



Nachhaltigkeitsziel Umwelt

CHECKLISTE FÜR VERSICHERER

Übergreifend	→ Umwelt-Engagement und Beteiligung an Nachhaltigkeitsinitiativen.	<input type="checkbox"/>
	→ Berücksichtigung von Nachhaltigkeitszielen in der Unternehmensstrategie. Nachhaltigkeitsziele sollten Teil des Vergütungs- und Zielsystems werden.	<input type="checkbox"/>
	→ Angebot von Workshops für Vertriebspartner/-innen, um eigene Nachhaltigkeitsziele zu identifizieren und Nachhaltigkeitsstrategien zu entwickeln.	<input type="checkbox"/>
CO ₂ -Fußabdruck	1. Analyse und Steuerung des CO₂-Fußabdrucks	
	→ Unterstützung bei einer geplanten Emissionsberechnung, z. B. Vorschlag geeigneter Anbieter, Software o. ä.	<input type="checkbox"/>
	→ Unterstützung eines konzeptionellen Rahmens zum aktiven Management des CO ₂ -Fußabdrucks basierend auf den Ergebnissen der Messung, um Handlungsfelder zu identifizieren und anschließend einen Reduktionsplan ableiten zu können.	<input type="checkbox"/>
	2. Mobilität	
	→ Unterstützung der Vermittlerbetriebe bei der Überprüfung der Fahrzeugflotte auf Reduktion der Emissionen.	<input type="checkbox"/>
	→ Angebot der Entwicklung einer nachhaltigen Mobilitätsstrategie für alle Mitarbeiter/-innen der Vertriebspartner/-innen. Angebot der Teilhabe an Rahmenvereinbarungen (z. B. Zugang zum Deutschlandticket,) Unterstützung der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel oder Fahrräder auf dem Weg zum Arbeitsplatz und – wo sinnvoll – auch zu Kund/-innen.	<input type="checkbox"/>
	3. Energieversorgung und -einsatz	
	→ Unterstützung der Vermittlerbetriebe bei ihren Bemühungen zur CO ₂ -Reduktion über Ausstattung mit Photovoltaikanlagen oder Nutzung von Ökostromangeboten.	<input type="checkbox"/>
	→ Emissionsreduzierung bei eigener Homepage prüfen und Webhost-Anbieter mit Betrieb durch erneuerbare Energie wählen.	<input type="checkbox"/>
	Ressourcenmanagement / Kreislaufwirtschaft	→ Versicherer stellen den Vertrieben Informationen für eine nachhaltige Büroausstattung zur Verfügung und führen Prozesse ein, die Ressourcen schonen, z. B. E-Post, Kundenportale.
→ Unterstützung bei der Reduzierung des Ressourcenverbrauchs der Vertriebspartner/-innen, z. B. Vermeidung von Einwegartikeln, Plastikflaschen, etc.		<input type="checkbox"/>
→ Versicherer entwickeln ein Konzept, welches die Nutzung von digitaler Kommunikation inklusive von Kundenportalen erhöht.		<input type="checkbox"/>