



Nachhaltiger  
Vermittlerbetrieb  
Eine Initiative des BVK e.V.  
[www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de](http://www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de)



# NACHHALTIGKEITS- STRATEGIE

## 2024

**R+V-Generalagentur**  
**Tanja Kunigunde Lore Wagner**

Stubenwald Allee 21 A

64626 Bensheim

06251 -8615432

[tanjak.wagner@ruv.de](mailto:tanjak.wagner@ruv.de)

[www.tanja-wagner.ruv.de](http://www.tanja-wagner.ruv.de)



# **Inhalt**

## **Teil 1 - Zum Vermittlerbetrieb**

- Angaben zum Vermittlerbetrieb
- Motivation

## **Teil 2 - Strategie**

- Nachhaltigkeits-Strategie
- Wesentlichkeit
- Tiefe der Wertschöpfungskette

## **Teil 3 - Unternehmensführung**

- Unternehmensführung
- Prozesse und Regeln
- Nachhaltige Führung
- Stakeholder
- Umwelt

## **Teil 4 - Umwelt**

- Ressourcennutzung und Emissionen
- Ressourcenmanagement
- Umwelt-Engagement

## **Teil 5 - Gesellschaft**

- Menschen- und Arbeitnehmerrechte
- Gemeinwesen und Solidarität
- Compliance

# Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

die R+V Versicherung AG hat sich ein ganz besonderes Ziel gesetzt: „Wir wollen zu den nachhaltigsten Versicherern Deutschlands gehören“.

Die R+V-Generalagentur Tanja Kunigunde Lore Wagner als Vertriebspartner im Ausschließlichkeitsvertrieb der R+V versteht sich als Teil der genossenschaftlichen Finanzgruppe und schließt sich diesem Ziel an. Denn genossenschaftlich bedeutet, verantwortungsbewusst für die gegenwärtige und zukünftige Gemeinschaft zu handeln.

Damit dies keine leere Formel ist, hat die R+V in der Vergangenheit bereits viele Maßnahmen für den Umwelt- und Klimaschutz umgesetzt. Aber auch in anderen Bereichen wie gesellschaftlichem Engagement oder Unternehmensführung wurde schon viel erreicht. Zahlreiche weitere Projekte befinden sich im Umsetzungsprozess. Das Ziel der Nachhaltigkeit basiert auf dem Selbstverständnis als genossenschaftliches Unternehmen. Dieser traditionellen Haltung „Gegen den Egoismus – für die Gemeinschaft“ wurde bereits Anfang 2020 mit einem neuen Marktauftritt zusätzlich Gestalt verliehen. Unter dem Claim „Du bist nicht allein.“ zeigt die R+V seither, was in ihrer genossenschaftlichen DNA verankert ist. Dabei geht es um das gegenseitige Helfen, das gemeinsame Erreichen großer Ziele und um die Übernahme von Verantwortung für andere. Kurz: Es geht um das genossenschaftliche Denken und Handeln. Was die R+V konkret für Umwelt, Gesellschaft, Mitarbeiter und Kunden tun, darüber legt sie jedes Jahr in ihrem Nachhaltigkeitsbericht Rechenschaft ab. Bei Umwelt und Klimaschutz steht die Senkung des Papierverbrauchs und die Verkleinerung des „CO2-Fußabdrucks“ im Fokus. Bei beiden Punkten hat die R+V bereits Erfolge erzielt. Die ab 2020 alles beherrschende Corona Pandemie hat diese Trends zusätzlich verstärkt. Die Pandemie wirkte sich auf alle Bereiche der Nachhaltigkeit aus. So arbeiteten bereits seit März 2020 rund 90 Prozent der Mitarbeiter im Homeoffice. Die technischen Möglichkeiten dafür wurden rechtzeitig vorbereitet.

Einen zusätzlichen Schub erhielt durch die Pandemie die seit Jahren von der R+V vorangetriebene Digitalisierung. Durch Angebote wie die digitale Signatur oder das Kundenportal „Meine R+V“ wird das Leben von immer mehr Kunden erleichtert und zusätzlich die Umwelt durch einen deutlich geringeren Papierverbrauch geschont. Sehr schwer getroffen hat die Pandemie viele Menschen persönlich, ebenso viele gemeinnützige Vereine und Initiativen. Die R+V selbst half vielen Privat- und Geschäftskunden schnell und unbürokratisch beim Bewältigen der Pandemie. Darüber hinaus standen R+V-Mitarbeiter und die R+V STIFTUNG Betroffenen mit zusätzlichen Hilfsangeboten zur Seite. Einen Überblick über sämtliche Themen rund um die Nachhaltigkeit bei der R+V und der R+V-Generalagentur Tanja Kunigunde Lore Wagner finden Sie auf den nächsten Seiten.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Tanja Kunigunde Lore Wagner

## Teil 1

## Nachhaltigkeits-Strategie

### Angaben zum Vermittlerbetrieb

Wir stellen uns vor:

Ich bin bereits seit 2013 in der Kundenberatung für die genossenschaftliche FinanzGruppe bei der R+V Versicherung tätig.

In dieser Zeit habe ich mich auf vielen Lehrgängen weitergebildet und mir Spezialwissen zu den Themen Versicherungen, Vorsorge und Gesundheit angeeignet.

In den letzten Jahren vor der Agenturübernahme war ich für das Geschäftsfeld betriebliche und private Gesundheitsabsicherung in der Region Odenwald / Bergstraße verantwortlich.

Der ehemalige Agenturinhaber, Herr Wendelin Berg beendete zum 30.06.2021 nach 28 Jahren seine Tätigkeit bei R+V und übergab seine Generalagentur in jüngere Hände – an mich.

Gemeinsam mit meinem Team bin ich für unsere Kundinnen und Kunden erste Ansprechpartner in der Region Bensheim / Odenwald als Agenturbetrieb der R+V Versicherung.

Ich habe seit der Agenturübernahme mein Team kontinuierlich erweitert. So kümmert sich Frau Cornelia Stockmann in unserem behindertengerechten, barrierefrei eingerichtetem Agenturbüro um die internen Abläufe. Sie ist für die komplette Terminkoordination, Terminvorbereitung und Schadensmanagement verantwortlich.

Herr Eric Dohle ist unser Allrounder, was den Außendienst angeht und Herr Alexander Weyh lernt als Dualer Student in der Agentur alles rund um Versicherungen.

Unsere Kunden können bei uns auf langjährige Erfahrung, Tradition, aber auch auf neue und frische Impulse zurückgreifen. Unser Motto: „Mit Abstand die Beste persönliche Onlineberatung“.

Dieses Knowhow gilt es jeden Tag aufs Neue unter Beweis zu stellen, indem wir die Risiko-Versicherungs- und Vorsorgesituation unserer Kunden genau analysieren und bedarfsgerecht beraten.

Unsere Kunden schätzen es sehr, uns als persönlichen Ansprechpartner vor Ort zu haben. So können alle Fragen und Anliegen, sowie Schadensfälle schnell und unbürokratisch abgewickelt werden.

Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt. Gerne organisieren wir nach vorheriger Terminvereinbarung eine Kinderbetreuung für die Zeit der Beratung. So können sich die Eltern entspannt informieren und die Kleinen sind gut versorgt. Unsere Bürohunde sind gerne zum Knuddeln da. Zusätzlich wurde in der Agentur in Zusammenarbeit mit Kunden eine Kinderspielecke eingerichtet. Quasi von Kunden für Kunden.

Selbstverständlich führen wir auch, da wo es erforderlich ist, Kundengespräche zu Hause oder im Betrieb durch. Grundsätzlich und das ist neu, findet vor einem Vor-Ort-Termin ein vorgesetztes Telefon- oder Videogespräch statt. Hier werden die Ziele und Wünsche unserer Kunden erfasst und wir legen gemeinsam die Handlungsfelder und Vorgehensweise der Zusammenarbeit fest.

## Nachhaltigkeits-Strategie

### Motivation

Als regionales Unternehmen fühlen wir uns fest mit unseren Kunden und den Menschen unserer Region und Heimat verbunden.

Wir leisten einen Beitrag dazu, dass Menschen in Krisensituationen geholfen wird, sie finanziell versorgt sind, eine Zukunftsperspektive haben, Träume erfüllt werden können, die Unabhängigkeit gewahrt bleibt.

Wir erleichtern anderen den Lebensabend, ermöglichen sicheren Vermögensaufbau, verhindern damit Armut, schaffen Lebensfreude und erhalten die Teilnahme am Wohlstand; wir sichern Unternehmen, Arbeitsplätze und Vermögen.

Ein ebenso nachhaltiges Wirtschaften, die Unterstützung der regionalen Kultur, der Wirtschaft, des Sports, der Umwelt, ein partnerschaftliches Verhältnis zu unseren Kunden, Partnern sowie Mitarbeiterinnen spiegeln sich deshalb in unserer täglichen Arbeit wider. Insofern ist unser Handeln auf Nachhaltigkeit ausgerichtet und Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Vor diesem Hintergrund ist es an der Zeit, unsere Aktivitäten in einem Nachhaltigkeitsbericht zu bündeln und zu veranschaulichen.

Der vorliegende Bericht ist somit der erste Nachhaltigkeitsbericht der R+V-Generalagentur Tanja Kunigunde Lore Wagner. Letztendliche Auslöser des Berichts ist die Brancheninitiative des BVK e.V.. Unser Bericht soll zudem die Basis für einen zielgerichteten Dialog über unseren Beitrag zu den bestehenden ökologischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Herausforderungen bilden und uns dabei helfen, unsere tägliche Arbeit auch künftig noch nachhaltiger zu gestalten und unsere Anstrengungen noch stärker zu fokussieren.



## Nachhaltigkeits-Strategie

### Teil 2

# NACHHALTIGKEITS-STRATEGIE

## Kategorie

# STRATEGIE

---

Damit sämtliche Aktivitäten in puncto Nachhaltigkeit noch besser aufeinander abgestimmt sind, verfolgt wir eine Nachhaltigkeitsstrategie.

Damit legen wir den Grundstein für die jährliche Nachhaltigkeits-Berichterstattung auf [www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de](http://www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de).

Unsere Strategie orientiert sich im Wesentlichen an der Nachhaltigkeitsstrategie der R+V. Schwerpunkte bilden dabei sechs Felder: Produkte & Dienstleistungen, Kunden, Unternehmensführung, Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft.

Stand heute werden Nachhaltigkeitsaspekte in einigen Bereichen unseres Unternehmens bereits berücksichtigt. In einigen Feldern sind wir noch im Planungsstadium. Es fehlt allerdings noch an einer Systematik und einer stabilen Verankerung.

# NACHHALTIGKEITS- STRATEGIE

---

## STATUS QUO

Wir erstellen dem Kunden eine fachgerechte Analyse seines Bedarfs. Grundlage dazu sind real existierende Zahlen und Fakten statt fiktiver Daten. Die Analyse wird mittels moderner PC-Tools erstellt.

Durch regelmäßige Schulungen unserer MitarbeiterInnen und eigener Weiterbildung halten wir einen hohen Qualitätsstandard aufrecht.

Die dem Kunden angebotene Versicherungslösung orientiert sich am Kundenbedarf, nicht an der Provisionshöhe. Einfluss auf die Beratung haben nachhaltige Versicherungsprodukte. Dazu zählen verstärkt auch Altersvorsorgeprodukte der R+V auf Basis nachhaltiger Anlagestrategien (Fonds) des genossenschaftlichen Vertriebspartners UnionInvest.

Die Beratungen finden bei uns – je nach Kundenwunsch - persönlich oder digital statt.

## STRATEGIE

„Nichts ist so stetig wie der Wandel“. Dieser Tatsache tragen wir Rechnung mit einer hohen Flexibilität. Digitale Beratung ist bei uns kein Fremdwort.

Um dies zu erreichen wollen wir mittelfristig weitestgehend auf ein „papierloses Büro“ z.B. Mail statt Post, digitale Ablage, digitale Signatur etc. umstellen. Bereits jetzt haben wir eine digitale Ablage der Geschäftsvorfälle eingeführt.

Um diesen Fortschritt nachhaltig zu dokumentieren, nutzen wir Controlling Tools z. B. Zählwerk Drucker, Papierverbrauch zum Vorjahr und Portokosten.

## Nachhaltigkeits-Strategie

Weiterhin bieten wir unseren Kunden einen Online -Versicherungsordner an. Verbunden mit digitaler Beratung erspart dies für alle Beteiligten die Fahrten und reduziert unseren CO2 - Fußabdruck erheblich.

## ZIELE

Gemeinsam mit unserem Vertriebspartner R+V Versicherung wollen wir die Generalagentur Tanja Kunigunde Lore Wagner unter Berücksichtigung oben genannter Vorgaben langfristig zu einem prosperierenden Unternehmen ausbauen. Neben den Vertriebsschwerpunkten ist ein zentraler Punkt der zukünftigen Entwicklung der Umbau in eine Versicherungsagentur, in der die Nachhaltigkeit gelebt wird.

Kunden aller Art sollen sich bei uns als modernes Unternehmen gut aufgehoben fühlen.

## MAßNAHMEN

Die Umsetzung der Terminvereinbarung findet noch überwiegend über telefonischen Kontakt statt. Hier ist mittelfristig angedacht auch das R+V-Onlineportal [R+V\\_Sichere\\_Anmeldung\\_\(ruv.de\)](http://R+V_Sichere_Anmeldung_(ruv.de)) in Anwendung zu bringen. Dieses Portal ermöglicht den Kundinnen und Kunden individuell auf den online Versand von Informationsschreiben ganz oder teilweise umzustellen. Zusätzlich können Kunden und Kundinnen eine Vielzahl an Self Services in Anspruch nehmen.

Die Videoberatungen werden dem Kunden durch einen sicheren Zugangslink ermöglicht. Um die Ressource „Zeit“ verantwortungsvoll einzusetzen, sollen gemeinsame Prozesse mit den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen erarbeitet und umgesetzt werden. So sollen künftig u.a. regelmäßige Feedbackgespräche aller Mitarbeitenden stattfinden. Um Doppelarbeiten zu vermeiden, wurde bereits eine feste Aufgabenzuteilung eingeführt.

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

# WESENTLICHKEIT

---

## STATUS QUO

Als Generalagentur betreuen wir einen uns von der R+V Versicherung anvertrauten Kundenbestand im Sinne eines ordentlichen Kaufmanns nach HGB-Recht. Wir verstehen es als unsere Aufgabe nach bestem Wissen und Gewissen Neu- und Ersatzgeschäft zu generieren. Dazu hat unser Vertriebspartner, die R+V Versicherung klare Benchmarks definiert. Wir verstehen uns als „Maßschneider“ für persönlichen Versicherungsschutz unserer Kunden. Die Wünsche und Ziele des Kunden stehen dabei genauso im Mittelpunkt einer bedarfsgerechten Beratung wie Information und Aufklärung über Chancen und Risiken.

## STRATEGIE

Der stetige Wandel der Gesellschaft und des politischen Umfelds wollen wir uns regelmäßig anpassen. Dazu ist es notwendig den Fortschritt durch Digitalisierung an die Ziele und Wünsche des Kunden anzupassen. Dem tragen wir Rechnung unter Nutzung modernster Tools und regelmäßiger Schulung der Mitarbeiterinnen und der Agenturinhaberin.

## ZIELE

Unser Ansinnen ist es unseren Kunden und Kundinnen aller Altersgruppen seine persönliche Situation in leicht verständlicher Sprache aufzuzeigen. Die Aufklärung kann persönlich oder digital stattfinden. Dabei „übersetzen“ wir komplexe Sachverhalte in leicht verständliche Sprache und zeigen Lösungsmöglichkeiten in den unterschiedlichen Handlungsfeldern auf.

## Nachhaltigkeits-Strategie

### MAßNAHMEN

Wir informieren unsere Kunden regelmäßig über eventuelle Änderungen bei Tarifen. Die Kundenbindung endet bei uns nicht bei Vertragsabschluss. Wir streben eine langfristige Partnerschaft auf Augenhöhe an.

## Nachhaltigkeits-Strategie

Strategie

Unternehmensführung

Umwelt

Gesellschaft

# TIEFE DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

---

## STATUS QUO

Nachhaltigkeit wirkt sich auf alle Bereiche und Abläufe unserer Dienstleistung aus. Die Wertschöpfung bezieht dabei die ökologischen, gesellschaftlichen und politischen Gegebenheiten unserer Region mit ein.

## STRATEGIE

Wir möchten künftig verstärkt unsere Mitarbeitenden, Kunden, Ansprechpartner und Lieferanten in unsere Überlegungen mit einbeziehen.

Zur Schonung der ökologischen Ressourcen werden wir verstärkt auf regionale Lieferanten zurückgreifen.

## ZIELE

Für uns ist Nachhaltigkeit aller Beteiligten unter Einbeziehung aller Prozesse wichtig. Schonender Umgang mit allen Ressourcen. (Energie, Verbrauchsmaterialien...).

## MAßNAHMEN

Weiterbildungen unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen weitestgehend digital.

Förderung von regionalen Vereinen und Verbänden mit besonderem ökologischem Engagement. Im Rahmen der Vorsorgeberatung werden künftig Fonds nach Transparenzverordnung ausgewählt

## Kategorie

# UNTERNEHMENS-FÜHRUNG

---

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

# PROZESSE UND REGELN

---

## STATUS QUO

Nachhaltigkeit ist unserem Betrieb unter Einbeziehung aller Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen und Beteiligter Chefsache.

Derzeit verfügen wir noch über kein normiertes Prozessmanagement. Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten in Regeln und Prozessen findet sukzessive statt.

## STRATEGIE

Einbeziehung aller Mitarbeitenden unter Berücksichtigung der klaren Aufgabenzuteilung im Team. Meetings finden regelmäßig statt. Alle Beteiligten sind sensibilisiert und beteiligen sich aktiv durch Ideen. Um dies zu fördern ist ein Vorschlagsmanagement mit Anreizsystemen in Planung.

## ZIELE

Nachhaltigkeit geht uns alle an. Jeder Beteiligte ist aufgefordert seinen Beitrag zu leisten.

## MAßNAHMEN

Eigeninitiative der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen wird von der Agenturführung präferiert. Berits jetzt wird auf bestimmte Produkte zur Reduzierung des CO2-Fußabdrucks verzichtet (z.B.). Kaffeekapseln, Bevorzugung regionale Produkte, Fairtrade Getränke, Wassersprudler statt Plastikflaschen, Verzicht auf Klimaanlage... etc.)

Alle Mitarbeitenden können jederzeit selbstständig Verbesserungen einbringen

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

# NACHHALTIGE FÜHRUNG

---

## STATUS QUO

Einbeziehung der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen durch regelmäßigen kollegialen Austausch im Team.

## STRATEGIE

Gleichgewicht zwischen ökonomischer und ökologischer Unternehmensführung schaffen.  
Beispiel: nicht „billigste“ ist das ökologisch wertvollere Produkt. (Papier, Druckertoner, Kaffee...)

## ZIELE

Ausgewogene Balance zwischen persönlicher und digitaler Beratung.  
Reduzierung des CO2-Fußabdrucks.  
Beratungsgespräche können mittels digitaler Medien (Videoberatung) stattfinden.  
Identifizierung aller Mitarbeitenden mit der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens.

## MAßNAHMEN

Regelmäßige Teammeetings zur Überprüfung des Status Quo. Nachhaltigkeit ist bei jedem Meeting ein wesentlicher Punkt.  
Agenturinhaberin hat Vorbildfunktion.

## Nachhaltigkeits-Strategie

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

# STAKEHOLDER

---

## STATUS QUO

Der Erfolg unserer Generalagentur ist nicht nur von uns selbst abhängig, sondern wird stark von unseren Mitarbeitern, Kunden, Zulieferern, sowie unserem Vertriebspartner in der genossenschaftlichen Finanzgruppe beeinflusst.

Wir sind im ständigen Austausch mit unseren Geschäfts - und Vertriebspartnern. So hat die R+V bereits seit Jahren eine Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet, an der wir uns ebenfalls orientieren.

## STRATEGIE

Wir werden weiterhin einen engen Kontakt zu unseren Vertriebspartner der genossenschaftlichen Finanzgruppe halten und pflegen.

## ZIELE

Wir nutzen alle Instrumente und Materialien, die uns von der Initiative [www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de](http://www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de) zur Verfügung gestellt werden, um eine maximale Reichweite zu erzielen. Wir planen eigene Kundeninformationen zu Nachhaltigkeitsaspekten der Versicherungswirtschaft durchzuführen, um unser Engagement transparent zu machen.

## MAßNAHMEN

Wir fordern unsere Kunden und andere Stakeholder aktiv dazu auf unsere Nachhaltigkeitsstrategie zu Kenntnis zu nehmen, sich damit auseinander zu setzen und uns ein kritisches Feedback zu geben.

## Nachhaltigkeits-Strategie

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

## Kategorie

# UMWELT

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

# RESSOURCENNUTZUNG UND EMISSIONEN

---

## STATUS QUO

Das Thema „Papier“ wurde bereits innerhalb der Agenturabläufe stark reduziert. Dennoch gibt es noch Verbesserungsbedarf (z. B. Postversand).

Es gelingt noch nicht durchgängig die Vorteile „meine R+V“ oder digitale Signatur in allen möglichen Vorgängen umzusetzen.

Das Thema „Lichtverschmutzung/Energiesparen“ wurde in der Agentur bereits thematisiert. So sind alle MitarbeiterInnen dazu angehalten in nicht benutzten Räumen Licht auszuschalten und sich bei Verlassen des Büros am Feierabend sich davon zu überzeugen, dass alle nicht benötigten Stromquellen und Lichter auf „Aus“ stehen.

Aktuell erfassen wir die Nutzung der natürlichen Ressourcen nicht systematisch und vollumfänglich.

## STRATEGIE

Wir werden unsere Kunden systematisch und regelmäßig an die neuen digitalen Medien heranführen. Des Weiteren werden wir unsere Kunden zu Ressourcenschonenden Umgang befragen (z.B. Energie), um diese aktiv mit einzubinden (Vorschub der Betriebsblindheit).

## ZIELE

Wir setzen uns als Ziel eine entsprechende Analyse unserer Ressourcenverbrauchs durchzuführen. Weitere Reduzierung der Fahrtwege. Steigerung der Onlineberatungen. Etc.

## Nachhaltigkeits-Strategie

### MAßNAHMEN

Analyse unseres Ressourcenverbrauchs mit anschließender Handlungsentscheidung, evtl. Einbindung eines Energieberaters, Anreizsystem für Mitarbeiter. Anreize für Kunden (z. B. höhere Nachlässe bei Onlineberatung).

## Nachhaltigkeits-Strategie

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

# RESSOURCENMANAGEMENT

---

## STATUS QUO

Wir beziehen unsere Ressourcen Material, Verbrauchsgüter, Lebensmittel möglichst von lokalen Lieferanten.

Unsere Mitarbeiterinnen sind bereits aufgefordert Vorschläge zur Ressourceneinsparung zu erbringen.

Ein Mitarbeiter fährt bereits mit dem Fahrrad zur Arbeit.

## STRATEGIE

Wir möchten die Umwelt schonen und möglichst Müll vermeiden.  
Der anfallende Müll wird getrennt.

Neuanschaffungen werden unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit geprüft.

## ZIELE

Mittelfristiger Prüfung ob sich Umstieg der Kfz-Flotte auf Hybrid- oder Elektroantrieb rentiert, wir wollen ressourcenschonend arbeiten und Papier sparen.  
Bei baulichen Veränderungen sollen umweltschonende, energiesparende Materialien eingesetzt werden. (Doppelverglasung, ökologische Dämmung, PV-Anlage)

## MAßNAHMEN

Wassersprudler statt Plastik. Keine Einwegbecher mehr.

Wir verzichten auf eine Kapselmaschine und verwenden Bio/Fairtrade Kaffee.

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

# UMWELT-ENGAGEMENT

---

## STATUS QUO

Unsere Mitarbeitenden sind bereits aus eigener Motivation sensibilisiert. So fährt unser Mitarbeiter nahezu ausschließlich mit dem Fahrrad in die Agentur. Regionale Produkte werden bereits bevorzugt.

## STRATEGIE

Wir werden unser Engagement noch transparenter machen und unsere Kunden, Vertriebspartner einbeziehen.

## ZIELE

Wir möchten so umweltschonend wie möglich arbeiten und unterwerfen uns eines regelmäßigen Controllings mittels eines jährlichen freiwilligen Audits zum Nachhaltigkeitsbericht.

## Maßnahme

Konsequente Mülltrennung, Verzicht auf Klimaanlagen, Förderung von Blühwiesen, Verzicht auf Plastiktüten.

Zusammenarbeit mit regionalen Umweltbeauftragten. Förderung sozial engagierter Vereine  
Sämtliche Geräte werden am Abend ausgeschaltet. Einsatz von Akkus statt Batterien.

## Kategorie

# GESELLSCHAFT

---

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

# MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

---

## STATUS QUO

Unsere Kunden und Kundinnen werden unabhängig von Herkunft, Geschlecht, sexueller Orientierung, religiöser Ansicht und sozialem Umfeld auf einem gleichen, hohen, Niveau beraten.

Wir achten bei unseren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen und uns selbst auf ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Arbeitszeit und Freizeit.

Wir fördern die Vereinbarkeit zwischen Familie und Beruf. Wir betrachten uns als Familienagentur. Mitarbeiter mit schulpflichtigen Kindern haben bei der Urlaubsplanung Vorrang in den Ferien. Wir pflegen einen offenen und fairen Umgang miteinander. Gibt es Probleme, so suchen wir Lösungen. Einen besonderen Schwerpunkt legen wir mit unserem Büro bei der Beratung von jungen Familien. Gerne organisieren wir nach vorheriger Terminvereinbarung eine Kinderbetreuung für die Zeit der Beratung. So können Sie sich entspannt informieren und Ihre Kleinen sind gut versorgt.

## STRATEGIE

Wir möchten weiterhin die Vereinbarkeit zwischen Familie und Beruf fördern.

## ZIELE

Kunden mit Kindern werden wir weiterhin unser Angebot der Kinderbetreuung (Bürohund, Spielecke) während des Beratungsgesprächs anbieten. Wir möchten zufriedene Mitarbeiter und Kunden.

## MAßNAHMEN

Spielecke für Kinder.  
Etablierung eines betrieblichen Vorsorgesystems (bAV, bKV, BUV).  
Unterstützung der Mitarbeiterinnen in besonderen Notsituationen.

Möglichkeit den Hund mit zur Arbeit zu bringen

## Nachhaltigkeits-Strategie

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

# GEMEINWESEN UND SOLIDARITÄT

---

## STATUS QUO

Wir unterstützen gezielt regionale Vereine mit sozialem Engagement  
Besondere Unterstützung für bedürftige Familien (Ahrtal).

Förderung der Kindertagestätten im Geschäftsgebiet.

Mitglied im Berufsverband BVK

Aktiv im Tierschutz



## STRATEGIE

Weiterhin Unterstützung der regionalen Vereine und Einrichtungen.

## ZIELE

Unser soziales und gesellschaftliches Engagement soll zu einer friedlichen Koexistenz der Gesellschaft beitragen.

## Nachhaltigkeits-Strategie

### MAßNAHMEN

Situationsbedingte Förderung einzelner Projekte. Derzeit stark auf das Ahrtal abgestimmt.

Strategie	Prozesse	Umwelt	Gesellschaft
-----------	----------	--------	--------------

# COMPLIANCE

---

## STATUS QUO

Wir halten uns an die Compliance Vorgaben unseres Vertriebspartners R+V Versicherung. Hier werden wir regelmäßig zu Themen wie Geldwäsche, Vorteilsnahme und Schadenregulierung weitergebildet, informiert und sensibilisiert. Des Weiteren haben wir uns bereits ein eigenes Leitbild gegeben. Darüber hinaus arbeiten wir grundsätzlich regelkonform und zahlen unsere Steuern und Abgaben fristgerecht.

## STRATEGIE

Wir prüfen alle Geschäftsvorfälle nach ethischen und rechtlichen Standards sowie gesetzlichen Grundlagen, bei Unklarheiten werden Compliance-Beauftragte der R+V Versicherung hinzugezogen.

## ZIELE

Sowohl unsere Agentur als auch die R+V Versicherung schützen sich und die Gesellschaft gemeinsam vor kriminellen Energien.

Wir halten uns an Absprachen und achten bei unseren Geschäftsprozessen auf das Wohlergehen aller Beteiligten.

## MAßNAHMEN

Wir nehmen regelmäßig an internen und externen Weiterbildungsveranstaltungen zum Thema Compliance teil. Wir bekennen uns zu den Compliance-Richtlinien der genossenschaftlichen Finanzgruppe.

Unsere Mitarbeitenden können sich auf uns als Arbeitgeber verlassen. Mit unserem gesetzeskonformen Handeln und Tun können sich unsere Kunden und Mitarbeiter sicher fühlen.