



Die Zukunft ist grün – Nachhaltigkeit in der Versicherungsbranche

Im zweiten Teil "Die Zukunft ist grün" geben Anna Schirpke, Geschäftsführerin der Greensurance Stiftung, und Marcus Reichenberg, Founder der Greensurance Stiftung, Auskunft über Nachhaltigkeit in der Versicherungslandschaft.

Anna Schirpke: Erster Punkt ist die Kapitalanlage: Die Versicherungsbranche hält allein in Deutschland circa 1,8 Billionen Euro an Kapitalanlagen vor. Dies entspricht in etwa dem halben Bruttoinlandsprodukt von Deutschland. Es macht einen Unterschied, ob dieses Geld in Massentierhaltung, Rüstungsgütern und Urwaldzerstörung investiert ist oder in erneuerbaren Energien, in fairer Produktion oder in Betrieben mit nachhaltiger Innovation.

Marcus Reichenberg: Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Schadenregulierung nach „gleicher Art und Güte“. Dieses antiquarische Leistungsversprechen muss in den Wordings modernisiert werden und eine aktuarische Wertigkeit erfahren. Eine Ölheizung beispielsweise darf nicht, auch nicht modernisiert durch Brennwerttechnik, durch eine Ölheizung ersetzt werden. Es ist ein nachhaltiges Heizsystem zu regulieren, welches mit Mehrkosten für nachhaltigen Schadenersatz verbunden sein wird. Es gibt viele weitere Beispiele. Hier ist die nachhaltige Innovation der Versicherungsbranche gefordert. Die Greensurance Stiftung unterstützt in diesem Bereich auf Anfrage.

In der Wahrnehmung der Branche stehen meist grüne Produkte. Allerdings entsteht auch der Eindruck, dass mit dem Label noch Unsicherheit verbunden ist. Was zeichnet diese grünen Versicherungslösungen aus?

M. Sc. Anna Schirpke, Geschäftsführerin, Greensurance Stiftung Für Mensch und Umwelt gemeinnützige Gesellschaft mbH

AS: Was bedeutet Nachhaltigkeit in der Versicherungsbranche? Mit dieser zentralen Frage beschäftigt sich derzeit die EU. Ziel ist es, durch die Einführung eines EU-Klassifikationssystems für nachhaltige Aktivitäten eine sogenannte „Taxonomie“ zu schaffen. Kritisiert wird – zu Recht –, dass beim derzeitigen Stand nur die grüne Nische abgebildet wird. Am 28. März 2019 verabschiedete das Europäische Parlament die Taxonomie zur Nachhaltigkeit. Dieser Beschluss stellt die Verhandlungsposition für die weiteren Verhandlungen dar.

Ein großer Schritt der Regulierung ist, dass Kohle, Atomkraft und Gasinfrastruktur durch die derzeitige Klassifizierung nicht als „nachhaltig“ gekennzeichnet werden dürfen. Die Taxonomie ist damit ein Meilenstein für die grüne

Finanz- und Versicherungsbranche und Greenwashing wird bei Finanzprodukten erschwert. Ein weiteres Ziel des Aktionsplans „Finanzierung nachhaltigen Wachstums“ ist die Schaffung eines „Ökosiegels“ für Finanzprodukte. Hier liegen die Entwürfe für entsprechende Kriterien vor. Bereits Ende 2020 könnte dieses Siegel starten. Wir sehen der weiteren Entwicklung auf EU-Ebene im Bereich „Sustainable Finance“ freudig entgegen.

Nachhaltigkeit ist mehr als ein Trend, insofern gibt es auch nicht den grünen Kunden. Was sollte für das Kundengespräch beachtet werden?

MR: Immer wieder wird versucht, Kunden in Zielgruppen zu definieren. Ob über die empirische Sozialforschung im Rahmen von Sinus-Milieus oder die Definition über Akronyme wie „LOHAS“ – dieses steht für „Lifestyle of Health and Sustainability“. Grünen Kunden kann allgemein zugeschrieben werden, dass sie sehr kritisch die Nachhaltigkeitsleistung hinterfragen, weil sie kein Greenwashing unterstützen möchten. Im Kundengespräch sollten Beraterinnen und Berater grünes Know-how vorhalten und ab Beginn des Gespräches authentisch und transparent im Sinne der Nachhaltigkeit beraten.

Grüne Versicherungsanbieter und Produkte: Die Konsequenz daraus wäre/ist die nachhaltige/grüne Beratung. Wie kann diese heute schon umgesetzt werden?

AS: Die Greensurance Stiftung bietet die Weiterbildung zur ESGberaterin, Fachberaterin, und zum ESGberater, Fachberater für nachhaltiges Versicherungswesen©, an. Teilnehmer/-innen lernen, auf welcher Grundlage eine Versicherungsberatung im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung basieren sollte. Mehr Informationen zur Weiterbildung unter: www.esgberater.de. Die Anmeldung zum nächsten Kurs können Interessierte vornehmen unter www.gutberaten.education. MR: Anbieter wie beispielsweise die Waldenburger Versicherung AG im Privatkundensegment oder die Stuttgarter Lebensversicherung Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit mit dem Produkt „Grüne Rente“ sind zwei konkrete Gesellschaften mit grünen Produkten und teilweise nachhaltiger Ausrichtung, welche jede/-r Berater/-in bereits heute in das Produktportfolio aufnehmen kann.

Kunden agieren hybrid und wünschen sich die entsprechende Ansprache. Kann der Versicherungsmakler auch auf grüne Tools zurückgreifen?

Marcus Reichenberg, Gründer und Geschäftsführer, Greensurance Stiftung Für Mensch und Umweltgemeinnützige Gesellschaft mbH

MR: Die Greensurance Stiftung bietet in Kooperation mit der JustNow IT GmbH nachhaltig agierenden Versicherungsmaklern einen digitalen Versicherungsmanager an, mit dem sie VVG-konform online Direktabschlüsse in ausgewählten Sparten von Nachhaltigkeitsversicherungen vornehmen können. Der digitale Versicherungsmanager kann über eine monatliche Gebühr zum Einsatz gebracht werden, bei vollem Courtageausgleich über Direktanbindungen.

Streng genommen besteht nachhaltige Beratung aus zwei ganz unterschiedlichen Dingen: einerseits der Nachhaltigkeit mit Blick auf die Lebensphasen des Kunden und andererseits aus dem grundsätzlichen nachhaltigen Gedankengut der Unternehmens- und Produktwelt. Wie kann man beiden Ansprüchen gerecht werden?

MR: Die Beratung mit Blick auf die Lebensphasen des Kunden würden wir als Greensurance Stiftung als Sowieso-Beratung definieren. Das hat nichts mit einer Nachhaltigkeit im Sinne einer ökologischen oder sozialen Nachhaltigkeit zu tun. Wenn ein Kunde grüne Produkte mit einer nachhaltigen Unternehmensausrichtung wünscht, dann kann getrost auf eine eingeschränkte Marktübersicht verwiesen werden.

Wir postulieren sogar die umgekehrte Vorgehensweise. Grundsätzlich sollte nur auf die nachhaltige Produktwelt verwiesen werden – und nur wenn der Kunde dies ausdrücklich nicht wünscht, kann auf die konventionelle Produktwelt verwiesen werden. Es gibt mittlerweile ESGberater/-innen, die vollständig auf die konventionelle Produktwelt verzichten in Verantwortung gegenüber der Allmende und der Umwelt.

Ihre Schlussworte:

... wir 100 ESGberater/-innen ausgebildet haben, es ein gut definiertes „Bio“-Siegel für Versicherungsprodukte gibt und grüne Versicherungsprodukte vielfältig und nicht nur als Nische am Markt vertreten sind.

Absolventinnen und Absolventen der Weiterbildung zur/zum ESGberater/-in, Fachberater/-in für nachhaltiges Versicherungswesen©
[Greensurance Stiftung Für Mensch und Umwelt gemeinnützige Gesellschaft mbH](http://www.greensurance-stiftung.de), Mail: kontakt@greensurance-stiftung.de

<https://www.experten.de/2019/06/24/die-zukunft-ist-gruen/>

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4917378/die-zukunft-ist-gruen-nachhaltigkeit-in-der-versicherungsbranche/>