



WIR SCHAFFEN **MEHRWERT**

Schützen, was zählt.

DIE VIG IM ÜBERBLICK

Die Vienna Insurance Group ist der führende Versicherer in Zentral- und Osteuropa. Die wichtigsten Fakten zur VIG in der Schnellübersicht.

UNSERE VISION

Wir wollen die erste Wahl für unsere Kunden sein. Unsere Stakeholder sehen in uns einen stabilen und verlässlichen Partner. Dadurch festigen wir unsere Position als führende Versicherungsgruppe in Zentral- und Osteuropa.

UNSERE WERTE

Vielfalt
Kundennähe
Verantwortung

UNSERE MISSION

Wir stehen für Stabilität und Kompetenz in der Absicherung von Risiken. Wir nutzen unsere Erfahrung, unser Know-how und die Vielfalt, um näher am Kunden zu sein. Es liegt in unserer Verantwortung, jene Werte zu schützen, die unseren Kunden wichtig sind.

UNSER VERSPRECHEN

Wir ermöglichen den Menschen, ein sicheres und besseres Leben zu führen:
Schützen, was zählt.



Die Aktie der VIG ist 2017 in zwei Nachhaltigkeitsindizes vertreten. Beide listen Unternehmen mit weitreichenden Maßnahmen im Bereich Umwelt, Soziales und Governance. Während im VÖNIX nur österreichische Betriebe vertreten sind, listet der FTSE4GOOD Unternehmen weltweit.

Bereits seit 1994 notiert die VIG an der Wiener Börse. Die Signifikanz des zentral- und osteuropäischen Wirtschaftsraums wird mit dem seit Februar 2008 bestehenden Zweitlisting an der Prager Börse betont.

70%
rund
der Aktien hält der
Hauptaktionär Wiener Städtische
Versicherungsverein

30%
ca.
der Aktien befinden sich im Streubesitz

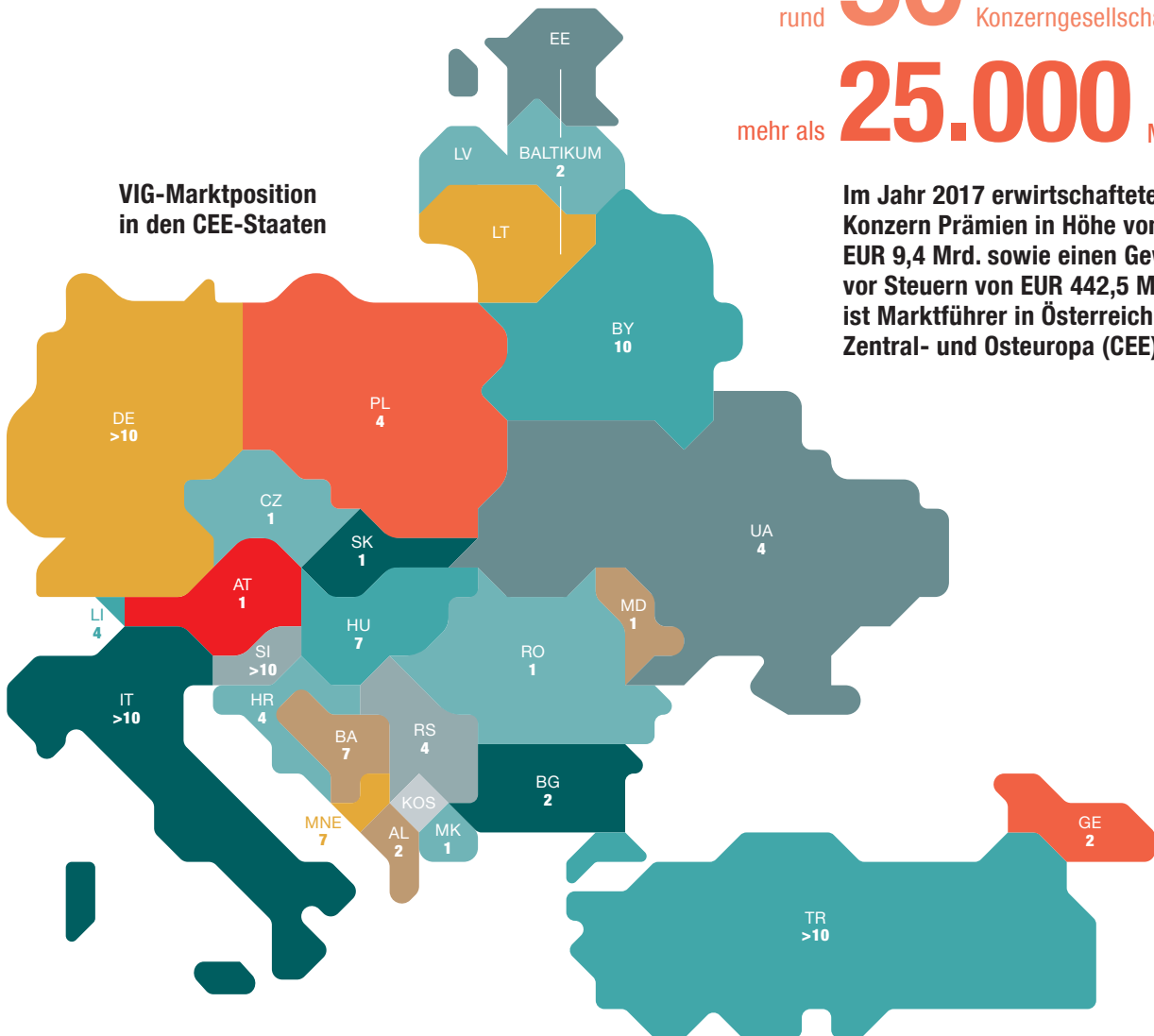
A+
Standard & Poor's bestätigt die ausgezeichnete Bonität der VIG seit Jahren. Die VIG weist damit das beste Rating aller Unternehmen des ATX, des Leitindex der Wiener Börse, auf.

25 Länder

rund **50** Konzerngesellschaften

mehr als **25.000** Mitarbeiter

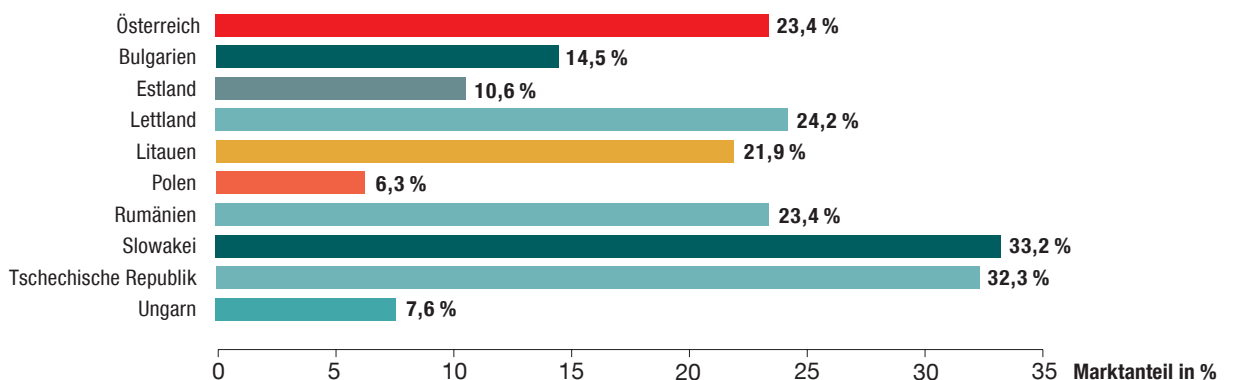
**VIG-Marktposition
in den CEE-Staaten**



Im Jahr 2017 erwirtschaftete der Konzern Prämien in Höhe von EUR 9,4 Mrd. sowie einen Gewinn vor Steuern von EUR 442,5 Mio. und ist Marktführer in Österreich und Zentral- und Osteuropa (CEE).

NR. 1

in Österreich und CEE



Stand Marktränge und -anteile: 1.–3. Quartal 2017, Ungarn 1.–4. Quartal 2016

Konsolidierte nichtfinanzielle Erklärung

Dieser Bericht steht unter dem Titel **„Wir schaffen Mehrwert“**. Dabei geht es nicht nur um finanziell gemessenen Mehrwert, sondern auch um sozialen und ökologischen. Die Vienna Insurance Group (VIG) ist mehr als ihr Prämienvolumen. Die Gruppe macht auch das aus, was sie innerhalb und außerhalb des Unternehmens bewirkt – für ihre Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre und weitere Gruppen der Gesellschaft. Davon handelt dieser Nachhaltigkeitsbericht.

Das grafische Erscheinungsbild des Berichts spielt mit einer stilisierten, bunten Landkarte, welche die 25 Märkte der VIG repräsentiert. Die unterschiedlichen Farben der Länder stehen für die lebendige Vielfalt im Unternehmensalltag der Versicherungsgruppe.

Unser Ziel ist es, den Nachhaltigkeitsbericht möglichst leicht und flüssig lesbar zu gestalten. Deswegen wurde auf Schreibweisen wie „KundInnen“, „MitarbeiterInnen“ usw. weitgehend verzichtet. Selbstverständlich sind in den Texten immer Frauen und Männer, ohne jegliche Diskriminierung, gleichwertig gemeint.

**Rund 50 Konzerngesellschaften
in 25 Ländern arbeiten
gemeinsam an einer
erfolgreichen und fairen Zukunft.**



Sehr geehrte Damen und Herren,

in Ihren Händen halten Sie den ersten eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht der Vienna Insurance Group. Damit verdeutlichen wir, welch hohen Stellenwert das Thema Corporate Social Responsibility für uns hat – getreu dem Motto des Berichts: „Wir schaffen Mehrwert“. Denn die VIG bietet Mehrwert, für ihre Kundinnen und Kunden, für ihre Aktionärinnen und Aktionäre, für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – und für unsere Gesellschaft als Ganzes.

Nachhaltigkeit war für uns auch bisher nicht nur ein reines Schlagwort, sondern jahrzehntelang gelebte Praxis. Seit fast 200 Jahren erfüllt unser Konzern mit seinen Versicherungsdienstleistungen eine Reihe von wichtigen gesellschaftlichen Aufgaben – nur ein paar Beispiele dazu: Versicherungsschutz erhöht die existenzielle Sicherheit des Einzelnen und macht finanzielle Risiken planbar. Versicherungsangebote für neue Technologien erhöhen außerdem die Bereitschaft, innovative Geschäftsideen umzusetzen. Gleichzeitig entlastet guter Versicherungsschutz das Gemeinwesen. Personen sorgen privat für ihre Zukunft im Alter bzw. Risiken des Alltags vor. Wo dies nicht passiert und Schäden entstehen, die ein Einzelner erleidet und selbst nicht tragen kann, kommen häufig der Staat und damit die Steuerzahler dafür auf. Darüber hinaus sind Versicherungsunternehmen wichtige Kapitalgeber für eine Volkswirtschaft, denn sie stellen langfristig Kapital für viele produktive Verwendungen zur Verfügung. Diese Beispiele verdeutlichen,

dass eine moderne Gesellschaft ohne Versicherung heute nur schwer vorstellbar wäre und vorausschauendes, verantwortungsvolles Handeln den Wesenskern des Geschäftsmodells darstellt.

Unser Hauptaktionär, der Wiener Städtische Versicherungsverein, hält rund 70 % der Aktien. Er teilt die VIG-Unternehmenswerte und ist an einer nachhaltig erfolgreichen Entwicklung der Gruppe interessiert. Seit Langem engagiert sich die VIG gemeinsam mit dem Wiener Städtische Versicherungsverein im sozialen und kulturellen Bereich. Vor zwei Jahren hat die VIG damit begonnen, ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten auf die strategische Ebene zu heben. Am Beginn dieses Prozesses stand eine Wesentlichkeitsanalyse, mit der wir ermittelt haben, welche CSR-Themen aus Sicht unserer Stakeholder wie auch des Managements ganz oben auf der Agenda stehen sollen. Im Berichtsjahr 2017 sind diese Erkenntnisse in unsere neue Nachhaltigkeitsstrategie eingeflossen. Zeitgleich haben wir unsere Unternehmenswerte und unser Leitbild überarbeitet. Einen Überblick über den Prozess und die strategischen Themen der nächsten Jahre finden Sie ab Seite 8.

Unsere CSR-Strategie lässt sich in fünf Kernbereiche unterteilen, an diesen orientieren sich auch die folgenden Kapitel des Berichts. Ab Seite 14 lesen Sie, mit welchen Maßnahmen wir Nachhaltigkeit im Kerngeschäft verankert haben. Das anschließende Kapitel ab Seite 20 zeigt, wie

unsere dezentrale Struktur die größtmögliche Nähe zu unseren Kunden garantiert und wir deshalb zielgruppenspezifische und innovative Versicherungsprodukte anbieten können, die zunehmend auch noch mehr ökologischen und gesellschaftlichen Mehrwert bieten. „Wir schaffen Mehrwert“ gilt auch für den Mitarbeiterbereich. Ab Seite 26 erfahren Sie, wie die VIG durch ihr preisgekröntes Recruiting neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anspricht und sie durch intensive Aus- und Fortbildung fit für ihren Arbeitsalltag macht. Ein neu entwickeltes Diversitätsprogramm lässt die Vielfalt nicht nur zu, sondern fördert sie gezielt im Sinne des nachhaltigen Erfolgs. Im Kapitel Gesellschaft zeigen wir, bei welchen Sozialprojekten sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einsetzen, wie wir gesellschaftliches Engagement innerhalb und außerhalb unseres Konzerns honorieren und schon die Jüngsten für soziale Themen begeistern (ab Seite 32). Wie wir Ressourcen einsparen und Bewusstsein für Klimarisiken schaffen, lesen Sie im Abschlusskapitel Umwelt ab Seite 40.

Nachhaltige Lesefreude wünscht Ihnen

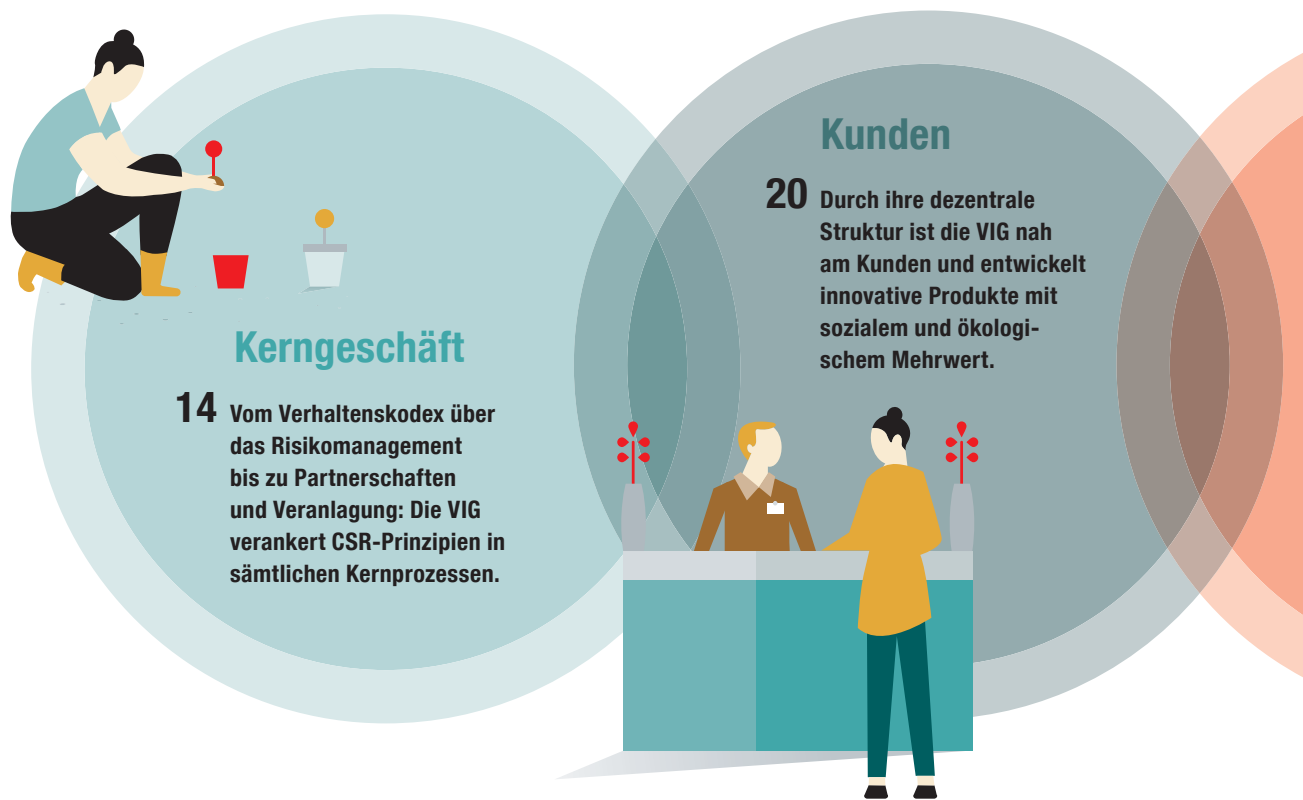


Elisabeth Stadler
Generaldirektorin der VIG

INHALT

Nachhaltigkeitsbericht 2017 Vienna Insurance Group

- 3** Vorwort
- 6** Wesentlich für die Strategie: Die Stakeholder und ihre Ansprüche
- 8** Die Nachhaltigkeitsstrategie der VIG im Detail
- 12** „Wir denken in Generationen“, Interview mit Generaldirektorin Elisabeth Stadler



Mitarbeiter

26 Die VIG positioniert sich als Top-Arbeitgeber mit internationalen Karriereoptionen und fördert gezielt die Vielfalt ihrer Mitarbeiter.



Gesellschaft

32 Soziales Engagement wird bei der VIG großgeschrieben. Das gilt innerhalb der Gruppe ebenso wie bei einer Vielzahl an externen Initiativen.

Umwelt

40 Die VIG arbeitet konsequent daran, ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren, und sorgt dafür, die Bevölkerung für Umwelt Risiken zu sensibilisieren.



- 44** Informationen über den Bericht
- 45** GRI-Inhaltsindex
- 50** Erklärung des Vorstandes
- 51** Impressum

WESENTLICH FÜR DIE STRATEGIE: DIE **STAKEHOLDER** UND IHRE ANSPRÜCHE

Die VIG steht im ständigen Dialog mit Anspruchsgruppen wie Kunden, Vertriebspartnern und der Gesellschaft. Nur so weiß sie, wie sie deren Ansprüche und ihre eigenen Ziele am besten in Einklang bringt.

Ein großer Konzern wie die VIG steht im Zentrum eines ganzen Geflechts aus Anspruchsgruppen. Diese beeinflussen die VIG, umgekehrt beeinflusst die VIG wiederum die sie umgebenden Stakeholder, wie die Anspruchsgruppen im Fachjargon genannt werden. Elementar ist deswegen, dass die VIG mit ihren Stakeholdern in ständigem Dialog bleibt. Damit die Kommunikation möglichst effektiv und effizient

abläuft, gilt es, jede Gruppe mit passenden Dialogformen anzusprechen, wobei die Häufigkeit des Kontaktes stark von der Stakeholdergruppe, deren Interesse am Unternehmen und ihrem Wunsch nach Kommunikation abhängt.

Die wichtigsten Stakeholdergruppen und die entsprechenden Kommunikationsmaßnahmen im Überblick:

KUNDEN

- persönlicher Kontakt über Kundenbetreuer, Kundenbesuche in Servicestellen oder per Video, Telefon, E-Mail ...
- Feedback via Social-Media-Kanäle
- Kundenumfragen
- Kunden-/Marktanalysen

MITARBEITER

- jährliche, strukturiert geführte Mitarbeitergespräche
- Mitarbeiterveranstaltungen
- Umfragen
- Ideenbörsen
- Intranet, Mitarbeiterzeitschriften/-newsletter
- persönlicher Kontakt bei Karrieremessen mit potenziellen Mitarbeitern und Kooperationen mit Universitäten

AKTIONÄRE UND INVESTOREN

- kontinuierliche Kapitalmarktinformation
- Ansprechpartner im Investor-Relations-Team
- regelmäßige Telefonkonferenzen zu den Ergebnisveröffentlichungen
- jährliche Hauptversammlung
- Teilnahme an Investorenkonferenzen

VERTRIEBS- UND GESCHÄFTSPARTNER

- persönliche Kontakte
- Workshops und Trainings
- Newsletter
- Vertriebsportale
- Veranstaltungen

GESELLSCHAFT, PRESSE, NGOS, BEHÖRDEN

- Pressekonferenzen und Interviews
- persönliche Kontakte über Konzernkommunikation
- Freiwilligenarbeit
- laufender Dialog mit NGOs
- Beteiligung an Initiativen und Unterstützung von Projekten sowie Umsetzung eigener Kunst- und Sozialprojekte
- Dialog mit regulatorischen und politischen Gremien

FACHÖFFENTLICHKEIT

- Mitgliedschaft bei Versicherungsverbänden
- Branchen-Netzwerk-Veranstaltungen
- Teilnahme an Konferenzen

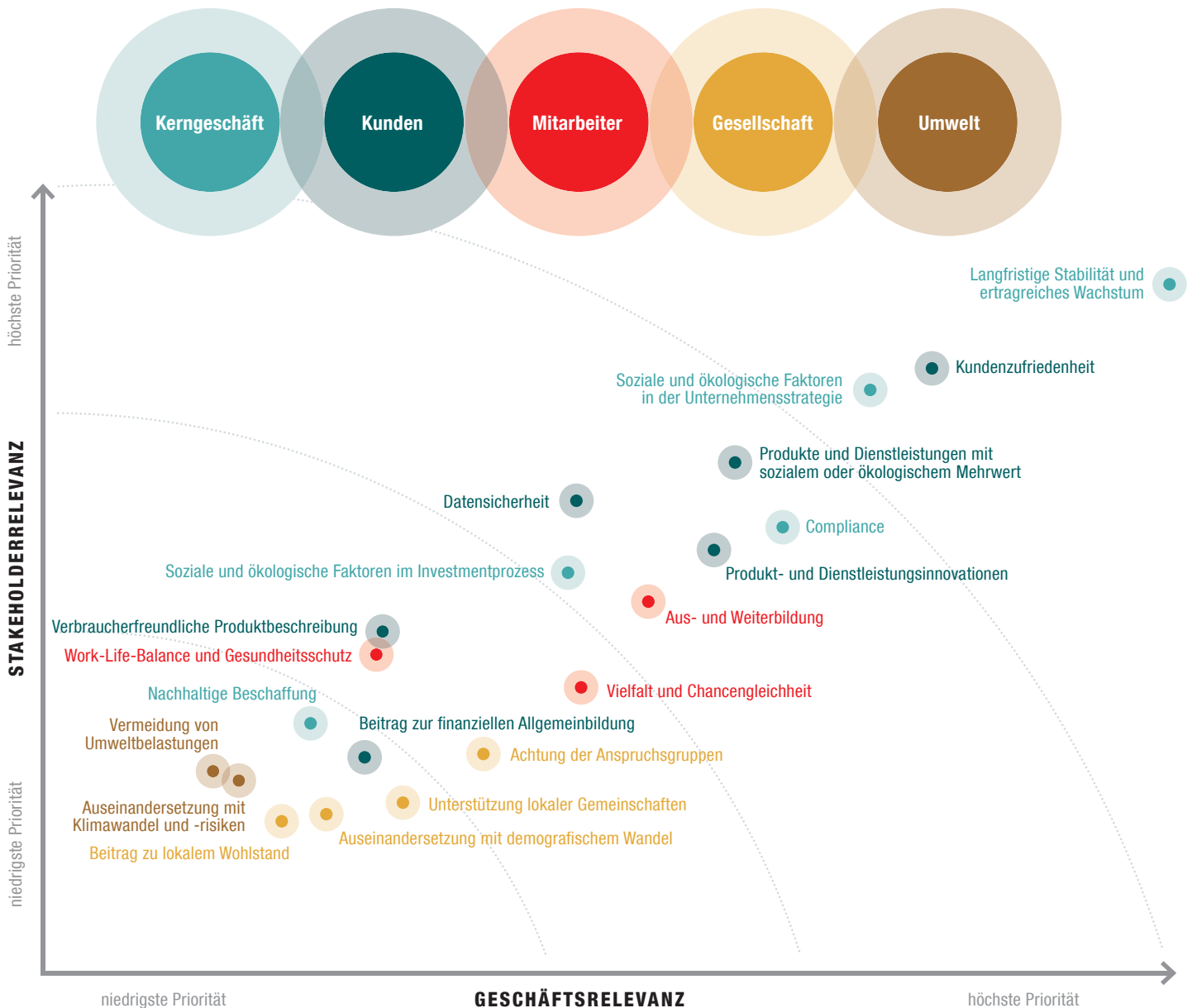
**AUSGANGSPUNKT DER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE:
DIE WESENTLICHKEITSANALYSE**

Um zu erkennen, welche Themen den Stakeholdern in puncto Nachhaltigkeit wichtig sind, startete die VIG im Jahr 2016 erstmals den breit angelegten Prozess der Wesentlichkeitsanalyse. Zunächst musste dafür intern die Frage beantwortet werden, welche Nachhaltigkeitsthemen im Geschäft der VIG überhaupt eine Rolle spielen. Hinweise darauf gaben internationale Standards und Nachhaltigkeitsratings, dazu

Vergleiche mit anderen Versicherungen. Die so identifizierten Themen wurden gemeinsam mit internen Experten und den CSR-Verantwortlichen aus mehreren Konzerngesellschaften auf ihre Relevanz überprüft und fünf Themenblöcken zugeordnet. Danach wurden sie online bei den verschiedenen internen (Mitarbeiter, Management) und externen Stakeholdergruppen (Großkunden, Vertriebspartner, Investoren, Analysten, politische

Stakeholder, NGOs, Experten, Medien und Lieferanten) abgefragt. Rund 770 Personen machten von dieser Gelegenheit Gebrauch und folgten der Einladung, ihre Meinung einzubringen. Das Ergebnis ist die hier abgebildete Wesentlichkeitsmatrix, die mit ihren beiden Dimensionen „Stakeholderrelevanz“ (Mitarbeiter und Externe) und „Geschäftsrelevanz“ (Management) als klare Leitlinie dafür fungiert, welche

Nachhaltigkeitsthemen aus Sicht der VIG und aus Sicht ihrer Stakeholder am wichtigsten und damit vorrangig zu behandeln sind. Die lineare Verteilung der Themen auf der Matrix, ohne große Ausreißer nach links oben oder rechts unten, zeigt, dass das Management einerseits und die Mitarbeiter sowie externen Stakeholder andererseits bei ihren Gewichtungen und Prioritäten eng beisammen liegen.



Verantwortung übernehmen und mitgestalten:

DIE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE DER VIG IM DETAIL

Kerngeschäft

In und für Generationen zu denken, Verantwortung zu übernehmen und das Leistungsversprechen gegenüber dem Kunden jederzeit einlösen zu können – dieser Anspruch bestimmt seit jeher das Kerngeschäft der VIG. Vorausschauendes Wirtschaften und ertragreiches Wachstum sind Grundvoraussetzungen für die langfristige Stabilität des Konzerns. Außerdem sollen wirtschaftliche Ziele mit sozialen und ökologischen Aspekten Hand in Hand gehen.

SCHWERPUNKTE

- vorausschauend wirtschaften für langfristiges Wachstum und finanzielle Stabilität
- soziale, ökologische und Governance-Faktoren in der allgemeinen Geschäfts- und Risikostrategie berücksichtigen
- ökologische und soziale Belange sowie Menschenrechte im Investmentprozess verankern
- geltende rechtliche und regulatorische Vorschriften sowie selbst auferlegte interne Verpflichtungen (z. B. Code of Business Ethics) einhalten sowie Korruption und Bestechung verhindern

MASSNAHMEN UND VERANTWORTLICHKEITEN

- wirtschaftliche Ziele mit sozialen und ökologischen Aspekten verknüpfen und in Kerngeschäftsprozessen verankern (Management)
- intern prüfen und diskutieren, wie nichtfinanzielle Aspekte im Investmentprozess berücksichtigt werden können (Asset Management)
- Compliance-Management-System kontinuierlich weiterentwickeln, etwa mittels Workshops und Schulungen (Compliance)
- Wissen über CSR-Themen ausbauen und aktuelle Entwicklungen im Nachhaltigkeitsbereich verfolgen (CSR-Verantwortliche)



Kunden

Der Konzern sichert seine Kunden gegen die Risiken des Alltags ab. Die Bedürfnisse der Versicherten unterscheiden sich von Land zu Land. Weil das Management und die Mitarbeiter vor Ort diese Bedürfnisse am besten kennen, setzt die VIG auf lokales Unternehmertum mit dezentralen Strukturen und kurzen Entscheidungswegen. Eines vereint jedoch alle Gesellschaften – das Streben nach der höchsten Zufriedenheit eines jeden Kunden. Darüber hinaus sollen die Dienstleistungen der VIG möglichst breiten Bevölkerungsgruppen zugänglich sein und vermehrt Produkte mit sozialem und ökologischem Mehrwert angeboten werden.

SCHWERPUNKTE

- durch bestmögliche Absicherung und rasche Leistungsabwicklung die Zufriedenheit der Kunden sicherstellen
- Produkte und Services mit ökologischem und sozialem Mehrwert anbieten
- mit innovativen Produkten und Dienstleistungen zielgerichtet Kundenbedürfnisse befriedigen, etwa durch die Nutzung digitaler Neuerungen
- Datensicherheit gewährleisten

MASSNAHMEN UND VERANTWORTLICHKEITEN

- verstärkt Produkte mit sozialem oder ökologischem Mehrwert entwickeln (alle Konzerngesellschaften)
- weiterhin innovative Produkte und Services entwickeln (alle Konzerngesellschaften)
- Beschwerdemanagement kontinuierlich verbessern (Beschwerdemanagement)



Mitarbeiter

Der Erfolg einer Versicherungsgruppe hängt wesentlich vom Know-how, Engagement und den Qualifikationen ihrer Mitarbeiter und deren Serviceorientierung gegenüber den Kunden ab. Die VIG positioniert sich daher als Employer of Choice in einem internationalen, anspruchsvollen Umfeld und sucht und bindet jene, die ihre Unternehmenskultur und Strategie mit Überzeugung mittragen. Unterschiedliche Perspektiven werden wertgeschätzt, dadurch verbessert die VIG ihre Chancen im Wettbewerb. Ein fairer und gerechter Umgang mit all den unterschiedlichen Erfahrungen, Hintergründen, Bedürfnissen und Erwartungen, die Menschen mitbringen, ermöglicht es jedem Mitarbeiter der VIG, sich optimal zu entfalten. Darüber hinaus schaffen umfangreiche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten und die Chance auf internationale Erfahrungen ein attraktives Arbeitsumfeld.

SCHWERPUNKTE

- ein Arbeitsumfeld schaffen, das durch zeitgemäße Führung und attraktive Entwicklungsmöglichkeiten die richtigen Menschen von einer Mitarbeit bei der VIG überzeugt
- den Erfolgsfaktor Vielfalt bewusst fördern

MASSNAHMEN UND VERANTWORTLICHKEITEN

- die VIG als lokal attraktiven Arbeitgeber mit internationalem Hintergrund positionieren (Personalmanagement)
- gruppenweite Führungs- und Expertenkompetenzen ausbauen (Personalmanagement)
- den Diversitätsgedanken stärken und kontinuierlich weiterentwickeln (Personalmanagement)

Gesellschaft

Der VIG ist ein respektvoller Umgang mit ihren Anspruchsgruppen ein ebenso wichtiges Anliegen wie die Förderung einer fairen und gerechten Gesellschaft in den 25 Ländern, in denen der Konzern mit seinen Gesellschaften tätig ist. Als Versicherungsgruppe untersucht und verfolgt die VIG die sozioökonomischen Trends genau und entwickelt ihr Bewusstsein für gesellschaftliche Probleme ständig weiter. Sie engagiert sich sozial mit eigenen Programmen und unterstützt Organisationen, die benachteiligten Menschen helfen. Mit dem „Social Active Day“ ermöglicht der Konzern seinen Beschäftigten seit 2011, einen Arbeitstag pro Jahr sozialem Engagement zu widmen.





Umwelt

Klimarisiken – insbesondere Naturkatastrophen – bestimmen zu einem großen Maß, ob und in welchem Ausmaß Versicherungsschutz verfügbar und leistbar ist. Die VIG hat daher ihr Expertenwissen zum Thema Naturkatastrophenmodellierung umfassend weiterentwickelt. Dieses Wissen fließt in die Produktgestaltung und Preissetzung ein und trägt damit dazu bei, dass Kunden ihr Risikobewusstsein schärfen. Auch künftig wird sich die VIG verstärkt mit Klimarisiken beschäftigen und entsprechende bewusstmachende Initiativen entwickeln und verbreiten. Darüber hinaus spielen Umweltschutz und schonender Umgang mit Ressourcen innerhalb des eigenen betrieblichen Alltags und in den Bürogebäuden eine zunehmend große Rolle.

SCHWERPUNKTE

- mit Klimawandel und Klimarisiken auseinandersetzen
- Energie und Material effizient nutzen. Treibhausgasemissionen und Luftverschmutzung, speziell bei Bürogebäuden und Personentransport, minimieren

MASSNAHMEN UND VERANTWORTLICHKEITEN

- Bewusstseinsbildung im Bereich Klimarisiken (alle Konzerngesellschaften)
- Datenerhebung und Analyse von Umweltkennzahlen (CSR-Verantwortliche)
- energieeffiziente Bauweise bei Neubauprojekten von Bürogebäuden (Management)
- bei Dienstreisen Alternativen zu Flugzeug und Auto verstärkt nutzen, d. h. öffentliche Verkehrsmittel und Video-Konferenzen (Reisekoordination und Reisende)

SCHWERPUNKTE

- Stakeholder respektvoll behandeln sowie offen und transparent kommunizieren
- lokale Gemeinschaften und soziale Initiativen unterstützen (z. B. „Social Active Day“)

MASSNAHMEN UND VERANTWORTLICHKEITEN

- „Social Active Day“ weiter ausbauen (Group Sponsoring und alle Koordinatoren des Social Active Day)
- Stakeholderinteressen beachten und regelmäßig entsprechende Befragungen initiieren (CSR-Verantwortliche und alle Mitarbeiter mit Stakeholderkontakt)

SO IST DER BEREICH CSR ORGANISATORISCH EINGEGLIEDERT:

Die VIG betrachtet CSR ganzheitlich, verantwortlich ist daher der Gesamtvorstand. Die CSR-Verantwortliche innerhalb der Abteilung Generalsekretariat berichtet direkt an den Vorstand. Sie koordiniert den Bereich innerhalb des Konzerns und stimmt die unterschiedlichen Themen einerseits mit den verantwortlichen Personen in der Unternehmenszentrale ab, andererseits mit den CSR-Beauftragten in den wesentlichen Konzerngesellschaften außerhalb Österreichs. Durch kontinuierlichen Austausch und bei Workshops werden Informationen geteilt und wird das Thema stetig weiterentwickelt.

„WIR DENKEN IN GENERATIONEN“

Generaldirektorin Elisabeth Stadler über Nachhaltigkeit im Geschäft eines Versicherers und die Verankerung entsprechender Vorhaben in der Strategie

Kommt ein großer Versicherungskonzern wie die VIG heute eigentlich noch um das Thema Nachhaltigkeit herum?

Auf keinen Fall. Aber wenn man es genau nimmt, war das Thema immer schon ein entscheidender Wesenskern der Versicherung.

Inwiefern?

Als Versicherungsunternehmen geben wir unseren Kundinnen und Kunden ein Versprechen über eine Leistung, die in der Zukunft liegt. Im Bereich Lebensversicherung liegen zwischen der Zusage und der Leistung oft mehrere Jahrzehnte. Eine derart langfristige Perspektive verlangt per se nachhaltiges Handeln. In Generationen zu denken ist sozusagen unser Kerngeschäft.

Was bedeutet Nachhaltigkeit für die VIG aus strategischer Perspektive?

Langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln sind, wie gesagt, die Grundlagen unseres Geschäfts. Darüber hinaus verfolgen wir – zusammen mit unserem Hauptaktionär, dem Wiener Städtische Versicherungsverein – eine lange Tradition des kulturellen und sozialen Engagements. An diesem Engagement wird sich auch in Zukunft nichts ändern. Künftig wollen wir die Nachhaltigkeit hingegen noch stärker in strategische Überlegungen einbinden. Wir haben dafür eine Strategie formuliert, die direkt an unsere Unternehmensstrategie anknüpft und unter dem Motto steht: „Verantwortung übernehmen und mitgestalten“.

Was bildet das Fundament dieser Strategie?

Wir haben im Jahr 2016 eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Anstatt nach

dem Gießkannenprinzip vorzugehen, möchten wir uns ganz gezielt auf die Bereiche konzentrieren, die für unsere Anspruchsgruppen am wichtigsten sind. Die relevanten Themen haben wir zunächst mit einer großen Online-Umfrage bei unseren Stakeholdern in Erfahrung gebracht. Das Ergebnis ist eine sogenannte Wesentlichkeitsmatrix, die uns genau zeigt, welche Nachhaltigkeitsthemen am wichtigsten sind und wo wir das meiste erreichen können.

Und welche Bereiche sind das?

Wir haben fünf strategische Handlungsfelder definiert. Diese betreffen das Kerngeschäft, die Produkt- und Kundenverantwortung, den Umgang mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die Einbindung und Entwicklung der Gesellschaft sowie den Umgang mit der Umwelt.

Was heißt das konkret?

Diese Handlungsfelder bilden den groben Rahmen, an dem sich auch dieser Bericht orientiert. Für jedes Feld haben wir uns Schwerpunkte und Maßnahmen überlegt – und natürlich, wer dafür jeweils verantwort-

„Langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln sind die Grundlagen unseres Geschäfts.“

Elisabeth Stadler



© Sebastian Reich

Unter Elisabeth Stadler, Generaldirektorin der VIG, bekommt das Thema Nachhaltigkeit strategische Priorität.

lich ist. Im Bereich Produkt- und Kundenverantwortung haben wir beispielsweise den Anspruch, auch Produkte und Dienstleistungen mit ökologischem oder gesellschaftlichem Mehrwert anzubieten. Wir offerieren etwa einen Prämiennachlass für Elektroautos oder spezielle Versicherungspakete als Unterstützung für Menschen mit geringerem Einkommen.

Die VIG ist ein Konzern mit starken regionalen Gesellschaften. Das Label „Nachhaltigkeit“ wird sicherlich in Österreich anders verstanden als in anderen Ländern. Kommt es da nicht immer wieder zu Missverständnissen?

Ich bin mir sicher, wenn Sie fünf Personen – gleichgültig woher sie stammen – befragen, werden Sie fünf verschiedene Definitionen von Nachhaltigkeit hören. Genau aus diesem Grund haben wir uns eine Strategie überlegt und formuliert. So ist für jeden klar, was wir darunter verstehen und wie wir die Gesellschaft mitgestalten wollen.

Wie stellen Sie sicher, dass trotz der unterschiedlichen Kulturen und Sprachen alle an einem Strang ziehen?

Das ist ganz einfach: Wir reden miteinander. Denn auch wenn wir das Prinzip des lokalen Unternehmertums leben und die Konzerngesellschaften sehr viele Entscheidungsspielräume haben, gibt es vielfältige Möglichkeiten, sich auszutauschen und voneinander zu lernen. Das passiert auf allen Ebenen, sowohl im Management als auch bei Fachthemen – und damit selbstverständlich auch bei nachhaltigkeitsrelevanten Themen.

Und wenn Sie mit uns noch abschließend einen Blick in die Zukunft werfen ...

... sehe ich uns weiterhin als wichtigen Impulsgeber für Themen, die unsere Gesellschaft beschäftigen – wie etwa in der Pflege, der privaten Altersvorsorge oder der Digitalisierung, um nur einige zu nennen.



10

Jahre der intensiven Partnerschaft verbinden die VIG mit der Erste Group. Beide Unternehmen gehören zu den Marktführern in der CEE-Region.

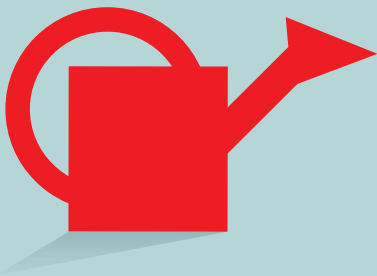
Über
100.000

Wohnungen mit leistbaren Mieten werden von den gemeinnützigen Wohnbaugesellschaften verwaltet, an denen die VIG beteiligt ist.



3,6

Milliarden Euro hält die VIG in gemeinnützigen Wohnbaugesellschaften.



Kerngeschäft

IM KERN NACHHALTIG

Die Nachhaltigkeitsstrategie beeinflusst die Prozesse im Kerngeschäft der VIG ganz wesentlich. Ein Überblick in fünf Kapiteln.

1

DUE DILIGENCE

Verantwortungsbewusstsein als Basis des Managements

Ein klarer Verhaltenskodex für alle, ein nachhaltig ausgerichtetes Vergütungsschema und ein umfassendes Risikomanagement gehören zu den Instrumenten, mit denen die VIG verantwortungsvolles Handeln sicherstellt.

Ein Mindeststandard: der Code of Business Ethics

Um ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden, hat die VIG einen unternehmensweiten Mindeststandard formuliert, den Code of Business Ethics. Dieser thematisiert die Einhaltung von Gesetzen, Menschenrechte, Nichtdiskriminierung, Verhinderung von Marktmissbrauch, Korruption und Bestechung, Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung, Datenschutz und Umweltschutz. Der Verhaltenskodex gilt für alle Mitarbeiter der VIG unabhängig von der Position des Einzelnen im Unternehmen. Jede Konzerngesellschaft ist dafür verantwortlich, den Kodex ordnungsgemäß zu implementieren und intern zu kommunizieren.

Den Code of Business Ethics finden Sie unter www.vig.com/de/corporate-responsibility

Gute Führung: die Corporate Governance

Unter Corporate Governance versteht die VIG alle Maßnahmen, die eine verantwortungsvolle, auf langfristige Wertsteigerung ausgerichtete Unternehmensführung sicherstellen und gleichzeitig effektiv kontrollieren. Die Bestimmungen des Österreichischen Corporate Governance Kodex haben für die VIG einen hohen Stellenwert. Die im Kodex angeführten Regelungen werden zur Gänze eingehalten.

Die langfristige Perspektive spiegelt sich auch in den Vergütungsregeln für den Vorstand der VIG Holding wider. Der variable Vergütungsteil des Vorstandes ist betraglich begrenzt und hängt unter anderem von der langfristigen Geschäftsentwicklung ab. Ob und inwieweit die Ziele erreicht wurden, wird immer anhand einer mehrjährigen Periode evaluiert. Daneben fließen auch nichtfinanzielle Aspekte in die Beurteilung ein.

Fundierte strategische Entscheidungen erfordern eine verlässliche und vollständige Informationsbasis. Deshalb verfügt die VIG über Experten, die den Vorstand und das Management der lokalen Gesellschaften mit umfassenden Analysen bei ihren Entscheidungen unterstützen. Klar definierte Kommunikationswege stellen den notwendigen Austausch zwischen einzelnen Konzerngesellschaften und der VIG Holding her.

Der Vorstand der VIG Holding informiert den Aufsichtsrat auch über die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen. Im Jahr 2016 waren dies vor allem die Ergebnisse der Stakeholderbefragung. Im Berichtsjahr stand die neue Nachhaltigkeitsstrategie im Fokus. Nachhaltigkeit wird auch bei der jährlichen CEO-Konferenz thematisiert, an der alle Vorstandsvorsitzenden der Konzerngesellschaften teilnehmen.

Den Corporate-Governance-Bericht finden Sie im Konzerngeschäftsbericht ab Seite 38 und unter www.vig.com/de/investor-relations/corporate-governance

Stets wachsam: das Risikomanagement

Das Geschäft der VIG ist vielfältigen Risiken ausgesetzt. Dabei handelt es sich einerseits um Veranlagungsrisiken und

versicherungstechnische Risiken (inklusive Naturkatastrophenrisiken) und andererseits um Risiken, die Themen wie ethische Unternehmensführung, Datenschutz oder Wettbewerbsrecht berühren. Erforderlich für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung ist der bewusste Umgang mit diesen Risiken auf allen Ebenen des Konzerns. In der VIG gibt es dafür ein ganzheitliches Risikomanagementsystem, das durch eine Risikomanagementabteilung auf Holdingebene und lokale Risikoabteilungen umgesetzt wird.

Zu den Risikomanagementprozessen im Enterprise Risk Management der VIG zählen beispielsweise die Risikoinventur und die Risikokontrolle. Erstere identifiziert konzernweit quantitativ und qualitativ alle Arten von Risiken. Zweitere legt fest, wie die Risiken kontrolliert werden sollen. Beide Prozesse werden laufend weiterentwickelt.

Nähere Informationen zum Risikomanagement der VIG finden Sie im Konzerngeschäftsbericht 2017 ab Seite 144

STICHWORT „RISIKO“:

Im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit entstehen für die VIG Risiken im Zusammenhang mit der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung, darunter etwa Risiken durch die Nichteinhaltung des Code of Business Ethics, Risiken durch Bestechung und Korruption, negative Auswirkungen auf die Umwelt durch zu hohen Ressourcenverbrauch, Diskriminierung oder Datenverlust. Die Nachhaltigkeitsstrategie adressiert diese Risiken.

2

COMPLIANCE

„Kultur der Integrität“

Group Compliance Officer Jasmin Schwarz über die Organisation des Bereichs Compliance bei der VIG und den unternehmensweiten Umgang mit Korruption und Bestechung

Unsere Compliance-Organisation verfolgt zwei Stoßrichtungen: Sie garantiert, dass die gesetzlichen und regulatorischen Vorschriften und unsere freiwillig übernommenen Verpflichtungen eingehalten werden. Und sie ist darauf angelegt, eine Kultur der Integrität zu fördern. Wie die VIG selbst ist die Compliance-Organisation dezentral strukturiert und wird in vom Vorstand beschlossenen Richtlinien beschrieben, die Rollen, Verantwortlichkeiten und Mindeststandards festlegen. Unsere Aufgaben bestehen in der Beobachtung der Rechtslage und der Empfehlung notwendiger Umsetzungsmaßnahmen, in der Mitarbeiterberatung, der Setzung diverser Maßnahmen zur Prävention von Regelverstößen, der Identifikation und Bewertung von Compliance-Risiken und der Überwachung bestehender Prozesse und eventueller Compliance-Vorfälle.

Auf Gruppenebene koordiniere ich als Group Compliance Officer die Tätigkeiten der lokalen Compliance-Verantwortlichen. Ein zentrales Element der Organisation sind die jährlichen Treffen aller zuständigen Kollegen, etwa um zu thematisieren, wie Korruption und Bestechung, wettbewerbswidriges Verhalten, Marktmissbrauch und Geldwäsche verhindert werden können.

Das Risiko von Korruption und Bestechung ist zudem wesentlicher Bestandteil der jährlichen konzernweiten Compliance-Risikoanalyse. Dabei werden sämtliche Compliance-Risiken in den Geschäftsprozessen der Konzernunternehmen identifiziert



© Klaus Ränger

Jasmin Schwarz leitet den Bereich Compliance in der VIG.

und bewertet, die bestehenden Kontrollen beschrieben und ihre Effektivität beurteilt. Signifikante Risiken wurden dabei im Berichtsjahr nicht festgestellt.

Das zentrale Dokument für die Kultur der Integrität ist für uns der gruppenweite Code of Business Ethics. Dort ist festgehalten, dass wir jede Form von Korruption und Bestechung ausdrücklich ablehnen. Unseren Mitarbeitern ist es nicht erlaubt, Geschenke zu machen oder Einladungen auszusprechen, deren Wert die gesetzlichen oder lokal definierten Standards übersteigt und/oder die mit der Absicht gemacht werden, unzulässige Vorteile zu erzielen. Gleiches gilt für die Annahme von Geschenken und Einladungen.

Bewusstseinsbildung wird bei uns großgeschrieben. Unsere Mitarbeiter werden im Rahmen von Schulungen auf ihre Pflichten bei der Verhinderung von Korruption aufmerksam gemacht und ihre Sensibilität für Erscheinungsformen von korruptem Verhalten gefördert. Die Compliance-Verantwortlichen treten als zentrale Ansprechpersonen auf: Sie beantworten konkrete Fragen und helfen bei der Abgrenzung von Zweifelsfällen.

Unsere Mitarbeiter sind durch den Code of Business Ethics aufgefordert, sich bei Problemen oder Unsicherheiten vertrauensvoll an den Vorgesetzten oder den jeweiligen Compliance-Verantwortlichen der Gesellschaft zu wenden. Dasselbe gilt, wenn vom Kodex abweichendes Verhalten beobachtet wird. Selbstverständlich dürfen aus einer solchen Meldung keinerlei Nachteile für den Meldenden erwachsen – darauf achten wir ganz besonders. Alle Hinweise werden mit großer Sorgfalt so lange überprüft, bis der entsprechende Sachverhalt

abschließend geklärt ist. Hinzu kommen regelmäßige Routineprüfungen. Sollte sich im Zuge einer Prüfung ergeben, dass ein Fehlverhalten vorliegt, wird konsequent dagegen vorgegangen. Die Berichterstattung erfolgt dabei unmittelbar an den Vorstand. Damit wird sichergestellt, dass unkorrekte Verhaltensweisen rasch thematisiert werden können. Für das Berichtsjahr sind uns keine Korruptionsfälle bekannt.

3

UNDERWRITING

Individuell geschützt

Das Geschäft für Firmen- und Großkunden erfordert umfangreiche Risikoprüfungen durch Spezialisten und intensive Ausbildungen der entsprechenden Mitarbeiter.

Das weit über die Grenzen Österreichs hinausgehende Firmen- und Großkundengeschäft wird in der VIG Holding gebündelt. Es besteht aus maßgeschneiderten Versicherungslösungen für international agierende Unternehmen, denen die VIG mit einem engmaschigen Netzwerk und länderübergreifender, individueller Betreuung zur Seite steht.

Der Underwritingprozess im Firmen- und Großkundengeschäft beginnt mit einer umfangreichen und sorgfältigen Prüfung des Risikos, wobei jeder Geschäftsfall einzeln »

analysiert wird. Dabei geht es einerseits darum, die zu versichernden Risiken richtig einzuschätzen, andererseits aber auch darum, den Versicherungsnehmern eine Risikomanagement-Dienstleistung zu bieten, die diesen ein erfolgreiches und nachhaltiges Wirtschaften ermöglicht.

Ab einem gewissen Vertragsvolumen durchlaufen potenzielle Geschäftsfälle einen umfangreicheren Risikoprüfungsprozess. Hier analysieren Risikomanager die Risikosituation nach objektiven und subjektiven Kriterien. Bei der Beurteilung der Kriterien spielt für die Experten die langfristige Planung des Geschäftsmodells des potenziellen Firmenkunden eine wesentliche Rolle. Werden Nachhaltigkeitsrisiken identifiziert, erhält der Kunde passende Empfehlungen, die helfen, diese Risiken zu vermeiden. Damit wird Nachhaltigkeit gefördert und Versicherbarkeit hergestellt.

Geschäftsfälle, die aus Nachhaltigkeitsperspektive bedenklich erscheinen, etwa Kernenergie, werden lediglich im Rahmen von gesetzlichen respektive marktüblichen Notwendigkeiten versichert. Außerdem bietet die VIG keinen Versicherungsschutz für Personen oder Unternehmen an, die sich auf für die VIG geltenden Sanktionslisten befinden. Das wird vor Vertragsabschluss geprüft und regelmäßig nachkontrolliert.

Die Tätigkeit eines Underwriters erfordert eine umfassende Ausbildung. 2008 wurde daher ein konzernweites Aus- und Weiterbildungsprogramm für Underwriter im Großkundenbereich und die Schadenspezialisten aufgebaut. Neben dem fachlichen Training liegt der Schwerpunkt der „VIU Underwriting and Claims Handling Academy“ auch auf Networking und dem Austausch von Best Practices. Dasselbe gilt für die jährliche Konferenz der Chief Underwriter und Schadenleiter der Konzerngesellschaften. Im regelmäßig ausgesendeten Newsletter werden auch CSR-Themen behandelt.

4

PARTNERSCHAFTEN

Drum prüfe, wer sich bindet

Die VIG verbindet eine langjährige, umfassende Partnerschaft mit der Erste Group. Strenge Vorgaben gibt es für die Auslagerung von Geschäftstätigkeiten an Dienstleister.

Im Umgang mit ihren Geschäftspartnern bekennt sich die VIG zu Fairness, Respekt, Wertschätzung, Transparenz und bevorzugt langfristige, verlässliche Beziehungen. Im Gegenzug erwartet die VIG auch von ihren Partnern einen hohen Qualitätsanspruch an sich selbst und verantwortungsvolles Handeln.

Preferred Partner: die Erste Group

Vor rund zehn Jahren erwarb die VIG die gesamten Versicherungsaktivitäten der Erste Group. Im Zuge dessen wurde eine langjährige Vereinbarung abgeschlossen, womit VIG und Erste Group wechselseitig Preferred Partner sind, schließlich zählen beide Unternehmensgruppen zu den führenden Finanzdienstleistern in Zentral- und Osteuropa. In der praktischen Umsetzung wird die Kooperation primär durch den Austausch auf lokaler Ebene zwischen den Erste Banken und VIG-Versicherungsgesellschaften unterstützt. Die Versicherungsprodukte der VIG-Gesellschaften werden über die Bankfilialen und teilweise auch über das Online-Portal „George“ der Erste Group vertrieben. Im Gegenzug bieten die Konzerngesellschaften der VIG die Bankprodukte der Erste Group an. Die Kooperation stellt somit für beide Konzerne eine Win-win-Situation dar.

Die Erste Group und die VIG teilen jedoch nicht nur ihre führende Rolle als Finanz-

dienstleister in CEE, sondern auch ihr Verständnis von gesellschaftlicher Verantwortung. Die Bank integriert nachhaltige Kriterien und Grundsätze sowohl in ihre Unternehmensstrategie als auch in ihre Bankprodukte. Sie berichtet seit mehreren Jahren gemäß den Richtlinien der Global Reporting Initiative über ihre Aktivitäten.

Klar geregelt: das Outsourcing

Die Gesellschaften der VIG können unterschiedliche Funktionen oder Geschäftstätigkeiten auslagern, auch solche, die gemäß Aufsichtsrecht als kritisch und wichtig eingestuft werden. Dadurch lassen sich Geschäftsprozesse operativ, technisch und kostenbezogen optimieren. Auslagerungen sind mit potenziellen Risiken behaftet, etwa durch mögliche Abhängigkeiten vom entsprechenden Dienstleister und in der aufwendigeren Qualitätskontrolle. Bei der Auswahl der Dienstleister geht die VIG mit höchster Sorgfalt und unter strenger Berücksichtigung der gesetzlichen Vorschriften vor.

Um solche Risiken zu minimieren, legt eine Outsourcing-Richtlinie gruppenweite Mindeststandards für Auslagerungen fest. Sie definiert beispielsweise Prozesse zur Überwachung und Qualitätsprüfung und soll so garantieren, dass die vereinbarte Leistung auch wirklich vom Dienstleister erbracht wird. Für die Auslagerung von kritischen sowie wichtigen Funktionen und Geschäftstätigkeiten im Sinne des Aufsichtsrechts gelten darüber hinaus weitere, strengere Regelungen wie etwa die Ernennung eines eigenen Auslagerungsbeauftragten.

5

VERANLAGUNG

Leistbarer Wohnraum

Mit ihren Investments kommt die VIG nicht nur den Verpflichtungen gegenüber ihren Kunden nach, sondern sorgt österreichweit für leistbaren Wohnraum.

Die Veranlagungsstrategie einer Versicherung muss gewährleisten, den langlaufenden Verpflichtungen gegenüber den Kunden jederzeit und in vollem Umfang nachkommen zu können. Das hat bei der VIG oberste Priorität. Der Fokus liegt daher auf guten Bonitäten und stabilen Veranlagungserträgen. Die VIG investiert vor allem in solide europäische Staatsanleihen, in Unternehmensanleihen und Immobilien. Durch die Investitionen in lokale Staatsanleihen stellt die VIG langfristiges Kapital für die Finanzierungsbedürfnisse der CEE-Staaten zur Verfügung.

Grundsätzlich verantwortet jede Konzerngesellschaft selbst die eigene Veranlagung. Das Asset Management der VIG Holding überwacht jedoch die konzernweiten Bewegungen und gibt Limits und Richtlinien vor. Das Risiko wird unter anderem über eine strategische Asset Allocation mit Ober- und Untergrenzen je Veranlagungsklasse und je Konzerngesellschaft gesteuert.

Darüber hinaus will die VIG mit ihren Investitionen aktiv zur Verbesserung der Gesellschaft beitragen. Ein wichtiges Beispiel dafür ist ihr anhaltendes Engagement für leistbaren Wohnraum in Österreich. Über ihre Beteiligungen an Gemeinnützigen Gesellschaften, welche mehr als 100.000 Wohnungen zu erschwinglichen Mieten zur Verfügung stellen, ist die VIG indirekt in Liegenschaften mit einem Buchwert von rund EUR 3,6 Mrd. investiert. Denn zunehmende Urbanisierung und Migration erhöhen den Druck auf den österreichischen Immobilienmarkt.

In manchen österreichischen Städten sind die Mietpreise innerhalb weniger Jahre um ein Drittel gestiegen und übertreffen dabei den Anstieg der Einkommen bei Weitem. Für Menschen mit geringerem Einkommen wird es dadurch zunehmend schwieriger, leistbaren Wohnraum zu finden. Mit ihren Investitionen in diesem Bereich leistet die VIG einen wichtigen Beitrag zur Stabilität des Wohnungsmarktes und gleichzeitig auch zum sozialen Zusammenhalt in der Gesellschaft.

Hinzu kommen ökologische Aspekte beim Wohnbau: Durch energieeffiziente Bauweise bei Neubauprojekten und laufende Sanierung im gemeinnützigen Wohnbau wird der Energiebedarf reduziert. Und der mehrgeschoßige Bau der gemeinnützigen Wohnprojekte führt zu einem geringeren Verbrauch von Fläche. Im Anschluss werden dazu drei Beispiele von Wohnbau-gesellschaften, an denen der Konzern beteiligt ist, angeführt.



© Hertha Hirnauer



© Alpenländische Heimstätte



© GIWOG

SELBSTVERWALTET

Am ehemaligen Nordbahnhof in Wien-Leopoldstadt realisierte der Bauträger Schwarzatal in Kooperation mit einem Verein ein selbstverwaltetes Wohnprojekt. Künftige Nutzer hatten die Möglichkeit, sich an der Planung der eigenen Wohnung und der Gemeinschaftsflächen zu beteiligen. Das Projekt wurde mit mehreren Preisen ausgezeichnet, etwa dem „Staatspreis für Architektur und Nachhaltigkeit“.

PREISWÜRDIG

Ungewöhnlich für dörfliche Strukturen ist das barrierefreie Passivhaus in Gallenkirch vor allem wegen seiner mehrgeschoßigen und damit flächensparenden Bauweise. Das Gebäude des Bauträgers Alpenländische Heimstätte wurde mit Preisen überhäuft, etwa mit dem Ökopreis „klimaaktiv Gold“ und der Wahl zum „klimaaktiv Objekt des Monats“.

SOLIDE SANIERT

Ungedämmte Wände, unzählige Wärmebrücken, strombetriebene Boiler – das 137 Wohnungen umfassende GIWOG-Projekt im Grazer Süden entsprach energetisch dem Stand der Achtziger. Durch die Sanierung mittels Solarfassaden konnte der Energieverbrauch fürs Heizen um 90 % und fürs Warmwasser um über 50 % gesenkt werden. Dafür verlieh die Steiermark den „Holzbaupreis 2015“.

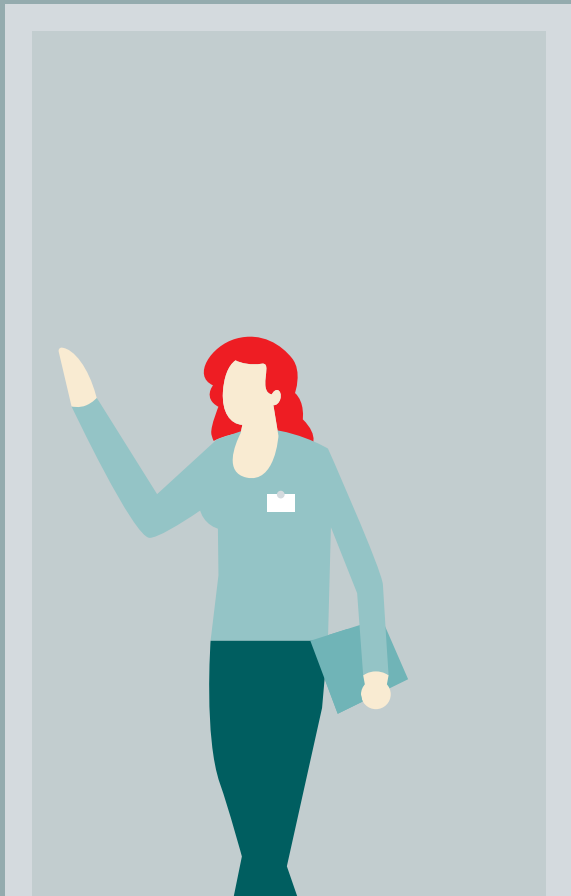


Diverse Kfz-Versicherungsprodukte
im VIG-Konzern belohnen
umweltbewusste Kunden. Eine
Prämienreduktion von

10%

gibt es bei der Donau Versicherung
für Autos mit alternativen Antrieben.
Noch besser steigt aus, wer ein
Elektroauto versichern will. Hier
beträgt die Ersparnis

30%



Über
100.000

Mal wurde die kostenlose „Wetter Plus“-App der Wiener Städtischen im Android- und Apple-Store heruntergeladen. Die Unwetterwarnungen helfen beim Schutz des Eigentums.



350

Euro Selbstbehalt (maximal) im Schadenfall können Carsharing-Kunden mit einem österreichweit einzigartigen Versicherungsprodukt sparen.

Kunden

GANZ NAH AM KUNDEN

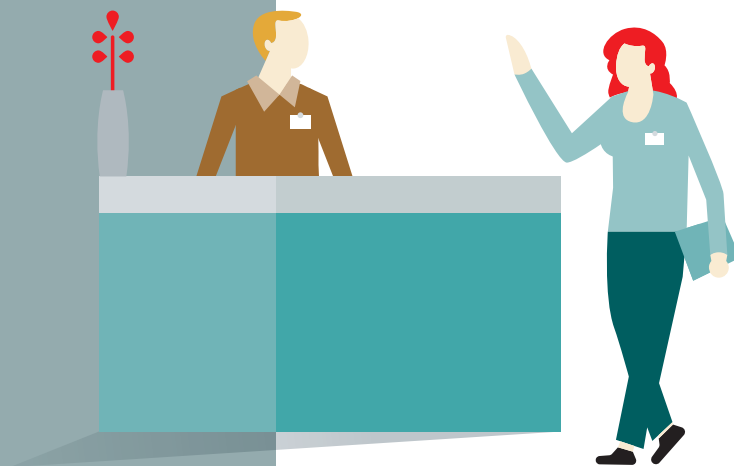
Die VIG setzt bei der Produktgestaltung ganz auf die Mitarbeiter vor Ort. Diese wissen am besten, was ihre jeweiligen Kunden brauchen. So verfügt die Gruppe über eine breite und gleichzeitig treffsichere Produktpalette.

Kunde ist nicht gleich Kunde – das gilt für einen international so breit aufgestellten Konzern wie die VIG umso mehr. Durch die unterschiedlichen Kulturen und Marktbedingungen in den Ländern Zentral- und Osteuropas variieren auch die Bedürfnisse der Menschen stark. Die VIG lässt dem Management der lokalen Konzerngesellschaften daher große Freiheiten bei der Produktgestaltung. Diese Manager sitzen vor Ort und kennen die Bedürfnisse der Kunden aus erster Hand. Durch die dezentrale Struktur und die kurzen Entscheidungswege kann die VIG jederzeit rasch auf Marktveränderungen reagieren und zielgerichtet Produkt- und Serviceinnovationen entwickeln.

Darüber hinaus ist der Konzern in den meisten seiner Märkte mit mehreren Marken präsent und kann damit verschiedene Zielgruppen noch genauer adressieren – selbstverständlich ohne seine übergeordneten Werte und Prinzipien aus dem Blick zu verlieren. Regelmäßige, länderübergreifende Treffen von Führungskräften und Mitarbeitern erleichtern außerdem den Austausch von Best-Practice-Beispielen im Produktbereich und fördern eine gemeinsame Unternehmenskultur.

Eine aktuelle, länderübergreifende Initiative zielt auf den Trend der digitalen Transformation ab. Diese betrifft neben der Automatisierung von Prozessen auch die Produkte und Services sowie „Customer Journeys“, weswegen seit 2016 mit den Konzerngesellschaften lokale Projekte im Rahmen dieser Initiative diskutiert und initiiert werden. Bestehende Online-Produkte werden auch dahingehend evaluiert, ob sie über Ländergrenzen hinweg übertragbar sind. Der Bereich „Konzernentwicklung und Strategie“ der VIG Holding fungiert dabei als digitaler Hub, der die Digitalisierungsaktivitäten der einzelnen Konzerngesellschaften steuert.

Mehr zur Digitalisierungsstrategie der VIG lesen Sie im Konzernbericht ab Seite 30



„Kreativ und eigenständig – aber immer im Sinne des Kunden“

Petra Ringler, CSR-Verantwortliche im VIG-Konzern, über den gesellschaftlichen Mehrwert von Versicherungsdienstleistungen und außergewöhnliche Assekuranzprodukte für verschiedenste Zielgruppen.

Die VIG will ihren Kunden Versicherungsprodukte „mit Mehrwert“ bieten. Was verstehen Sie darunter genau?

Zunächst einmal erfüllen Versicherungen per se eine Reihe von wichtigen gesamtwirtschaftlichen Aufgaben, die aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken sind. Wo wären wir als Gesellschaft denn, wenn es keine Absicherung für Notfälle gäbe? Versicherungsdienstleistungen helfen, das eigene Vermögen und die Existenz abzusichern. Das ist ein klarer gesellschaftlicher Mehrwert. Wir als VIG wollen aber noch einen Schritt weitergehen.

Was meinen Sie damit konkret?

Mit vielen unserer Produkte und Dienstleistungen wollen wir auch ökologischen oder sozialen Mehrwert bieten, indem wir beispielsweise Anreize für einen schonenden Umgang mit der Umwelt oder für eine gesunde Lebensweise setzen. Ein greifbares Beispiel sind Lebensversicherungsprodukte, mit denen unsere Kunden in unterschiedliche Nachhaltigkeitsfonds

investieren können. Konzernweit haben wir eine ganze Reihe an Produkten, die sich positiv auf die Umwelt auswirken (siehe Beispiele nächste Doppelseite). Auch hierbei gilt: Die Verantwortung dafür liegt bei den einzelnen Konzerngesellschaften, damit die Angebote auf die jeweiligen Bedürfnisse abgestimmt werden können.

Inwiefern?

Nehmen wir die Krankenversicherung als Beispiel. Unsere österreichische Konzerngesellschaft Wiener Städtische wartet etwa im Zusatzprodukt „BESSER-LEBEN“ mit einer ganzen Reihe verschiedener Angebote aus den Bereichen Auszeit, Training, Vorsorge und Balance auf, und das im In- und Ausland. Die Krankenversicherung der Donau Versicherung „SecurMed“ zeichnet sich durch einen regelmäßigen Gesundheitscheck durch Top-Mediziner aus. Unsere tschechische Gesellschaft PČS wiederum bietet telefonische Gesundheitsberatungen an. In Deutschland bietet die InterRisk einen Medikamentenversand als Bestandteil verschiedener Versicherungsprodukte. Wir lassen bei der Produktentwicklung größtmögliche Freiheit, tauschen aber gleichzeitig Best-Practice-Beispiele aus, um als Konzern stärker zu werden.

Sie möchten mit Ihren Produkten aber auch spezielle Zielgruppen ansprechen. Welche etwa?

Da fallen mir unsere Studentenprodukte ein. Auch hier bieten wir je nach Markt Unterschiedliches: In Österreich steht etwa ein ganzes Paket aus Haushalts-, Haftpflicht-, Rechtsschutz- und Unfallversicherung speziell für diese Zielgruppe zur Verfügung, in Kroatien fokussiert sich die Wiener Osiguranje auf die Unfallversicherung. Bei der InterRisk in Polen gibt es bei einem Produkt Rabatte für Schüler und Studenten sowie die Möglichkeit, einen Arzt online zu konsultieren und sich ein Rezept für die benötigte Medizin ausstellen zu lassen. Im Baltikum dagegen bietet die InterRisk vor allem eine Reiseversicherung für Studenten, weil es viele während ihres Studiums ins Ausland zieht.

Welche Zielgruppen wollen Sie mit Ihren Mehrwert-Produkten noch ansprechen?

Einige unserer Konzerngesellschaften offerieren Preisnachlässe oder haben spezielle Produkte für Menschen mit besonderen Bedürfnissen im Programm.

Können Sie hierfür auch ein paar Beispiele nennen?

Die Kooperativa in Tschechien hat beispielsweise eine Vereinbarung mit dem Nationalen Behindertenrat abgeschlossen und verpflichtet sich zu besseren Angeboten für diese Zielgruppe. Zusätzlich bietet sie spezielle Produkte, etwa eine Versicherung für Insulinpumpen oder Rollstühle. Auch unsere zweite tschechische Gesellschaft, die ČPP, hat etwas Besonderes im Programm. Sie bietet nicht nur preisreduzierte Versicherungen für Zielgruppen wie Senioren, sondern kooperiert mit dem Gebrauchtwagenhändler AAA Auto. Dieser verkauft Gebrauchtfahrzeuge mit spezieller Ausstattung für behinderte Menschen.

Wie profitiert der Kunde von der Kooperation?

Im Neuzustand sind solche Autos oft enorm teuer. Kunden sparen durch die Kooperation doppelt, denn zusätzlich erhalten sie bei der ČPP bis zu 30 % günstigere Tarife in der Kfz-Versicherung. An solchen Beispielen zeigt sich, wie kreativ und eigenständig unsere Landesgesellschaften sind – aber immer im Sinne des Kunden.

Mehr als
300

Angebote aus den Bereichen Auszeit, Training, Vorsorge und Balance bietet die Wiener Städtische ihren Kunden im Zusatzprodukt „BESSER-LEBEN“ zur Krankenversicherung.

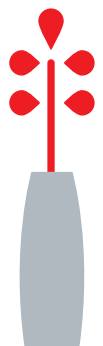


© Klaus Rängler

Petra Ringler ist seit 2015 für die konzernweiten CSR-Agenden der VIG verantwortlich.

„Mit unseren Produkten und Dienstleistungen wollen wir auch **ökologischen und sozialen Mehrwert bieten.**“

Petra Ringler



EIN GEWINN FÜR DEN KUNDEN – UND DIE UMWELT

Ob für Firmen- oder Privatkunden: Die VIG offeriert eine Reihe von Produkten und Dienstleistungen mit ökologischem Mehrwert.

ERNEUERBARE ENERGIEN

Die VIG ist in Österreich und Zentral- und Osteuropa im Firmen- und Großkundengeschäft ein führender Versicherer von Anlagen für erneuerbare Energien. Versichert werden Wind-, Wasserkraft- und Photovoltaikanlagen, bei Biomassekraftwerken war die VIG sogar Vorreiter. Mit der finanziellen Absicherung des technischen Fortschritts leistet die VIG einen wichtigen Beitrag, damit die klimafreundliche Energieerzeugung weiterentwickelt werden kann.



KFZ-REPARATUR

Die tschechische Konzerngesellschaft ČPP fördert mit ihrer Kfz-Versicherung den Gedanken der Zweitverwertung und schützt die Umwelt so durch geringeren Ressourcenverbrauch. Schäden an versicherten Autos werden nämlich mit gebrauchten Ersatzteilen behoben. Ein ähnliches Modell verfolgt die Wiener Osiguranje in Kroatien, die ihren Kunden zudem in bestimmten Fällen eine Reparatur vor Ort bietet.



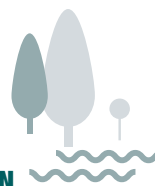
NOTABSCHALTUNGEN IN INDUSTRIEANLAGEN

Damit Schäden oder Unregelmäßigkeiten bei industriellen Großanlagen nicht zur Gefahr für Mensch und Natur werden, lassen sich solche Anlagen im Notfall abschalten. Im Falle ganzer Produktionsstraßen oder ähnlich großer Anlagen kann das zu tagelangem Stillstand führen – und damit auch zu immensen Kosten. Die VIG bietet eine Versicherung für entsprechende finanzielle Schäden an.



UMWELT-SANIERUNGSKOSTEN

Mit der europäischen Umwelthaftungsrichtlinie gibt es seit 2004 strenge Vorschriften zum Schutz vor Schäden an Flora, Fauna, Gewässern und Böden. Auch die Sanierung solcher Schäden ist in der Richtlinie geregelt. Die Sanierungskosten können für den Verursacher existenzbedrohend sein. Eine passende Lösung des Firmen- und Großkundengeschäfts deckt dieses Risiko ab. Außerdem schützt es nicht nur vor dem finanziellen Verlust, sondern bindet im Bedarfsfall auch alle relevanten Stakeholder wie etwa Umweltschutzorganisationen mit ein.



KLIMABONUS

Umweltbewusste Lenker fahren bei Abschluss einer Kfz-Haftpflichtversicherung der Donau Versicherung mit dem CO₂-Bonus günstiger. Beläuft sich der CO₂-Ausstoß auf bis zu 130 Gramm pro Kilometer, profitiert der Kunde von einem zehnzehnten Prämiennachlass. Gleiches gilt für Fahrzeuge mit Alternativantrieb. Hier spart der Fahrer mit dem Natur-Bonus ebenso 10 % der Kfz-Prämie. Für E-Autos winkt sogar ein 30-prozentiger Bonus. Die Wiener Städtische bietet einen ähnlichen CO₂-abhängigen Bonus bzw. Preisnachlass für Autos mit alternativem Antrieb.



WETTERSERVICE

Die österreichische Konzerngesellschaft Wiener Städtische bietet in Zusammenarbeit mit der Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik (ZAMG) die Gratis-App „Wetter Plus“ für Android und Apple iOS an. Damit stehen Smartphone-Nutzern viele hilfreiche Informationen zum aktuellen und zukünftigen Wettergeschehen im In- und Ausland mobil zur Verfügung. Und mit den integrierten Unwetterwarnungen lässt sich der eigene Besitz perfekt schützen. Kunden der Wiener Städtischen und Donau Versicherung, die ein ähnliches Service bietet, können sich die Unwetterwarnungen auch per SMS schicken lassen.

© shutterstockXturgil



Datenschutz und IT-Sicherheit

Vertrauliche Daten sind bei der VIG in guten Händen – ganz gleich, ob es sich um Kunden- oder Mitarbeiterdaten handelt. Datenschutz betrifft weite Teile des Arbeitsalltags: Er reicht von der Bearbeitung von Versicherungsanträgen über die Erledigung von Schadensfällen bis hin zur Nutzung von Social-Media-Kanälen. Der Datenschutz richtet sich streng nach europäischen und nationalen Gesetzen. Ein in der VIG Holding angesiedelter Datenschutzbeauftragter ist für die Umsetzung in Österreich und gleichzeitig für die Koordination in der gesamten Gruppe zuständig. Auch außerhalb Österreichs gibt es in jeder Konzerngesellschaft einen Datenschutzbeauftragten. Diese Beauftragten verantworten das Datenschutzmanagementsystem, analysieren neue Projekte auf Datenschutzanforderungen und schulen Mitarbeiter praxisnah ein. Darüber hinaus tauschen sie sich im Rahmen von Workshops aus und teilen Best-Practice-Lösungen. Mitarbeiter finden entsprechende Informationen zudem im VIG-Intranet.

Holding berichtet werden, für kritische Vorfälle gilt umgehende Meldungspflicht. Neben dem für IT-Sicherheit zuständigen Lenkungsausschuss gibt es in der VIG eine internationale Arbeitsgruppe, die sich mit aktuellen IT-Sicherheitsthemen befasst. Die IT-Sicherheitsrichtlinien gelten in entsprechendem Ausmaß auch für externe Servicepartner. Diese müssen bestimmte, international anerkannte Zertifizierungen vorweisen, um mit der VIG kooperieren zu können. Der VIG liegen für den Berichtszeitraum keine Informationen über Vorfälle zu Verletzungen der Privatsphäre im Unternehmen vor.

Beschwerde-management

Die Zufriedenheit der Kunden steht bei der VIG an erster Stelle. Sollte dennoch ein Kunde mit einem Produkt oder Service nicht zufrieden sein, kann er sich direkt und unkompliziert an eine Kontaktstelle der jeweiligen Gesellschaft wenden. Die Mitarbeiter der Beschwerdestellen haben die Aufgabe, die Kundenanliegen zu untersuchen und zeitnah zu bearbeiten. Sie verfügen über das nötige theoretische Wissen und die praktischen Kenntnisse, um mit Beschwerden professionell umzugehen. Laufende Schulungen helfen ihnen, dieses Wissen aufzufrischen und auszubauen. Außerdem werden die Beschwerden regelmäßig analysiert, um wiederholt auftretende oder systematische Probleme zu erkennen und zu beheben.

„In der internationalen Arbeitsgruppe zur IT-Sicherheit haben wir uns 2017 mit den Sicherheitsaspekten von modernen digitalen Lösungen befasst.“

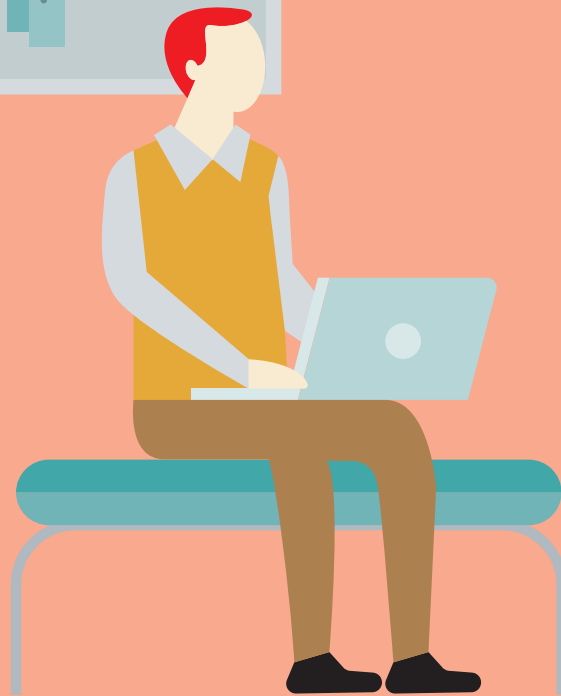
Axel Hielle, IT-Sicherheitsbeauftragter

Der Schutz personenbezogener Daten ist auch eine technische Herausforderung. Dabei orientiert sich die VIG in ihren IT-Sicherheitsrichtlinien, welche klare Vorgaben für die Konzerngesellschaften definieren, an der ISO Norm 27001. IT-Sicherheitsvorfälle müssen in einem monatlichen Report an die VIG



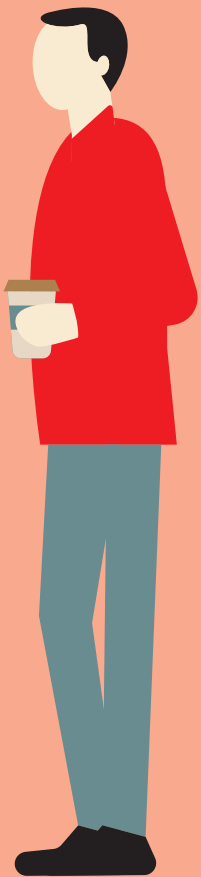
CARSHARING

Als erste Versicherung Österreichs bietet die Wiener Städtische seit Ende 2017 eine Selbstbehalts-Versicherung bei der Nutzung von Carsharing an. Dieser vor allem in Großstädten wachsende Trend ist ressourcenschonend, weil viele Menschen dadurch auf einen eigenen fahrbaren Untersatz verzichten können. Der „Selbstbehaltsretter“ der Wiener Städtischen macht den Umstieg auf Carsharing noch leichter, da er Kunden den Selbstbehalt bis EUR 350 im Schadensfall einfach abnimmt. Weiteres Plus: Die Versicherung lässt sich binnen weniger Minuten online abschließen – und passt damit perfekt zur mobilen Zielgruppe.



600

hochmotivierte Vertriebsmitarbeiter konnte die georgische VIG-Konzerngesellschaft GPIH in den vergangenen zwei Jahren einstellen.



der Mitglieder des VIG-Vorstandes werden ab 2018 weiblich sein. Die VIG ist auch einer der wenigen börsennotierten Konzerne mit einer Frau an der Spitze.

Die Mitarbeiter aller Konzerngesellschaften absolvierten im Jahr 2017 durchschnittlich

4,2

Trainingstage.

Die VIG Konzerngesellschaften unterstützen ihre Mitarbeiter mit gesundheitsfördernden Maßnahmen und bei der Stressbewältigung.

78,6%

der Gesellschaften bieten eine ergonomische Arbeitsplatzgestaltung an.



Mitarbeiter

Die Personalstrategie der VIG



- ✓ VIG als internationalen, aber lokal attraktiven Arbeitgeber positionieren
- ✓ wichtigste Kernkompetenz der Mitarbeiter stärken: Kundenorientierung und Servicequalität
- ✓ Führungs- und Expertenkompetenz mit Aus- und Weiterbildung unterstützen
- ✓ Diversität wertschätzen und mit lokalen Initiativen weiterentwickeln

ARBEITEN UNTER BESTEN BEDINGUNGEN

Die VIG respektiert und unterstützt auch in ihrer Personalarbeit den Schutz der internationalen Menschenrechte. Zwangsarbeit oder Kinderarbeit kommen selbstverständlich in keinem Unternehmen der VIG vor. Diskriminierung wird nicht toleriert. Der Konzern achtet Arbeitnehmerrechte wie Vereinigungsfreiheit, Kollektivvertragsverhandlungen und die Wahl von Arbeitnehmervertretern. Tarifvertragsergebnisse werden anerkannt und die entsprechenden gesetzlichen Bestimmungen in den jeweiligen Ländern befolgt. Die Mitarbeiter und ihre Vertreter werden regelmäßig über wesentliche unternehmerische Entscheidungen informiert.

Die Beschäftigten der VIG in Zahlen 2017

25.059

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

13.609

im Außendienst

11.450

im Innendienst

22,1%

außerhalb CEE*

*enthält Österreich, Übrige Märkte, exklusive Zentrale Funktionen

77,9%

CEE*

* exklusive Zentrale Funktionen

VIG IST TOP-RECRUITER

Nach drei Jahren der Silber-Auszeichnungen ist es Ende 2017 so weit: Die VIG Holding gewinnt Gold bei der jährlichen „Best Recruiters“-Studie.

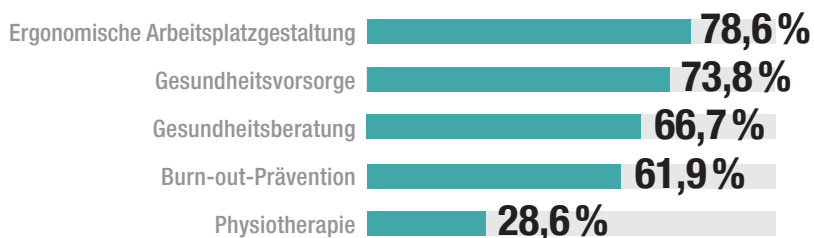
Damit ist der führende Versicherer in Zentral- und Osteuropa nun auch jener mit der branchenweit höchsten Qualität im Bewerberauswahlprozess. „Wir sind mächtig stolz darauf, dass wir uns auf Rang 1 verbessern konnten“, freut sich

VIG-Personalchefin Birgit Moosmann, „dahinter stecken sehr viel Arbeit und Herzblut, wofür ich meinem Team noch einmal herzlich danken möchte.“ Das Recruiting der VIG schneidet nicht nur innerhalb ihrer Branche, sondern auch österreichweit hervorragend ab: Unter 412 Unternehmen liegt die VIG Holding auf Platz 24.



Gesundheit wird großgeschrieben

Arbeitsschutzrisiken sind in einem Bürobetrieb vergleichsweise gering. Das größte Unfallrisiko bergen Verkehrsunfälle auf dem Arbeitsweg und im Verkaufsaußendienst. Im Fokus stehen daher Themen wie Stressbewältigung und ein gesundheitsförderndes Arbeitsklima. Die folgende Grafik zeigt, wie weit entsprechende Programme und Aktivitäten in den lokalen VIG-Gesellschaften verbreitet sind:



Die durchschnittlichen Krankenstandstage pro Mitarbeiter lagen im Jahr 2017 bei

8,8 Tagen.*

* Die Anzahl von Krankenstandstagen ist nur bedingt aussagekräftig für den berufsbedingten Gesundheitszustand von Mitarbeitern in einem internationalen Dienstleistungsunternehmen mit diverser Mitarbeiterstruktur. Zum Beispiel können hohe durchschnittliche Krankenstandstage in einem Unternehmen aus wenigen, aber lang dauernden Krankenständen resultieren. Andererseits hängt die Erfassung von Krankenständen auch mit den lokalen Sozialgesetzen zusammen, zum Beispiel davon, ob für Krankenstände sofort ein Lohnausgleich erfolgt.

FAIR UND LEISTUNGS-ORIENTIERT: DIE VERGÜTUNG

Die Vergütung orientiert sich an den Geschäftszielen, der Risikomanagementstrategie und den langfristigen Interessen der VIG. Mit ihr sollen in einem kompetitiven Umfeld talentierte, erfahrene und fähige Mitarbeiter gefunden und gebunden werden. Enthält die Vergütung auch variable Bestandteile und existiert nach nationalem Recht oder Kollektivvertrag kein Mindestlohn, muss die feste Vergütung ausreichend hoch bemessen sein, damit die Mitarbeiter nicht zu stark von der variablen Vergütung abhängig sind. Über die Vergütung hinaus bieten die Konzerngesellschaften vielfältige – je nach Gesellschaft unterschiedliche – Zusatzleistungen an, darunter etwa Kinderbetreuung, medizinische Einrichtungen oder flexible Arbeitszeiten.

Im Jahr 2017 belief sich die durchschnittliche Anzahl der Trainingstage bei den Mitarbeitern aller VIG-Versicherungsgesellschaften auf

4,2 Tage.

„Die Führungskräfte trainings überzeugen durch die optimale Kombination aus fundierter Ausbildung und gruppenweitem Lernen und fokussieren stets auf die operative Umsetzung.“

Gerhard Hopfgartner, Landesdirektor Wien (Wiener Städtische) und Absolvent der gruppenweiten Leadership Programme

Wissens-Wert: die Aus- und Weiterbildung

Für einen Finanzdienstleister basiert der Erfolg wesentlich auf dem Engagement und der Expertise der Mitarbeiter. Diese müssen bestmöglich ausgebildet sein, um mit demografischen, gesellschaftlichen, regulatorischen und technologischen Herausforderungen umgehen zu können.

Grundsätzlich konzipieren und organisieren die lokalen VIG-Gesellschaften die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter. Außerdem findet im Rahmen von regelmäßigen Meetings der HR-Manager ein intensiver Best-Practice-Austausch innerhalb der Gruppe statt.

Zusätzlich wurden und werden auch auf Gruppenebene hochkarätige Aus- und Weiterbildungsprogramme entwickelt:

- Die **Corporate University** bietet maßgeschneiderte Leadership- und Expertenprogramme, entwickelt und durchgeführt in Kooperation mit renommierten internationalen Business Schools.
- Die **VIG Technical Academies** ermöglichen eine detaillierte fachspezifische Ausbildung für Mitarbeiter aus speziellen Bereichen wie z. B. Underwriting.
- Das **Mobilitätsprogramm** eröffnet Nachwuchstalente die Möglichkeit, von anderen Abteilungen und/oder VIG-Gesellschaften zu lernen.

© Elke Mayr



„VIelfalt IST ENTSCHEIDEND FÜR UNSEREN ERFOLG“

Diversitätsbeauftragte Angela Fleischlig-Tangl über die Vielfalt der VIG, die drei Eckpunkte der neuen Diversitätsstrategie und eine überraschende Erkenntnis bei der Entwicklung derselben.



Angela Fleischlig-Tangl ist seit Mai 2017 Diversitätsbeauftragte der VIG. In dieser neu geschaffenen Funktion berät sie nicht nur die Holdinggesellschaft, sondern auch lokale VIG-Gesellschaften zu Fragen des Diversitätsmanagements.

© Klaus Ränger

Inwiefern ist Diversität für ein Unternehmen wie die VIG ein Thema?

Als Konzern mit ca. 25.000 Mitarbeitern und rund 50 Konzerngesellschaften in 25 Ländern sind wir automatisch eine Gruppe mit einer sehr hohen Diversität. Wir vereinen eine Vielzahl an Nationen, Sprachen und kulturellen Hintergründen. Und diese Vielfalt gilt es zu fördern.

Warum?

Die Herausforderungen, denen unsere Branche gerade jetzt gegenübersteht – insbesondere die Kombination aus technologischem und demografischem Wandel, geänderten Kundenbedürfnissen und gesteigerten regulatorischen Anforderungen –, erfordern innovative Kraft. Innovation gelingt besser, wenn unterschiedliche Perspektiven einbezogen werden. Diversität in der Belegschaft bietet diese unterschiedlichen Perspektiven. Und ganz klar: Wer auf faire Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten trifft, wer sich in seiner ganzen Persönlichkeit wahrgenommen fühlt, fühlt sich beim richtigen Arbeitgeber angekommen und macht seinen Job gerne. Das führt ganz automatisch zu besseren Arbeitsergebnissen. Kurz gesagt: Vielfalt ist entscheidend für unseren Erfolg.

Seit 2017 betrachten Sie Diversität auch aus strategischer Perspektive. Was ist Ihnen dabei aufgefallen?

Interessanterweise haben wir bei der internen Standortanalyse gemerkt, dass wir schon viele Maßnahmen ganz unbewusst implementiert hatten, die wir heute dem Diversitätsmanagement zuordnen. Vielfalt ist sozusagen in unserer DNA verankert.

Was zum Beispiel?

Wir haben immer schon darauf geachtet, dass unsere Mitarbeiter Beruf und Familie bestmöglich verbinden können. Und wir haben bereits jetzt einen divers besetzten

Vorstand. Nicht nur ist Elisabeth Stadler, unsere Generaldirektorin, eine von sehr wenigen weiblichen Vorstandsvorsitzenden eines börsennotierten Konzerns. Ab Februar 2018 wird unser Vorstandsteam je zur Hälfte weiblich und männlich besetzt sein.

Was sind die Hauptpunkte Ihres neuen Diversitätskonzepts?

Wir verfolgen einen „Bottom-up“-Zugang. Das bedeutet, dass unser Diversitätsmanagement die gesamte Belegschaft mit einbezieht. Somit stellen wir sicher, dass bei der Besetzung von verantwortungsvollen Positionen auf entsprechende Mitarbeiter zurückgegriffen werden kann.

Was versteht man in der VIG unter Diversität?

Für uns spiegelt Diversität sowohl die Ähnlichkeiten als auch die Unterschiedlichkeiten wider, die uns innerhalb der VIG begegnen, aber auch in unseren Märkten, den lokalen Gesellschaften, in unseren Partnern, Kunden und Mitarbeitern. In der VIG bedeutet Diversitätsmanagement, dass wir Diversität respektieren, ihr mit einer offenen Haltung begegnen und uns ganz bewusst darum bemühen, sie für unseren Erfolg zu nutzen.

Wie setzen Sie das Diversitätskonzept konkret um?

Die VIG hat für sich auf Gruppenebene die Schwerpunkte Geschlecht, Generationen und Internationalität gesetzt. An diesen orientieren sich unser gruppenweites Kompetenzmodell, unsere internationalen Mobilitätsprogramme und die Aus- und Weiterbildung. Zusätzlich wählen die lokalen Gesellschaften ganz im Sinne des lokalen Unternehmertums ihre eigenen Schwerpunkte. Immer mit dem Ziel, das Bewusstsein für und die Fähigkeiten im respektvollen Umgang mit Diversität zu schärfen.

Die Diversitätsstrategie wird auch im Corporate-Governance-Bericht im Konzerngeschäftsbericht 2017 beschrieben.

Bunt gewinnt: Vorzeigeprojekte der Konzerngesellschaften

GPIH GEORGIEN: DIE ZWEITE CHANCE

Mit speziellen Jobmessen sprach die georgische VIG-Konzerngesellschaft zielgerichtet ältere arbeitslose Menschen an. Trotz des harten Auswahlverfahrens konnten so in den letzten beiden Jahren knapp 600 hochmotivierte Vertriebsmitarbeiter eingestellt werden, darunter vorwiegend Frauen. Begleitet wurde die Personalsuche von einem gesellschaftlichen Diskurs und fand schließlich Nachahmer in anderen Branchen.

KOOPERATIVA TSCHECHISCHE REPUBLIK: ALT UND JUNG

In vielen Unternehmen trifft eine ältere auf eine sehr junge Generation von Mitarbeitern. In der tschechischen Konzerngesellschaft Kooperativa setzt sich ein Pilotprojekt gezielt damit auseinander und spannt ganz bewusst die Millennials mit kurz vor der Pension stehenden Mitarbeitern in Teams zusammen. Dieses Mentorenmodell funktioniert hervorragend: Die eine Seite bringt jahrzehntelange Erfahrung und die entsprechenden Kniffe mit, die andere Seite kennt sich mit neuen Technologien aus und sorgt für frischen Wind.



Eine zweite berufliche Chance erhalten Frauen bei der GPIH in Georgien.

WIENER STÄDTISCHE: PERSPEKTIVEN FÜR TÖCHTER

Die Wiener Städtische öffnet anlässlich des Wiener Töchtertages einmal jährlich ihre Pforten für Mädchen im Alter von 11 bis 16 Jahren, um ihnen einen Einblick in ein österreichisches Versicherungsunternehmen zu ermöglichen. Ziel ist es, Talente zu entdecken und den Mädchen neue Berufswege abseits der klassischen Frauenberufe aufzuzeigen. Die Mädchen lernen auf einer Rätsel-Rallye und mit kniffligen Aufgaben das Berufsbild der Versicherungskauffrau kennen und dürfen sich am Ende des Tages über eine Preisverleihung freuen.

GESCHLECHTERVERTEILUNG IN DER VIG

Gruppenweit	Frauen	Männer
Aufsichtsrat	18,0 %	82,0 %
Vorstand	22,9 %	77,1 %
Managementebene direkt unter dem Vorstand	42,5 %	57,5 %
VIG gesamt	62,2 %	37,8 %

VIG Holding

Aufsichtsrat	40,0 %	60,0 %
Vorstand	40,0 %	60,0 %
Managementebene direkt unter dem Vorstand	26,9 %	73,1 %
VIG Holding gesamt	57,5 %	42,5 %

GRUPPENWEITE NATIONALITÄTEN

22

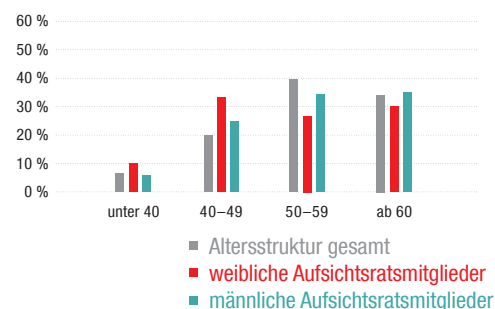
Nationalitäten
im Vorstand

21

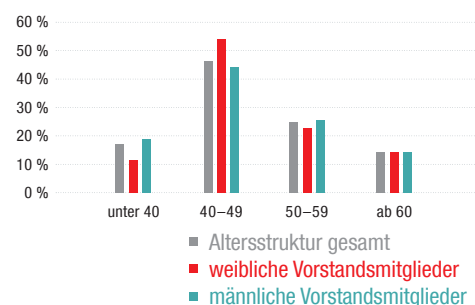
Nationalitäten
im Aufsichtsrat

GRUPPENWEITE ALTERSVERTEILUNG

Aufsichtsrat



Vorstand





Rund
5.000

Mitarbeiter engagierten sich im Zuge des Social Active Day für Umwelt- und Sozialprojekte.

27

„PflegerInnen mit Herz“ wurden im Dezember 2017 für ihren Einsatz im Pflegebereich ausgezeichnet.

100.000

Euro beträgt die Dotierung des „Günter Geyer Preises für soziales Bewusstsein“. Mit ihm werden jährlich drei Konzerngesellschaften ausgezeichnet. Das Geld fließt in soziale Projekte.



Gesellschaft



Rund
5.000
Mitarbeiter
aus
21
Ländern leisteten einen
Beitrag beim
Social Active Day.



Spielplätze renovieren, Bäume pflanzen, in Obdachlosenunterkünften aushelfen: Am „Social Active Day“ kann jeder Mitarbeiter der VIG seine Arbeitskraft für ein Sozial- oder Umweltprojekt einsetzen.

© ÖPP (links unten) © Union Bizastrio (rechts Mitte), alle anderen © VIG Holding

MIT SICHERHEIT MEHR **VERANTWORTUNG**

Die VIG steht nicht nur für ihre Mitarbeiter und Kunden ein, sondern engagiert sich auch für unterschiedlichste Themen der Gesellschaft. Mit zahlreichen Sozialinitiativen, Kunst- sowie Kulturförderungen beweist der Konzern, dass Engagement auch dann nicht aufhört, wenn die Büroarbeit längst erledigt ist.

Versicherer zu sein, das heißt zunächst, mit Wahrscheinlichkeiten, mathematischen Modellen, Sterbetafeln und Gliedertaxen zu operieren, mit großen Zahlen und endlosen Datenreihen. Zahlen, die für Menschen und deren Risiken stehen. Kurz: Versicherer betreiben aus Sicht vieler ein weitgehend theorieverliebtes Geschäft.

Im Falle der VIG ist das aber noch längst nicht alles. Hier wird bewiesen, dass man als Versicherungskonzern auch Suppe an Bedürftige ausschenken, mit Kindern aus 22 Nationen über Frieden diskutieren und seinen Firmensitz in eine Kunstinstallation verwandeln kann. „Sich als Unternehmen gegenüber der Gesellschaft auf die Rolle des Beobachters zurückzuziehen, ist uns viel zu wenig“, sagt Barbara Grötschnig, Leiterin des VIG Sponsoring, „wir zeigen mit einer Vielzahl an Initiativen, dass wir Verantwortung für die Gesellschaft übernehmen – und das Tag für Tag.“

EIN TAG ALS GESCHENK

„Tag für Tag“ – das lässt sich für eine der VIG-Initiativen ganz wörtlich nehmen: den „Social Active Day“. Jeder Beschäftigte des Konzerns hat dabei die Möglichkeit, sich einen Arbeitstag lang für eine gute Sache zu engagieren. Im Jahr 2011 vom Hauptaktionär, Wiener Städtische Versicherungsverein, ins Leben gerufen, führte diese Initiative rasch zum

Erfolg. Im Jahr 2017 beteiligten sich rund 5.000 Mitarbeiter aus Konzerngesellschaften in 21 Ländern. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, Menschen in schwierigen Lebenslagen zu unterstützen. Das kann die Mitarbeit in Wohnungslosen- oder Flüchtlingshäusern sein, wie etwa in der „Zweiten Gruft“ oder dem Haus Noah in Wien, das kann aber auch die Renovierung eines Spielplatzes im Kinderheim sein, wie etwa im ungarischen Székesfehérvár. Und wer seinen „Social Active Day“ nicht in den Dienst des Menschen, sondern der Umwelt stellen will, hat auch hierzu die Möglichkeit, etwa bei einer Baumbepflanzungsaktion in einer vom Bürgerkrieg zerstörten Region Georgiens. Die Aktion ist ein Gewinn für alle Beteiligten, weiß Barbara Grötschnig: „Die Vereine und Organisationen freuen sich über die zusätzlichen Helfer – und diese merken umgekehrt, dass jeder, der selbst aktiv wird, den entscheidenden Unterschied machen kann.“

EINSATZ VERDIENT ANERKENNUNG

Dieser entscheidende Unterschied, den so viele machen, soll auch gewürdigt werden. Das gilt umso mehr für Menschen, die sich auch in ihrer Freizeit ehrenamtlich sozial einsetzen. Bei der VIG sind das nicht wenige, und es werden stetig mehr. Deswegen hat der Hauptaktionär im Jahr 2013 einen Preis ins Leben gerufen, der »



© Iain Ehm

„Wir zeigen mit einer Vielzahl von Initiativen, dass wir Verantwortung für die Gesellschaft übernehmen.“

Barbara Grötschnig, Leiterin VIG Sponsoring



© Verein „PflegerIn mit Herz“/Richard Tanzer (2)

entsprechendes Engagement sichtbar macht – und so im besten Fall auch andere dazu motiviert, ein Zeichen der Solidarität zu setzen. Die stillen Helden des Konzerns werden von ihren Kollegen für den „Anerkennungspreis für ehrenamtliches Engagement“ nominiert. Die Preisträger des Jahres 2017 aus Österreich und den CEE-Ländern wurden Ende November im feierlichen Rahmen in der Unternehmenszentrale, dem Ringturm, geehrt. Unter ihnen war auch Nino Sabakhtarishvili, Senior Operator im Callcenter der georgischen Konzerngesellschaft GPI Holding, die in ihrer Freizeit sozial schwachen Familien hilft. Mehrmals wöchentlich besucht sie diese Familien und versorgt sie mit dem Allernotwendigsten wie Lebensmitteln und Kleidung. Ihr ehrenamtliches Engagement sei ihr Lohn genug, sagt Nino Sabakhtarishvili, „aber die Auszeichnung ist ein schönes zusätzliches Zeichen der Anerkennung.“ Und das liegt auch am Preis selbst: einem Wochenende im vorweihnachtlichen Wien für sie und ihre Begleitung. Am Programm für die Gäste standen der Besuch des Schlosses Schönbrunn, des Kunsthistorischen Museums und ein Konzertabend im Wiener Konzerthaus.

PFLEGE, EIN HERZENSANLIEGEN

Wie wichtig Hilfe ist, und wie wichtig deshalb auch die Wertschätzung von Hilfe ist, zeigt eine weitere Initiative. Diese setzt sich mit der Pflege auseinander, einer Thematik, die immer mehr Menschen direkt oder indirekt betrifft. „Meist wird einem das Thema Pflege erst bewusst, wenn man selbst davon betroffen ist. Um das zu ändern, aber



Glückliche Gewinner: Anfang Dezember wurden die 27 „PflegerInnen mit Herz“ am Erste Campus für ihr herausragendes Engagement geehrt (oben). Unter ihnen auch Jürgen Gutenbrunner (unten rechts), Sieger der Kategorie „Pflege- und Betreuungsberufe“, mit Günter Geyer, Präsident des Vereins „PflegerIn mit Herz“ und Vorstandsvorsitzender des Wiener Städtische Versicherungsvereins.

auch um den Pflegerinnen und Pflegern für ihr großartiges Engagement unseren Dank auszusprechen, haben wir im Jahr 2012 den Verein ‚PflegerIn mit Herz‘ ins Leben gerufen“, erzählt Günter Geyer, Präsident des Vereins und Vorstandsvorsitzender des Wiener Städtische Versicherungsvereins.

Alleine in Österreich sind es eine halbe Million Menschen, für die ein Leben ohne Betreuung und Hilfestellung durch andere kaum vorstellbar ist. Das Ziel der Initiative „PflegerIn mit Herz“ ist es deshalb, ein breites öffentliches Bewusstsein für die Pflege in Österreich zu schaffen und ihr ein Gesicht zu geben. 2017 wurden bereits zum sechsten Mal die besten Pfleger

des Landes gesucht, erstmals in drei Kategorien:

- Pflege- und Betreuungsberufe
- pflegende Angehörige
- 24-Stunden-Betreuung

Die von einer Expertenjury ausgewählten 27 Gewinner – je drei pro Bundesland – wurden Anfang Dezember nach Wien geladen und mit einem Geldpreis im Wert von je 3.000 Euro gewürdigt. Jürgen Gutenbrunner ist ein Sieger der Kategorie „Pflege- und Betreuungsberufe“ und damit „Pfleger mit Herz“ 2017 in der Steiermark. Gutenbrunner arbeitet im LKH-Universitäts-Klinikum Graz und freut sich über die Auszeichnung: „In meiner >>



© Ludwig Schredl

„Um den Pflegerinnen und Pflegern für ihr **großartiges Engagement unseren Dank** auszusprechen, haben wir den Verein ‚PflegerIn mit Herz‘ ins Leben gerufen.“

Günter Geyer, Vorstandsvorsitzender Wiener Städtische Versicherungsverein

Kultur, grenzenlos

Die Verhüllungen des Wiener Ringturms sind nur eine Facette der Kunstförderung des Hauptaktionärs der VIG – wenn auch die auffälligste.

„Weitblick“, das Kunstwerk des Belgrader Malers Mihael Milunović, beeindruckt schon durch seine schiere Größe: Aus 30 bedruckten Netzbahnen, je drei Meter breit und bis zu 63 Meter lang, besteht das Werk, das den Wiener Ringturm im Sommer 2017 in die auffälligste Kunstinstallation Österreichs verwandelt hat. Die Verhüllung des Ringturms, ins Leben gerufen vom VIG-Hauptaktionär Wiener Städtische Versicherungsverein, ist nicht nur spektakulär, sondern hat inzwischen schon Tradition: Seit 2006 verwandelt sich der markante Büroturm am Wiener Schottenring im Sommer in ein überdimensionales Kunstwerk. Waren es in den ersten Jahren vor allem österreichische Maler wie Christian Ludwig Attersee oder Xenia Hausner, sind seit 2012 auch Künstler aus dem benachbarten Ausland eingeladen, die Verhüllung

des Ringturms zu gestalten. Darüber hinaus verwandelte der Wiener Städtische Versicherungsverein die Ringturmverhüllung 2017 in kreative Taschenunikate. Insgesamt 350 modische Shopper wurden in Handarbeit in Wien von Mitarbeitern des sozialintegrativen Betriebs und Wiener Labels „gabarage upcycling design“ hergestellt.

Innerhalb des Turms finden die Ausstellungsreihe „Architektur im Ringturm“, Musikveranstaltungen sowie Kabarett- und Diskussionsabende statt. Damit ist der Hauptsitz der VIG nicht nur ein Symbol für den grenzüberschreitenden Kulturaustausch, sondern auch ein Ort der Begegnung und des vielfältigen Dialogs für die zahlreichen Kooperationen und Förderungen im Kunst- und Kulturbereich der VIG und ihres Hauptaktionärs.

© Wiener Städtische Versicherungsverein/Robert Nowald (6)



Im Sommer verwandelt sich der Hauptsitz der VIG in ein Kunstwerk. Anfangs gestalteten vor allem österreichische Künstler den Ringturm, seit 2012 auch Kunstschaffende aus Zentral- und Osteuropa.



Tätigkeit als Pflegeassistent kümmere ich mich um schwerkranke Kinder. Ich gebe täglich mein Bestes, ihnen durch diese schwere Zeit zu helfen. Ein Kinderlachen ist der schönste Dank dafür. Dass ich nun zusätzlich die Auszeichnung ‚Pfleger mit Herz‘ verliehen bekomme, freut mich sehr“, so der steirische Betreuer. „PflegerIn mit Herz“ ist eine gemeinsame Initiative von Wiener Städtische Versicherungsverein und Wiener Städtische Versicherung und ruht auf einem breiten gesellschaftlichen Fundament: So waren das Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft, das Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz sowie die Erste Bank und Sparkassen vom Start weg mit an Bord, seit 2014 unterstützen auch die Wirtschaftskammer Österreich und die Arbeiterkammer Wien die Kampagne.

PREISGEKRÖNTE HILFE VOR ORT

Wenn Einzelne schon so viel bewegen, können es Gruppen erst recht. Das ist die Idee hinter dem „Günter Geyer Preis für soziales Bewusstsein“, der jährlich in Gold, Silber

und Bronze vom Hauptaktionär an drei der rund 50 Konzerngesellschaften der VIG vergeben wird und mit insgesamt 100.000 Euro dotiert ist. Vor Ort sozial aktiv zu sein, ist in den Konzerngesellschaften seit jeher Usus. Dieser Tradition möchte der Konzern treu bleiben und den Gedanken, gesellschaftlich wertvolle Impulse zu setzen, im ganzen Unternehmen verbreiten. Die Preisträger 2017 sind die GPIH, die Union Biztosító sowie die BCR Leben (siehe rechts). Das Preisgeld ist für soziale Projekte zweckgewidmet und soll den Anreiz bieten, den einmal begonnenen Weg mit Elan weiterzugehen.

Den Weg weitergehen, das gilt auch für den Konzern als Ganzes. „Wir bewegen uns in die richtige Richtung“, freut sich die Leiterin des Sponsorings, Barbara Grötschnig. Aber das heißt natürlich noch lange nicht, dass man sich bei der VIG jetzt selbstzufrieden zurücklehnen kann. „Ganz im Gegenteil“, verspricht Grötschnig, „wir werden unser Engagement kontinuierlich verstärken. Auch in Zukunft kann die Gesellschaft auf die VIG zählen.“

Die Gewinner des „Günter Geyer Preises für soziales Bewusstsein“ im Jahr 2017:



PLATZ 1: GPIH GEORGIEN

Zusammen mit zwei NGOs startete die GPIH bereits 2015 die Kampagne „Don't be an Egoist, be an Ecoist“, um die Bevölkerung landesweit für die Themen Umwelt und Gesundheit zu sensibilisieren. „Strafzettel“ für stark luftverschmutzende Autos und Baumpflanz-Aktionen sorgten nicht nur für ein großes Medienecho und landesweites Aufsehen, sondern auch für 25 % mehr Kunden in der Kfz-Versicherung. Darüber hinaus veranstaltete die GPIH spezielle Jobmessen für Menschen, die nicht den traditionellen Arbeitsmarktkriterien entsprechen (siehe S. 31).

Kinder an die Macht

Hunderte Kinder aus 22 Nationen verbrachten zwei fröhliche Sommerwochen in Österreich – und setzten sich dabei aktiv mit sozialem Engagement auseinander.

Soziales Gewissen kann schon sehr früh im Leben beginnen – und zugleich gehörig Spaß machen. Das bewies im vergangenen Sommer erneut das „VIG Kids Camp“, zu dem die VIG und ihr Hauptaktionär bereits zum achten Mal eingeladen hatten. Rund 500 Kinder von VIG-Beschäftigten aus Österreich sowie Zentral- und Osteuropa, unter anderem Georgien, der Slowakei, Polen oder Ungarn, verbrachten zwei Sommerwochen mit spannenden Aktivitäten wie Entdeckungsreisen, Bergwanderungen, Sport und Sightseeing in Österreich. Eines der absoluten Highlights war der Workshop mit dem Starfotografen Lois Lammerhuber, der mit den 9- bis

13-Jährigen zum Thema „Frieden“ arbeitete. Außerdem besuchten die Kinder im Rahmen ihres Aufenthalts auch wieder Einrichtungen für betagte Menschen und erfreuten diese mit Gesangs- und Tanzeinlagen, Gedichtvorträgen und sogar Zauberkunststücken. Das VIG Kids Camp möchte schon den Jüngsten unserer Gesellschaft den hohen Wert von Diversität, sozialem Engagement und Solidarität vermitteln. Und die Kinder selbst zeigen jedes Jahr aufs Neue, wie viel Gemeinsamkeit im vermeintlich Unterschiedlichen liegt und wie einfach und bereichernd es sein kann, aufeinander zuzugehen.

„Frieden“ war das Motto des VIG Kids Camp im Sommer 2017. Neben Spiel und Spaß stehen bei der Initiative auch gesellschaftliche Werte im Mittelpunkt.



PLATZ 2: UNION BIZTOSÍTÓ



Die ungarische Union Biztosító hat ihre CSR-Aktivitäten um Initiativen zur Ausbildung und Integration von jungen Erwachsenen ergänzt. Dazu gehört „Don't give up“, eine Stiftung, die behinderten Menschen Arbeit und damit eine gesicherte Lebensperspektive verschafft und Kindern aus benachteiligten Familien Schutz und Unterstützung bietet.

PLATZ 3: BCR LEBEN



Die rumänische BCR Leben hat auch ohne CSR-Budget viel geleistet. Etwa mit der Aktion „Super Hero“, mit der sie ihre Mitarbeiter dazu aufgerufen hat, 2% des Monatseinkommens an eine soziale Organisation zur Unterstützung von Roma-Kindern zu spenden. Außerdem stellte die BCR Leben rund 80 funktionsfähige, aber nicht mehr benötigte Computer einem Hilfsprojekt zur Verfügung (siehe S. 43).



© Wiener Städtische Versicherungsverein (3)



MENSCHENRECHTE

Die VIG bekennt sich in ihrem Code of Business Ethics klar zum Schutz der Menschenrechte. Im direkten Einflussbereich des Unternehmens betrifft das den Umgang mit den eigenen Mitarbeitern. Gute Arbeitsbedingungen sowie die Achtung der Arbeitnehmerrechte sind die Basis für ein respektvolles und faires Miteinander. Ein eigenes Diversitätskonzept unterstützt die Vielfalt und Chancengleichheit (siehe Seite 30). Diversität wird auch im Umgang mit den Kunden wertgeschätzt. Zum Schutz der Privatsphäre und Vertraulichkeit steht Sorgfalt an oberster Stelle bei der Verarbeitung von Kunden- und Mitarbeiterdaten (siehe Seite 25). Weiters befolgt die VIG in ihren Märkten alle geltenden Wirtschaftssanktionen und wählt ihre Geschäftspartner mit Bedacht aus (siehe Seite 18).



DIE VIG HOLDING UND DIE WIENER STÄDTISCHE UNTERSTÜTZEN ZAHLREICHE VEREINE UND GEMEINSCHAFTEN

Ein Auszug aus den vielfältigen Partnerschaften:

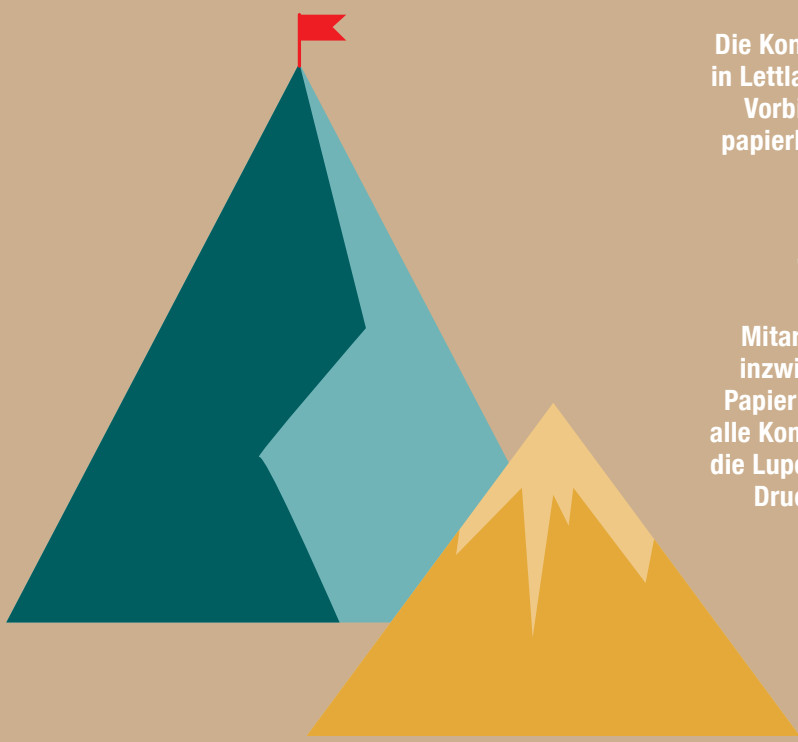
- Arbeitsgemeinschaft für Datenverarbeitung (ADV)
- Aktienforum – Österr. Verband für Aktien-Emittenten und -Investoren
- Austrian Business Council for Sustainable Development (ABCSD) – respACT
- Freunde des Theaters in der Josefstadt
- Industriellenvereinigung
- Kuratorium für Verkehrssicherheit (KFV)
- Kuratorium Sicheres Österreich (KSÖ)
- Österreichischer Gewerbeverein (ÖGV)
- Österreichische Gesellschaft für Meteorologie (ÖGM)
- Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT)
- Österreichische Gesellschaft für Versicherungsfachwissen (GVFW)
- Österreichisches Institut für Berufsbildungsforschung (ÖIBF)
- Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO)
- TU Wien alumni club – Verband der Freunde und Absolventen der TU Wien
- Verband der öffentlichen Wirtschaft und Gemeinwirtschaft Österreichs (VÖWG)
- Verein der Freunde des Sigmund Freud Museum Wien



6.907.486

Flugkilometer sind insgesamt bei der
VIG im Jahr 2017 angefallen. Durch
neue Ansätze wie Videokonferenzen
soll sich der ökologische Fußabdruck
verkleinern.





Die Konzerngesellschaft BTA Baltic in Lettland nimmt gruppenweit eine Vorbildrolle auf dem Weg zum papierlosen Büro ein. Es gibt rund

300

Mitarbeiter in der Zentrale, die inzwischen beinahe ganz ohne Papier auskommen. Dazu wurden alle Kommunikationsprozesse unter die Lupe genommen. Die Anzahl der Drucker wurde reduziert auf

4

Rund

80

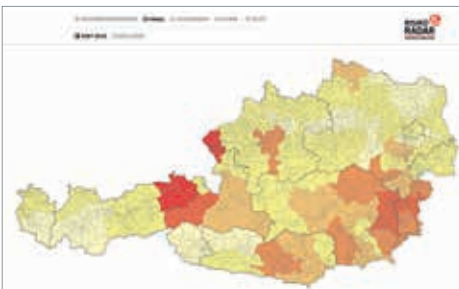
Computer spendete die rumänische Konzerngesellschaft BCR Leben an ein Sozialprojekt. Dort wurden die Geräte gewartet und wiederverwendet. Das schafft Arbeit und spart Ressourcen.

Umwelt

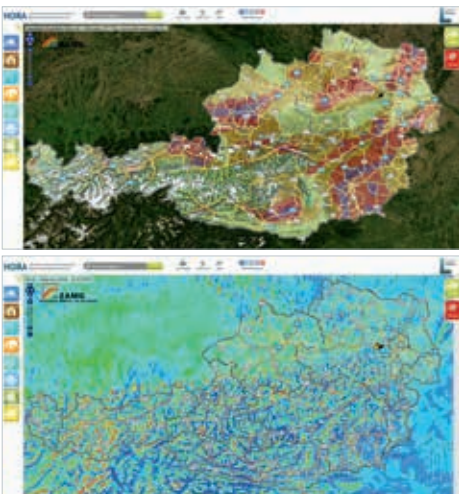
Die Risiken immer im Blick

Zwei Onlineangebote sensibilisieren die Bevölkerung für Naturgefahren.

Intensität und Häufigkeit von Naturkatastrophen nehmen grundsätzlich zu – das zeigen die Entwicklungen der vergangenen Jahre. Der ökonomische Schaden ist beträchtlich. Stürme, Hagel und Hochwasser verursachen beinahe jedes Jahr Schäden in Millionenhöhe. Hochwertige Wetter- und Klimainformationen für die Bevölkerung sind ein wichtiger Teil der Prävention. Genau diese bietet die von Partnern wie der Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik, dem Lebensministerium und



Das „Risikoradar“ der Wiener Städtischen veranschaulicht Naturgefahren in allen Regionen Österreichs.



dem Versicherungsverband ins Leben gerufene und von der VIG mitentwickelte Plattform „HORA“. Das Kürzel steht für „Hazard Overview & Risk Assessment Austria“ und bezeichnet eine digitale Risikolandkarte oder – wenn man so will – eine Art Google Maps für Naturgefahrenrisiken. Die Plattform stellt potenzielle Naturgefahren wie Hochwasser, Erdbeben, Sturm und Schneelast in allen Regionen Österreichs dar. „HORA“ hilft einerseits Assekuranzen und ihren Kunden bei der genauen Risikoeinschätzung. Wer beispielsweise in einer Hochwasserregion bauen möchte, erhält konkrete Hinweise zur potenziellen Gefährdung. Zum anderen sind die im Internet abrufbaren, detaillierten Risikolandkarten für jeden nutzbar und tragen damit zur Risikowahrnehmung in der Bevölkerung bei. Neben Österreich treibt die VIG vergleichbare Projekte auch in Zentral- und Osteuropa voran.

Ähnlich wie die Plattform „HORA“ funktioniert das „Risikoradar“ der österreichischen Konzerngesellschaft Wiener Städtische. Mit nur wenigen Klicks erkennen Onlinenutzer, wie hoch das regionale Risiko für verschiedene Naturkatastrophen innerhalb der letzten fünf oder zehn Jahre war. Wer beispielsweise eine Übersiedelung in eine andere österreichische Gemeinde erwägt, erkennt auf dem Radar sofort, mit welcher Wahrscheinlichkeit die Risiken für Sturm, Hagel, Hochwasser und Blitz im jeweiligen Ort eingestuft werden. Dabei werden die umfangreichen Schadenerfahrungen der Wiener Städtischen als Datenbasis zugrunde gelegt.

„HORA“ ist eine detaillierte Risikolandkarte Österreichs. In den CEE-Staaten treibt die VIG ähnliche Projekte voran.

Ressourcen sparen: Weniger ist mehr

Mit Initiativen wie dem papierlosen Büro und intensiverer Online-Kommunikation arbeitet die VIG konsequent an der Verkleinerung ihres ökologischen Fußabdrucks.

Auch wenn der Ressourcenverbrauch in einem Dienstleistungsunternehmen wesentlich geringer ausfällt als im produzierenden Gewerbe: Sinnvoll sparen lässt sich immer. So ist das Versicherungsgeschäft traditionell sehr papierlastig, weshalb die Konzerngesellschaften der VIG mit unterschiedlichen Initiativen versuchen, den Papierverbrauch zu reduzieren. Der Trend zur Digitalisierung hilft dabei. Was früher ausgedruckt und per Briefpost an den Kunden geschickt wurde, geht heute meist elektronisch auf die Reise. Und mit zunehmender Verbreitung der digitalen Signatur gilt das nicht nur für Produktinformationen und einfache Korrespondenz, sondern auch für Schriftstücke wie Versicherungsanträge.

Ein herausragendes Beispiel unter den Konzerngesellschaften der VIG ist die BTA Baltic. Das Unternehmen in Lettland hat das Ziel des papierlosen Büros derart ernst genommen, dass die 300 Mitarbeiter in der Zentrale mit nur vier Druckern auskommen. Zu diesem Zweck wurden die gesamten Kommunikations- und Wertschöpfungsprozesse unter die Lupe genommen, alle Mitarbeiter mit neuen elektronischen Signaturen versorgt und vormalige Aktenarchive digitalisiert und auf Server verfrachtet. Jedes Dokument ist inzwischen nur mehr wenige Mausklicks entfernt.

Digitale Technologien machen Papier zunehmend obsolet, sie helfen aber auch dabei, Reisekilometer zu sparen und damit den CO₂-Ausstoß zu minimieren. Das gilt besonders für ein geografisch so breit aufgestelltes Unternehmen wie die VIG, die sich deshalb bemüht, persönliche Meetings – wo möglich und sinnvoll –

zunehmend durch Video- und Telefonkonferenzen zu ersetzen. Auch Schulungen müssen im Zeitalter des E-Learnings nicht mehr zwingend mit Fahrten in Tagungshotels verbunden sein, Webinare ermöglichen Lernen immer und überall. Das gilt auch für die tägliche Arbeit, denn wer ab und zu einen Tag im Homeoffice einlegt, kann Privates und Berufliches besser miteinander verbinden – und sein Auto in der Garage lassen.

Damit die VIG Maßnahmen wie diese künftig noch genauer steuern kann, wurden im Berichtsjahr erstmals gruppenweit wichtige Umweltkennzahlen erhoben (siehe Zahlen unten).

Stromverbrauch in kWh
pro Mitarbeiter

1.444

Heizverbrauch in kWh pro
Mitarbeiter

2.090

Flugkilometer
insgesamt bei der VIG

6.907.486

CO₂-Emissionen in kg
pro Mitarbeiter

1.646



© Ateliere fara Frontiere



Nicht mehr benötigte Computer spendet die rumänische Konzerngesellschaft BCR an das Hilfsprojekt „Ateliere fara Frontiere“. Dort kommen sie Kindern zugute.

Alt, aber längst nicht abgeschrieben

Alte Möbel und Computer müssen nicht zwingend auf der Müllhalde landen, sondern starten in einigen VIG-Konzerngesellschaften ein zweites Leben. Das schont die Umwelt und hilft benachteiligten Menschen.

Immer noch wertvoll – das gilt für viele ältere Ausstattungsobjekte in den Büros der VIG-Konzerngesellschaften ganz wörtlich. Möbel etwa mögen abgenutzt und damit nicht mehr für den Kundenverkehr geeignet sein, ausgedient haben müssen sie deshalb noch lange nicht. Die polnische Konzerngesellschaft Vienna Life etwa stellte die Möbel aus aufgelösten Büros einer Schule zur Verfügung, die rumänische Omnisig unterstützte mit ihrem ehemaligen Mobiliar die Hilfsorganisation „Papageno Hermannstadt“.

Möbel müssen allerdings nur relativ selten ersetzt werden. Ganz anders ist das bei Computern und verwandtem technischem Equipment. Schon alleine aus Datenschutzgründen muss IT-Technologie unternehmensintern auf dem neuesten Stand gehalten werden, dabei sind Computer auch nach einigen Jahren im Gebrauch noch leistungsstark und damit wie geschaffen für eine ressourcenschonende Wiederverwendung.

Die im Jahr 2017 ausgedienten rund 80 Rechner bzw. Monitore aus der rumänischen Konzerngesellschaft BCR Leben etwa gingen an die Hilfsorganisation „Ateliere fara Frontiere“. Dort wurden die Geräte von Langzeitarbeitslosen unter der Anleitung von Technikern fachgerecht gewartet und danach für die Ausbildung von benachteiligten Kindern eingesetzt. Gutes entsteht durch Projekte wie dieses gleich auf mehreren Ebenen: Die Zweitverwertung spart Ressourcen und hilft Menschen in Not.

Ganz ähnlich verhält es sich in Österreich. Altgeräte spenden die österreichischen VIG-Gesellschaften an das europaweit erste gemeinnützige IT-Systemhaus AfB. Hier arbeiten überwiegend behinderte Menschen. Die Geräte werden technisch überprüft, gereinigt und sind anschließend bereit für den Verkauf – und das sogar mit einem Jahr Garantie. Kunden von AfB sind oft ältere Menschen, die die Beratung in den Filialen sehr zu schätzen wissen. Der Sinn von Initiativen wie AfB erschließt sich auch anhand der Zahlen: Im Jahr 2016 spendeten österreichische Kooperationspartner wie die VIG in Summe 47.650 Geräte. Durch die Wiederverwertung ließen sich 1.521 Tonnen CO₂, 2.638 Tonnen Eisen und 5.226 Megawatt Energie einsparen.

Informationen über den Bericht

Der vorliegende Bericht erfasst die gruppenweiten Aktivitäten im Nachhaltigkeitsbereich des Konzerns Vienna Insurance Group. Wenn nicht anders angegeben, umfassen nichtfinanzielle Kennzahlen die operativen Versicherungsgesellschaften der Vienna Insurance Group.

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung erfolgt ab dem Jahr 2018 jährlich. Der Berichtszeitraum für den vorliegenden Bericht umfasst das Geschäftsjahr 2017. Aktivitäten in davon abweichenden Zeiträumen werden separat angegeben.

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards (Option Kern) erstellt. Der GRI-Inhaltsindex ab Seite 45 gibt Auskunft über die Bezeichnung der verwendeten GRI-Standards.

Im Nachhaltigkeitsbericht werden vorrangig gesellschaftliche und ökologische Aspekte behandelt. Für weiterführende Informationen zum Unternehmensprofil, zur wirtschaftlichen Entwicklung, zur Corporate Governance sowie zur Übersicht über die Konzerngesellschaften wird auf den Konzerngeschäftsbericht 2017 verwiesen (www.vig.com/de/investor-relations/downloads/geschaeftsberichte). Viele der im vorliegenden Bericht erwähnten Firmenwortlaute wurden abgekürzt. Das Abkürzungsverzeichnis befindet sich im Konzerngeschäftsbericht 2017 ab Seite 235.

Dieser Bericht enthält auch zukunftsbezogene Aussagen, die auf gegenwärtigen, nach bestem Wissen vorgenommenen Einschätzungen und Annahmen des Managements der Vienna Insurance Group beruhen. Angaben unter Verwendung der Worte „Erwartung“ oder „Ziel“ oder ähnliche Formulierungen deuten auf solche zukunftsbezogene Aussagen hin. Die Prognosen, die sich auf die zukünftige Entwicklung des Unternehmens beziehen, stellen Einschätzungen dar, die auf Basis der zur Drucklegung des Berichtes vorhandenen

Informationen gemacht wurden. Sollten die den Prognosen zugrunde liegenden Annahmen nicht eintreffen oder Risiken in nicht kalkulierter Höhe eintreten, so können die tatsächlichen Ergebnisse von den Prognosen abweichen.

Der Bericht wurde mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt, um die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben in allen Teilen sicherzustellen. Rundungs-, Satz- und Druckfehler können dennoch nicht ganz ausgeschlossen werden.

Informationen über Umweltkennzahlen

Der Corporate Carbon Footprint der VIG wurde, auf Basis der vorhandenen Angaben, gemäß dem Greenhouse Gas Protocol Corporate Standard erstellt. Die ermittelten Treibhausgasemissionen, dargestellt in CO₂-Äquivalenten, umfassen die direkt beim Unternehmen emittierten (aufgrund von Heizenergiebedarf und Treibstoffverbrauch – „Scope 1“) und die indirekt durch das Unternehmen verursachten Emissionen (aufgrund von Strom- sowie Fernwärmebedarf – „Scope 2“) sowie die Emissionen aus dem Flugverkehr („Scope 3“). Bei der Erstellung des Berichts sowie bei der Berechnung der Treibhausgasemissionen wurden, basierend auf der Datenlage, 44 von 50 Gesellschaften inkludiert.

Feedback

Wir freuen uns über Feedback zu diesem Nachhaltigkeitsbericht und laden alle Stakeholder ein, uns ihre Rückmeldungen zu übermitteln.

Kontakte Nachhaltigkeitsverantwortliche:
Petra Ringler: petra.ringler@vig.com
Chantal Rannersberger:
chantal.rannersberger@vig.com

GRI-Inhaltsindex

GRI-Standard	Angabe	Seitenverweis bzw. Verweis auf ein anderes Dokument	Zusätzliche Hinweise oder Auslassungen
--------------	--------	-----------------------------------------------------	----------------------------------------

ALLGEMEINE ANGABEN

GRI-Standard	Angabe	Seitenverweis bzw. Verweis auf ein anderes Dokument	Zusätzliche Hinweise oder Auslassungen
GRI 102: Allgemeine Angaben 2017	102-1 Name der Organisation	Seite 51 (Impressum)	
	102-2 Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	Flappe (Die VIG im Überblick)	
	102-3 Ort des Hauptsitzes	Seite 51 (Impressum)	
	102-4 Betriebsstätten	Konzerngeschäftsbericht 2017 (Seite 7 und Seite 9)	
	102-5 Eigentum und Rechtsform	Flappe (Die VIG im Überblick)	
	102-6 Bediente Märkte	Flappe (Die VIG im Überblick)	
	102-7 Größenordnung der Organisation	Konzerngeschäftsbericht 2017 (Flappe; Kennzahlen im Überblick)	
	102-8 Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter	Seite 28–31	Die Gesamtsumme der Beschäftigten bezieht sich auf das Gesamtjahr 2017 (siehe Konzerngeschäftsbericht Seite 210). Bei der Erfassung der Trainingstage, der Krankheitstage, der gesundheitsfördernden Maßnahmen und der Geschlechterverteilung in der Managementebene unter dem Vorstand wurden die folgenden Konzerngesellschaften nicht inkludiert: AXA Life Insurance S.A. (Rumänien), Insurance Makedonija jsc Skopje (Mazedonien), Wiener Re a.d.o. Beograd (Serbien). Bei der Erfassung der Geschlechterverteilung im Vorstand und im Aufsichtsrat, der gruppenweiten Nationalitäten und der gruppenweiten Altersverteilung wurden die folgenden Gesellschaften nicht erfasst: AXA Life Insurance S.A. (Rumänien), Insurance Company Nova Ins EAD (Bulgarien).
	102-9 Lieferkette	siehe Hinweis	Die VIG ist ein Dienstleistungsunternehmen. Daher haben die Lieferantenbeziehungen keine überaus hohe Bedeutung. Zu den wichtigsten Lieferanten der VIG zählen: Rückversicherungsunternehmen, IT-Provider, verschiedenste Beratungsdienstleister (inkl. PR und Marketing), Postdienstleister und Bürogebäudevermieter.
	102-10 Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	Konzerngeschäftsbericht 2017 (Seite 10; Zukäufe und Fusionen)	
	102-11 Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmaßnahmen	Seite 16–19	
	102-12 Externe Initiativen	siehe Hinweis	Die VIG-Konzerngesellschaften beteiligen sich – je nach Land – an den unterschiedlichsten lokalen externen Initiativen.
	102-13 Mitgliedschaft in Verbänden	Seite 39	
	102-14 Aussagen der Führungskräfte	Seite 3, Seite 12–13	
	102-16 Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	Flappe (Die VIG im Überblick), www.vig.com/de/corporate-responsibility/der-vig-code-of-business-ethics	
102-18 Führungsstruktur	Konzerngeschäftsbericht 2017 (Seite 38; Corporate Governance Bericht)		

GRI-Standard	Angabe	Seitenverweis bzw. Verweis auf ein anderes Dokument	Zusätzliche Hinweise oder Auslassungen
GRI 102: Allgemeine Angaben 2017	102-40 Liste der Stakeholdergruppen	Seite 6–7	
	102-41 Tarifverhandlungen	Seite 28	Der Prozentsatz wird derzeit nicht erhoben.
	102-42 Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	Seite 7	Die Stakeholdergruppen, welche zur Online-Stakeholderbefragung eingeladen waren, wurden im Rahmen eines Workshops mit internen Experten der VIG Holding ermittelt.
	102-43 Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung	Seite 6–7	
	102-44 Schlüsselthemen und Anliegen	Seite 6–7	Im Zuge einer im Jahr 2016 durchgeführten Online-Stakeholderbefragung haben fast alle Stakeholdergruppen die langfristige Stabilität, das ertragreiche Wachstum, die Kundenzufriedenheit und die ganzheitliche Unternehmensstrategie als die wichtigsten Themen angegeben. Die Investoren haben darüber hinaus Compliance als sehr relevant eingestuft. Produkte und Dienstleistungen mit Mehrwert erschienen der Gruppe der Kunden als ebenso sehr bedeutend. Für die Mitarbeiter hatte zusätzlich das Thema Work-Life-Balance hohe Bedeutung. Vertriebspartner nannten außerdem Produkt- und Dienstleistungsinnovationen und NGOs den verantwortungsvollen Investmentprozess und die Unterstützung lokaler Gemeinschaften.
	102-45 Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	Konzerngeschäftsbericht 2017 (ab Seite 245, Adressliste Konzerngesellschaften)	
	102-46 Bestimmung von Berichtsinhalt und Themenabgrenzung	Seite 7	
	102-47 Liste der wesentlichen Themen	Seite 7	
	102-48 Neuformulierung der Informationen		Der VIG Nachhaltigkeitsbericht 2017 ist der erste in dieser Form für den Konzern.
	102-49 Änderungen bei der Berichterstattung		Der VIG Nachhaltigkeitsbericht 2017 ist der erste in dieser Form für den Konzern.
	102-50 Berichtszeitraum	Seite 44	
	102-51 Datum des aktuellsten Berichts		Der VIG Nachhaltigkeitsbericht 2017 ist der erste in dieser Form für den Konzern.
	102-52 Berichtszyklus	Seite 44	
	102-53 Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht	Seite 44	
	102-54 Aussagen zu Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	Seite 44	
	102-55 GRI-Inhaltsindex	Seite 45–49	
102-56 Externe Prüfung		Der Bericht wurde keiner externen Prüfung unterzogen. Da es sich um den ersten Nachhaltigkeitsbericht der VIG in dieser Form handelt, lag der Fokus auf dem Aufbau interner Strukturen.	

GRI-Standard	Angabe	Seitenverweis bzw. Verweis auf ein anderes Dokument	Zusätzliche Hinweise oder Auslassungen
--------------	--------	-----------------------------------------------------	----------------------------------------

WESENTLICHE THEMEN

Langfristige Stabilität und ertragreiches Wachstum

GRI 103: Managementansatz 2017	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Seite 7	Das Thema wurde in der Wesentlichkeitsanalyse als Top-1-Thema ermittelt. Auswirkung: innerhalb und außerhalb der Organisation; betroffen sind insbesondere Aktionäre, Mitarbeiter, Kunden.
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	Konzerngeschäftsbericht 2017 (ab Seite 18; Unternehmensstrategie)	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes	Konzerngeschäftsbericht 2017 (ab Seite 18; Unternehmensstrategie)	
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung	201-1 Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	Konzerngeschäftsbericht 2017 (ab Seite 90; Konzernabschluss)	

Kundenzufriedenheit

GRI 103: Managementansatz 2017	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Seite 7	Das Thema wurde in der Wesentlichkeitsanalyse als Top-2-Thema ermittelt. Auswirkung: außerhalb der Organisation; betroffen sind in erster Linie die Kunden.
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	Seite 9, Seite 22–25	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes	Seite 22–25	
GRI 102: Allgemeine Angaben	102-43 Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung	Seite 6–7	

Soziale und ökologische Faktoren in der Unternehmensstrategie

GRI 103: Managementansatz 2017	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Seite 7	Das Thema wurde in der Wesentlichkeitsanalyse als Top-3-Thema ermittelt. Auswirkung: innerhalb und außerhalb der Organisation; hiervon können alle Stakeholdergruppen betroffen sein.
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	Seite 8–11	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes	Seite 8–11	
GRI 102: Allgemeine Angaben	102-29 Bestimmung und Management ökonomischer, ökologischer und sozialer Auswirkungen	Seite 16	

GRI-Standard	Angabe	Seitenverweis bzw. Verweis auf ein anderes Dokument	Zusätzliche Hinweise oder Auslassungen
--------------	--------	-----------------------------------------------------	----------------------------------------

Produkte und Dienstleistungen mit sozialem und ökologischem Mehrwert

GRI 103: Managementansatz 2017	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Seite 7	Das Thema wurde in der Wesentlichkeitsanalyse als Top-4-Thema ermittelt. Auswirkung: außerhalb der Organisation; betroffen sind in erster Linie die Kunden.
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	Seite 9, Seite 22–25	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes	Seite 9, Seite 22–25	
GRI G4: Branchenbezogene Angaben Finanzdienstleistungen	FS 6 Prozentuale Zusammensetzung des Portfolios für die Geschäftsbereiche	Konzerngeschäftsbericht 2017 (ab Seite 61; Segmentberichterstattung im Lagebericht)	
GRI G4: Branchenbezogene Angaben Finanzdienstleistungen	FS 7 Geldwert von Produkten und Dienstleistungen, die für einen spezifischen gesellschaftlichen Nutzen entwickelt wurden		Diese Informationen stehen der VIG derzeit in dieser Form nicht zur Verfügung. Beispiele werden auf Seite 22–23 angeführt.
GRI G4: Branchenbezogene Angaben Finanzdienstleistungen	FS 8 Geldwert von Produkten und Dienstleistungen, die für einen spezifischen ökologischen Nutzen entwickelt wurden		Diese Informationen stehen der VIG derzeit in dieser Form nicht zur Verfügung. Beispiele werden auf Seite 24–25 angeführt.

Compliance

GRI 103: Managementansatz 2017	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Seite 7	Das Thema wurde in der Wesentlichkeitsanalyse als Top-5-Thema ermittelt. Auswirkung: innerhalb und außerhalb der Organisation; betroffen sind Management, Mitarbeiter, Geschäftspartner, Entscheidungsträger bei Firmenkunden, Aktionäre und weitere Stakeholdergruppen.
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	Seite 17	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes	Seite 17	
GRI 205: Korruptionsbekämpfung	205-1 Geschäftsstandorte, die in Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	Seite 17	
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten	206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung	Konzerngeschäftsbericht 2017 (Seite 185; wesentliche Rechtsstreitigkeiten)	Diese Information wird nicht exakt in dieser Form erhoben. Informationen zu wesentlichen Rechtsstreitigkeiten werden im Geschäftsbericht veröffentlicht.
GRI 419: Sozioökonomische Compliance	419-1 Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	Konzerngeschäftsbericht 2017 (Seite 185; wesentliche Rechtsstreitigkeiten)	Diese Information wird nicht exakt in dieser Form erhoben. Informationen zu wesentlichen Rechtsstreitigkeiten werden im Geschäftsbericht veröffentlicht.

Produkt- und Dienstleistungsinnovationen

GRI 103: Managementansatz 2017	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Seite 7	Das Thema wurde in der Wesentlichkeitsanalyse als Top-6-Thema ermittelt. Auswirkung: außerhalb der Organisation; betroffen sind in erster Linie die Kunden.
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	Konzerngeschäftsbericht 2017 (ab Seite 28; Digitalisierung, Produktneuheiten)	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes	Konzerngeschäftsbericht 2017 (ab Seite 28; Digitalisierung, Produktneuheiten)	

GRI-Standard	Angabe	Seitenverweis bzw. Verweis auf ein anderes Dokument	Zusätzliche Hinweise oder Auslassungen
Datensicherheit			
GRI 103: Managementansatz 2017	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Seite 7	Das Thema wurde in der Wesentlichkeitsanalyse als Top-7-Thema ermittelt. Auswirkung: innerhalb und außerhalb der Organisation; betroffen sind in erster Linie Mitarbeiter und Kunden.
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	Seite 25	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes	Seite 25	
GRI 418: Schutz der Kundendaten	418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes oder den Verlust von Kundendaten	Seite 25	

Aus- und Weiterbildung

GRI 103: Managementansatz 2017	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Seite 7	Das Thema wurde in der Wesentlichkeitsanalyse als Top-8-Thema ermittelt. Auswirkung: innerhalb der Organisation; betroffen sind in erster Linie die Mitarbeiter.
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	Seite 29	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes	Seite 29	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung	404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	Seite 29	

Soziale und ökologische Faktoren im Investmentprozess

GRI 103: Managementansatz 2017	103-1 Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	Seite 7	Das Thema wurde in der Wesentlichkeitsanalyse als Top-9-Thema ermittelt. Auswirkung: innerhalb und außerhalb des Unternehmens; innerhalb des Unternehmens verändert es das Investmentportfolio, außerhalb des Unternehmens können unterschiedliche Stakeholdergruppen beteiligt sein.
	103-2 Der Managementansatz und seine Komponenten	Seite 19	
	103-3 Prüfung des Managementansatzes	Seite 19	
GRI G4: Branchenbezogene Angaben Finanzdienstleistungen	FS 11 Anteil der Vermögenswerte, die mit positivem oder negativem Ergebnis einer Prüfung nach ökologischen oder gesellschaftlichen Aspekten unterzogen wurden.		Diese Informationen liegen derzeit nicht vor. Die VIG hat sich mittelfristig vorgenommen, intern zu prüfen und zu diskutieren, wie nichtfinanzielle Aspekte im Investmentprozess berücksichtigt werden können.
GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte	412-3 Erhebliche Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder auf Menschenrechtsaspekte geprüft wurden		Diese Informationen liegen derzeit nicht vor. Die VIG hat sich mittelfristig vorgenommen, intern zu prüfen und zu diskutieren, wie nichtfinanzielle Aspekte im Investmentprozess berücksichtigt werden können.

Erklärung des Vorstandes

Der vorliegende konsolidierte nichtfinanzielle Bericht für das Geschäftsjahr 2017 wurde am 19. März 2018 beschlossen und zur Veröffentlichung freigegeben.

Wien, 19. März 2018



Prof. Elisabeth Stadler
Generaldirektorin,
Vorstandsvorsitzende

Zuständigkeitsbereiche:
Leitung des VIG-Konzerns, Strategische Fragen,
Europäische Angelegenheiten,
Konzernkommunikation & Marketing, Group
Sponsoring, Personalmanagement,
Konzernentwicklung und Strategie;
Länderverantwortung:
Österreich, Tschechische Republik



Komm.-Rat Franz Fuchs
Vorstandsmitglied

Zuständigkeitsbereiche:
Ertragssteuerung Personenversicherung,
Ertragssteuerung Kfz-Versicherung,
Asset-Risk Management;
Länderverantwortung:
Baltikum, Moldau, Polen, Ukraine



Dr. Judit Havasi
Vorstandsmitglied

Zuständigkeitsbereiche:
Planung & Controlling, Recht, Group IT,
Datenmanagement & Prozesse;
Länderverantwortung:
Rumänien, Slowakei



WP/StB Mag. Liane Hirner
Vorstandsmitglied

Zuständigkeitsbereich:
Finanz- und Rechnungswesen



Mag. Peter Höfinger
Vorstandsmitglied

Zuständigkeitsbereiche:
Firmen- und Großkundengeschäft, Vienna
International Underwriters (VIU),
Rückversicherung;
Länderverantwortung:
Albanien (inkl. Kosovo), Bosnien-Herzegowina,
Bulgarien, Kroatien, Mazedonien, Montenegro,
Serbien, Ungarn, Weißrussland



Dr. Martin Simhandl
CFO, Vorstandsmitglied

Zuständigkeitsbereiche:
Asset Management, Beteiligungs-
management, Treasury/Kapitalmarkt;
Länderverantwortung:
Deutschland, Georgien, Liechtenstein,
Türkei

Impressum

Herausgeber und Medieninhaber:

VIENNA INSURANCE GROUP AG
Wiener Versicherung Gruppe
Schottenring 30, 1010 Wien
www.vig.com
Firmenbuch: 75687 f
Handelsregister Wien
DVR-Nummer:0016705

Projektkoordination:

Petra Ringler, petra.ringler@vig.com

Grafisches Konzept:

Egger & Lerch GmbH + Kobza and the Hungry Eyes GmbH

Redaktion und Layout:

Egger & Lerch GmbH,
Corporate Publishing
1030 Wien, www.egger-lerch.at

Fotos:

Wenn nicht anders angegeben: VIG

Illustrationen:

Kobza and the Hungry Eyes GmbH,
1060 Wien, www.kthe.at

Lektorat:

Iris Erber, Ewald Schreiber

Druck:

AV+Astoria Druckzentrum GmbH
2540 Bad Vöslau, www.av-astoria.at

Redaktionsschluss: 24. März 2018

17PG001NAD17

**Unser Ansporn: Verantwortung übernehmen
und mitgestalten.**

