ zu werden! So sammeln wir an unserem Standort in Düsseldorf in einer Zisterne Regenwasser, das anschließend für Toilettenspülungen und für die Bewässerung von Pflanzen genutzt wird. An Trinkwasserspendern können unsere Mitarbeiter ihre Mehrwegflaschen auffüllen. Unsere **Azubi-Werkstatt: Nachhaltigkeit** setzt dagegen auf den Faktor Mensch: Hier entwickeln unsere Auszubildenden Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung und Verhaltensänderung und setzen diese nicht selten direkt in die Tat um. So führten wir als ein Ergebnis zum Beispiel Mehrwegbecher in unserem Mitarbeiter-Café ein. Mit unserem Werte- und Kulturprozess wollen wir nachhaltiges Nutzerverhalten zukünftig auch jenseits von Einzelmaßnahmen fest in der Unternehmenskultur verankern.



Der Kaffeebecher-Verbrauch in der Provinzial liegt bei **5.000 Stück/Monat**

Unsere Roadmap für den Ressourcenschutz

Nach vorn gehen – mit wissenschaftlicher Begleitung

Wer neue Pfade gehen will, dem hilft kompetente Begleitung. Die Provinzial beteiligt sich mit allen Unternehmensstandorten an dem Projekt „Wege zum klimaneutralen Unternehmen“, einer Kooperation des Klimaschutz-Unternehmens e. V. und des Fachgebiets „Umweltgerechte Produkte und Prozesse“ (upp) der Universität Kassel. Im Projekt werden die Emissionen (Scope 1, 2 und 3) der Provinzial analysiert und darauf aufbauend ein individueller Fahrplan für unser Klimaneutralitätsziel entwickelt.

Ein Dienstwagenkonzept für die Zukunft

Neue Konzepte für unsere **Mitarbeitermobilität** sind zentraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsbemühungen. Aktuell entwickeln wir vor diesem Hintergrund ein zeitgemäßes Dienstwagen-Konzept. Darin etablieren wir unter anderem Regelungen für die Beschaffung von Elektrofahrzeugen und legen eine CO₂-Obergrenze für die Dienstwagenflotte fest. Wir planen außerdem, keine Fahrzeuge mit reinen Verbrennungsmotoren mehr anzuschaffen, sodass unsere Flotte nach und nach auf E-Mobilität umgestellt wird.



Ein guter Plan fürs Klima

Neben der Prüfung und Entwicklung eines Energiekonzepts zur Ablösung von Blockheizkraftwerken prüfen wir derzeit auch Fernwärmeanschlüsse und den Ausbau der Eigenstromerzeugung aus Photovoltaik. Darüber hinaus setzen wir auf Energieeffizienzmaßnahmen durch Instandhaltung und Modernisierung, vor allem im Gebäudebereich, und die Entwicklung eines nachhaltigen Mobilitätskonzeptes. Auf dem Weg zur Klimaneutralität nutzen wir darüber hinaus Waldprojekte, um den (noch) nicht vermeidbaren Emissionen unserer Geschäftstätigkeit eine positive Klimawirkung entgegenzusetzen. Dabei arbeiten wir mit dem Verein PRIMAKLIMA e. V. zusammen. Externe Gutachter des B.A.U.M. e. V. überprüfen die Projekte dahingehend, wie viel Kohlenstoff sie tatsächlich binden.

Ressourcenschutz ist mehr als CO₂ sparen

Mit einer konzerneinheitlichen Umweltleitlinie wollen wir den Umweltschutz auch über die reine Betrachtung von Emissionen hinaus fest in den Alltag bei der Provinzial integrieren. Dabei haben wir uns selbst das Versprechen gegeben, das Ambitionsniveau bestehender Vereinbarungen, Maßnahmen und Prozesse auszubauen. So wollen wir beispielsweise unsere Macht als Konsument im Sinne der Nachhaltigkeitstransformation nutzen und berücksichtigen ab 2022 ESG-Kriterien im Einkauf. Das führt unter anderem zu mehr saisonalem Gemüse in unseren Kantinen und zur schrittweisen Abschaffung reiner Verbrennungsmotoren in unserer Dienstwagenflotte.

Die Menschen machen den Erfolg

Handlungsfeld Arbeitgeberattraktivität

Jobsuchende kennen ihren Wert. Entsprechend hoch sind die Ansprüche an ihren aktuellen und zukünftigen Arbeitgeber. Dabei gewinnen nicht-finanzielle Faktoren immer mehr an Bedeutung. Mit der richtigen Strategie wollen wir nicht nur neue Mitarbeiter gewinnen, sondern unsere Belegschaft langfristig halten und weiterentwickeln. Nicht zuletzt sollen sich unsere Mitarbeiter mit der Provinzial und mit dem was wir tun identifizieren können.

Unsere wichtigsten Ziele

CO₂-Reduktion
bei Mobilität

Fokus
Diversität

Harmonisierung
New Work



Handlungsfeld Arbeitgeberattraktivität – Darum geht es

Auf Stärken aufbauen: Unsere Arbeitgebermarke



19,4 Jahre – so lange arbeiten unsere Mitarbeiter im Durchschnitt bereits im Unternehmen. Auf diese Zahl sind wir stolz, doch auch uns stellen der umkämpfte Arbeitsmarkt und der demografische Wandel vor neue Herausforderungen. Eine zukunftsorientierte, authentische Arbeitgebermarke ist daher wichtiger denn je, um die richtigen Talente zu gewinnen, zu halten und weiterzuentwickeln. Themen wie Nachhaltigkeit, Wertschätzung, kollegiales Miteinander oder eine gute Work-Life-Balance stehen dabei im Fokus.

Im Handlungsfeld Arbeitgeberattraktivität möchten wir die vielfältigen Kompetenzen unserer Mitarbeiter nutzen und die Weiterentwicklung vorantreiben.

Veränderung ist eine Chance

Mit der Fusion des Provinzial NordWest Konzerns und der Provinzial Rheinland Versicherung hat sich der Provinzial Konzern neu aufgestellt. Im Rahmen eines fusionsbegleitenden Change-Management-Prozesses wollen wir als Arbeitgeber unsere Mitarbeiter darin bestärken, die Veränderung als Chance zu begreifen und die Herausforderungen der Zukunft mutig anzunehmen – mit eigenen Ideen und viel Raum für Mitgestaltung. Wir sind überzeugt: Aufbauend auf den Grundwerten der Provinzial, können wir so die Voraussetzungen schaffen, um unser auf Nachhaltigkeit ausge-

richtetes Geschäftsmodell überzeugend nach außen zu vertreten und eine Kultur der Offenheit und Wertschätzung zu etablieren.

Unser Versprechen halten

Mit dem Ziel, potenzielle Arbeitnehmer durch unsere Arbeitgebermarke zu akquirieren und langfristig zu halten, setzen wir bereits jetzt eine Vielzahl an strategischen Maßnahmen um. Im Fokus stehen insbesondere sechs Aspekte: Kultur, Führung, Digitalisierung, Arbeit und Gesundheit, Diversität und Mobilität. Unsere Aufgabe ist es, das Thema Nachhaltigkeit bei der Weiterentwicklung all dieser Bereiche stets im Blick zu behalten – denn nur so können wir unsere Nachhaltigkeitsziele erreichen.

Schwerpunkte im Bereich Arbeitgeberattraktivität



Kultur



Führung



Digitalisierung



Arbeit und Gesundheit



Diversität



Mobilität



Das passiert bereits

Wie wir Arbeit neu denken wollen

„New Work“ – kaum ein Thema war in den letzten zwei Jahren so relevant und so heiß diskutiert. Längst ist klar, dass hybrides Arbeiten vom Büro und von zu Hause aus die Arbeitswelt auch nach der Pandemie bereichern wird. Freiheit, Selbstständigkeit, aber auch weniger Emissionen durch den Pendelverkehr – hier spricht einiges für flexibles Arbeiten, auch in Zukunft.

Für uns hat eine Personalpolitik Priorität, die die Diversität unserer Mitarbeiter wertschätzt und eine gesunde und motivierte Belegschaft hervorbringt. Zu Recht setzen Arbeitnehmer heute voraus, Privatleben und Beruf vereinbaren und sich über ihre Kerntätigkeit hinaus mit eigenen Ideen einbringen

zu können. Unsere „Azubi-Werkstatt: Nachhaltigkeit“ (siehe Infokasten) ist nur eines von zahlreichen Angeboten, die genau das ermöglichen.

Eine gesunde Organisation mit gesunden Beschäftigten

Gesundheitsförderung ist ein weiteres zentrales Element unserer Arbeit. Wir schaffen für unsere Beschäftigten gesunde Rahmenbedingungen am Arbeitsplatz und fördern sowohl ihr körperliches als auch psychisches und soziales Wohlbefinden. Unsere Angebote reichen von Betriebssport über aktive Pausengestaltung bis hin zu Online-Fitnesskursen. Ergonomie-Scouts unterstützen dabei, den Arbeitsplatz ergonomisch einzurichten und körperlichen Belastungen vorzubeugen. Für eine gesunde Ernährung sorgen frische Mahlzeiten der Kantinen an allen Standorten, die in Kiel und Münster JOB&FIT-zertifiziert sind.

Azubi-Werkstatt: Nachhaltigkeit

Die Werkstatt bietet unseren Azubis die Möglichkeit, gemeinsam Ideen rund um Ökologie, Ökonomie und Soziales im Betrieb zu entwickeln. Sie organisieren sich selbst in Workshops, Mitmach-Aktionen und suchen spannenden Input, z. B. durch Vorträge zu verschiedenen Themen wie Zero Waste, grüne Mobilität oder Biodiversität. Nachhaltigkeit wird dadurch konkreter und motiviert die jungen Menschen, den Wandel bei der Provinzial mitzugestalten. Die Azubis erhalten eine Plattform, um sich dort aktiv einzubringen und selbstständig Impulse für eine nachhaltigere Unternehmenskultur zu setzen. Mit Erfolg: So konnten beispielsweise die Kaffeebecher in den Betriebskantinen an vielen Standorten durch ein Mehrwegsystem ersetzt oder ein Projekt zum Schutz der Honigbienen ins Leben gerufen werden.



Provinzial macht mobil

Klimafreundliche Mitarbeitermobilität – uns ist es ein Anliegen, unsere Mitarbeiter für die Nutzung alternativer Transportmittel zu gewinnen. Im Rahmen interessanter Kooperationen und eines konzernweiten Mobilitätskonzepts können wir heute schon ein breites Mobilitätsangebot vorweisen: So kommen einige schon mit dem JobRad zur Arbeit. Den Kollegen in Münster stehen die Fahrräder von tretty zur Verfügung und denen in Kiel die der SprottenFlotte. Wer es weniger sportlich bevorzugt, kann ein Jobticket beantragen oder verschiedene Carsharing Services wie beispielsweise Wuddi in Münster nutzen. Einen Überblick über alle verfügbaren Mobilitätsangebote inklusive Echtzeit-Fahrplänen erhalten die Provinzialer digital dank der Software von veomo, die wir zurzeit testen. Auch am #STADTRADELN-Wettbewerb oder der „Mit dem Rad zur Arbeit“-Challenge nehmen wir seit einigen Jahren teil.

Unsere Roadmap für die Arbeitgeberattraktivität

Grün ans Ziel kommen

Neben unseren Maßnahmen zu alternativen Antrieben bei unseren Dienstwagen (siehe [Infokasten](#)) umfasst unser konzernweites Mobilitätskonzept auch Dienstreisen. Diese machen neben dem Pendlerverkehr einen hohen Anteil unserer [Scope-3-Emissionen](#) aus. In den Dienstreiserichtlinien hat



die Reise per Bus und Bahn Vorrang vor Reisen mit dem Auto oder Flugzeug. Um Anreize zu schaffen, können Mitarbeiter Fahrten in der ersten Klasse buchen. Außerdem kompensieren wir seit 2020 konzernweit über atmosfair das bei Flugreisen ausgestoßene CO₂.

Erfolgsfaktor Vielfalt

Als Unterzeichnerin der Charta der Vielfalt steht die Provinzial für ein vorurteilsfreies und wertschätzendes Arbeitsumfeld. Wir fördern Diversität durch Initiativen wie das Netzwerk Rainbow@Provinzial, welches 2022 startete, oder das konzernweite Frauennetzwerk „Perspektive Frau“. Weitere Inklusionsprojekte und Stammtische sollen folgen. Egal ob ein Mitarbeiter kurz vor dem Renteneintritt steht oder frisch aus der Elternzeit kommt – wir bieten schon heute eine lebensphasengerechte Weiterbildung und vielfältige Möglichkeiten, Beruf und Familie besser zu vereinbaren. Angebote wie unsere betriebseigenen Kinder(not)betreuungen, Eltern-Kind-Büros oder der Wäsche-Service sind an verschiedenen Standorten verfügbar.

Kompetent auf den passenden Karrierepfad

Digitale Kompetenzen sind elementare Soft-Skills im Unternehmen. Nicht nur hierfür bieten wir ein umfangreiches Angebot an internen und externen Weiterbildungsmöglichkeiten. Im Rahmen des Projekts #OneHR möchten wir ab 2023 konzernweit alle Fort- und Weiterbildungstage der Belegschaft erfassen und vollumfänglich auswerten. Auf Grundlage dieser Auswertungen wird es uns in Zukunft

leichter fallen, unser Angebot an den aktuellen Bedarfen auszurichten und unsere Fortschritte zu dokumentieren.

Gleichzeitig arbeiten wir intensiv an der Weiterentwicklung vielfältiger, attraktiver Karrierepfade wie beispielsweise SideLead, Fachkarriere, ProCareer oder PROFil.



Ausblick

Die vorliegende Version des GREENPRINTs ist der Startpunkt für die gemeinsame Nachhaltigkeitsreise des Provinzial Konzerns. Mit den richtigen Kennzahlen und Maßnahmen möchten wir nun Schritt für Schritt den gesamten Konzern für die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie aufgleisen.

Wir steuern die Zukunft an.

Ein Kernelement zur Umsetzung des GREENPRINTs sind unser Maßnahmentableau und ein dazugehöriges Kennzahlen-Setting. Für jedes Handlungsfeld definieren wir hier Ziele und Kennzahlen, an denen wir dann unsere Maßnahmen ausrichten können. So behalten wir unsere Erfolge stets im Blick und können unseren Fortschritt transparent kommunizieren. Beispiele für bereits etablierte KPIs und Maßnahmen zu jedem Handlungsfeld sind rechts dargestellt. In unserem [Nachhaltigkeitsbericht](#) ist zudem ein ausführliches Maßnahmentableau über alle Handlungsfelder enthalten.

Für die interne Steuerung nutzen wir übrigens noch eine Besonderheit: Für jedes Handlungsfeld gibt es Dashboards, die sich an den [Dimensionen](#) der Nachhaltigkeitsstrategie orientieren. Dort halten wir konkrete strategische Maßnahmen und die zugehörigen Kennzahlen schriftlich fest und entwickeln diese fortlaufend weiter. Die Dashboards geben

außerdem einen Überblick über verantwortliche Personen sowie den Investitionsbedarf. So haben die Verantwortlichen den aktuellen Status ihres Handlungsfelds stets im Blick und können Kapazitäten und Ressourcen entsprechend planen.

Das sind die nächsten Schritte

Die Rahmenbedingungen im Nachhaltigkeitsbereich sind sehr dynamisch. Um diese zu berücksichtigen und unsere Nachhaltigkeitsleistung zu optimieren, entwickeln wir den GREENPRINT kontinuierlich weiter und bauen ihn weiter aus. Dazu nutzen wir neueste wissenschaftliche Erkenntnisse und technologische Fortschritte, treiben ihre Entwicklung aktiv voran und tauschen uns in der Branche und mit anderen Organisationen zu diesen Themen aus. Nur gemeinsam können die großen Herausforderungen dieser umfassenden Nachhaltigkeitstransformation gemeistert werden.

Konkret planen wir folgende nächste Schritte:

1. Fortschritt tracken: Im Herbst 2022 werden wir für alle Handlungsfelder und die Querschnittsfunktionen den

Entwicklungsfortschritt und den Grad der Zielerreichung erheben.

2. Weitere Kennzahlen messbar machen: Wir entwickeln unser Kennzahlen-Setting in den strategischen Dimensionen insbesondere vor dem Hintergrund der Datenverfügbarkeit weiter – hier sind nach der Fusion noch nicht alle Prozesse und Systeme synchronisiert.

3. Ziele überprüfen: Wir justieren und ergänzen regelmäßig unser Zielsystem – das kann durch veränderte Rahmenbedingungen oder regulatorische Anforderungen notwendig sein.

4. Wirkung messen: Wir entwickeln die Wirkungsanalyse weiter und aktualisieren sie regelmäßig.

5. Status kommunizieren: Wir entwickeln ein Berichtsformat für Handlungsfeldverantwortliche, das Nachhaltigkeitskomitee und den Vorstand, um alle Beteiligten über die Fortschritte im Bilde zu halten.

Auszug aus unserem Kennzahlen-Setting mit Maßnahmen

Kapitalanlage	Versicherungsprodukte	Kundenbegeisterung	Digitalisierung	Ressourcenschonung	Arbeitgeberattraktivität
KPI: Anteil der nach ESG-Faktoren geprüften Kapitalanlagen	KPI: Anzahl der Versicherungsprodukte mit nachhaltigen Produktbausteinen	KPI: Net Promoter Score (NPS)	KPI: Anzahl der Geräte in Hardwareaufbereitung und Anteil der ReUse-Geräte	KPI: Emissionen Scope 1 und 2 gemessen in t CO ₂	KPI: Frauenquote auf Führungsebene und Teilzeitquote Konzern
2021: 99 %	2021: 1.26 Millionen (Komposit)	Q2/2022 NPS=25	2021: 2.200 Geräte (32 % ReUse)	2021: 8.761 t CO ₂	2021: 27 % und 23 %
Maßnahme: Weiterentwicklung KPIs zur Reduktion des CO ₂ -Fußabdrucks für liquide (kurzfristig) und illiquide Assetklassen (mittelfristig)	Maßnahme: Integration von ESG-Kriterien im Produktentwicklungsprozess	Maßnahme: Alle Maßnahmen im Konzern, die auf Kundenzufriedenheit einzahlen (u. a. neue Produkte/Prozesse)	Maßnahme: Sicherstellung einer nachhaltigen IT-Beschaffung und -Entsorgung	Maßnahme: Emissionen vermeiden und vermindern (für Details s. NHB S. 85)	Maßnahme: Entwicklung Karrierepfade

Impressum

Treten Sie mit uns in Kontakt!



Astrid Bayer
Nachhaltigkeitsbeauftragte

Provinzial Holding AG
Tel. +49 251 219-3392
Mobil +49 174 3373392
astrid.bayer@provinzial.de
www.provinzial-konzern.de

Herausgeber:

Provinzial Holding AG

Postanschrift:
48131 Münster

Hausanschrift:
Provinzial-Allee 1
48159 Münster

Redaktion und Konzept:

:response, Inh. Arved Lüth
www.good-response.de

Gestaltung und Layout:

SHE – Kommunikationsagentur GmbH
www.she-kommunikation.de

Bildnachweise:

Getty images/Lisa 5201 (Titel), ©adobe/Artista (S. 2), Provinzial (S. 3), iStock/leonard_c (S. 4), iStock/leonard_c (S. 5), iStock/kamisoka (S. 6), iStock/leonard_c (S. 6), ©adobe/nanihta (S. 7), iStock/leonard_c (S. 8), Getty Images/Cecilie-Arcurs (S. 9), iStock/leonard_c (S. 9), iStock/leonard_c (S. 10), iStock/leonard_c (S. 11), iStock/leonard_c (S. 12), ©adobe/Halfpoint (S. 13), iStock/leonard_c (S. 13), iStock/Andrey Prokhorov (S. 13), ©Adobe Stock/pressmaster (S. 15), ©Adobe Stock/Foto Helin (S. 15), iStock/leonard_c (S. 16), Getty Images/Luis Alvarez (S. 17), iStock/leonard_c (S. 17), Getty Images/Divers (S. 18), iStock/leonard_c (S. 19), ©Adobe Stock/Robert Kneschke (S. 20), iStock/leonard_c (S. 20), Getty Images/deimagine (S. 21), iStock/leonard_c (S. 21), Provinzial/Thomas Klerx (S. 22), iStock/leonard_c (S. 22), iStock/leonard_c (S. 23), ©adobe/puhhha (S. 23), Provinzial (S. 24), iStock/leonard_c (S. 24), Getty Images/Cultura RM Exclusive/Stephen Lux (S. 25), iStock/leonard_c (S. 25), ©shutterstock/Rawpixel.com (S. 26), iStock/leonard_c (S. 26), iStock/leonard_c (S. 27), iStock/leonard_c (S. 28), Strandperle (S. 28), ©Maskot/Maskot (S. 28), Getty Images/Mikolette (S. 29), iStock/leonard_c (S. 29), ©abobe/contrastwerkstatt (S. 30), iStock/leonard_c (S. 30), iStock/leonard_c (S. 31), Provinzial (S. 31), ©Paul Bradbury/Caia Image (S. 32), ©Abobe-Stock/BGStock72 (S. 32), iStock/leonard_c (S. 32), Provinzial (S. 34)