



PROVINZIAL

Der Provinzial GREENPRINT

UPDATE 2022

Nachhaltiges be[wir]ken

Inhalt

Einleitung	<u>3</u>
Mit Geld Transformation fördern: Handlungsfeld Kapitalanlage	<u>4</u>
Mit Sicherheit nachhaltig: Handlungsfeld Versicherungsprodukte	<u>6</u>
Kund:innen im Blick: Handlungsfeld Kundenbegeisterung	<u>8</u>
Unser Transformationsmotor: Handlungsfeld Digitalisierung	<u>10</u>
Mit gutem Vorbild vorangehen: Handlungsfeld Ressourcenschonung	<u>12</u>
Der Schlüssel zum Erfolg: Handlungsfeld Arbeitgeberattraktivität	<u>15</u>
Ausblick & Impressum	<u>17</u>

Vorwort

Liebe Leser:innen,

das Jahr 2022 hat uns noch einmal vergegenwärtigt, wie eng ökonomische, ökologische und soziale Aspekte miteinander verbunden sind. Die extreme Trockenheit in Teilen Europas und Verwerfungen am Energiemarkt infolge des Angriffskriegs in der Ukraine machen deutlich, wie anfällig unsere Wirtschaft gegenüber den Folgen des Klimawandels und geopolitischen Krisen ist. Solch komplexen Herausforderungen wollen wir auch in Zukunft mit vorausschauenden Entscheidungen und konsequentem Handeln entgegen-treten. Als Unternehmen und institutioneller Investor sind wir damit zugleich Teil und Motor der nachhaltigen Transformation unserer Wirtschaft.



Über dieses Dokument

Der GREENPRINT dient als Ergänzung zu unserem jährlich erscheinenden [Nachhaltigkeitsbericht](#). In diesem Update berichten wir über unsere Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz und geben einen Überblick über Fortschritte in unseren sechs Handlungsfeldern.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie für den fusionierten Konzern haben wir im GREENPRINT festgehalten. Wie wir unseren Weg in Richtung Nachhaltigkeit fortsetzen, berichten wir in diesem ersten Update des GREENPRINTs.

In diesem Dokument erfahren Sie, welche Maßnahmen wir im Laufe des Jahres 2022 auf den Weg gebracht haben, um unseren selbst gesteckten Nachhaltigkeitszielen im eigenen Betrieb ebenso wie in der Kapitalanlage und bei unseren Versicherungsprodukten einen Schritt näherzukommen. Auch in Zukunft wird unser Fokus darauf liegen, die globale Erwärmung zu begrenzen und Nachhaltigkeit als Teil unserer Unternehmenskultur zu leben. Machen Sie sich ein Bild davon, wo wir als Provinzial stehen und mit welcher Entschlossenheit wir die notwendige Transformation angehen.

Ihr

Dr. Wolfgang Breuer
Vorsitzender des Vorstands



Der Greenprint zeigt [Wir]kung

Zusammen Großes be[wir]ken

Dieser Slogan bedeutet uns viel: Wir wollen zusammen die notwendige Transformation in der Wirtschaft begleiten, um den aktuellen Problemen wie z. B. dem Klimawandel entgegenzutreten. Denn das Thema Nachhaltigkeit ist für uns alle existenziell. Daher ist Nachhaltigkeit bei der Provinzial keine Aufgabe einer Stabsabteilung, sondern eine gemeinschaftliche Leistung aller Bereiche und fest in unserer Strategie verankert. Diese beinhaltet drei Aspekte (siehe Grafik): die Begrenzung der Klimaerwärmung auf deutlich unter 2° C, die Übernahme von Verantwortung für soziale und gesellschaftliche Themen und die zuverlässige Partnerschaft für unsere Kund:innen.

In der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie bildet unser GREENPRINT die Roadmap, in der wir uns auf sechs Handlungsfelder (s. Infokasten) konzentrieren und ihre Entwicklung seit letztem Jahr in diesem Update beschreiben. Wir können stolz auf gemeinsam Erreichtes sein und wissen gleichzeitig: Es liegt noch ein langer und wichtiger Weg vor uns. Wir bleiben dran.

[Wir] für Kultur

Die Provinzial ist ein frisch fusionierter Konzern mit verschiedenen historisch geprägten Gewohnheiten und Gepflogenheiten. Aus den unterschiedlichen Kulturen der einzelnen Standorte erwächst eine Einheit: eine gemeinsame Kultur, die am neuen Unternehmensleitbild und der Marke Provinzial

ausgerichtet ist. Der Kulturprozess #wirfürKULTUR verzahnt Strategie, Struktur und Kultur zu einem gemeinsamen Ganzen – und blickt dabei respektvoll in die Vergangenheit und optimistisch in die Zukunft. Unter aktiver Beteiligung der Belegschaft startet in Phase 1 die Kulturanalyse und anschließend in Phase 2 die gemeinsame Kulturentwicklung mit dem Ziel des Zusammenwachsens. Durch diesen aktiven Dialog mit vielen soll sichergestellt werden, dass die Ziel-Kultur von allen verstanden und mit Freude aktiv mitgetragen wird. Die Entwicklung unserer Unternehmenswerte war Teil des Kulturprozesses. Einer dieser Werte ist „Verantwortungsbewusstsein und Nachhaltigkeit“, was die Bedeutung dieses Themas für unser Unternehmen unterstreicht.

Aus[wir]kung erlebbar machen

Wichtig ist uns, die eigenen Nachhaltigkeitsbestrebungen und den positiven Einfluss auf das Klima für unsere Mitarbeiter:innen spürbar zu machen und sie einzubeziehen. Ein wichtiger Part unserer Werte-Wochen war daher die Nachhaltigkeitswoche „[Nachhaltiges be\[wir\]ken](#)“, an der unsere Mitarbeiter:innen im wahrsten Sinne aktiv teilgenommen und sich standortübergreifend ausgetauscht haben. [Digitalisierung](#) ist und bleibt unser Motor für mehr Nachhaltigkeit, die durch fortschreitenden Verzicht auf Papier insbesondere im Kundenkontakt für alle sichtbar wird. Sowohl durch den Ausbau von [PV-Anlagen](#) als auch durch die neue Mobilitätsrichtlinie leisten wir Step by Step einen greifbaren Beitrag zur Dekarbonisierung. Diese



Die sechs Handlungsfelder unserer Nachhaltigkeitsstrategie

1. Kapitalanlage
2. Versicherungsprodukte
3. Kundenbegeisterung
4. Digitalisierung
5. Ressourcenschonung
6. Arbeitgeberattraktivität

Die Dimensionen unserer Nachhaltigkeitsstrategie



war auch das bestimmende Thema für unsere Umsetzungsschritte in den sechs Handlungsfeldern. Wir freuen uns insbesondere über [unseren Beitritt zur NZAOA](#) und die intensive Weiterentwicklung der Dekarbonisierungsstrategie für Kapitalanlagen als auch über den Projektabschluss: „[Wege zum klimaneutralen Unternehmen](#)“ für unseren eigenen Geschäftsbetrieb. Denn: [nur] Gemeinsam können wir Großes be[wir]ken.

Mit Geld Transformation fördern: Handlungsfeld Kapitalanlage

Die Kapitalanlage ist und bleibt unser größter Hebel für die Reduzierung unserer CO₂-Emissionen. Mit dem Ziel der Klimaneutralität im gesamten Portfolio bis zum Jahr 2050 leisten wir als zweitgrößtes öffentliches Versicherungsunternehmen in Deutschland unseren Beitrag zum Pariser Klimaschutzabkommen und damit zur Begrenzung der Klimaerwärmung auf deutlich unter 2° C. Jahr für Jahr wollen wir weitere Reduktionen des CO₂-Fußabdrucks im Portfolio erreichen und den Kohleanteil in unserer Kapitalanlage senken.

Ein Vorbild der Branche: Wir auf dem Weg zu Net Zero

Seit Ende 2022 ist es vollbracht: Wir sind Mitglied der Net-Zero Asset Owner Alliance (NZAOA) – und stolz auf diese Vorreiterrolle im deutschen Versicherungsmarkt.

Die NZAOA wurde von den Vereinten Nationen initiiert und ist ein freiwilliges, internationales Bündnis von institutionellen Anlegern mit einem verwalteten Vermögen von mehr als 11 Billionen US-Dollar. Das Bündnis verfolgt das Ziel,

einen Beitrag zur Begrenzung der globalen Erderwärmung auf 1,5° C bis zum Jahr 2050 und einen Beitrag zur Förderung der nötigen Transformation der Realwirtschaft zu leisten. Die NZAOA und ihre Mitglieder sind damit Vorbild für andere. Dem Beitritt werden Umsetzungsschritte folgen. Hierzu gilt es bis Ende 2023 jährliche Reduktionsziele für den CO₂-Ausstoß der Kapitalanlagen in Aktien und Unternehmensanleihen zu definieren.



Die NZAOA als UN-Initiative zur Dekarbonisierung der Realwirtschaft über die Kapitalanlagen



Mit Geld Transformation fördern: Handlungsfeld Kapitalanlage

Anlagen unter der Lupe: Unser ESG-Screening

Kontinuierlich arbeiten wir an unserem selbst entwickelten ESG-Screening (ESG = Environmental, Social und Governance) weiter. Es dient dazu, solche Anlagen auszuschließen, die nicht unseren Nachhaltigkeitskriterien entsprechen. Im [GREENPRINT](#) berichteten wir ausführlich über unseren fünfstufigen Screening-Prozess für ESG-konforme Wertpapiere. Wir verschaffen uns regelmäßig ein Bild davon, wie sich die von uns investierten Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit entwickeln und werden durch den Ausbau unserer IT-Infrastruktur auch immer exakter deren Klimawirkung beziffern können.

Folgende Aktivitäten werden in den nächsten Jahren besonders wichtig sein

- ✔ Erfassung aller Treibhausgase und Umrechnung in CO₂-Äquivalente für die gesamte Kapitalanlage
- ✔ Entwickeln von Sektorzielen, um nicht per se ganze Industrie-sektoren auszuschließen (z. B. werden aktuell sehr CO₂-intensive Sektoren wie Stahl und Zement auch zukünftig benötigt)
- ✔ Einflussnahme auf besonders CO₂-intensive Unternehmen durch Ausübung von Stimmrechten und Engagement-aktivitäten
- ✔ Förderung und Suche nach attraktiven Investments, die Lösungsbeiträge über negative Emissionen als Alternative zur CO₂-Kompensation liefern

Die Datenlage als größte Herausforderung

Voraussetzung dafür, dass wir unser Netto-Null-Ziel für die Kapitalanlage erreichen können, sind belastbare CO₂-Daten. Für Aktien (14 % unserer Kapitalanlage) können CO₂-Emissionen gemessen werden. Bei der Assetklasse Renten (68 % der Kapitalanlage) können wir für ungefähr 50 % der Renten CO₂-Emissionen ermitteln. Für den Rest der Assetklassen (Alternative Investments, Immobilien, Hypotheken und strategische Beteiligungen machen 17 % der Kapitalanlage aus) müssen die Verfahren zur Messung noch weiter ausgebaut werden. Die Verbesserung der Datenqualität (vor allen Dingen für Scope 3-Emissionen) und die Erschließung der weiteren Assetklassen sind die großen Herausforderungen für die nächsten Jahre.

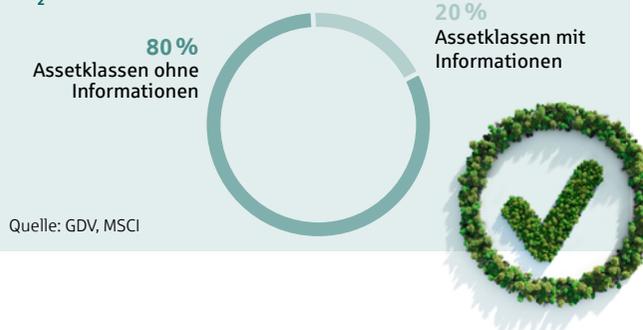
Messbare Dekarbonisierung am Beispiel Staatsanleihen

Um die Klimawirkung u. a. auf die Kapitalanlage messbar zu machen, verwenden wir das X-Degree-Compatibility-Modell ([XDC-Modell](#)). In aufwändigen Analysen überprüfen wir anhand dessen regelmäßig, welche Wirkung unsere Kapitalanlagen

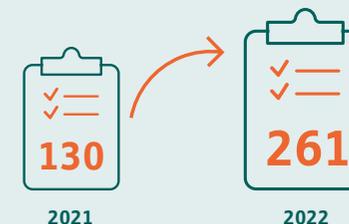
auf den Klimawandel haben und leiten Reduktionsstrategien ab. Trotz der beschriebenen Einschränkungen im Hinblick auf Datenlage und Methodik können wir so belastbare Aussagen treffen.

Im Jahr 2022 erfolgte ein weiterer Schritt zur Analyse der Kapitalanlagen mit einer ersten Bestandsaufnahme für die Assetklasse Staatsanleihen mit dem XDC-Modell. Diese ergab, dass unser Portfolio derzeit noch nicht im Einklang mit den Zielen des Pariser Klimaabkommens steht. Hier wird die Komplexität der zu lösenden Aufgabe exemplarisch gut deutlich: Unser Hebel, um Verhaltensänderungen in Bezug auf die Emission von Treibhausgasen zu erwirken, ist im Falle von Staaten deutlich geringer als bei Unternehmen, deren Aktien und Anleihen wir kaufen. Beispielsweise, weil wir nicht direkt mit der Ausübung unserer Stimmrechte Einfluss nehmen können. Gleichzeitig machen gesetzliche Vorgaben zu Diversifikation, Sicherheit und Liquidität von Kapitalanlagen für Versicherer einen hohen Anteil an Staatsanleihen erforderlich. Der Weg zu Net Zero bis 2050 ist für die Provinzial damit kein kleiner Schritt, sondern ein Schritt auf einem langen Weg.

Finanzierte Emissionen von Versicherungsunternehmen: CO₂-Abdruck der Portfolios



Ausbau der Active-Shareholder-Rolle Abstimmungen der Provinzial in Hauptversammlungen



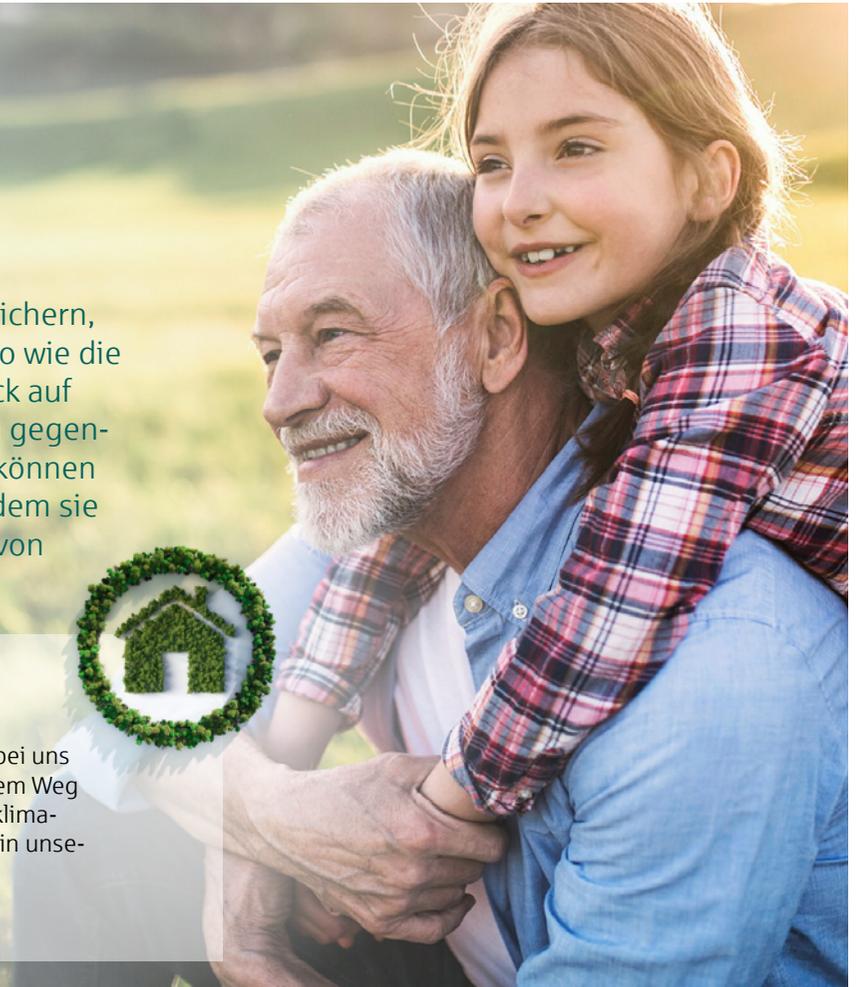
Mit Sicherheit nachhaltig: Handlungsfeld Versicherungsprodukte

Unsere Kernaufgabe als Versicherer ist es, unsere Kund:innen gegen Risiken abzusichern, die sie alleine nicht tragen können. Dazu gehören die Gefahr der Altersarmut ebenso wie die finanziellen Folgen von Extremwetterereignissen. Nachhaltigkeit spielt also mit Blick auf unsere Produkte in zweierlei Hinsicht eine Rolle: Zum einen sichern sie Kund:innen gegenüber den sozialen und ökonomischen Folgen eines Schadensfalls ab, zum anderen können sie selbst einen Beitrag zu mehr Klima und Umweltschutz leisten. Zum Beispiel, indem sie klimafreundliche Technologien gegen Schäden versichern oder durch das Angebot von nachhaltigkeitsorientierten Fonds für die Altersvorsorge.

Zeitgemäße Versicherungslösungen

Wir haben Nachhaltigkeit in unserem Produktentwicklungsprozess fest verankert und die Berücksichtigung von ESG-Kriterien festgeschrieben. Für die Absicherung von klimafreundlichen Technologien wie Elektroräder und -autos sowie Photovoltaikanlagen haben wir die

passende ingenieurtechnische Expertise direkt bei uns im Haus. Wir verstehen uns als Mitsreiter auf dem Weg der Transformation und fördern entsprechend klimabewusstes „Reparieren statt neu kaufen“ direkt in unseren Produkten.



Mit Sicherheit nachhaltig: Handlungsfeld Versicherungsprodukte

Versicherung mit Weitblick

Am deutlichsten wird der Einfluss des Klimawandels und seiner Folgen auf unser Geschäft wohl im Bereich der Elementarversicherung: Häufiger auftretende Extremwetterereignisse lassen den Bedarf an Absicherungen für Sachwerte wie Immobilien und Kraftfahrzeuge steigen, auch die Schadenhöhe nimmt zu. Wir beobachten diese Entwicklungen genau und entwickeln unsere Produktpalette kontinuierlich weiter. Neben passgenauen Beratungsangeboten für Privat- und Firmenkund:innen (siehe Abschnitt [Kundenbegeisterung](#)) liegt einer unserer Schwerpunkte dabei auf der Absicherung klimafreundlicher Technologien und Branchen. Gleichzeitig nehmen diese realen Entwicklungen auch Einfluss auf unsere Strategie als institutioneller Investor: Für die Entscheidung, wo wir die Prämien unserer Kund:innen – zum Beispiel in der Lebensversicherung – langfristig anlegen, ist die Betrachtung von Klima- und anderen Nachhaltigkeitsrisiken unumgänglich. Bei den fondsgebundenen Altersvorsorgeprodukten haben unsere Kund:innen bspw. selbst die Möglichkeit, sich nach verschiedenen Nachhaltigkeitskriterien zu entscheiden. Die Fondspalette wird dabei von uns nach unterschiedlichsten [Aspekten der Nachhaltigkeit](#) geprüft und zusammengestellt.

Insgesamt stellen wir damit sicher, dass wir unsere Leistungsversprechen und die Wünsche unserer Kund:innen gewohnt zuverlässig erfüllen und private Vorsorge von morgen nicht zulasten kommender Generationen geschieht.



Was ist eigentlich eine Elementarversicherung?

Unter Elementarversicherung versteht man eine Absicherung von Schäden, die durch unberechenbare Wetterereignisse wie Starkregen oder Hochwasser entstehen. Der GDV (Gesamtverband Deutscher Versicherer) empfiehlt Interessierten den [Naturgefahren-Check](#), um die einschlägigen regionalen Risiken besser einschätzen zu können.

Nachhaltig, nachhaltiger, Schadenverhütung

Nichts hilft besser, als Schäden gar nicht erst entstehen zu lassen. Mit dem richtigen Blick für Risiken lässt sich ein großer Teil von Schäden reduzieren, denn man hat viel mehr selbst in der Hand, als man zunächst glaubt. Hier setzt unsere „[Schadenverhütung](#)“ an, die Kund:innen hilft, ihren Blick zu schärfen. Bei PV-Anlagen lenken wir diesen Blick beispielsweise in Richtung potenzieller Verschmutzung (-> erhöhtes Brandrisiko), mangelhafter Modulbefestigung (-> Bruchgefahr) oder defekter Wafer (-> verminderte Leistung). Auch die Sicherheit im Straßenverkehr fördern wir in Zusammenarbeit mit den Landesverkehrswachten der Regionen und widmen uns den Themen Smartphone am Steuer, Ladesicherheit für E-Bikes sowie der Sicherheit beim E-Scooter-Fahren. Brandaktuell bleibt auch die Sicherheitserziehung mit den Landesfeuerwehrverbänden zum Brandschutz, da der nicht geschulte Umgang mit Feuer jedes Jahr wieder zahlreiche Opfer und Schäden in Millionenhöhe fordert.



In unserer neuen Privat-Haftpflichtversicherung haben wir klimafreundliche Elemente integriert.

Wir setzen uns für Recycling ein und wollen dem Trend, kaputte Dinge sofort durch neue zu ersetzen, entgegenwirken. Daher übernehmen wir Reparaturkosten von Geräten und Gegenständen, auch wenn diese den Zeitwert übersteigen (bis max. 50% über Zeitwert bis maximal 5.000 EUR).



Wir fördern klimafreundliche Mobilität und übernehmen daher die Selbstbeteiligung, wenn ein durch unsere Privat-Haftpflicht-Kund:innen genutztes Carsharing-Auto beschädigt werden sollte.



Wenn unsere Privat-Haftpflicht-Kund:innen statt mit dem Auto mit gemieteten E-Scootern, Pedelecs oder Fahrrädern unterwegs sind, übernehmen wir die Kosten bei möglichen Beschädigungen.

Eine Vielzahl von Maßnahmen und Informationsmaterialien zu allen Themenfeldern wurden gemeinsam mit unseren Partnern erstellt. Dieser Service ist uns wichtig: Im Jahr 2022 haben wir mehr als 1,8 Mio. EUR in die Schadenverhütung investiert.

Kund:innen im Blick: Handlungsfeld Kundenbegeisterung

Im Jahr 2022 ist das konzernweite Strategieprogramm #Kundenbegeistern noch stärker in unseren Fokus gerückt. Ziel des Programmes ist es unter anderem, digitale und analoge Touchpoints zu verknüpfen und so dem Wunsch unserer Kund:innen nach hybriden Lösungen zu entsprechen. Wir setzen weiterhin alles daran, die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kund:innen noch besser zu erfassen, damit ihre Kundenreise positiv im Gedächtnis bleibt. Im Rahmen des Programms konnten wir viele unserer Ziele aus dem vergangenen Jahr umsetzen und neue Projekte in die Wege leiten.

Einfach wertvoll: Kundenfeedback

Unser Kundenfeedback-System – der [Kundenkompass](#) – wurde 2021 als Pilotprojekt gestartet und wird im Mai 2023 erfolgreich abgeschlossen. In den letzten Monaten konnten wir wertvolle Inputs für die Verbesserung unserer Kundenreisen und Prozesse generieren. In einem nächsten Schritt soll das System auf den gesamten Konzern ausgeweitet werden. Ergänzend nutzen wir den Net Promoter

Score (NPS), um die Zufriedenheit unserer Kund:innen zu messen. Unsere Vertriebs- und Servicepartner:innen und auch die Produktentwicklung profitieren davon, da sie die Wünsche und Perspektiven ihrer Kund:innen noch besser verstehen lernen. Die richtige Vorgehensweise bei der Kundenbefragung spielt dabei eine entscheidende Rolle. Um sicherzustellen, dass unser Serviceangebot ein außer-

gewöhnliches Kundenerlebnis bietet, möchten wir es genau wissen und fragen direkt nach! Zusätzlich zu unseren standardisierten Erhebungen setzen wir vermehrt auch auf telefonische Eins-zu-eins-Gespräche, um ganz persönliche Eindrücke von unseren Kund:innen zu gewinnen. Dieses wertvolle Wissen tragen wir im Konzern weiter.



Kund:innen im Blick: Handlungsfeld Kundenbegeisterung

Für jeden Topf ein passender Deckel

Im Rahmen des Projekts „Customer Analytics“ entwickeln wir ein Kundensegmentierungssystem, um unsere Kund:innen gezielter ansprechen zu können. Dieses System ermöglicht es uns, Kundenpräferenzen genau zu identifizieren und ihnen maßgeschneiderte Angebote auf ihrem bevorzugten Kanal zu präsentieren. Zum Beispiel können Kund:innen mit einer Affinität zu digitalen Kanälen erkannt und entsprechend angesprochen werden. Darüber hinaus können wir auf diese Weise künftig Merkmale wie Nachhaltigkeitsaffinität besser berücksichtigen. Perspektivisch wird ein Kampagnenmanagement eine digitale Abwicklung unterstützen und somit helfen, den Papiereinsatz weiter zu reduzieren.

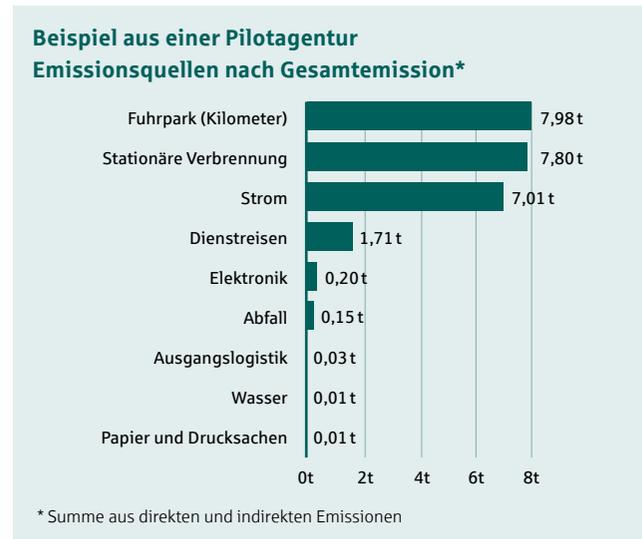
Kundenverhalten im Wandel: Online trifft offline

Jede/-r dritte Kund:in nutzt mittlerweile mobile Geräte zur Interaktion mit Versicherungen. Der Aufbau unseres konzern-einheitlichen Kundenportals [MeineProvinzial](#) war demzufolge ein logischer Schritt. Das Herzstück im Rahmen der Umsetzung ist hierbei die Gestaltung des Portals für unsere Kund:innen.

Eine durchdachte User Experience (UX) und ein intuitives UserInterface (UI) ermöglichen die Nutzung unseres digitalen Service-Angebots auf einfache Art und Weise. Unsere Kund:innen werden es lieben. Mit diesem digitalen Standbein ergänzen wir ideal die analogen Angebote und schaffen persönliche Nähe – unabhängig vom präferierten Kunden-Touchpoint.

Auf dem Wege zur nachhaltigen Agentur

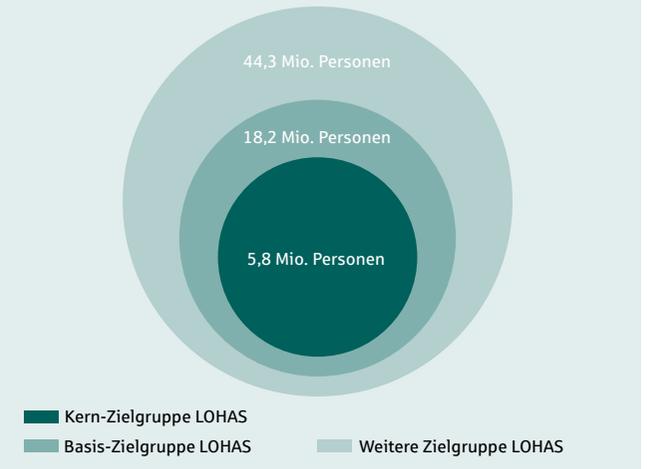
In unserem Leuchtturmprojekt „Wege zur nachhaltigen Agentur“ zeigen wir Versicherungsagenturen auf, welche Potenziale nachhaltiges Wirtschaften mit sich bringt. Mit fünf teilnehmenden Agenturen und einer Regionaldirektion definieren wir deren Klimawirkung, analysieren die Performance zu sozialen Aspekten sowie weiteren Kriterien der Unternehmensführung. So haben wir in einem ersten Schritt vier wesentliche Quellen als maßgebliche Faktoren von Emissionen der Agenturen identifiziert (siehe Grafik). Dadurch können gezielte Reduktions-Maßnahmen für jede einzelne Agentur eingeleitet werden, die in ihrer Gesamtheit eine deutliche Auswirkung für den Klimaschutz haben.



Ergänzend verschaffen wir Agenturen eine Datengrundlage für die Kommunikation von Klimaschutzmaßnahmen gegenüber nachhaltigkeitsaffinen Kundengruppen. Durch eine Ansprache der sogenannten LOHAS (siehe Infokasten) sehen wir großes Potenzial darin, nachhaltige Versicherungsprodukte zielgerichtet in den Markt zu bringen.

LOHAS = Lifestyles of Health and Sustainability

Zur Zielgruppenidentifikation der LOHAS wurden in der Studie „best for planning“ über 30.000 Interviews zu den Themen Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung, Gesundheit, Ernährung und Konsum in der Bevölkerung durchgeführt. Die Kern- und Basiszielgruppe umfasst demnach rund 24 Mio. Personen.



Unser Transformationsmotor: Handlungsfeld Digitalisierung

Die Digitalisierung unserer Produkte und Prozesse bleibt eines unserer wirksamsten Werkzeuge für mehr Klima- und Ressourcenschutz. Damit wir dieses Potenzial nutzen können, wollen wir den Konzern und all unsere Mitarbeiter:innen fit für eine digitale und nachhaltige Zukunft machen. Zahlreiche Pilotprojekte rund um die Themen Prozessdigitalisierung, nachhaltiger IT-Betrieb und Rechenzentren, digitales Empowerment und Innovation sind in den vergangenen Jahren ange- laufen. Im Jahr 2022 verzeichneten wir bereits Erfolge und sehen, dass unsere Mitarbeiter:innen motiviert sind, die digitale Transformation gemeinsam mitzugestalten.



Digitales Miteinander: Es geht nur zusammen.

Keine/-r unserer Mitarbeiter:innen soll sich im Prozess der Digitalisierung unseres Konzerns allein gelassen fühlen. Die schrittweise Einführung von verschiedenen Microsoft-365-Anwendungen begleiten wir deshalb mit einem großen Angebot an Online-Trainings. Und damit nicht genug: Konzerninterne Teams aus „Digital Champions“ stehen Mitarbeiter:innen der Provinzial mit Rat und Tat zur Seite. Unsere digitalen Held:innen helfen dabei, Berührungs-

ängste und Unsicherheit gegenüber neuen Anwendungen abzubauen und zeigen, dass so manches Tool auch eine erhebliche Arbeitserleichterung verspricht. Ein ähnliches Ziel verfolgen auch unsere [DigiLabs](#). An den Standorten Münster und Kiel sind diese Orte des Austausches und des Netzwerkens schon nicht mehr wegzudenken. Basierend auf diesen tollen Erfahrungen, sollen weitere Standorte im Jahr 2023 folgen.

Druckerentwicklung an den Standorten Münster, Kiel und Hamburg

1.200
Drucker an den
Standorten Münster,
Kiel und Hamburg
2019



359
Drucker an den
Standorten Münster,
Kiel und Hamburg
2022

Unser Transformationsmotor: Handlungsfeld Digitalisierung

Einfacher, digitaler, übersichtlicher.

Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind eng miteinander verzahnt. Indem wir schrittweise auf digitale Prozesse umstellen und unser [Kundenportal](#) weiter modernisieren, können wir das Kundenerlebnis deutlich verbessern und darüber hinaus enorm Papier einsparen. Weitere Beispiele für digitale Prozesse sind das „E-Mail-Modul“ für den verschlüsselten Antragsdaten- und Angebotsversand oder die „digitale Bestätigung“, die bereits für mehrere Produkte eingeführt wurden. Sukzessive werden in 2023 weitere Sparten folgen. Durch die digitale Bereitstellung beispielsweise der Antragsdokumente sowie Kundeninformationen und die massive Reduktion des Druck-Outputs leisten wir nicht nur einen Beitrag zum Umweltschutz, sondern erfüllen auch den Wunsch unserer Kund:innen nach digitalen, unkomplizierten und rechtssicheren Prozessen vom Erstkontakt bis zum Vertragsabschluss. Entsprechend unserem Servicegedanken stellen wir durch diese Möglichkeit eine flexible orts- und zeitunabhängige Antragsannahme zur Verfügung und sind am Ende vor allem auch eines: schneller.

Ada Lovelace

Britische Mathematikerin, die um 1840 erstmals beschrieb, wie Algorithmen funktionieren



Wie unsere Talente die Zukunft mitgestalten

Die Innovationskraft der Provinzial fördern und langfristig sichern – dieser Aufgabe stellen sich die 20 ada-fellows im Rahmen eines 12-monatigen branchenübergreifenden Weiterbildungsprogramms. Gemeinsam suchen sie nach kreativen Ideen zur Kompetenzerweiterung in Bezug auf die digitale Transformation, technologische Schlüsselrends und neue Arbeitsmethoden. Auch moderne Führungskompetenzen werden eruiert. Die interdisziplinäre Zusammenarbeit stellt dabei sicher, dass unterschiedliche Perspektiven berücksichtigt werden und so robuste Lösungen entstehen.

Übrigens: Namensgeberin des Programms ist die britische Mathematikerin Ada Lovelace.



Digitalisierung im Dienste der Umwelt

Wir sind von den Vorteilen digitaler Technologien überzeugt, wissen aber auch, dass auch sie Emissionen – zum Beispiel durch Rechenzentren – verursachen. Da sich die Digitalisierung insgesamt positiv auf unsere Umweltbilanz auswirken soll, reduzieren wir stetig den CO₂-Fußabdruck auch in diesem Bereich. Unsere Server befinden sich in einem der [energieeffizientesten Rechenzentren Europas](#), Nürnberg-Süd. Der Betreiber setzt auf die innovative Kühltechnik namens „Kyoto Cooling“.

Cooler Rechenzentren

Kyoto Cooling ist eine energieeffiziente Methode für die Kühlung von Rechenzentren. Die Methode nutzt die kühle Umgebungstemperatur außerhalb des Gebäudes, um die Raumtemperatur zu regulieren. Dabei wird die Abluft aus den Serverräumen in einen Wärmetauscher geleitet, der die Wärme an die kühle Außenluft abgibt. Das senkt die Temperatur im Serverraum ohne zusätzlichen Energieverbrauch und macht Kyoto Cooling zu einer umweltfreundlichen Alternative für herkömmliche Kühlsysteme.

Auch indem wir unsere IT-Systemlandschaft konzernweit auf einer zentralen Plattform zusammenführen, können wir unseren Energieverbrauch reduzieren. Schließlich verringert sich dadurch die Anzahl benötigter Geräte und Server. Darüber hinaus fördern wir über unseren [Partner AfB](#) den IT-Reuse: Das Unternehmen schenkt ausgemusterte IT-Hardware ein neues Leben und wir können Neuanschaffungen vermeiden. Muss doch mal ein neues Gerät her, stellen unsere ESG-Einkaufskriterien sicher, dass auch unsere IT-Zulieferer unsere Nachhaltigkeitsansprüche erfüllen.

Mit gutem Vorbild vorangehen: Handlungsfeld Ressourcenschonung

Um unserer Vorbildfunktion in Sachen Nachhaltigkeit gerecht zu werden, haben wir uns einem Netto-Null-Ziel mit dem Zieljahr 2025 für den eigenen Geschäftsbetrieb verschrieben. Bereits bis zum Jahr 2025 wollen wir unsere Scope 1- und Scope 2-Emissionen reduzieren und die verbleibenden Emissionen vollständig kompensieren. Damit wir nicht nur die Klimaneutralität im Blick haben, hat die Provinzial für die Scope 1- und Scope 2-Emissionen einen Reduktionspfad definiert. Die Reduktion der Emissionen orientiert sich an dem Pariser Klimaziel. Mit dem XDC-Modell können wir die Reduktionen so berechnen, dass wir das verbleibende Emissionsbudget für den 1,5 Grad-Klimapfad einhalten.

Auf den Dächern unserer Kund:innen

Nachhaltig zu handeln bedeutet für die Provinzial vor allem auch, als Multiplikatorin und Partnerin zu wirken. Gemeinsam mit unseren Privat- und Geschäftskund:innen haben wir seit letztem Jahr eine Vielzahl an Photovoltaikanlagen realisiert, die rechnerisch den Strombedarf von knapp 750 Drei-Personen-Haushalten decken.

Und es geht weiter: Gemeinsam mit einem unserer Kunden realisieren wir derzeit ein Projekt, das innerhalb von sechs Jahren 600 Dächer mit Photovoltaikanlagen bestückt. Unser Projekt zur Kundensegmentierung wird uns auch in Zukunft dabei helfen, nachhaltigkeitsaffine Kund:innen ausfindig zu machen und gezielt auf unsere Angebote hinzuweisen (siehe Kapitel [Kundenbegeisterung](#)).



Mit gutem Vorbild vorangehen: Handlungsfeld Ressourcenschonung

Wege zum klimaneutralen Unternehmen

Im Projekt „Wege zum klimaneutralen Unternehmen“, das intern unter dem Namen „Wege-Projekt“ bekannt ist, erarbeiten wir gemeinsam mit der Universität Kassel und dem Verein Klimaschutz-Unternehmen mit insgesamt zehn Unternehmen individuelle Fahrpläne zur Klimaneutralität in Scope 1 und 2. Das Zieljahr 2025 orientiert sich dabei an den Vorgaben des GDV. Natürlich sind wir mit unserem eigenen Anspruch als Klima-Vorreiter eines der teilnehmenden Unternehmen.

Mithilfe des XDC-Modells, das auch im Bereich der Kapitalanlagen Anwendung findet, konnten wir in den vergangenen Jahren konkrete Handlungsfelder auf dem Weg zur betrieblichen Klimaneutralität identifizieren: Wir müssen die Nutzung und den Ausbau regenerativer Energien weiter deutlich fördern. Ein Schwerpunkt wird dabei in Zukunft auf unserem Standort in Münster liegen. Außerdem muss die Fernwärme, die wir von externen Lieferunternehmen beziehen, zukünftig aus grünen Quellen stammen.

**WEGE ZUM
KLIMANEUTRALEN
UNTERNEHMEN**



Unsere Sonnenseite

Die Provinzial ist nicht nur Versicherer, sondern auch Ökostromproduzent! Im Vergleich zum Vorjahr haben wir 2022 zehn Prozent mehr Strom aus Photovoltaikanlagen auf unseren Provinzial-Dächern selbst erzeugt. Im kommenden Jahr soll die Photovoltaik-Anlage am Standort Düsseldorf in Betrieb gehen, weitere Anlagen an den Standorten Detmold und Kiel sind geplant. Auch in Zukunft wird der Anteil unseres selbst erzeugten Stroms somit deutlich steigen. Um unseren Bedarf zu decken, benötigen wir weiterhin Strom von externen Anbietern. Wir haben uns auf den Einkauf von Strom mit OK Power- oder Grüner Strom-Label festgelegt.

Grün unterwegs

Natürlich spielen auch die Pendleraktivitäten und Dienstreisen unserer Mitarbeiter:innen eine wichtige Rolle in unseren Klimaschutzbemühungen. In unserer neuen Reiserichtlinie stellen wir deshalb klar, dass Bahnreisen grundsätzlich zu bevorzugen sind. Damit aus deutlichen Worten gelebte Realität wird, setzen wir zusätzliche Anreize für eine Reise mit dem Zug: Wir fördern beispielsweise Erste-Klasse-Tickets und Firmen-BahnCards. Vielfahrer:innen, die nicht auf einen Dienstwagen verzichten können, sollen E- oder Hybridfahrzeuge nutzen. Verbleibende Emissionen aus den Bahn- und Flugreisen unserer Mitarbeiter:innen kompensieren wir mit den hochwertigen CO₂-Zertifikaten von atmosfair. Den Pendlerverkehr unterstützen wir mit ÖPNV-Zuschüssen und einem JobRad-Angebot, das sich weiterhin großer Beliebtheit erfreut: Die Nutzung ist im Vergleich zum Vorjahr um knapp 30 Prozent gestiegen – eine super Entwicklung, die der Gesundheit des Planeten ebenso nützt wie der unserer Mitarbeiter:innen!

Emissionen der eigenen Geschäftsprozesse in Tonnen (Scope 1 und 2)

t CO₂-Emissionen



- direkte Emissionen aus Verbrennungsprozessen mobiler Anlagen
- direkte Emissionen aus Verbrennungsprozessen stationärer Anlagen
- direkte Emissionen flüchtiger Gase
- eingekaufte Fernwärme und Dampf (market-based)
- eingekaufte Stromenergie (market-based) = 0 Emissionen, da Ökostrom
- 1,5 Grad-Ziel nach XDC-Modell Basisjahr 2020



[Wir] lassen Wälder wachsen

Schon seit dem Jahr 2007 engagieren wir uns als sogenannte „First Mover“ in Kooperation mit PRIMAKLIMA für Aufforstungsmaßnahmen in Deutschland und Südamerika. Im Laufe von 40 bis 50 Jahren sollen damit jährlich über 3.600 t CO₂ durch den Biomassezuwachs gebunden werden. Der Großteil der Aufforstungsflächen der Provinzial (76 %) liegt in Argentinien. Hier befinden sich sieben Projekte im Westen der Provinz Chubut in Patagonien. Die natürliche Vegetation besteht in dieser Region überwiegend aus der Lenga-Südbuche und der Antarktischen Scheinbuche. Die Flächen sind ehemalige Waldflächen, die durch großflächige, vom Menschen herbeigeführte Waldbrände Ende des 19. Jahrhunderts entwaldet wurden. Vor den Aufforstungsmaßnahmen wurden die Flächen als Weideflächen genutzt mit der Folge, dass die Standorte stark degradiert wurden. Auf einigen Flächen haben verstreut einige Inseln und/oder Streifen von Lenga-Südbuchen und Antarktischer Scheinbuche die Waldbrände und den Weidedruck überlebt.



Aufforstungsfläche in Argentinien mit der Gelbkiefer (*Pinus ponderosa*)

Diese Aufforstungsflächen sind sandige und steinige Standorte mit einer überwiegend spärlichen Bodenbedeckung aus Gräsern und Kräutern sowie geringen Niederschlagsmengen. Die Aufforstungen durch PRIMAKLIMA im Auftrag der Provinzial werden daher mit robusten exotischen Nadelbäumen vorgenommen, die trotz der schlechten Standortbedingungen überleben können. Meist verwendet man hier die schnell wachsende und widerstandsfähige Gelbkiefer und in geringen Anteilen auch die Douglasie, mit denen langfristig auch auf den stark degradierten Standorten wieder intakte Waldflächen geschaffen werden können.

Zwischen Ende 2022 und Anfang 2023 wurde erneut ein Gutachten durch B.A.U.M. e.V. erstellt, um über den Status der Aufforstungen im Rahmen der Klimaschutzmaßnahmen der Provinzial urteilen zu können. Uns wurde bestätigt, dass die Aufforstungen den Grundsätzen des Kyoto-Protokolls, den internationalen Nachhaltigkeitszielen der EU sowie der Waldstrategie 2050 der Bundesregierung entsprechen.



Aufforstungsfläche in Deutschland (Nordrhein-Westfalen) als Mischwald mit heimischen Baumarten

Für die meisten Flächen konnten die erwarteten CO₂-Bindungen bestätigt werden; für einige Flächen in Argentinien erfolgte eine Korrektur des jährlichen CO₂-Absorptionspotenzials, bedingt durch ein deutlich geringeres jährliches Höhen- und Durchmesserwachstum. Aber: „Obwohl wachstumswidrige Standortbedingungen (...) vorliegen, ist es erstaunlich, dass die Aufforstung aller Flächen grundsätzlich als überwiegend gelungen bestätigt werden kann“, dieses Fazit freut uns ganz besonders.



PRIMAKLIMA engagiert sich als gemeinnütziger Verein seit über 30 Jahren aktiv fürs Klima, indem weltweit Bäume gepflanzt und Wälder geschützt werden. PRIMAKLIMA konnte bereits zahlreiche Waldprojekte rund um den Globus erfolgreich verwirklichen, ist derzeit auf vier Kontinenten aktiv und setzt dabei auf ein Konzept ganzheitlicher Nachhaltigkeit. Fundament der Projektauswahl sind das forstfachliche Wissen aus dem Vorstand und dem Team und die Zusammenarbeit mit externen, unabhängigen Forstexpert:innen. Regelmäßige Projektbesuche durch PRIMAKLIMA sichern den Erfolg und die Beständigkeit der Projekte.



B.A.U.M. e.V. setzt sich dafür ein, das zentrale Thema voranzubringen: eine lebenswerte Zukunft durch nachhaltiges Wirtschaften innerhalb der planetaren Grenzen. Der 1984 gegründete Verband ist heute mit knapp 800 Mitgliedern eine auf Bundes- und europäischer Ebene präsente Stimme nachhaltig wirtschaftender Unternehmen und eine treibende Kraft für die sozial-ökologische Marktwirtschaft.

Der Schlüssel zum Erfolg: Handlungsfeld Arbeitgeberattraktivität

Neue Talente für die Provinzial gewinnen, bestehende Mitarbeiter:innen binden und weiterentwickeln – das sind unsere zentralen Aufgaben zur Wahrung und Steigerung von Arbeitgeberattraktivität. Denn Talente kennen ihren Wert und stellen entsprechend Ansprüche an ihre Arbeitgeber, die mit der Zeit gehen müssen. Unser Engagement für Vielfalt haben wir ebenso ausgebaut wie unser Angebot rund um die Themen klimafreundliche Mitarbeitermobilität und Digitalisierung. NewWork besteht bei uns auch jenseits pandemischer Zeiten fort.

Beständigkeit und frischer Wind

Die Provinzial beschäftigt Mitarbeiter:innen aus vier verschiedenen Generationen. Für die Zukunft müssen wir auch eine fünfte Generation, die sogenannte Gen Alpha, im Blick behalten, denn eines ist klar: Die sogenannten Millennials und nachfolgende Generationen werden die Zukunft der Provinzial entscheidend prägen (siehe Grafik). So vielfältig unsere Belegschaft ist, so unterschiedlich sind auch ihre Bedürfnisse und Erwartungen an uns als Arbeitgeber. Das birgt Herausforderungen, aber auch Chancen, uns als Konzern weiterzuentwickeln. Unsere neue Personalstrategie schafft mit ihren zehn strategischen Handlungsfeldern den Rahmen, in dem wir uns diesen Aufgaben widmen.

Die Provinzial: Heute und in Zukunft

Mitarbeiter:innen im Konzern 2022

4 %

22 %

35 %

39 %

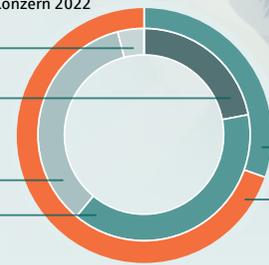


Mitarbeiter:innen im Konzern 2032

30 %

70 %

- Gen Alpha (ab 2010)
- Gen Z (2000 - 2010)
- Gen Y (1980 - 1999)
- Gen X (1965 - 1979)
- Babyboomer (1946 - 1964)



Der Schlüssel zum Erfolg: Handlungsfeld Arbeitgeberattraktivität

Unsere Personalstrategie 1.0: Etwas Großes wächst zusammen

Wir wollen uns als fusionierter Konzern nicht nur den künftigen Generationen widmen, sondern insbesondere unsere langjährigen Mitarbeiter:innen mit ihren verschiedenen Geschichten binden, weiterentwickeln und motivieren. Um dies generationsübergreifend, sinnvoll und beständig anzugehen, wurde Ende 2022 unsere neue Konzern-Personalstrategie entwickelt, die zehn strategische Handlungsfelder umfasst. Mit den daraus entwickelten Zielen und Maßnahmen wollen wir auch in Zukunft die erste Wahl für unsere Mitarbeiter:innen sein.

Im Zeichen unserer Werte

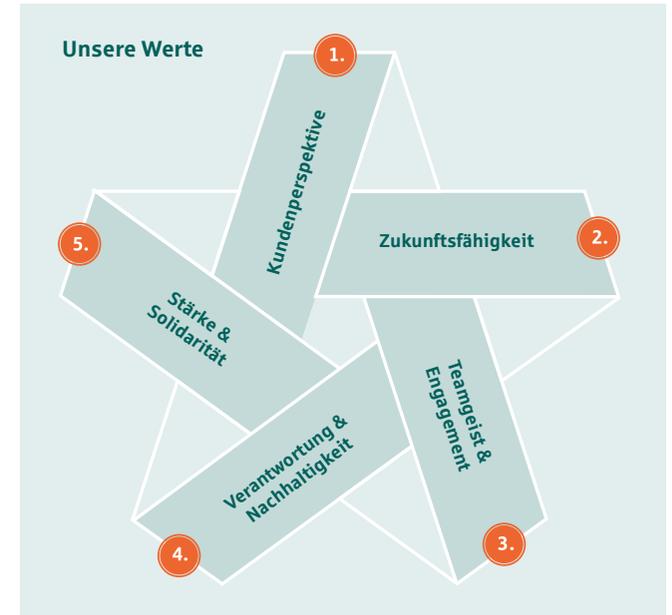
Unsere Unternehmenskultur schafft die Grundlage dafür, unsere Ziele gemeinsam mit unseren Mitarbeiter:innen zu erreichen. Unsere fünf Werte sind dabei wichtige Ankerpunkte (siehe Grafik). Was zeichnet uns als Versicherung aus? Wie füllen wir unsere Werte im Arbeitsalltag mit Leben? Was wollen wir zukünftig gemeinsam erreichen? Diesen Fragen konnten sich interessierte Provinzialer:innen in verschiedenen Formaten im Rahmen unserer „Werte-Wochen“ im Frühsommer 2022 widmen. Einen wesentlichen Anteil hatte die Nachhaltigkeitswoche, deren Programm nach dem Motto „Nachhaltiges be[wir]ken“ gestaltet wurde. Highlights waren die Mobilitäts-Challenge, bei der die Mitarbeiter:innen zwei Wochen lang ihre Fahrten zur Arbeit in der Earnest-App



(s. Infokasten) dokumentiert haben, und die digitale Abschlusspräsentation des Projekts „Sustainability Management Practice“ in Kooperation mit 23 Studierenden der HHU Düsseldorf an allen Standorten. Außerdem hatten unsere Mitarbeiter:innen Gelegenheit, sich über unsere klimafreundlichen Mobilitätsangebote – von Car-Sharing über E-Autos bis JobRad – zu informieren.

Zukunft im Fokus: Die PROCareer Netzwerkstatt

Wir wollen unseren Mitarbeiter:innen aktiv bei der Planung ihrer beruflichen Zukunft bei der Provinzial zur Seite stehen und sie dabei unterstützen, in neue Rollen hineinzuwachsen. Unser zweieinhalbjähriges PROCareer Programm bietet dafür den geeigneten Rahmen. Teil des Programms ist die PROCareer Netzwerkstatt, die Nachwuchstalente und Führungskräfte zusammenbringt, um voneinander zu lernen und gemeinsam Ideen zu schmieden. Im Herbst 2022 fand die erste Netzwerkstatt mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit statt. Mit Fokus auf die weiteren Themen Altersvorsorge, Mobilität, Landwirtschaft, Wohnen, Digitalisierung und Arbeitgeberattraktivität konkretisierten sechs Arbeitsgruppen das Bild der Provinzial als Versicherung für das 21. Jahrhundert – und darüber hinaus.



Earnest App

Earnest ist eine App, die nachhaltiges Verhalten spielerisch fördern soll. Den Nutzern werden immer wieder neue nachhaltige Challenges vorgeschlagen, die in den Alltag integriert werden können und einen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Für absolvierte Challenges werden Punkte vergeben, über die verschiedene Klimaschutzprojekte unterstützt werden.

Ausblick

Transparent den Fortschritt tracken

Mit dem GREENPRINT-Update halten wir Wort und kommunizieren die Roadmap unserer Nachhaltigkeitsstrategie weiterhin transparent und nachvollziehbar. Ein wichtiger Begleiter bleibt dabei unser Maßnahmentableau mit ausgewählten Kennzahlen, mit dem wir die Ziele in den verschiedenen Handlungsfeldern im Blick haben und Erfolge kontinuierlich messen können.

Es ist schön zu sehen, dass die verschiedenen Nachhaltigkeitsprojekte nach und nach den gesamten Konzern prägen. Das zeigen auch die Beispiele in der nebenstehenden Tabelle – wie im Vorjahr finden sich dort zu jedem Handlungsfeld etablierte KPIs und Maßnahmen. Das ausführliche Maßnahmentableau ist im neuen [Nachhaltigkeitsbericht](#) zu finden.

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:

stocksy/Liza Vlasenko (Titel), Provinzial (S. 3), iStock/leonard_c (S. 3), Getty Images/Cecilie-Arcurs (S. 4), iStock/leonard_c (S. 4), iStock/leonard_c (S. 5), ©adobe/Halfpoint (S. 6), iStock/leonard_c (S. 6), iStock/leonard_c (S. 7), Getty Images/Luis Alvarez (S. 8), iStock/leonard_c (S. 8), iStock/leonard_c (S. 9), Getty Images/deimagine (S. 10), iStock/leonard_c (S. 10), ©ada Learning GmbH/Stefan Floss (S.11), iStock/leonard_c (S. 11), shutterstock/HappySloth (S.11), Getty Images/Cultura RM Exclusive/Stephen Lux (S. 12), iStock/leonard_c (S. 12), iStock/leonard_c (S. 13), B.A.U.M. e.V./ Dipl.-Forstwirt Rainer Kant (S. 14), Getty Images/Mikolette (S. 15), iStock/leonard_c (S. 15), Provinzial (S. 16), iStock/leonard_c (S. 16)



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	Q2/2022 NPS=25	2021: 2.200 Geräte (32 % ReUse)	2021: 8.761 t CO ₂	2021: FrauenQ 27 % und TZQ 23 %
2022: 95 %	2022: 1,40 Millionen	Q4/2022 NPS=25	2022: 2.400 Geräte (50 % ReUse)	2022: 6.553 t CO ₂	2022: FrauenQ 28,12 % und TZQ 22,4 %
Maßnahme: Weiterentwicklung KPIs zur Reduktion des CO ₂ -Fußabdrucks für liquide (kurzfristig) und illiquide Assetklassen (mittelfristig)	Maßnahme: Integration von ESG-Kriterien in den 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