

ARAG HOLDING SE

Nachhaltigkeitsbericht 2020



Vordenker mit Weitblick:

Im exklusiven Interview erklärt Lord Norman Foster seine Überlegungen beim Entwurf des ARAG Towers vor 20 Jahren und skizziert, warum nachhaltige Architektur essenziell für Menschen und Umwelt ist.





Liebe Leserin, lieber Leser,

was macht die ARAG besonders und was zeichnet uns aus? Das hat sich auch mein Großvater und ARAG Firmengründer Heinrich Faßbender vor 85 Jahren gefragt, zu einer Zeit, in der Begriffe wie „Core Values“ und ihre Bedeutung für Unternehmen noch Lichtjahre von dem entfernt waren, wofür sie heute stehen: Integrität, Wertschätzung und Verantwortung für Mitarbeiter und Kunden.

Auch der sogenannte „Purpose“ ist heutzutage ein wichtiger Begriff in der Unternehmenswelt. Dieser aus dem Englischen entlehnte Begriff bezieht sich auf den Sinn und Zweck eines Unternehmens. Bezogen auf die ARAG können wir mit Fug und Recht behaupten: „Glück gehabt!“ Denn Heinrich Faßbender hatte seine ganz eigene Vorstellung von Purpose. Es ging ihm insbesondere darum, dass jeder sein Recht bekommen soll, unabhängig von seinen finanziellen Mitteln. Und das ist eine Grundmotivation und eine Haltung, die im Unternehmen ganz tief verankert ist und dauerhafte Gültigkeit hat. Mit den ARAG Essentials, die aus dieser Haltung resultierten, haben wir eine Art Grundgesetz für die ARAG geschaffen. Sie erläutern, warum unsere Kunden bei uns im Mittelpunkt stehen, formulieren unser Selbstverständnis und zeigen, welche Werte das Handeln der ARAG bestimmen. Warum dies heute wichtiger denn je ist – gerade in wirtschaftlich unruhigen Zeiten – erklären wir im Beitrag „Zukunftsweisende Wert(e)arbeit“.

Wie wichtig vorausschauende Überlegungen sind, zeigt auch unser Interview mit Lord Norman Foster,

einem Visionär für nachhaltiges Bauen und Schöpfer des ARAG Towers. Im Interview erklärt er, warum Design ein sozialer Akt ist und welches enormes Verbesserungspotenzial nachhaltige Architektur für unser Klima hat – auch und vor allem mit Blick auf die Pariser Klimaziele. Für mich persönlich war es eine große Freude und Ehre, dass er sich zum 20-jährigen Jubiläum des ARAG Towers die Zeit für ein Interview nahm – seine Ansichten und Gedanken sind aktueller denn je. Aber überzeugen Sie sich doch selbst ab Seite 14.

Auch sonst werden Sie – wie ich finde – sicher wieder spannende Einblicke in die Welt der ARAG gewinnen, etwa wie die Coronakrise unsere gesamten Arbeitsabläufe quasi durcheinandergewirbelt hat und wir als ARAG dieser Krise im wahrsten Sinne des Wortes doch etwas Positives abgewinnen konnten und die ganze ARAG Mannschaft weltweit an einem Strang gezogen hat. Auch dafür möchte ich mich an dieser Stelle ganz herzlich bei allen Kolleginnen und Kollegen bedanken. Dieses Teamwork macht für mich den „Spirit“ eines Familienunternehmens aus, das wir nach wie vor sind und worauf ich stolz bin.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre, Ihr

Dr. Dr. h. c. Paul-Otto Faßbender

Inhalt



INTERVIEW

Visionär und Vordenker: Lord Norman Foster über nachhaltige Architektur und warum der ARAG Tower so gesehen viel mehr als „nur“ ein Bürogebäude ist.

14

DESIGN IST EIN SOZIALER AKT

ARAG – WIE GEMACHT FÜR HEUTE

85 JAHRE ARAG

1935 gestartet, ist die Gründungsidee von Heinrich Faßbender aktueller denn je.

4

AUCH DIGITAL EIN RECHT FÜR ALLE

INTERVIEW

Dr. Paul-Otto Faßbender erklärt, wie der Konzern diese Forderung mit Leben füllt.

12

ZUKUNFTSWEISENDE WERT(E)ARBEIT

ARAG ESSENTIALS RELOADED

Die Unternehmenswerte der ARAG haben seit 85 Jahren Gültigkeit – 2020 haben sie ein Facelifting erfahren.

20



WERTEARBEIT IN SCHWERER ZEIT

INTERVIEW

24

UND PLÖTZLICH WAR ALLES ANDERS ...

COVID-19-KRISE

Teamwork wird im Familienunternehmen ARAG weltweit großgeschrieben. Dies hat sich gerade in COVID-19-Zeiten bewährt.

30

GELEBTE VIELFALT

DIVERSITÄT

Diversität und Inklusion macht die ARAG in den USA erfolgreich – als Arbeitgeber und Versicherer.

38

INTERVIEW

Eloquent und unbequem: Gesine Schwan. Im exklusiven Interview erklärt die Politikerin, was sich in der deutschen Bildungspolitik ändern muss.

„DIE BILDUNG WURDE AMPUTIERT“

26

FRAGEN UND ANTWORTEN

RUND UM DIE ARAG

44

Gesonderter zusammengefasster nichtfinanzieller Bericht 46

GRI-Bericht 68

Universelle Standards 69

Themenspezifische Standards 82

GRI-Inhaltsindex 120

GEGRÜNDET VOR 85 JAHREN.

EINE INTERNATIONALE ERFOLGSSTORY

1935 gründet der Verleger und Rechtsanwalt Heinrich Faßbender die Rechtsschutzversicherung ARAG. Seine Geschäftsidee war einfach, aber bahnbrechend: „Jeder Bürger soll sein Recht durchsetzen können, nicht nur derjenige, der es sich leisten kann.“ Heute ist die ARAG ein international anerkannter Konzern, der weltweit zu den drei größten Rechtsschutzversicherern zählt. Darüber hinaus ist die ARAG heute das größte familiengeführte Unternehmen in der deutschen Versicherungswirtschaft.

Ein Jurist als Unternehmer

Heinrich Faßbender gründet 1935 die „Deutsche Auto-Rechtsschutz Aktien-Gesellschaft“ mit Sitz in Düsseldorf. Am 24. August wird der Name „ARAG“ im Gesellschaftsvertrag festgehalten.

1935 - 37



GEMACHT FÜR HEUTE.

85 JAHRE ARAG

1935, im Gründungsjahr der ARAG, wollte Heinrich Faßbender in unsicheren Zeiten allen Menschen gleiche Chancen vor dem Recht ermöglichen – unabhängig von ihrer finanziellen Situation. Diese Idee treibt die ARAG auch heute an und ist unverändert aktuell.



KARIN VOGELSBERG



MANUEL KÖPP

In 19 Ländern mit mehr als 4.300 Mitarbeitern vertreten, eine der drei größten Rechtsschutzversicherungen der Welt, das größte familiengeführte Unternehmen in der deutschen Versicherungswirtschaft und seit 85 Jahren auf dem Markt: Das ist der ARAG Konzern. Alles geht zurück auf einen Mann – Heinrich Faßbender. Der 1879 geborene Sohn eines Gutsbesitzers aus Pesch bei Köln brachte zwei wichtige Charaktereigenschaften mit, die den Anstoß zur Gründung des heute international anerkannten Konzerns gaben: Er war

eine Unternehmerpersönlichkeit und er besaß einen ausgeprägten Sinn für soziale Gerechtigkeit. Als Rechtsanwalt und Notar machte Faßbender in seiner Kanzlei in Oberhausen fast täglich die Erfahrung, dass sich Menschen aus bescheidenen Verhältnissen keinen Rechtsbeistand leisten konnten. Hier wollte der Jurist Abhilfe schaffen. 1935 gründete er seine Auto-Rechtsschutz Aktien-Gesellschaft, kurz ARAG, mit dem erklärten Ziel, auch Mitbürgern mit kleinem Geldbeutel Zugang zu juristischem Beistand zu verschaffen: „Jeder Bürger soll sein Recht

durchsetzen können, nicht nur derjenige, der es sich leisten kann.“

Zugleich bewies der Rheinländer damit Geschäftssinn. Denn in den 1930er-Jahren nahm der Trend zum eigenen Kraftwagen gewaltig Fahrt auf. In nur zwei Jahren, zwischen 1932 und 1934, verdoppelte sich die Zahl der Pkw und Lastkraftwagen im Deutschen Reich praktisch auf 945.000 beziehungsweise 270.000 Fahrzeuge. Die Verkehrssicherung konnte bei diesem Tempo nicht mithalten. Die Folge

Repressionen, Geschäftsrückgang, Krieg

Der Druck des NS-Staats auf Heinrich Faßbender steigt. Er wehrt sich gegen einen Verkauf der ARAG. Das Unternehmen bleibt eigenständig und verlegt seinen Sitz kurzerhand in den Schwarzwald.

1938–44



Neuanfang im Nachkriegsdeutschland

Heinrich Faßbenders Sohn, Dr. Walter Faßbender, gelingt der Neuanfang: Mit der Zeit des Wirtschaftswunders geht ein beispielloser Aufschwung der Rechtsschutzversicherung einher.

1945–54



Wachstum

Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel „Wirtschaftliche Wertschöpfung“ auf Seite 82.

waren häufige Verkehrsunfälle – und damit einhergehende Rechtsstreitigkeiten. Es gab Mitte der 1930er-Jahre in Deutschland aber nur eine Gesellschaft, die Verkehrsrechtsschutz anbot, die Deutsche Automobil Schutz AG (D.A.S.) in Berlin.

Mit deren Monopol war es vorbei, als Heinrich Faßbender gemeinsam mit dem Düsseldorfer Kfz-Sachverständigen Josef Schroers im Sommer 1935 das Unternehmen ARAG mit folgendem Ziel anmeldete: „Gewährung von Rechtsschutz an Kraftfahrzeugbesitzer und Kraftfahrzeugbenutzer, insbesondere bei der Durchführung von Ansprüchen aus Verkehrsunfällen aller Art sowie bei der Abwehr strafrechtlicher Verfolgung aus Anlaß des Unfalls eines Kfz oder der Verletzung von Vorschriften über den Kfz-Verkehr.“

UNTERNEHMENSSTART IN SCHWEREN ZEITEN

Allerdings lag vor dem jungen Unternehmen mit Sitz in Düsseldorf ein steiniger Weg. Denn im Zuge der Gleichschaltungspolitik der Nationalsozialisten wurde auch das Versicherungswesen unter die Kontrolle des Regimes gebracht. Eine Versicherungslizenz bekam Heinrich Faßbender nicht. Die sollte er erst drei Jahre nach Ende der NS-Diktatur,

1948, erhalten. Zudem drängten die Nationalsozialisten ihn – vergeblich – zum Verkauf seines Unternehmens.

GESCHÄFTSIDEES MIT POLITISCHER SPRENGKRAFT

Faßbender war den Nationalsozialisten in jeder Hinsicht ein Dorn im Auge: als rühriger Unternehmer – er war unter anderem Verleger – und als Politiker – bis 1933 vertrat er die katholische Zentrumspartei in Oberhausen. Die Repressalien durch das NS-Regime bekam die Unternehmerfamilie Faßbender schnell zu spüren. Heinrich Faßbender wurde gezwungen, seine Mehrheit an der Kölner Verlagsanstalt und Druckerei AG abzugeben, und das Versicherungsgeschäft kam während der Kriegsjahre praktisch zum Erliegen.

„Die Geschäftsidee meines Großvaters, Heinrich Faßbender, hatte politische Sprengkraft. Für den NS-Unrechtsstaat war Rechtsschutz für jedermann eine Provokation“, betont Dr. Paul-Otto Faßbender, Enkel des ARAG Unternehmensgründers, Vorstandsvorsitzender der ARAG Holding SE und Aufsichtsratsvorsitzender der ARAG SE (siehe auch Interview Seite 12). Denn: Chancengleichheit vor dem Recht schafft mündige Bürger. Im Konzept Rechtsschutzversicherung ist ein hohes

Maß an gesellschaftlicher Verantwortung enthalten. „Es gibt kaum ein Geschäftsmodell, das so nahtlos auf nachhaltige Entwicklung zugeschnitten ist, wie unseres. Das ist total aktuell“, betont Dr. Paul-Otto Faßbender und führt weiter aus: „Hinter der Rechtsschutzidee steckt gelebte soziale Verantwortung. Dieser Dienst am Kunden, dieses Nutzenstiften für den Kunden, das ist unverändert modern.“ Zwar haben sich die Zeiten und ihre Anforderungen geändert, aber der unternehmerische Auftrag der ARAG ist heute wie vor 85 Jahren: Chancengerechtigkeit schaffen.

DIE GRÜNDUNGIDEE IST TOP-AKTUELL

Die Aktualität dieser Maxime wurde 2020 so deutlich wie selten zuvor in der Firmengeschichte der ARAG, denn die globale Coronapandemie stellte vieles infrage, was bis dahin selbstverständlich erschien. Ob und wie wir arbeiten und unsere Freizeit gestalten können, war plötzlich unsicher.

Und sofort drängten sich auch rechtliche Fragen auf. Die ARAG stellte einen stark erhöhten Unterstützungsbedarf fest. Im Bereich Arbeitsrecht nahm die Kontaktaufnahme bei der ARAG online und offline um 75 Prozent zu. >

Expansion und Internationalisierung

Die ARAG wächst stetig – und erweitert ihr Portfolio. Die zunehmende Reiselust der Deutschen führt zur Gründung der ersten internationalen Gesellschaften in den Niederlanden, Italien und Belgien.



1955 - 65

VOM GESCHÄFTSRAUM ZUM ARAG TOWER

1938 bezog die ARAG ihre Geschäftsräume am Rathausufer 16 in Düsseldorf. Das Gebäude steht noch heute und hat die Wirren des Zweiten Weltkriegs überstanden. Das erste eigene Firmengebäude bezog die ARAG jedoch erst 1955 in der Düsseldorfer Heinrichstraße und ab 1967 befand sich der Firmensitz im legendären Stufenhaus des Düsseldorfer Architekten Paul Schneider-Esleben (siehe Foto rechts, Mitte). Nach dessen Abriss zog die ARAG Hauptverwaltung 1991 in die nahe gelegene Yorckstraße auf das ehemalige Gelände des Düsseldorfer Milchhofs bis 2001 der heutige Firmensitz im ARAG Tower bezogen wurde. Entworfen wurde er vom englischen Architekten Lord Norman Foster (siehe Interview Seite 14) und den Düsseldorfer Architekten RKW Architektur + Städtebau. Seit 20 Jahren prägt der ARAG Tower seitdem die Düsseldorfer Stadtsilhouette.



AM ANFANG WAR ROLAND

Der Ritter Roland der Auto-Rechtsschutz Aktien-Gesellschaft, kurz ARAG, war das erste Markenzeichen des Unternehmens und „nur wenige deutsche Versicherer haben sich in den vergangenen Jahren so gründlich verändert wie die ARAG“, betont Dr. Paul-Otto Faßbender, Vorstandsvorsitzender der ARAG Holding SE. Im Laufe der Jahre hat sich das Markenzeichen der ARAG – wie die Services und Angebote des Versicherers – immer wieder verändert und als eine der bekanntesten deutschen

Versicherungsmarken modernisiert. Zuletzt im Frühjahr 2016. Der ARAG Schriftzug steht seitdem deutlich lesbar im Vordergrund und tritt kräftig hervor. Im Gründungsjahr der ARAG war Ritter Roland mit seinen Schwertern das Markenzeichen. Er und seine Schwerter verschwanden jedoch im Laufe der Zeit, denn wo Kunden heute Lösungen und Hilfestellungen suchen, stehen gekreuzte Schwerter nicht mehr für eine zeitgemäße Konflikthaltung.





DIE ARAG ALS TOP-ARBEITGEBER

Im Familienunternehmen ARAG steht der Mensch im Mittelpunkt. Wertschätzung und Unterstützung prägen das Klima.

Die ARAG gilt als ausgezeichneter Arbeitgeber. Beispielsweise kürte die Zeitschrift Eltern die ARAG zu einem der familienfreundlichsten Unternehmen. In Schweden erhielt die ARAG HELP-Niederlassung die Auszeichnung „Great Place to Work“ und das Magazin Focus listet gemeinsam mit den Bewerbungsportal kununu die ARAG 2020 als einen der besten Arbeitgeber. Auch die geringe Fluktuation spricht dafür: Die ARAG ist ein guter Ort zum Arbeiten. Dafür gibt es konkrete Gründe:

Die ARAG hat sich das Ziel gesetzt, der innovativste Versicherer zu sein, und **fördert Kreativität und Innovationsfreude. Flache Hierarchien** ermuntern dazu, Verantwortung zu übernehmen und Neues umzusetzen.

Die ARAG legt Wert auf die **Vereinbarkeit von Beruf und Familie**. Es gibt „Mit-Kind“-Büros, Unterstützungsservices für Betreuungs- oder Pflegeaufgaben und natürlich flexible Arbeitszeiten und Home-Office.

Als Sportversicherer setzt sich die ARAG für die **Gesundheit** der Mitarbeiter ein. Abhängig vom Standort kann die Belegschaft unterschiedliche Gesundheitservices, betriebsärztliche Betreuung und Betriebssport nutzen.

Durch ihr **breit gefächertes Seminarangebot** fördert die ARAG die individuelle Weiterentwicklung ihrer Mitarbeiter.

Mehr Informationen zur ARAG als Arbeitgeber unter:

www.arag-karriere.de

Andere Rechtsthemen, etwa zum Thema Reise, wurden um 50 Prozent stärker nachgefragt.

Die ARAG reagierte sehr schnell auf diesen höheren Bedarf. Zunächst stellte sie eine Vielzahl von Informationen und Services zu COVID-19 auf einer eigenen Themenseite unter www.arag.de ein. Rasch wurde dieses Informationsangebot erweitert um eine Anwaltshotline, Anwalts-Chats und neue Beratungsbots (siehe auch Seite 32). Das Besondere an diesen Angeboten: Nicht nur Kunden konnten die Beratungsangebote kostenfrei nutzen, sondern auch Nicht-Kunden. Ganz im Sinne von Unternehmensgründer Heinrich Faßbender blieb die ARAG in der Coronakrise ihrer Selbstverpflichtung treu, Rechtsunterstützung für jeden zu bieten.

Für ihr Kommunikationsportfolio inklusive Services während des ersten Lockdowns im Frühjahr 2020 erhielt die ARAG eine sehr gute Bewertung in der Studie „Die Superversicherer“ der Agentur mediaworx. Die Marktforscher untersuchten, wie gut Versicherungsgesellschaften ihre Kunden digital in der coronabedingten Ausnahmesituation unterstützten. Der Studie zufolge gehörte die ARAG zu den Unternehmen mit der besten Krisenkommunikation über die Homepage. Überzeugen konnte der Düsseldorfer Versicherer durch sein proaktives, verständ-

liches und bedürfnisorientiertes Informationsangebot. In der Studie erreichte die ARAG 91 Prozentpunkte und damit Platz zwei im Ranking der Versicherer.

85 JAHRE GESCHICHTE STEHEN FÜR SOLIDITÄT

Das Marketing des Konzerns erkannte schnell, dass die Menschen in der Coronakrise vor allem Verlässlichkeit suchen – auch bei ihrem Versicherer. Die im August 2020 gestartete Werbekampagne mit dem Claim „Gegründet vor 85 Jahren. Gemacht für heute.“ greift dieses Bedürfnis entsprechend auf. Sie vermittelt: Ein Familienunternehmen, das seit achteinhalb Jahrzehnten am Markt besteht, wird auch diesen Sturm meistern und in Zukunft präsent sein. Es bietet den Versicherten eine starke Schulter, die sie bei rechtlichen Themen rund um Corona brauchen, ganz gleich, ob es um Kurzarbeit, Rechte und Pflichten im Home-Office, um Reisewarnungen oder den stornierten Urlaub geht (mehr zur Werbekampagne auf Seite 36).

Die Marktforschung belegt, wie sehr Menschen die Solidität des Traditionsunternehmens ARAG gerade in unsicheren Zeiten schätzen. Die ARAG orientiert sich an Werten, die immer aktuell sind: Fairness, Offenheit, Pioniergeist, Tatkraft, Weitsicht und

Wachstum und Expansion

Die ARAG reagiert auf den wachsenden Wettbewerb – und expandiert international. Nach dem frühen Tod von Dr. Walter Faßbender übernimmt sein Bruder Hans Heinrich das Geschäft.



1966–77

Starke Wertebasis

Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel „Unternehmens- und Führungskultur“ auf Seite 83.

Disziplin. Dieser Kanon der Unternehmenswerte – die ARAG Essentials (siehe auch Seite 22) – bildet die Richtschnur des Handelns für alle Mitarbeiter.

In den ARAG Essentials spiegelt sich aber nicht nur die Treue des Unternehmens zur Gründungsidee wider, sondern auch die Bereitschaft zu Aufbruch und permanenter Veränderung wie etwa die Wandlung zum Smart Insurer. Die ARAG geht immer mit der Zeit. Und dabei reagiert sie nicht nur auf Entwicklungen, sondern greift voraus, gestaltet mit. Denn die Bedürfnisse der Versicherten ändern sich heute schnell, nicht zuletzt, weil die Gesellschaft, die Lebensumstände in ständigem Wandel begriffen sind. Die ARAG stellt den Kundennutzen in den Mittelpunkt. Sie bietet passgenaue, pragmatische Lösungen für das individuelle Risikomanagement ihrer Kunden und berücksichtigt dabei die aktuelle Lebenswirklichkeit.

EIGENE PRODUKTKATEGORIE MIT ARAG WEB@KTIV

Ein Beispiel hierfür ist die Cybersicherheit. 2001 war die ARAG mit der Internet-Rechtsschutzversicherung ARAG web@ktiv der erste Anbieter, der Rechtsschutzleistungen für Onlinegeschäfte in sein Programm aufnahm. Seither besitzen die Themen Sicherheit im Netz und Schutz vor Mobbing in der

digitalen und in der realen Welt auch einen hohen Stellenwert innerhalb des ARAG Engagements für gesellschaftliche Verantwortung. Seit 2014 bietet die ARAG mit Unterstützung des nordrhein-westfälischen Ministeriums für Schule und Bildung das Förderprojekt „Konfliktmanagement an Schulen“ an allen weiterführenden Schulen und Berufskollegs in Nordrhein-Westfalen (NRW) an. Das Ziel ist es, an den Schulen hochwertige Strukturen zur Konfliktvermeidung und zum Konfliktmanagement zu etablieren. Lehrer, Eltern und Schulfachkräfte für Sozialarbeit werden zu Schulmediatoren qualifiziert und bilden anschließend Schülerinnen und Schüler zu Konfliktlotsen aus. Bisher haben sich 137 Schulen an diesem Projekt beteiligt und 366 Schulmediatoren wurden ausgebildet. Seit September 2016 ist die ARAG zusätzlich Förderer der MediationsZentrale München. Dieser gemeinnützige Verein schickt regelmäßig professionell ausgebildete Mediatoren an Schulen im Großraum München, wo sie neutrale Ansprechpartner für Konflikt- und Problemfälle im schulischen Alltag sind. 2017 startete der ARAG Konzern mit der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) das Programm „bildung digital“ (siehe auch Interview mit Prof. Dr. Gesine Schwan, Seite 26). Es unterstützt Schulen dabei, Konzepte der digitalen Bildung zu entwickeln und zu verankern. Ebenfalls seit 2017 legt der Konzern ein

besonderes Augenmerk auf den Schutz der Persönlichkeitsrechte im Internet. Mit der Forschungsstelle für IT-Recht und Netzpolitik der Universität Passau entwickelte die ARAG eine Gesetzesalternative zum umstrittenen Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG). Um im Einsatz gegen Cybergewalt Öffentlichkeit zu schaffen, wurde Anfang 2019 die Website hass-streichen.de online gestellt. Sie umfasst eine große Informationssammlung rund um das brisante Thema.

Auch das neue Engagement im E-Sport passt zum Thema Cyberwelt, mit deren Stärken und Schwächen sich die ARAG intensiv auseinandersetzt. Die ARAG ist seit 2019 offizieller Versicherungspartner der E-Sport-Organisation SK Gaming. Gemeinsam mit der Organisation entwickelt die ARAG Inhalte für Versicherungsschutz, der sich speziell an Gamer wendet und zum Beispiel Gaming-PCs und Spielkonsolen absichert. Zusätzlich bindet die ARAG die Gamer in ihr Sponsoringprogramm ein. Unter dem Dach der seit Jahren erfolgreichen ARAG Projekte gegen Mobbing rufen der Versicherer und SK Gaming einen Award ins Leben, der Gamer für vorbildliches Verhalten im Netz auszeichnen wird. Für die ARAG ist diese Partnerschaft eine Chance, sich bei einer jungen Zielgruppe ins Gespräch zu bringen, durch die internationale Wettkampfteilnahme von SK Gaming auch im Ausland.

Neue Sparten und der Sprung in die USA

Mit dem Einstieg in die Krankenversicherung diversifizierte die ARAG weiter und wird zum Rundum-Versicherer. 1989 gelingt schließlich der Start auf dem US-amerikanischen Markt.

1978 - 89**Aufbruch in die neuen Bundesländer**

Trotz des intensiven Einsatzes in den neuen Bundesländern bleibt die Geschäftslage in Deutschland angespannt. International engagiert sich die ARAG erfolgreich in Luxemburg.

1990 - 97

„Jeder Bürger soll sein Recht durchsetzen können, nicht nur derjenige, der es sich leisten kann.“

Heinrich Faßbender | Gründer der ARAG

SEIT FAST 60 JAHREN INTERNATIONAL AKTIV

International ausgerichtet ist der ARAG Konzern schon seit Jahrzehnten. Bereits 1962 eröffnete die ARAG in den Niederlanden ihre erste internationale Gesellschaft, im Jahr darauf folgte Italien. Es ist kein Zufall, dass die ARAG zunächst in bevorzugten Ferienländern der Deutschen in den Wirtschaftswunder- und Aufschwungjahren vertreten war. Man wollte dort präsent sein, wo die deutschen Kunden Urlaub machten. Mit den Jahren ist das internationale Geschäft nicht nur in Europa gewachsen. 1989 gelang der Sprung über den großen Teich, die ARAG eröffnete eine Gesellschaft in den Vereinigten Staaten von Amerika. Und auch Kanada und Australien haben heute ARAG Niederlassungen.

Das internationale Geschäft gehört heute zu den wichtigsten Taktgebern des Konzerns und die Ziele sind ehrgeizig: Die ARAG will in den kommenden Jahren zum besten Rechtsschutzversicherer weltweit werden und in den anderen Versicherungssparten wie der Krankenversicherung in der Top-Liga mitspielen. Künftig will das Düsseldorfer Unternehmen global weitere Märkte erschließen. Dabei respektiert die ARAG stets die jeweiligen Eigenheiten der Auslandsmärkte und ist nicht zuletzt deshalb dort so erfolgreich, weil sie für jedes Land spezifische Geschäftsmodelle und kundenorientierte Produkte entwickelt (siehe auch Seite 41). Dabei stehen die Niederlassungen in Europa und Übersee regelmäßig im Austausch miteinander, um voneinander zu lernen und zum Beispiel Produktneuentwicklungen auszutauschen, die auch an anderen Standorten funktionieren könnten.

DIE WERTSTEIGERUNG DER ARAG ORIENTIERT SICH AN LANGFRISTIGEN ZIELEN

Die ARAG ist aber nicht nur ein international erfolgreicher Konzern, sondern auch immer noch ein Familienunternehmen. „Und das wird sie auch in Zukunft bleiben“, versichert Dr. Paul-Otto Faßbender. Trotz zahlreicher Kaufangebote, die es im Laufe der 85-jährigen Unternehmensgeschichte gab, hat das Düsseldorfer Unternehmen seine Unabhängigkeit niemals aufgegeben. Dafür gibt es gute Gründe. Familienunternehmen legen ihre eigenen Strategien und Werte fest und können ihnen treu bleiben. So gehören bei der ARAG gesellschaftliches Engagement und eine familienfreundliche Personalpolitik zu den unantastbaren Prinzipien. Auch bei der Wertsteigerung verfolgt man langfristige Ziele. Das unterscheidet ein unabhängiges Familienunternehmen wie die ARAG von börsennotierten Unternehmen. Gewinne verbleiben überwiegend im Unternehmen. Sie werden reinvestiert, um die ARAG zu stärken. Das erklärt, warum Familienunternehmen wie die ARAG zu Recht in der Öffentlichkeit als besonders stabil und verantwortungsbewusst wahrgenommen werden. Die ARAG wiederum gewinnt durch ihre Unabhängigkeit die Freiheit, sich ganz auf die Interessen ihrer Kundschaft zu konzentrieren und ihr durch hilfreiche Versicherungen und Servi-

Internationaler Umbau

Dr. Paul-Otto Faßbender erwirbt die Mehrheit der Unternehmensanteile. Als Vorstandsvorsitzender setzt er klare Zeichen in Richtung Konsolidierung bei gleichzeitiger internationaler Expansion.



1998–2003

Weiterentwicklung der ARAG Stärken

Mit einer Serviceoffensive und innovativem Produktportfolio besinnt sich die ARAG auf alte Stärken – und präsentiert sich als grundsolides, international erfolgreiches Familienunternehmen.



2004–2010

ces den Rücken frei zu halten. „In einem unabhängigen Familienunternehmen ist umfangreiche Gestaltungsarbeit möglich. Das ist ein Privileg“, resümiert Dr. Paul-Otto Faßbender. Und: Unabhängigkeit motiviert – und zwar in doppelter Hinsicht: einerseits durch ihren großen Gestaltungsspielraum, andererseits ist in der ARAG „Familie“ jeder bestrebt, diese Unabhängigkeit durch Top-Leistungen zu sichern.

FAMILIENUNTERNEHMEN MIT SINN FÜR FAMILIENLEBEN

Auch das menschliche Miteinander trägt zum Erfolg des größten Familienunternehmens in der deutschen Assekuranz bei. Die Kunden vertrauen dem Familienunternehmen ARAG; die Mitarbeiter schätzen die flachen Hierarchien, die geteilte Verantwortung zwischen Eigentümern und Belegschaft. Entscheidungen können schneller getroffen, Lösungen flexibel umgesetzt werden. Das ist ein Grund, warum die ARAG neue Produkte sehr schnell realisieren kann. Deshalb gilt die ARAG als besonders innovationsfreudig und wurde 2019 mit dem Innovationspreis Plus X Award zum vierten Mal in Folge zur „Most innovative Brand“ gekürt.

Als Familienunternehmen ist der Versicherer auch dann besonders innovativ, wenn es um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie

geht. Was man heute neudeutsch als „Work-Life-Balance“ bezeichnet, war für die ARAG bereits 1971 ein wichtiges Thema. Schon damals führte der Konzern die Gleitzeit ein, wo andernorts noch die Stechuhr den Arbeitstakt diktierte – für diese Zeit ein höchst fortschrittliches Angebot. Und bereits vor zehn Jahren wurde das erste „Mit-Kind“-Büro im Düsseldorfer ARAG Tower eröffnet. Eltern, die vorübergehend keine Betreuung für ihr Kind finden, können es mit zur Arbeit bringen.

Flexibles Arbeiten, zum Beispiel im Home-Office, ist bei der ARAG schon lange Usus. 2019 machte sich die ARAG auf den Weg zum Smart Insurer. Das heißt, sie will die Chancen der Digitalisierung in der Gesamtheit des Unternehmens stärker nutzen und den Kunden Services noch schneller, bequemer und transparenter zur Verfügung stellen. Smart Services, Smart Data und Smart Culture sind die Säulen des Programms, das Ende 2021 umgesetzt sein soll.

DIE UMFASSENDE DIGITALISIERUNG ZAHLT SICH AUS

Die konsequente Digitalisierung erwies sich in der COVID-19-Krise als Glücksfall für das Unternehmen. Schon ab Mitte März 2020 konnten innerhalb von zwei Tagen fast alle 4.300 Mitarbeiter von zu Hause aus arbei-

ten – die Kunden merkten nichts davon. Der Ausschließlichkeitsvertrieb arbeitet schon seit einiger Zeit vollständig digital, deshalb lief der Vertrieb auch während des Lockdowns per App und Videoberatung weiter. Trotz – oder zum Teil auch wegen – der Pandemie verzeichnete die ARAG 2020 einen sehr hohen Neukundenzuwachs.

Per saldo gewinnt die ARAG seit einigen Jahren 70.000 bis 80.000 Kunden allein in Deutschland hinzu. 2019 war das erfolgreichste Geschäftsjahr in der Geschichte des Konzerns. Erstmals überstiegen die auf dem deutschen Heimatmarkt erzielten Beitragseinnahmen die Eine-Milliarde-Euro-Schwelle (1,02 Milliarden Euro). Insgesamt betrachtet, stiegen die Bruttobeitragseinnahmen um 6,6 Prozent auf 1,76 Milliarden Euro.

Vor diesem Hintergrund blickt der traditionsreiche Konzern optimistisch in die Zukunft. Dr. Paul-Otto Faßbender, dessen Großvater die ARAG vor 85 Jahren gründete, unterstreicht: „Handeln, Leisten, Liefern für unsere Kunden. An diesem Dreiklang wird sich nichts ändern. Wir verwalten nicht Erfolge von gestern, sondern konzentrieren uns auf die Chancen von morgen.“



Fit für die Zukunft

Im Laufe der Zeit hat sich die ARAG stark gewandelt: Mit einer nun europäischen Rechtsform, einem veränderten Namen sowie einer neuen Markenstrategie schlägt der Konzern neue Wege ein.

Seit 2011

RECHT FÜR ALLE – DIE DIGITALISIERUNG HILFT DABEI

INTERVIEW

Die 85 Jahre alte Gründungsidee der ARAG ist top-aktuell: Zugang zum Recht muss sich jeder leisten können. Das ist sogar ein Entwicklungsziel der Vereinten Nationen. Dr. Paul-Otto Faßbender, Vorstandsvorsitzender der ARAG Holding SE und Aufsichtsratsvorsitzender der ARAG SE, erklärt, wie der Konzern diese Forderung mit Leben füllt.



KARIN VOGELSBURG



THILO SCHMÜLGEN

GRI

Kundenfokus

Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel „Kundenorientierung und innovative Angebote“ auf Seite 90.

Was konkret hat die ARAG aus der Vergangenheit mit ins Heute genommen?

DR. PAUL-OTTO FAßBENDER Die klassische Gründungsidee wird interessanterweise immer aktueller: Jeder braucht einen freien Zugang zum Recht, nicht nur derjenige, der es sich leisten kann. Für uns in Deutschland ist das Thema heute total selbstverständlich. Doch je internationaler wir werden, desto mehr sehen wir, dass es das nicht ist. In etlichen Ländern können sich selbst einfachste Rechtsverfahren nur die Wohlhabenden leisten. Nicht umsonst gehört der Zugang zu Recht für alle zu den globalen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen.

Wie setzt die ARAG die Gründungsidee heute um?

DR. PAUL-OTTO FAßBENDER Die vor 85 Jahren entwickelte Idee wird heute vor allem durch die Digitalisierung wieder ganz aktuell: Niedrigschwellige Rechtsgeschäfte können durch digitale Services schnell und direkt abgebildet werden. Dadurch erhält der Verbraucher, der Bürger, noch mal einen ganz anderen Zugang zum Recht.

Welche Bedeutung hat es für die Kunden heute, dass die ARAG ein Familienunternehmen ist?

DR. PAUL-OTTO FAßBENDER Die Besitzverhältnisse sind vielleicht nicht entscheidend für einen Vertragsabschluss, aber sie werden von den Kunden positiv wahrgenommen. Erfahrene Vertriebsmitarbeiter nehmen das mit auf die Agenda. Sie sagen: Ich arbeite für ein Familienunternehmen, das für bestimmte Werte steht. Bei den Kunden kommt an: Die ARAG steht für Integrität und Qualität. Auch die hohe Reputation der ARAG im Bereich Nachhaltigkeit speist sich genau aus diesem Punkt: Wir sind ein Familienunternehmen mit 85-jähriger Tradition.

Hat sich in den vergangenen Jahren das Verhältnis der Kunden zum Rechtsschutz gewandelt?

DR. PAUL-OTTO FAßBENDER Ja – gerade in der Coronakrise zeigt sich, dass Rechtsschutz kein Nischenprodukt mehr ist. Aus Befragungen wissen wir, dass Rechtsschutz völlig anders bewertet wird als noch vor

15 oder 20 Jahren und den Verbrauchern heute dazu dient, elementare Risiken abzudecken. Heute spielt der Rechtsschutz zum Beispiel im Kampf um den Arbeitsplatz eine große Rolle.

Wie würde der Unternehmensgründer Heinrich Faßbender heute auf den Konzern schauen?

DR. PAUL-OTTO FAßBENDER Ich denke, er wäre insgesamt sehr zufrieden damit, dass sich aus seiner Gründungsidee ein solches Unternehmen entwickelt hat. Er war aber eine sehr ungeduldige Unternehmerpersönlichkeit und würde vielleicht sagen: „Schnelligkeit entscheidet über den Erfolg.“

Wie wird das Unternehmen in zehn Jahren aussehen?

DR. PAUL-OTTO FAßBENDER Das ist in unseren neu formulierten Unternehmenswerten, den ARAG Essentials, klar formuliert: Wir haben vor, die ARAG zum besten Rechtsschutzversicherer weltweit zu machen, und wollen in unseren anderen Sparten zu den Besten gehören. Ich denke, das ist ein erreichbarer Anspruch.

Zudem ist es ein Glücksfall für uns, dass nachhaltiges Wirtschaften ein immer stärkeres gesellschaftliches Gewicht erhält. Als Familienunternehmen trägt die ARAG den Nachhaltigkeitsfaktor schon in sich. Wir denken und handeln bewusst langfristig. Hier können wir im Vergleich zu anderen Unternehmen ohne große Aufwände schnell punkten. Ebenso ist der freie Zugang zum Recht ein wichtiger Eckpfeiler nachhaltiger Entwicklungen. Das ist wichtig für unsere Kunden und Partner.



Rollenwechsel: Nach 20 Jahren in der operativen Führung wird sich Dr. Paul-Otto Faßbender nun auf seine Pflichten als Aufsichtsratsvorsitzender der ARAG SE konzentrieren.



Dr. Dr. h. c. Paul-Otto Faßbender

Seit 1977 ist Dr. Paul-Otto Faßbender (geboren am 24. Mai 1946) Vorstandsmitglied der ARAG und seit 1998 Mehrheitsaktionär der ARAG Holding SE (vormals ARAG AG), dem Mehrheitsgesellschafter der ARAG. Seit 2000 ist er Vorsitzender des Vorstands der ARAG. Nach genau 20 Jahren ließ er planmäßig sein Vorstandsmandat zum 3. Juli 2020 auslaufen. Nach dem Auslaufen seines Mandats als Vorstandsvorsitzender der ARAG SE bleibt Dr. Paul-Otto Faßbender Vorstandsvorsitzender der ARAG Holding SE, der Familienobergesellschaft des Konzerns. Dr. Paul-Otto Faßbender absolvierte ein Studium der Rechtswissenschaften an den Universitäten Freiburg, Köln und Bochum mit anschließender Promotion und ist seit 1976 zugelassener Rechtsanwalt.



Lord Norman Foster

Der britische Visionär wurde 1935 in Manchester geboren. Er studierte bis 1961 an der Hochschule für Architektur und Städtebau der Universität Manchester. Nach dem Examen erhielt er ein Stipendium (Henry Fellowship) für die Elite-Universität Yale, an der er seinen Abschluss als Master der Architektur machte.

Er ist Gründer und Vorstandsvorsitzender von Foster + Partners. 1967 in London gegründet, ist das Studio heute eine weltweit agierende Firma mit Projektbüros in über 20 Ländern. Seit ihrer Gründung hat die Firma über 570 Auszeichnungen und lobende Erwähnungen für Spitzenleistungen erhalten und mehr als 100 internationale und nationale Wettbewerbe gewonnen.

Zu den wichtigsten internationalen Großprojekten Lord Fosters zählen unter anderem der Hong Kong International Airport Chek Lap Kok (1992–1998), die Glaskuppel des Berliner Reichstags (1994–1999) sowie der ARAG Tower (1998–2001). Erbaut von Lord Foster und den Düsseldorfer Architekten RKW Architektur + Rhode Kellermann Wawrowsky GmbH prägt der ARAG Tower seit 20 Jahren als höchstes Bürogebäude Düsseldorfs die Skyline der Landeshauptstadt.



DESIGN IST EIN SOZIALER AKT

NACHHALTIGE ARCHITEKTUR

2001 wurde das mit 32 Geschossen höchste Bürohaus Düsseldorfs eröffnet: der ARAG Tower. Längst hat das Gebäude, das von Lord Norman Foster entworfen wurde, Architekturgeschichte geschrieben. Und nicht nur das: Auch in puncto Nachhaltigkeit ist das Haus ein leuchtendes Beispiel und das Entwerfen von Gebäuden im Grunde ein sozialer Akt, wie sein „Erfinder“ im exklusiven Interview erzählt.



JÜRGEN JEHLE UND KATHRIN KÖHLER



CLARA MOLDEN/CAMERA PRESS/LAIF

Lord Foster, wer ist Ihr grünes Vorbild? Und was zeichnet ihn oder sie aus?

NORMAN FOSTER Das müsste Buckminster Fuller sein. Für mich war er der Inbegriff eines moralischen Gewissens, der immer wieder vor der Zerbrechlichkeit des Planeten und der Verantwortung des Menschen, ihn zu schützen, warnte. Es gäbe viele Abhandlungen, die man über die Einsichten, die „Bucky“ gab, schreiben könnte. Aber vielleicht spiegeln die Themen Schutz, Energie und Umwelt – die das Herzstück der zeitgenössischen Architektur sind – Bucky's Erbe am besten wider. Das Prinzip des nachhaltigen Designs, mit weniger mehr zu erreichen, das er wirklich vorangetrieben hat, ist ganz zentral für unsere Arbeit. Es war wahrscheinlich das gemeinsame Interesse an Ökologie und Nachhaltigkeit, das uns zusammengebracht hat – ein Hauptgesprächsthema bei dem Mittagessen, bei dem wir uns vorgestellt wurden. Am Ende des Essens erklärte Bucky, dass er mich als Mitarbeiter für das unterirdische Theater in Oxford haben wollte – sein erstes Projekt in Großbritannien.

Was bedeutet die Idee, „mit weniger mehr zu erreichen“, Ihres Mentors Richard Buckminster Fuller für Ihre Arbeit in puncto Nachhaltigkeit?

NORMAN FOSTER Es geht darum, mit weniger Ressourcen mehr zu erreichen, bessere, effizientere Wege des Bauens zu finden. Es bedeutet, nichts für selbstverständlich zu halten, die richtigen Fragen zu stellen, gängige Annahmen zu hinterfragen – immer mit einem leeren Blatt Papier und einem offenen Geist zu beginnen. Manchmal führt dieser Prozess des Hinterfragens und Infragestellens zu neuen Lösungen. Und oft stellt man fest, dass man so einen ganz neuen Standard setzt, dem andere dann folgen.

Was motiviert Sie dazu, sich so für die Nachhaltigkeit einzusetzen?

NORMAN FOSTER Der Klimawandel ist ein sehr ernstes Thema, und Nachhaltigkeit ist keine Modeerscheinung, sondern eine Frage des Überlebens, die Architektur und Infrastruktur auf jeder



Ebene betrifft, sei es ein Flughafen oder eine kleine Wohnung. Nachhaltigkeit erfordert, dass wir ganzheitlich und nicht isoliert über Gebäude nachdenken. Der Standort und die Funktion eines Gebäudes, seine Flexibilität und Lebensdauer, seine Ausrichtung, seine Form und Struktur, seine Heizungs- und Belüftungssysteme und die verwendeten Materialien wirken sich alle auf die Energiemenge aus, die für den Bau, den Betrieb und die Instandhaltung benötigt wird, sowie auf den Transport von Gütern und Menschen zum und vom Gebäude. Architekten können nicht alle ökologischen Probleme der Welt lösen, aber wir können Gebäude so entwerfen, dass sie mit einem Bruchteil des derzeitigen Energiebedarfs auskommen, und wir können die Verkehrsmuster durch Stadt- und Infrastrukturplanung beeinflussen.

Sie haben sich nie darauf beschränkt, „nur“ Gebäude zu entwerfen, sondern wollten Architektur mit anderen Disziplinen zusammenführen. Warum?

NORMAN FOSTER Für mich sind Architektur und Infrastruktur untrennbar miteinander verbunden, unabhängig von ihrem Maßstab. In Städten ist die Infrastruktur von Verkehrssystemen, Brücken, öffentlichen Plätzen, Parks und Straßen der „urbane Klebstoff“, der die Gebäude zusammenhält. Obwohl wir dazu neigen, sie als selbstverständlich anzusehen, bestimmt die Qualität der Infrastruktur die Qualität unseres täglichen Lebens. Bei der Umsetzung von Infrastruktur geht es um Vertrauen in die Zukunft. Es geht um ein Bewusstsein für kommende Bedürfnisse, und es ist eine Investition für kommende Generationen. Und wenn wir uns erinnern, dann verdanken wir alle Errungenschaften, die Lebensqualität, die wir heute in vielerlei Hinsicht genießen, den Pionieren des 19. Jahrhunderts, die die Initiative für uns ergriffen haben.

Der ARAG Tower, den Sie mit der RKW Architektur + Rhode Kellermann Wawrowsky GmbH realisiert haben, ist auch heute noch ein leuchtendes Beispiel in Sachen Nachhaltigkeit. Was war damals Ihr Grundgedanke, als Sie den ARAG Tower entworfen haben?

„Die 15-Minuten-Stadt hat im Zuge der COVID-19-Pandemie eine ganz neue Bedeutung und Form von Realität gewonnen.“

Lord Norman Foster | Architekt

NORMAN FOSTER Der Entwurf des ARAG Gebäudes verfolgte einen ausgesprochen progressiven Umweltgedanken. Die hochleistungsfähige, doppelschalige Glasfassade bildet außen einen Wetterschutz und Sonnenfilter, während eine innere Schicht mit zu öffnenden Fenstern das Gebäude atmen lässt. Das Tageslicht wird maximal genutzt, und die Konstruktion ermöglicht eine passive Kühlung mit Nachtspeicher, sodass eine Klimaanlage kaum benötigt wird. Im Inneren sind die Büroetagen einfach und offen gestaltet. Um eine maximale Nutzfläche zu schaffen, wurden die Aufzugsschächte in die Ecken verlegt, wobei die Glasaufzüge einen Panoramablick über die Stadt ermöglichen.

In jedem achten Stockwerk befinden sich doppelhohe „Skygardens“, die das Gebäude unterteilen. Bepflanzte mit „Wiesen“ aus hohen Gräsern und Wildblumen, bieten die Gärten informelle Treffpunkte und Entspannungsräume. Der offene Zugang zwischen den Büroetagen und den Gärten fördert eine freundliche Atmosphäre und verbessert die Kommunikation zwischen Mitarbeitern.

Glas scheint eine wichtige Rolle in Ihren Entwürfen zu spielen – auch beim ARAG Tower mit seinen rund 5.200 Glasscheiben. Welche Bedeutung hat Glas für Ihre Arbeit?

NORMAN FOSTER Es geht um eine angemessene Materialität. In kühleren Gefilden ist Glas Ihr Freund, während in heißen, trockenen Regionen dicke Isolierwände oder eine mehrschichtige und beschattende Bauweise besser funktionieren würden.

In vielen Ländern ist der Gebäudesektor für bis zu 40 Prozent der Treibhausgase verantwortlich. Andererseits müssen Gebäude künftig starken Umwelteinflüssen standhalten. Wie kann die Architektur diesen Spagat meistern?

NORMAN FOSTER Gebäude, die als Antwort auf ihren Umweltkontext entstehen,

haben in der Regel bessere Leistungsstandards und bieten den Nutzern mehr Komfort bei besserem Gewissen. Darüber hinaus hat sich in den letzten Jahrzehnten die Einstellung der Öffentlichkeit zu Ökologie und Energieverbrauch entscheidend verändert, und nachhaltige Infrastrukturentwicklungen wie diese unterstützen und fördern das Bewusstsein für Fragen der Nachhaltigkeit. Unsere Projekte haben seit der Gründung meines ersten Büros im Jahr 1967 immer diese Trends vorweggenommen, indem wir Pionierarbeit für nachhaltige Designlösungen geleistet haben.

Wie wird man der Komplexität von Nachhaltigkeit gerecht?

NORMAN FOSTER Nachhaltigkeit verlangt von uns, ganzheitlich zu denken. Der Standort und die Funktion eines Gebäudes, seine Flexibilität und Lebensdauer, seine Ausrichtung, seine Form und Struktur, seine Heizungs- und Belüftungssysteme und die verwendeten Materialien wirken sich alle auf die Energiemenge aus, die für den Bau, den Betrieb und die Instandhaltung benötigt wird, sowie auf den Transport von Gütern und Menschen. Wir können durch Gebäude und Infrastruktur Energie gewinnen, anstatt sie endlos zu verbrauchen. Und ich glaube, dass wir dies umsetzen können bei gleichzeitiger Verbesserung unserer Lebensqualität. Wir müssen zu einer stärker kreislauforientierten Wirtschaft übergehen – etwa Abfall in Energie umwandeln.

Die COVID-19-Pandemie hat verheerende Folgen. Wie schätzen Sie die Auswirkungen auf die Nachhaltigkeit im Bürobereich ein, und was bedeutet das für urbane Architektur?

NORMAN FOSTER Die Geschichte der Zivilisation ist die Geschichte der Städte und der städtischen Räume – die Begriffe sind miteinander verwoben. Städte sind die Zukunft – statistisch gesehen heute mehr



Ein Apfel voll Nachhaltigkeit. Auch der Apple Park in Cupertino wurde von Lord Foster maßgeblich entwickelt. Die Pläne gehen auf Apple-Gründer Steve Jobs zurück. Apples Firmengebäude wird vollständig mit erneuerbarer Energie betrieben. Auf dem Gelände wurden 465.000 Quadratmeter Asphalt und Beton durch Grünflächen mit über 9.000 einheimischen Bäumen ersetzt. Vor Ort gibt es drei Kilometer Wander- und Laufwege, einen Obstgarten, Wiesen sowie einen Teich.

als je zuvor. Der Große Brand von London im Jahr 1666 führte zu den Bauvorschriften, die die georgianische Stadt in feuerfester Ziegelbauweise schufen. Die Cholera-Epidemie in der Mitte des 19. Jahrhunderts bewirkte die Säuberung der Themse, die vorher ein offener Abwasserkanal war, und führte zu einem System moderner Abwasserentsorgung und dem Themse-Uferdamm. Aber jede dieser Entwicklungen – feuerfeste Gebäude, Abwassersysteme, grüne Parks – wäre ohnehin eingetreten. Die Krisen der Zeit beschleunigten und verstärkten nur ihr Auftreten.

Die letzte große Pandemie von 1918 bis 1920 sorgte für menschenleere Innenstädte, Gesichtsmasken, Abriegelungen und Quarantänen. Aber sie läutete auch die soziale und kulturelle Revolution der 1920er-Jahre mit neu errichteten Versammlungsräumen – Kaufhäusern, Kinos und Stadien – ein. Mit der COVID-19-Pandemie haben wir bereits einen dramatischen Anstieg der Mobilität von Menschen, Waren und Informationen erlebt, während wir uns gleichzeitig den Realitäten des Klimawandels und des

CO₂-Ausstosses stellen mussten. Wir sehen jetzt einen Trend weg von fossilen Brennstoffen und hin zu saubereren Fahrzeugen mit Elektroantrieb, die via Induktion aufgeladen werden und fahrerlos sein können. Wir beobachten die Entbehrlichkeit des eigenen Autos und stattdessen die Zunahme von Ridesharing und On-Demand-Diensten wie Uber, die Zunahme von Motorrollern und E-Bikes und die Möglichkeiten der Drohnentechnologie für den Transport von Menschen und Gütern. Zu diesen Mobilitätstrends kommen neue Arbeitsformen hinzu. Der traditionelle Arbeitsplatz wird überleben und wegen seiner sozialen und kreativen Möglichkeiten sogar noch mehr geschätzt werden. Aber er wird künftig viel flexibler genutzt und mit Zeiten ausgeglichen werden, in denen von zu Hause aus oder woanders gearbeitet wird – egal, ob in einer einsamen Almhütte oder im Starbucks in der Innenstadt.

Die Stadtzentren werden das Potenzial haben, ruhiger, sauberer, sicherer, gesünder, freundlicher, fußläufig und fahrradtauglich zu sein, vor allem wenn die Chance genutzt

Nachhaltige Gebäude

Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel „Klimafreundlicher Betrieb“ auf Seite 115.

wird, dass sie grüner werden. Stellen Sie sich den Parliament Square als Park oder einen von Bäumen gesäumten Piccadilly vor. Die „15-Minuten-Stadt“ gewinnt so gesehen eine ganz neue Bedeutung und Form von Realität. Die Idealvorstellung, dort zu leben, zu arbeiten, einzukaufen, sich weiterzubilden, auszugehen, sich mit Freunden zu treffen und dabei alle Einrichtungen für den privaten und öffentlichen Sektor in fußläufiger Entfernung zueinander zu nutzen. Die Attraktivität des Wohnens in so einer Nachbarschaft hat durch die Pandemie ganz neuen Auftrieb erhalten.

Sie haben einmal gesagt, dass für Sie Architektur nie ein Selbstzweck war, sondern dass es immer auch um die soziale Dimension ging. Wie darf man das verstehen?

NORMAN FOSTER Gebäude sind doch in erster Linie für Menschen da. Wir können niemals etwas ohne diesen Kontext entwerfen und erwarten, dass es erfolgreich sein wird. Deshalb ist Design im Grunde ein sozialer Akt.

Bereits 1982 arbeiteten Sie mit Richard Buckminster Fuller am Entwurf eines Prototyps für ein experimentelles, nachhaltiges Wohngebäude. Dieses visionäre Projekt wurde später von Ihrer Stiftung wieder aufgegriffen und weiterentwickelt. Was ist der aktuelle Stand des „Autonomen Hauses“?

NORMAN FOSTER 1982 begannen Bucky und ich mit dem Entwurf eines Hauses, das wir „Autonomes Haus“ nannten. Die Idee war es, zwei Häuser zu bauen – eines in Kalifornien für Bucky und eines in Wiltshire für meine Familie. Es war eine doppelschalige geodätische Kuppel [Anm. d. Red.: Konstruktion einer sphärischen Kuppel mit einer Gitterschale aus Dreiecken; die Bezeichnung spielt auf die Geodäsie an, in der ebenfalls die Zerlegung

in Dreiecke wesentlich ist], deren innere und äußere Schalen sich unabhängig voneinander drehen konnten. Die beiden Schalen waren halb verglast und halb massiv, sodass die Kuppel nachts komplett verschlossen werden konnte, während sie tagsüber dem Lauf der Sonne folgte. Wir kamen so weit, ein großes Modell zu bauen, aber tragischerweise starben sowohl Bucky als auch seine Frau Anne, bevor wir weitermachen konnten.

In den letzten Jahren ist das Thema Nachhaltigkeit immer stärker in den Fokus gerückt – wie hat sich Ihr Leben dadurch verändert und wie setzen Sie Nachhaltigkeit in Ihrem Büroalltag um?

NORMAN FOSTER Nachhaltigkeit stand von Anfang an im Mittelpunkt der Arbeit des Büros. Dieser Ansatz hat sich im Laufe der Jahrzehnte verändert und weiterentwickelt, und wir haben nun ein Foster + Partners Responsibility Framework entwickelt, das uns bei der Bewertung unserer Projekte und unseres eigenen Betriebs hilft. Das Konzept ermöglicht es uns, Nachhaltigkeit anhand von zehn Schlüsselkriterien zu bewerten: Wohlbefinden, Auswirkungen auf die Gemeinschaft, Energie und CO₂-Ausstoß, Wasser, Ressourcen, Mobilität und Konnektivität, Land und Ökologie, soziale Gerechtigkeit, Planung für den Wandel und Feedback. Die Metriken bieten eine breite und ganzheitliche Methodik zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung.

Wir engagieren uns auch verstärkt bei den Vereinten Nationen, was damit begann, dass wir einen visuellen Leitfaden für das Pariser Abkommen von 2015 erstellten, um es einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Seitdem haben wir an mehreren UN-Klimakonferenzen teilgenommen und bei der letzten Veranstaltung in Madrid unser Nachhaltigkeitsmanifest vorgestellt, um unser kontinuierliches Engagement für die Ziele des Pariser Abkommens zu demonstrieren.

Wir finanzieren bereits das zweite Jahr in Folge Forstprojekte in ganz Großbritannien,



Dr. Paul-Otto Faßbender (rechts) mit dem Architekten des ARAG Towers, Lord Norman Foster bei der Eröffnung im Jahr 2001.

„Der Entwurf des ARAG Gebäudes verfolgte einen ausgesprochen progressiven Umweltgedanken.“

Lord Norman Foster | Architekt

um die Treibhausgasemissionen unseres Unternehmens zu reduzieren. Dieses Jahr finanzieren wir die Pflanzung von 83.640 Bäumen auf 47 Hektar Land an Standorten in den schottischen Highlands, Cumbria, Nottingham und Newark. Unser Unternehmen bezieht seit drei Jahren 100 Prozent des Stroms aus erneuerbaren Energiequellen und kompensiert seine jährlichen globalen Kohlenstoffemissionen, die mit Reisetätigkeiten (Flug- und Fahrzeugverkehr) sowie Heizung und Abfall am Londoner Standort verbunden sind, in vollem Umfang.

Welches nachhaltige Produkt oder welche nachhaltige Dienstleistung würden Sie gerne sehen?

NORMAN FOSTER Eine Abkehr von schwerfälligen Netzen der Energieerzeugung und -verteilung, die verschwenderisch und umweltschädlich sind, hin zu autonomeren und saubereren Produktionsweisen. Containergroßen Atombatterien etwa.

2017 haben Sie die weltweit aktive Norman Foster Foundation gegründet, mit Sitz in Madrid. Sind Sie mit ihrer Entwicklung zufrieden?

NORMAN FOSTER Ja, sehr sogar. Wir bilden weiterhin die jüngeren Generationen von Fachleuten und zivilgesellschaftlichen

Führungskräften aus, um die kritischen Themen von heute und morgen zu antizipieren – insbesondere Städte und Klimawandel. Wir veranstalten Workshops, in denen wir hervorragenden Absolventen aus der ganzen Welt die Möglichkeit zum Austausch mit Mentoren geben, die auf ihrem Gebiet weltweit führend sind. Die Workshops werden durch Debatten im Laufe des Jahres an die Öffentlichkeit getragen, und von Zeit zu Zeit gibt es ein Forum, das sich direkt an ein Publikum von mehreren Tausend Menschen wendet.

Was wäre Ihr dringendster Wunsch in Bezug auf die Politik, um eine nachhaltigere Gesellschaft zu fördern?

NORMAN FOSTER Dass die Politiker den Mut haben, die kühnen, progressiven Visionen anzunehmen, die unsere Städte in der Zukunft verändern werden.

Wenn Sie sich als Architekt einen Wunsch in Sachen Nachhaltigkeit erfüllen könnten, was wäre Ihr Traumprojekt?

NORMAN FOSTER Einen heute schon realisierbaren Beitrag zur Stadt der Zukunft zu leisten, die grüner, ruhiger, sicherer, nachhaltiger und freundlicher sein wird – und mehr Spaß macht.



DER ARAG TOWER IM KURZCHECK

- Die Zentrale der ARAG ist 125 Meter hoch und wurde 2001 fertiggestellt.
- Auf sechs reine Bürogeschosse folgt jeweils ein zweigeschossiger Garten und ein dezentraler Technikbereich.
- Mit seinen leicht linsenförmig gewölbten Fassaden wirkt der Bau wie eine aerodynamische Scheibe.
- Zwischen den Doppelfassaden des Hochhauses entstanden Abluftkamine für eine natürliche Be- und Entlüftung aller Büroetagen.
- Funktion, Nutzung und Gestaltung innerhalb der Gebäudeorganisation sind durch den rhythmischen Wechsel der „stapelweise“ geschichteten Etagen eng miteinander verknüpft.
- Geschossübergreifend werden jeweils maximal drei Büroetagen durch offene, innenliegende Treppen verbunden. So sind auch große Abteilungen über kurze Wege untereinander verbunden.
- Die offizielle Einweihungsfeier unter Anwesenheit von Lord Norman Foster fand am 27. April 2001 statt, in Kürze wird der 20. Geburtstag des ARAG Towers gefeiert.

ZUKUNFTS- WEISENDE WERT(E)ARBEIT

ARAG ESSENTIALS RELOADED

Nie waren sie für die ARAG so wertvoll wie heute. Die Unternehmensgrundsätze spiegeln alle Stärken und Ziele der ARAG wider, bilden Leitplanken mitten im digitalen Wandel und sind ihre unverwechselbare DNA. Nach der kompletten Überarbeitung der ARAG Essentials startete 2020 trotz COVID-19 der Vermittlungsprozess, verbunden mit einer weltweiten digitalen Premiere für die gesamte Belegschaft.



ANJA PIEPER



JENS TAPPE

Sie haben essenzielle Bedeutung, was allein schon ihr Name sagt: Die ARAG Essentials bringen heute mehr denn je auf den Punkt, wofür der Konzern steht und was ihn leitet. Die Unternehmensgrundsätze wurden maßgeblich modifiziert und sind als „ARAG Essentials reloaded“ umfassend neu aufgeladen worden. Mit gemeinsamen Werten geht es in die Zukunft: „Die Welt wird immer schneller, immer unberechenbarer. Umso wichtiger ist es, zu wissen, wer wir sind, was unsere Kultur prägt und welche Ziele wir verfolgen. Dabei helfen uns die neuen ARAG Essentials“, betont Dr. Renko Dirksen, Vorstandssprecher der ARAG SE. Denn der Konzern habe für seine erfolgreiche Weiterentwick-

lung drei wesentliche Kernbereiche im Blick. Neben dem Ausbau der Digitalisierung und der Verbesserung von Prozessen ist „unsere besondere Unternehmenskultur das größte Asset“, unterstreicht Dr. Renko Dirksen. Den ARAG Essentials reloaded komme dabei eine Schlüsselrolle zu.

Deshalb steht trotz COVID-19 im Konzern die Vermittlung der neuen Unternehmensgrundsätze nicht still. Zumal die ARAG Essentials reloaded der weltweiten Belegschaft gerade in Zeiten wie diesen ein hohes Maß an Orientierung geben, das Zusammengehörigkeitsgefühl stärken und Richtschnur allen Handelns sind. Sie beschreiben die Haltung des Familienunternehmens und zeigen, was die ARAG auszeichnet. >



ARAG gelbe Verpackung, praller Inhalt – so sah der Auftakt zur Vermittlungsarbeit der ARAG Essentials reloaded aus. Mit einem analogen Päckchen überraschte die ARAG weltweit ihre Mitarbeiter. Um sie zum Mitmachen zu motivieren, war an alle ein Paket mit Werten zum Anfassen direkt ins Home-Office geschickt worden. Neben Essentials-Broschüren in verschiedenen Sprachen steckten auch Schreibblöcke und nachhaltige Bleistifte darin, um neue Ideen zur Wertearbeit aufzuschreiben. Dazu gesellten sich Buttons, Aufkleber oder auch Fair-Trade-Schokolade. Auch zusätzliche Materialien für die virtuellen Team-Sessions waren enthalten. Denn die Verankerung der neuen Unternehmensgrundsätze nahm danach digital erst richtig an Fahrt auf. All das kam bestens an und sorgte für positives Feedback.

„Wir haben eine starke und lebendige Unternehmenskultur, die von den ARAG Essentials geprägt wird. Sie darf aber unter den aktuellen COVID-19-Rahmenbedingungen nicht leiden, sondern muss erst recht weiter gekräftigt werden.“

Dr. Renko Dirksen | Vorstandssprecher der ARAG SE

nehmenswirklichkeit der ARAG auf ihrem Weg zum Smart Insurer transformiert worden. In diversen Workshops hatte das Vorstandsteam die über 13 Jahre alten Unternehmensgrundsätze vollständig überarbeitet und neu formuliert. Basis dafür bildete auch eine weltweite Befragung der ARAG Mitarbeiter zur Unternehmenskultur, deren Anregungen in die Neuentwicklung einfließen. Die ARAG Essentials reloaded kommen seither deutlich prägnanter, kompakter und zukunftsweisender daher – und wurden erstmals Anfang 2020 auf der ARAG Führungskräfte tagung präsentiert.

Für die neuen Unternehmensgrundsätze, die aus vier Teilen bestehen, wurden nicht nur die sechs ARAG Werte (siehe unten) neu

Ein Rückblick: Die Unternehmensgrundsätze hatten Ende 2019 eine komplette Neuausrichtung erhalten. Sie waren vom gesamten Konzernvorstand in die heutige Unter-

DIE ARAG ESSENTIALS AUF EINEN BLICK



Pioniergeist braucht Mut

Wir gehen neue Wege. Wir haben Mut zum Experiment und probieren Dinge aus. Wenn Fehler passieren, lernen wir daraus.



Disziplin braucht Professionalität

Wir leisten und liefern – kostenbewusst und zielgerichtet. Wir messen unsere Ergebnisse und stellen uns der Bewertung. Wir nutzen moderne Methoden.



Tatkraft braucht Engagement

Wir sind mit Leidenschaft bei der Sache. Wir nutzen Freiräume, packen an und machen. Wir ziehen alle an einem Strang. Silos und Egoismen haben bei uns keinen Platz.



Weitsicht braucht Orientierung

Wir wissen, wo wir hinwollen, und richten uns an unserem gemeinsamen Anspruch aus. Wir orientieren uns an langfristigen Entwicklungen. Wir handeln nachhaltig und übernehmen gesellschaftliche Verantwortung.



Offenheit braucht Neugier

Wir entdecken gerne Neues. Wir hinterfragen uns selbst und wollen immer besser werden. Wir teilen Wissen, Erfahrungen, Ideen und lernen voneinander.



Fairness braucht Miteinander

Unsere Vielfalt macht uns stark. Wir fördern verschiedene Lebens- und Arbeitsmodelle unserer Mitarbeiter. Wir legen Wert auf Vertrauen, Verlässlichkeit und Wertschätzung – in unseren Kundenbeziehungen und im Umgang miteinander.

ARAG Essentials

Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel „Ethik und Integrität“ auf Seite 73.

aufgeladen und noch mehr akzentuiert. Die Essentials stellen neben dem Anspruch und dem Selbstverständnis des Unternehmens nun auch den Gründungsgedanken der ARAG als tragende Leitidee voran: die Chancengleichheit vor dem Recht. „Damit rücken wir den Kunden noch klarer in den Mittelpunkt“, hebt Dr. Renko Dirksen hervor.

DER GRÜNDUNGSGEDANKE ALS EINE LEITIDEE

Jeder soll sein Recht durchsetzen können – unabhängig von seinen finanziellen Möglichkeiten: Mit dieser mutigen wie zugleich entschlossenen Idee legte Firmengründer Heinrich Faßbender vor über 85 Jahren den Grundstein für das nunmehr größte Familienunternehmen in der deutschen Assekuranz, das zu den drei weltweit führenden Rechtsschutzanbietern gehört. Die bis heute vom Konzern ermöglichte Chancengleichheit vor dem Recht prägt den Anspruch an die Unternehmenstätigkeit auch in Zukunft. Dabei geht die ARAG immer wieder neue Wege, um ihren Kunden mit innovativen Lösungen zur Seite zu stehen. „Wir helfen unseren Kunden bei der Verwirklichung ihrer Ziele“ – dieser Leitsatz ist Auftrag und Verpflichtung zugleich. Der Konzern bietet ihnen Orientierung, Schutz und Unterstützung, insbesondere bei rechtlichen Fragen sowie der gesundheitlichen Absicherung. Dem kommt die ARAG mit ihrem Selbstverständnis als innovativer Qualitätsversicherer – international, unabhängig und in Familienbesitz – auch in der aktuellen Pandemie mit hoher Leistungsbereitschaft und vollem Einsatz nach. „Das ist der Spirit, der die ARAG so einzigartig macht“, sagt Vorstandssprecher Dr. Renko Dirksen.

Tatkräftig, engagiert und miteinander packen die Mitarbeiter ebenso die Verankerung sowie Umsetzung der neuen Unternehmensgrundsätze an. Denn die ARAG Essentials reloaded fördern die enge Verbundenheit untereinander und zum Familienunternehmen. Dafür wurde eine neue Dimension gemeinsamer Wert(e)arbeit eingeläutet. Auch hierbei beschritt der Konzern einmal mehr innovative Wege. Erstmals setzt die ARAG weltweit ein umfangreiches digitales Format ein, um dabei alle Mitarbeiter einzubinden. In virtuellen Meetings beleuchtet jedes einzelne ARAG Team in Deutschland und international die Rolle der überarbeiteten Unternehmensgrundsätze im Alltag und leitet seine eigenen Umsetzungsideen ab.

WELTWEITE DIGITALE PREMIERE

„Wir haben einen vollständig digitalen Vermittlungsprozess aufgesetzt“, berichtet die ARAG Nachhaltigkeitsbeauftragte Kathrin Köhler (siehe Interview Seite 24): „Damit gehen wir konzernweit völlig einheitlich vor.“ Mit diesem absoluten Novum startete im November 2020 der Kick-off. Weltweit wurden und werden die ARAG Mitarbeiter erstmals in die Lage versetzt, sich ausgiebig mit den Unternehmensgrundsätzen zu beschäftigen – unabhängig davon, an welchem ARAG Standort und ob sie im Office oder Home-Office arbeiten. Seither machen die ARAG Essentials reloaded die Runde, sind als Gesprächsstoff in aller Munde.

Neben den passgenau konzipierten virtuellen Team-Sessions „haben wir einen eigenen ARAG Essentials-SharePoint für alle Kolleginnen und Kollegen weltweit aufgebaut“, erläutert Kathrin Köhler. Auf der Austauschplattform finden



„Das war eine gelungene Überraschung und im Home-Office eine sehr persönliche Art, zum Kulturwandel zu inspirieren.“

Martha Talaska | Finanzbuchhaltung/
Beteiligungsgesellschaften, ARAG SE



„Ich sehe die Essentials als Wertesystem, das den ökonomischen mit dem ethischen Wertebegriff vereint.“

Andreas Fronzeck | Abteilungsdirektor
Leistungsmanagement, ARAG Krankenversicherung München



„Klasse! Die Aktion war ein gelungener Vermittlungsprozess, um in der Home-Office-Situation einen Touchpoint mit den Kollegen zu schaffen.“

Katharina Lorenz | CEO Executive
Assistant, ARAG Italien

WERTSCHÄTZUNG TRIFFT NACHHALTIGE VERMITTLUNG

INTERVIEW

Alles war vorbereitet, alles startklar – dann kam die COVID-19-Pandemie und die Vermittlungsarbeit zu den ARAG Essentials reloaded musste zunächst pausieren. Aber auch hier fand die ARAG äußerst kreative Wege, um ihre neuen Unternehmensgrundsätze konzernweit zu verankern. Was den Prozess so einzigartig macht, erläutert Kathrin Köhler im Interview.

Das vorherige Vermittlungskonzept war ab März 2020 nicht mehr umsetzbar, musste komplett neu ausgearbeitet werden. Warum entpuppte sich das als Riesenchance?

KATHRIN KÖHLER Weil wir uns im Sinne der ARAG Essentials neuen Herausforderungen gestellt und tatkräftig die Chancen genutzt haben, die in der Digitalisierung stecken. Statt der zuvor geplanten Formate haben wir wegen der Home-Office-Situation einen vollständig digitalen Vermittlungsprozess aufgesetzt, der perfekt zur ARAG als Smart Insurer passt. Mehr noch: Mit der weltweiten SharePoint-Lösung und den virtuellen Team-Sessions gehen wir bei der Implementierung erstmalig national wie international komplett identische Wege. Das schweißt uns enger zusammen und bringt den ARAG Essentials nochmal zusätzlichen Schub.

Was macht den jetzigen Vermittlungsprozess so besonders?

KATHRIN KÖHLER Die weltweite Paketaussendung an alle Mitarbeiter zum Auftakt wurde von vielen als persönliche Wertschätzung empfunden. Unser durchweg digitaler Prozess war und ist eine absolute Neuerung. Dieser ermöglicht uns, von überall gemein-

sam an den neuen Unternehmensgrundsätze zu arbeiten und fördert engagiertes Teamwork. Die konkrete Bedeutung der ARAG Essentials reloaded im Arbeitsalltag wurde bereits von allen ARAG Teams weltweit beleuchtet. Das hat den offenen Dialog und lebendigen Austausch gefördert – und auch für viel Spaß gesorgt. Es wurden etliche kreative Ideen entwickelt.

Warum ist die intensive Beschäftigung mit den ARAG Essentials wichtig?

KATHRIN KÖHLER Ich sehe das immer auch durch die Brille der Nachhaltigkeitsbeauftragten. Die ARAG ist ein Familienunternehmen in der dritten Generation, also an sich schon nachhaltig. Unsere Unternehmensgrundsätze sind die ARAG DNA, sie zeigen klar auf, was uns einzigartig macht. Wir sind eine große Familie mit einer absolut visionären Gründungsidee – der Chancengleichheit vor dem Recht. Diese ist heute aktueller denn je. Die ARAG Essentials waren noch nie so wichtig wie in diesen Zeiten. Sie stärken im Home-Office unseren Zusammenhalt. Ob in Düsseldorf und München, in Verona oder Sydney, uns alle einen dieselben Werte und eine gemeinsame Unternehmenskultur. Jeder ist eingebunden und wichtiger Teil der Gemeinschaft.



Kathrin Köhler

Die in Eisenach/Thüringen geborene 47-jährige ist seit Februar 2020 als ARAG Nachhaltigkeitsbeauftragte verantwortlich. Ihre Karriere bei der ARAG startete die Bankkauffrau und Rechtsanwältin 2004. Nach verschiedenen Stationen ist sie seit fast acht Jahren im Bereich Konzernkommunikation tätig und verantwortet dort das Thema Corporate Responsibility.

Wie geht es nun weiter?

KATHRIN KÖHLER Die digitalen Logbücher, die bei den Team-Sessions entstanden sind, werden derzeit von uns analysiert. Aus den Ergebnissen leiten wir nicht nur weitere Kommunikationsmaßnahmen ab, sondern sie sind auch Grundlage für eine erneute, für Ende des Jahres geplante Mitarbeiterbefragung zu unserer Smart Culture.



VON ESSENTIALS- BLOGGERN UND WERTECHECKERN

Was bewegt die ARAG Mitarbeiter im Home-Office, was macht ihnen Mut und womit fördern sie den Teamgeist in den Zeiten der Pandemie? Persönliche Einblicke und Erfahrungen enthält der eigene Essentials-Blog, der auf dem neuen ARAG Essentials-SharePoint zum kommunikativen Austausch anregt. In einem Post schildert etwa ein ehemaliger Leistungssportler und heutiger ARAG Werksstudent, warum gerade Disziplin für ihn eine besondere Tugend ist und warum es dafür ebenso Professionalität braucht. Und auch sonst dreht sich auf der Essentials-Plattform alles um den enormen Wert neu aufgeladener Werte. So können Mitarbeiter anhand eines Quiz auf unterhaltsame Weise herausfinden, welcher der sechs Essentials-Werte für sie persönlich am besten passt. Ob Pioniergeist, Tatkraft, Offenheit oder etwa Weitsicht, Antworten darauf liefert – freiwillig und anonym – der virtuelle WerteCheck. „Welcher Wertetyp bist du?“ Die mittlerweile geflügelte Frage kurbelte auch in den Team-Sessions die intensive Beschäftigung mit den ARAG Essentials reloaded an.

sich seither geballte Informationen zur Gründungsidee, zum Anspruch der ARAG und ihrem Selbstverständnis. Hier finden sich jede Menge Inhalte zum Download oder auch Beiträge im eigenen Essentials-Blog (siehe rechte Spalte). Highlight ist ein Vorstandsvideo, in dem der komplette Konzernvorstand wertvolle Einblicke zur Bedeutung der ARAG DNA gibt. Reichlich Gesprächsstoff ist somit vorprogrammiert.

Der ausgiebigen Beschäftigung mit den neuen ARAG Essentials war eine analoge Überraschung vorgeschaltet, um die virtuelle Vermittlungsarbeit auf Teamebene zu unterstützen. Durch diese zusätzliche analoge Premiere wurden alle Mitarbeiter zum Mitmachen angeregt. Dafür waren 4.364 prall gefüllte Päckchen (siehe Seite 21) von der Düsseldorfer Konzernzentrale aus per Post auf Reisen in die ganze Welt gegangen. Eine solch persönliche und konzernweite (Aus-)Sendung hatte es im Familienunternehmen bis dato noch nicht gegeben. ARAG gelbe Verpackung, praller Inhalt sowie „Beste Grüße aus dem Tower“: Inklusive einer von den Konzernvorständen unterschriebenen Karte hatten alle eine kompakte Essentials-Box direkt in ihre Home-Offices erhalten. „Das Feedback war großartig, die ungewöhnliche Aktion in Pandemiezeiten wurde als sehr motivierend empfunden“, so Kathrin Köhler.

AUS WERTEN WIRD HANDELN

Für die vielschichtige Vermittlungsarbeit lieferte die ARAG somit gleich auf verschiedensten Wegen reichlich Material. Das sorgte für neuen Impulse und Inspiration – vor allem bei den Team-Sessions, die bereits in allen ARAG Ländern von Dezember 2020

bis Februar 2021 liefen. In diesem virtuellen Format entdeckten nationale wie internationale Mitarbeiter in ihren eigenen Teams, welche Rolle die Unternehmensgrundsätze in ihrem Arbeitsalltag spielen, wo sie schon selbstverständlich gelebt werden und wo sie noch stärker als Orientierung dienen können. Über 400 digitale Logbücher, welche die Ansatzpunkte und Ergebnisse der konzernweiten Teams dokumentieren, sind dabei entstanden. Sie werden derzeit von der ARAG Konzernkommunikation gesichtet: „Es ist geplant, das beste Logbuch für den ARAG AWARD vorzuschlagen“, gibt Kathrin Köhler einen Ausblick. Mit diesem Preis zeichnet der Konzern vorbildliches Teamwork bei der Umsetzung der Unternehmensgrundsätze schon seit Langem aus. 2022 wird der ARAG AWARD zum nunmehr achten Mal vergeben.

NEUE LEADERSHIP ESSENTIALS

Nicht nur die Unternehmensgrundsätze wurden entsprechend der heutigen Unternehmenswirklichkeit – mitten im digitalen Wandel – überarbeitet und implementiert. Gleiches gilt für die Führungsprinzipien des Konzerns. Auch sie wurden auf Grundlage der weltweiten Mitarbeiterbefragung Schritt für Schritt weiterentwickelt sowie durch Interviews und Workshops mit den Vorständen maßgeblich modifiziert. So werden beispielsweise motivierende Führungsfähigkeiten für die weitere digitale Transformation künftig noch mehr fokussiert. Der Roll-out der neuen ARAG Leadership Essentials ist im Jahr 2021 geplant. Dann ist ebenso vorgesehen, erste Angebote des neuen Leadership-Programms vorzustellen. ■■■■■

„DIE BILDUNG WURDE AMPUTIERT“

CHANGEGLEICHHEIT IN DER BILDUNG

Prof. Dr. Gesine Schwan ist eine engagierte Verfechterin umfassender Bildung. Wird jungen Menschen kein Verständnis für Kultur und Gemeinsinn vermittelt, sieht es für die Gesellschaft düster aus, mahnt die 77-Jährige. Im Interview findet sie klare Worte für ihre Kritik am deutschen Bildungssystem, das Machtverhältnisse zementiert, statt Chancengleichheit zu ermöglichen.



KARIN VOGELSBERG



DANIEL HOFER/LAIF

Wie hat sich das deutsche Bildungssystem Ihrer Erfahrung nach in den letzten Jahrzehnten entwickelt – und wie prägt diese Entwicklung junge Menschen?

GESINE SCHWAN Es gab eine allgemeine Tendenz zu neoliberaler Politik in sämtlichen Lebensbereichen – auch in der Bildung. Der Wettbewerb stand und steht im Mittelpunkt. Es ging immer darum, Bester oder Beste zu sein. Gefördert wird nicht die Kooperation, sondern ein Gegeneinander. Damit wird das Eigentliche des Bildungsprozesses vernach-

lässigt. Damit meine ich, dass sich die ganze Persönlichkeit entwickelt, dass man auch Zusammenleben, soziale Kompetenz und Verantwortung für das Gemeinwesen lernt. Ebenso wurden zugunsten eines rein kognitiven Lernens alle Aktivitäten reduziert, die das Zusammenleben fördern, nämlich alle künstlerischen Bereiche.

Ich erinnere mich, dass ich als Schulkind jedes Jahr zum Beispiel an Chor- oder Theateraufführungen beteiligt war. Das machte einen großen Teil meines Lebens aus und hat mir ganz besonders viel Freude bereitet.

Wichtig waren diese Angebote auch für Schüler, die zum Beispiel in Mathematik oder Latein nicht herausragend waren, aber ganz hervorragende künstlerische Fähigkeiten hatten. Die Wertschätzung dieser Vielfalt hat aus meiner Sicht inzwischen enorm gelitten, weil sie zugunsten von kognitivem, wettbewerbsorientiertem Lernen und individueller, nicht kooperativer Leistung vernachlässigt wurde. Das finde ich schlecht, weil dadurch ein umfassendes Bildungsverständnis amputiert wurde.

Gibt es Gegenteilstendenzen dazu?

GESINE SCHWAN Ich glaube, dass bei den jungen Leuten – nicht auf Seiten der staatlichen Institutionen – Gegenteilstendenzen stärker werden. Seit etwa zwei Jahren politisieren sich junge Menschen wieder. Ich habe immer darauf gebaut, dass sich junge Menschen nicht auf Dauer in ein Korsett pressen lassen, das ihrer Lebenslust und -kraft völlig zuwider ist. Es hat auch immer schon private Initiativen und Schulen gegeben, die etwas Neues machen wollen.

„Alle Menschen haben Potenziale, die man zur Entfaltung bringen kann, und das muss vor allem mit Wohlwollen geschehen.“

Prof. Dr. Gesine Schwan | Präsidentin und Mitgründerin der Humboldt-Viadrina Governance Plattform



Gesine Schwan

Prof. Dr. Gesine Schwan, 1943 in Berlin geboren, ist Präsidentin und Mitgründerin der Humboldt-Viadrina Governance Platform. Die SPD-Politikerin und Politikwissenschaftlerin ist zudem Vorsitzende der Grundwertekommission ihrer Partei und Trägerin des Bundesverdienstkreuzes. Von 1999 bis 2008 war sie Präsidentin der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder). Von 2005 bis 2009 koordinierte sie im Auftrag der Bundesregierung die deutsch-polnischen Beziehungen. Ihre Lebensthemen sind Verständigung und Demokratie. Die zehnfache Großmutter ist begeistert vom skandinavischen Bildungssystem: „Insbesondere vermeiden sie dort die schreiende Ungerechtigkeit des deutschen Bildungssystems, in dem die Bildungschancen zentral von der sozialen Herkunft der Kinder abhängen. Um die Zukunft Deutschlands zu gewinnen, ist hier schnell und nachhaltig Abhilfe zu schaffen.“



Um das deutsche Bildungssystem zukunftssicher zu machen, muss man erst einmal wissen, welche Kompetenzen künftig gebraucht werden. Welche sind das Ihrer Meinung nach?

GESINE SCHWAN Grundlegend ist, dass junge Menschen ein Handwerkszeug erhalten, das ihnen dabei hilft, die Wirklichkeit, in der sie leben, zu verstehen, zu verarbeiten und urteilsfähig zu werden. Urteilsfähigkeit erwirbt man nicht, indem man etwas auswendig lernt oder einen Instrumentenkasten bei sich trägt, sondern das ist ein ständiger, lebendiger Lernprozess, den Kinder auch durchlaufen, wenn sie zum Beispiel Fußball spielen oder Schlitten fahren. Man muss sowohl die sachlichen als auch die menschl-

chen Dinge lernen. Um diese Grundkompetenz zu erwerben, ist man immer darauf angewiesen, sich mit Mitmenschen zu verständigen. Diese Verständigungsfähigkeit muss aus meiner Sicht im Vordergrund stehen, denn sie bezieht sich auf alles, auch darauf, dass man nicht in isolierten Teilen denkt, sondern versucht, die systemischen Zusammenhänge zu begreifen.

Und wie steht es um die digitalen Kompetenzen?

GESINE SCHWAN Viele begreifen die sogenannte digitale Bildung als technisches Handwerkszeug. Das ist sicher auch bis zu einem gewissen Grad sehr wichtig. Aber das Internet bietet uns uferlose Zugänge zu

Informationen. Die kann man gar nicht alle verarbeiten. Man muss dahin gelangen, dass man erkennt: Wofür ist etwas wichtig? Man muss seine eigenen Zuordnungen begründen und Verantwortung dafür übernehmen. Das ist eine ganz schön anspruchsvolle Aufgabe, aber sie ist zentral.

Sie verweisen oft auf die Wichtigkeit von Bildung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Der könnte besser sein. Hat die Bildung ihr Ziel hier verfehlt?

GESINE SCHWAN Die Unterschiede in der Gesellschaft sind groß und wachsen weiter. Wie viele andere reiche Industriestaaten haben auch wir nicht begriffen, dass es für die Verständigung nicht





Gesine Schwan in der Diskussion mit Studierenden. Die Politikwissenschaftlerin freut sich über die neue Politisierung der Jugend. Sie ist überzeugt: Junge Menschen lassen sich nicht auf Dauer in ein rein leistungsorientiertes Korsett pressen, das ihren Lebens- und Entdeckerdrang einschränkt.

nur wichtig ist, dass alle, die nicht in Deutschland geboren sind, Deutsch lernen, sondern dass sie auch in ihrer Muttersprache ausgebildet werden. Sonst wachsen junge Leute immer mit dem Bewusstsein auf, defizitär zu sein. Aber wenn man sie auch in ihrer Muttersprache unterrichtet, sind sie sogar besser ausgestattet als andere. Das kostet Geld, ist aber fantastisch angelegtes Geld.

Sie monieren, dass in Deutschland Bildungserfolge zu stark vom sozialen Hintergrund abhängen. Wie lässt sich mehr Chancengerechtigkeit herstellen?

GESINE SCHWAN Man müsste im Wesentlichen Ganztagschulen und kleine Lerngruppen fördern. Sport, Künstlerisches und

kognitive Lerninhalte müssten sich abwechseln, damit alle Kinder die Chance haben, ohne Angst ihre Potenziale zu erfahren und zu entwickeln. Man sollte Familien in das Schulische einbeziehen und kulturelle Unterschiede sehr viel besser berücksichtigen.

Um das umzusetzen, fehlt es vor allem am Grundverständnis und an Sorgfalt im Umgang mit den Kindern. Ich habe das selbst in meinem Umfeld erlebt – da hat die Lehrerin bei einem Drittklässler eine angeborene Lese-Rechtschreib-Schwäche nicht erkannt. Sie hielt ihn für ein wunderliches Kind, das bei Klassenarbeiten nach zwei, drei Worten unter dem Tisch verschwand. Aber das Kind hatte die Erfahrung gemacht, dass es bei Arbeiten sowieso nicht mit-

kommt. Später wurde diesem Kind unter anderem durch Psychotherapie wunderbar geholfen. Heute ist der Junge fast 15 und Klassenbester. Immer wenn Kinder in Schemata gepresst werden und nicht funktionieren, wird es auf die Kinder geschoben, und das ist nicht gut.

Im internationalen Vergleich stehen deutsche Schulen bei der Digitalisierung schlecht da. Wie konnte es passieren, dass wir so abgehängt wurden?

GESINE SCHWAN Wir haben generell die Ausstattung der öffentlichen Sphäre sehr vernachlässigt. Das Sparen im öffentlichen Bereich gehörte mit zu der Idee des Neoliberalismus, weil dieser Bereich angeblich

unproduktiv ist. Es war wie eine Krankheit, dass alles Öffentliche eingespart werden sollte. Dass wir einen riesigen Kontext an Bildung, an digitaler Infrastruktur brauchen, das wurde ausgeblendet. Was alles vernachlässigt wurde, das sehen wir jetzt.

In Deutschland verlassen jedes Jahr Zehntausende die Schule ohne Hauptschulabschluss. Muss man das hinnehmen?

GESINE SCHWAN Das ist ein klares Versagen des Systems. Als ich Präsidentin der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder) war, gab es dort ein Projekt mit der Stadtverwaltung und den Bewohnern des Stadtteils Neuberesinchen. In diesem Stadtteil wohnen viele Familien mit Problemen. Eine Schule in Neuberesinchen war bereit, sich auf den neuen Ansatz „Produktives Lernen“ einzulassen. Die Teilnehmer waren alles junge Leute ohne Schulabschluss. Acht Lehrerinnen trainierten diese Jugendlichen wie Coaches – nach ihren individuellen Erfordernissen. Vier Wochen später rief mich der Schulleiter an und sagte: „Sie können sich nicht vorstellen, was hier los ist. Diese jungen Leute wollen plötzlich lernen.“ Untersuchungen haben gezeigt: Von 100 Teilnehmern des „Produktiven Lernens“ schaffen 80 den Schulabschluss und finden danach Lehrstellen.

An diesem Beispiel sieht man, welches Potenzial verloren geht, nur weil man die jungen Menschen falsch anfasst und nicht von ihren Bedürfnissen her denkt. Und das gilt nicht nur für Lernschwache, sondern generell wollen Jugendliche nicht immer

nur Lehrbücher lesen. Die meisten wollen anfassen, etwas machen und ihre Talente zum Ausdruck bringen.

Wenn Sie eine Vision für die Bildung der Zukunft skizzieren würden, wie sähe die aus?

GESINE SCHWAN Meine Vision hat eine kulturelle und eine institutionelle Komponente. Im Bildungsbereich läuft zum Beispiel in Skandinavien vieles so gut, weil das Grundverständnis besteht, dass alle Menschen ein Recht haben, ihr Leben gut zu gestalten und die gleiche Würde haben.

Bei uns ist das überhaupt nicht die allgemeine Überzeugung, sondern man geht davon aus: Es gibt Begabte und Unbegabte, und man muss sich vor allem um die Begabten kümmern. Das ist natürlich Unsinn, weil man die Begabungen eines Menschen ja gar nicht kennt, solange man sie nicht ausprobieren hat.

Alle Menschen haben Potenziale, die man zur Entfaltung bringen muss, und das muss mit Wohlwollen geschehen – mit Strenge, mit Gerechtigkeit durchaus, aber vor allem mit Wohlwollen. Das ist die kulturelle Seite meiner Vision.

Institutionell ist die Forderung nach kleineren Einheiten zentral. Bildung ist keine Massenabfertigung. Ich glaube, dass Bildung in dezentralen Einheiten geschehen muss, wo junge Menschen kooperativ lernen können, wo sie positive Erfahrungen mit sich selbst, aber auch mit anderen machen können, wo sie Lust bekommen, Verantwortung zu übernehmen. Das ist meine Vorstellung von Bildung.



GEMEINSAM VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN: „BILDUNG.DIGITAL“

Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DJKS) setzt sich dafür ein, dass jedes Kind und jeder Jugendliche in Deutschland gut aufwachsen und lernen kann.

Sie bringt Menschen aus der Bildungspraxis aus Schulen, Kitas oder Jugendarbeit, aus Verwaltung und Politik, aus Wissenschaft und Zivilgesellschaft zusammen und arbeitet mit ihnen an Veränderungen und drängenden Herausforderungen im Bildungssystem. Lösungen, die im Alltag ankommen, findet man nicht im Gegen-, sondern im Miteinander, so die Erfahrung der Stiftung. Die besten Lösungen stellen die Interessen von Kindern und Jugendlichen in den Mittelpunkt.

Gemeinsam mit der ARAG wurde das Programm „bildung.digital“ initiiert. Es unterstützt Schulen dabei, Konzepte der digitalen Bildung zu entwickeln und zu verankern. In der Programmstelle „bildung.digital – Netzwerk Ganztätig bilden“ begeben sich 40 Ganztätigsschulen auf diesen Weg. In Kooperation mit der ARAG SE und den Bundesländern Berlin, Bayern, Hamburg, Hessen, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein entstehen vier länderübergreifende schulische Netzwerke. Über sie erhalten die Schulteams fachliche Anregungen, Austauschmöglichkeiten und die Chance, die eigene Praxis systematisch zu reflektieren.

Weitere Informationen:
www.bildung.digital

GRI

bildung.digital

Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel „Gesellschaftliches und politisches Engagement“ auf Seite 112.

WIR SIND DA!

COVID-19-KRISE

Teamwork wird im Familienunternehmen ARAG weltweit großgeschrieben. Dies hat sich gerade in COVID-19-Zeiten bewährt: Mit Bravour haben alle gemeinsam aus dem Home-Office heraus die Krise nicht nur gemeistert, sondern obendrein mit viel Kreativität, Schnelligkeit und Engagement neue nutzenstiftende Hilfsangebote für Kunden sowie Nicht-Kunden geschaffen.



ANJA SCHEVE



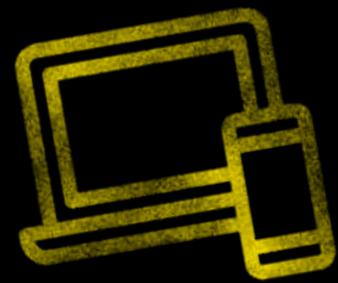
#INSIDEARAG + ARAG INSTAGRAM

Eng miteinander verbunden zu sein, funktioniert auch über große Entfernungen hinweg. Das hat die ARAG seit Beginn der COVID-19-Pandemie eindrucksvoll bewiesen: Innerhalb von kürzester Zeit konnten nicht nur die mehr als 4.300 nationalen und internationalen Mitarbeiter im Home-Office arbeiten, sondern auch von dort aus den Kunden und Verbrauchern verlässlich zur Seite stehen. Mehr noch: Schnell und pragmatisch hat das Team im Remote-Modus gemeinsam nützliche Angebote und Services entwickelt, um dem gestiegenen Bedarf an juristischer Unterstützung und Hilfestellung in diesen unsicheren Zeiten gerecht zu werden. „Unsere engagierten und hoch motivierten Mitarbeiter haben diese Situation sofort extrem gut aufgenommen und aus dem Home-Office heraus viel Neues erdacht und damit für starken Rückhalt gesorgt. Dafür gebührt allen Kolleginnen und Kollegen weltweit großer Respekt“, hebt Dr. Renko Dirksen, Vorstandssprecher der ARAG SE, hervor.

INTERNATIONALE HANDLUNGSSTRATEGIEN

Dass das Familienunternehmen bereits sehr früh gehandelt sowie sich und die Belegschaft für diese Ausnahmesituation bestmöglich gerüstet hat, ist auch seiner internationalen Ausrichtung zu verdanken. Denn die ARAG Kolleginnen und Kollegen in Italien, wo die Pandemie schon im Februar 2020 massiv um sich griff, hatten damals bereits verstärkt Vorsichtsmaßnahmen getroffen und ihre Erfahrungen konzernweit geteilt. Im Zuge dessen entstand unter anderem ein sogenannter „CEO-Call“, bei dem sich seither Verantwortliche aller 19 ARAG Länder austauschen und gemeinsame Handlungsstrategien festlegen. Auch in technischer Hinsicht wurde umgehend entschlossen gehandelt: Weltweit wurden zusätzliche Nutzerlizenzen erworben, Bandbreiten erhöht und Telefone direkt umprogrammiert.





#ARAGatHome 

Geschäftsstelle zu? Home-Office auf! Für Euch.



DIE KONSEQUENTE DIGITALISIERUNG ZAHLT SICH AUS

Vor dem Hintergrund der dynamischen Entwicklung der COVID-19-Pandemie hatte der ARAG Konzern seine Arbeitsaufstellung zu Beginn der Pandemie vollständig auf Home-Office umgestellt.

Gleich zu Beginn der Pandemie liefen alle Servicebereiche für die Kunden des Düsseldorfer Familienunternehmens nahtlos und stabil weiter. Die konsequente Digitalisierung der vergangenen Jahre zahlte sich aus. Bis auf eine kleine Notbesetzung waren die Büros der ARAG praktisch leer. Trotzdem lief der Betrieb störungsfrei weiter. Auch ein Jahr später arbeiteten im Februar 2021 90 Prozent der ARAG Belegschaft von zu Hause aus. Gleichzeitig trafen und treffen die Produkte des Rechtsschutz- und Krankenversicherers in der Krise den Nerv der Kunden. So legten die Beitragseinnahmen des Familienunternehmens 2020 um 4,4 Prozent auf 1,8 Milliarden Euro zu. Als Anerkennung und Wertschätzung für diese Leistung unter Pandemiebedingungen hat die ARAG für ihre Belegschaft ein zusätzliches Unterstützungspaket geschnürt. „Unsere Kunden brauchen uns in der Krise und das gesamte ARAG Team hängt sich dafür richtig rein, inklusive umfangreicher Samstagsarbeit“, so Dr. Renko Dirksen, Sprecher des Vorstands der ARAG SE. „Auch wenn das Home-Office mittlerweile Routine geworden ist, dürfen wir das nicht für normal halten.“

Hinter dem schönen Wort Home-Office verbergen sich viele Extreme: Alleinerziehende konnten bei geschlossenen Kitas und Schulen praktisch nicht mehr arbeiten. Kinder- und Kundenbetreuung funktioniert nur unter Aufbietung aller Reserven. Die ARAG honorierte die herausragenden Leistungen und den vorbildlichen Einsatz ihrer Belegschaft: So erhielten unter anderem alle unbefristeten Vollzeitbeschäftigten im Februar 2021 einen Bonus von 1.000 Euro steuerfrei. Azubis, Werkstudenten und befristete Mitarbeiter bekamen 500 Euro. Teilzeitbeschäftigte wurden anteilig bedacht. Für die schulpflichtigen Kinder der Mitarbeiter wurde ein zusätzliches Home-Schooling-Angebot für alle Fächer und über alle Schuljahre eingerichtet, um die Eltern zu entlasten.

GRENZENLOSER SUPPORT

Das erstklassige Informations- und Hilfsangebot während der COVID-19-Pandemie kennt bei der ARAG keine Grenzen. Denn auch die internationalen Einheiten des Konzerns haben für ihre Kunden wie auch für ihre Mitarbeiter verschiedenste Angebote und Services auf den Weg gebracht.



ARAG ÖSTERREICH

Webinar-Angebote und flexible Arbeitszeiten

Neben einer COVID-19-Beratungshotline für ARAG Kunden und Nicht-Kunden hat die österreichische Niederlassung der ARAG SE umfassend auf ihrer COVID-19-Serviceseite auf www.arag.at informiert. Zudem wurden erweiterte Beratungsmöglichkeiten per Telefon und Videocall geschaffen, und zwar auch in ungedeckten Fällen. Das Webinar-Angebot für Vertriebspartner wurde ausgebaut. Die Mitarbeiter, die seit Mitte März im Home-Office arbeiten, können ihre Arbeitszeit seither flexibel gestalten und Wochenstunden nach Bedarf reduzieren oder erhöhen. In moderierten, abteilungsübergreifenden Meetings bleiben alle über MS Teams im Gespräch.

Alle Services unter www.ARAG.at/services/COVID-19/



ARAG NIEDERLANDE

Gutscheincheck für Reisen samt Fußballquiz

Die niederländische ARAG Niederlassung hat zahlreiche Rechtshilfen für Privatpersonen und Unternehmer geschaffen – egal, ob sie versichert sind oder nicht. Zudem gibt es auf der Website sowie in den sozialen Medien umfassende Corona-Informationen – über FAQs, Blogs, Webinare und Podcasts. Auf www.ARAG.nl wurde zudem ein Gutscheincheck für Reisende implementiert und ein Fußballquiz eingerichtet. Die Mitarbeiter erhielten auf vielfältige Weise Support – sei es mit technischem Equipment, Büroausstattung oder Fitness- und Beratungsangeboten, auf Online-Mitarbeiterversammlungen sowie einer interaktiven Online-Weihnachtsfeier.

Alle Services unter www.arag.nl/coronavirus/



ARAG SPANIEN

Kostenlose Rechtsberatungen für alle in der Krise

Mit einer kostenlosen Rechtsberatung durch das Anwalts-Callcenter, speziellen Webinaren für Kunden und Makler, einer eigenen Landingpage auf www.ARAG.es, verstärkten Blogbeiträgen sowie einer Anpassung der Produkte hat die spanische Niederlassung der ARAG SE auf die Coronapandemie und dadurch den gestiegenen Bedarf an rechtlicher Unterstützung reagiert. Die Mitarbeiter wurden alle zehn Tage vom Niederlassungsleiter über die aktuelle Entwicklung im Unternehmen informiert. Für die Zeit, in der die Büros geschlossen waren, wurde ein Newsletter erstellt und die Instagram-Kampagne „ARAG at home“ ins Leben gerufen.

Alle Services unter www.arag.es/coronavirus/



ARAG ITALIEN

Kostenlose COVID-19-Tests für Mitarbeiter und ihre Familien

Die italienische ARAG Niederlassung hat auf einer eigenen Webseite alle Services zur COVID-19-Krise zusammengefasst. Eine spezielle Arbeitsgruppe wurde für die Rechtsberatung zu den Notfallgesetzen eingerichtet. Die COVID-19-Rechtsberatung wurde auch ausgewählten Partnerunternehmen zur Verfügung gestellt. Auf www.arag.it erhielten Kunden und Nicht-Kunden rechtliche Informationen – über einen neuen Chatbot, verschiedene Artikel und Gesetzesdokumente. Alle Mitarbeiter bekamen regelmäßige Updates zur aktuellen (Sicherheits-)Lage. Zudem bietet die ARAG Italien jedem Mitarbeiter sowie ihren Familienmitgliedern kostenlose COVID-19-Tests an.

Alle Services unter www.arag.de/coronavirus

Hinweis: Die Auswahl der Länder stellt keinesfalls eine Wertung dar. Die vorgestellten Beispiele sollen vielmehr kurz und exemplarisch aufzeigen, wie vielfältig die Aktivitäten für Mitarbeiter und Kunden auch in den internationalen ARAG Einheiten in der COVID-19-Krise waren und sind.



„Das Home-Office funktionierte dank der Top-IT-Ausstattung und der frühzeitigen Digitalisierung von ARAG perfekt!“

Matthias Hahn | *Abteilungsleiter
Verkaufsförderung, ARAG SE*

Die Mitarbeiter der kundennahen Bereiche in Deutschland erhielten neueste Ultra-Wide-Bildschirme, um daheim optimal und nahtlos arbeiten zu können. Zudem konnten sich alle auf Wunsch Bürodrehstühle für zu Hause bestellen, ebenso wie Monitore, Headsets und Webcams. Bei dieser schnellen Umstellung wurde einmal mehr deutlich, dass sich die umfangreichen Investitionen in die Digitalisierung mehr als ausgezahlt haben. Denn bei ihrem Umzug ins Home-Office haben die nationalen ARAG Mitarbeiter besonders von den neuen, in 2019 deutschlandweit angeschafften mobilen Endgeräten profitiert.

Dank ihrer kompromisslosen Digitalisierung konnte die ARAG nicht nur sofort die Gesundheit ihrer Mitarbeiter schützen, sondern auch weiterhin voll für ihre Kunden da sein und für sie viele nutzenstiftende Hilfen entwickeln. „Die COVID-19-Krise war und ist der ultimative Test für die digitale Leistungsfähigkeit eines Versicherers. Diesen Test hat die ARAG ausgezeichnet bestanden“, betont Hanno Petersen, ARAG Konzernvorstand IT und Operations.

AUSGEZEICHNETER SUPPORT

Beweis dafür ist auch die Top-Bewertung, die der Konzern für seine digitale Krisenkommunikation während der Coronapandemie bei der bundesweiten mediaworx-Studie erhalten hat. Hier belegte die ARAG den hervorragenden zweiten Platz, weil sie proaktiv und bedürfnisorientiert ihre Kunden und Nicht-Kunden unterstützt, informiert und begleitet hat. (siehe Kasten Seite 32) Die spe-



„Es ist großartig, wie gut und schnell die ARAG auf diese Krise reagiert hat – und das in jeder Hinsicht. Ich finde den Werbespot ,ARAG für alle‘ super.“

Nicole Frontzek | *Sachbearbeiterin
Kundenservice, Team Makler, ARAG SE*



„Die Lieferung der Headsets ist eine Super- aktion und für uns im Home-Office eine große Hilfe – genial!“

Helga Roith | *Sachbearbeiterin
Leistungsmanagement Zahnmedizin,
ARAG Krankenversicherung*

ziellen Hilfsangebote, die in Rekordtempo geschaffen wurden, waren und sind enorm vielfältig:

Call-in-Days: Zu den Highlights der zahlreichen rechtlichen, frei nutzbaren Services zählte der ARAG Beratungstag. An insgesamt acht Call-in-Days konnten Kunden und Nicht-Kunden zwischen 10 und 18 Uhr all ihre drängenden rechtlichen Fragen rund um Corona über eine eigens eingerichtete Hotline stellen. Die Kosten dafür übernahm die ARAG (siehe hierzu auch Interview Seite 34).

Spezielle Landingpage: Bereits seit Anfang März 2020 wird das breite Spektrum von Unterstützungsangeboten auf der eigenen Themenseite www.ARAG.de/coronavirus gebündelt – insbesondere zu den relevanten Bereichen Arbeitsrecht, Reiserecht und Bevölkerungsschutz.

Kostenloser Anwalts-Chat: Sowohl Kunden als auch Nicht-Kunden können im Livechat mit den Partneranwälten des ARAG Anwaltsnetzwerks ihre dringenden rechtlichen Fragen schnell klären.

Rechtliche Hilfe bei Kündigung: Wer eine Jobkündigung oder einen Aufhebungsvertrag erhalten hat, kann arbeitsrechtliche Fragen über eine rein digitale Lösung juristisch prüfen lassen. Die Kosten für diese Services übernimmt die ARAG auch für Nicht-Kunden. Zudem bietet sie ein professionelles Konfliktmanagement an, bei dem ein Mediator als Sprachrohr zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber fungiert und schnell sowie nachhaltig eine optimale Lösung für beide Seiten findet.

Chatbot für Kunden: Ein eigens geschaffener FAQ-Corona-Chatbot beantwortet schnell und unkompliziert



ALLES, WAS ZÄHLT!

Auf die ARAG als Arbeitgeber kann jeder Mitarbeiter zählen – auch im Home-Office. Dank einer hervorragenden technischen Ausstattung und eines Top-Supports mangelt es seit dem Umzug dorthin an kaum etwas, wie diese markanten Zahlen untermauern.



96 %

der nationalen Mitarbeiter können dank mobiler Endgeräte von überall und jederzeit auf die ARAG Systeme zugreifen. Die restlichen 4 Prozent sind nicht verlegbare Funktionsrechner, beispielsweise am Empfang.

4

Mitarbeiter des eigens eingerichteten Support-Teams stehen den daheim arbeitenden Kollegen mit Rat und Tat zur Seite.

470

Drehstühle auf Leihbasis ermöglichen auch zu Hause einen perfekten Sitz am heimischen Arbeitsplatz.



691 Webcams

sowie

1.400 Headsets

stellen eine optimale Kommunikation mit Kunden und Kollegen sicher.



50

SIM-Karten wurden angeschafft, um Kolleginnen und Kollegen ohne oder mit schlechtem Internetzugang im Home-Office zu helfen.

GRI

Digitalisierung

Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel „Digitale Transformation“ auf Seite 93.

ziert diverse Fragen, insbesondere zum Arbeitsrecht sowie zu verschiedensten Versicherungsbelangen. Dieser Bot wird durch die Nutzeranfragen ständig trainiert und weiter ausgebaut. Einige internationale Einheiten des ARAG Konzerns haben den Beratungsbots adaptiert (siehe Seite 32).

Kundenhotline mit direktem Draht zum Anwalt: Innerhalb von 24 Stunden können Kunden direkt mit einem unabhängigen Anwalt aus dem ARAG Rechtsanwaltsnetzwerk sprechen. Ein Chatbot verifiziert zunächst vollautomatisch den Kundenstatus über die Versicherungsnummer, managt den Termin und übermittelt dem Netzwerkanwalt das Anliegen für den Rückruf.

SPARTENÜBERGREIFENDE ARAG SERVICES

Dass dieser geballte und frühzeitige rechtliche Rückhalt enorm wichtig war, untermauern diese Zahlen: Insgesamt legte die Kontaktaufnahme on- und offline allein beim Thema Arbeitsrecht um 75 Prozent zu. Andere Rechtsbereiche, beispielsweise rund ums Thema Reisen, konnten Zuwächse von 50 Prozent verzeichnen. „Es zeigt sich, dass gerade in Krisenzeiten eine Rechtsschutzversicherung wichtiger ist denn je. Mit unserer jahrzehntelangen Rechtsschutzexpertise sowie unserer strategischen Ausrichtung als Sach- und Krankenversicherer sind wir daher bestens aufgestellt“, hebt Vorstandssprecher Dr. Renko Dirksen hervor.

Den Kunden mit smarten Serviceangeboten, innovativen Tools und digitalen Prozessen schnell und unkompliziert zu helfen, stand nicht nur im Rechtsschutz, sondern auch in



Flexibel und aktiv im Home-Office

Seit Mitte März 2020 arbeiten praktisch alle Mitarbeiter der ARAG von zu Hause aus. Die Umstellung fiel leicht, denn eine Voraussetzung dafür war bereits erfüllt: Die ARAG hatte ihre gesamte digitale Infrastruktur schon lange vor der Pandemie neu aufgestellt. Zuletzt hatten alle Beschäftigten in 2019 neue und mobile Endgeräte erhalten, die sie auch privat nutzen können. Zudem laufen alle wichtigen Systeme entweder cloudbasiert oder auf modernen Linux-Systemen.



den Konzernsparten Komposit und Krankenversicherung während der COVID-19-Krise im Mittelpunkt. So hat die ARAG Krankenversicherung im April 2020 ein neu entwickeltes Versorgungskonzept rund um Schwangerschaft und Geburt eingeführt. Schwangere Frauen, die bei der ARAG krankenvollversichert sind oder einen Partner mit entsprechendem Versicherungsschutz haben, können sich von examinierten Hebammen des Berliner Start-ups Kinderheldin per Chat sowie Telefon ortsunabhängig betreuen lassen. Zum Versorgungskonzept gehören ebenso vollwertige Online-Geburtsvorbereitungskurse des Kooperationspartners Keleya.

BERATUNG UND VERKAUF VOLLSTÄNDIG DIGITAL

Dieses umfangreiche Angebot wurde im Juli 2020 noch erweitert: Der speziell für werdende Väter konzipierte Online-Geburtsvorbereitungskurs „Hey Papa“ beinhaltet drei Module für die Zeit vor, während sowie nach der Geburt und steht vollversicherten ARAG Kunden kostenlos zur Verfügung. Auch die ARAG Sportversicherung hat den bei ihr versicherten rund 77.000 Vereinen während der Coronapandemie mit starken Services geholfen. So hat Europas größter Sportversicherer einen speziellen Versicherungsschutz

für sportliche Onlinekurse und soziale Aktivitäten der Vereinsmitglieder, beispielsweise nachbarschaftliche Einkaufsdienste, entwickelt.

„Der Kunde braucht uns gerade in schweren Zeiten wie diesen. Und wir haben alles, damit er vielschichtige Risiken absichern und zudem auf einen exzellenten Service vertrauen kann“, unterstreicht Dr. Matthias Maslaton, ARAG Konzernvorstand Vertrieb, Produkt und Innovation. Durch den medienbruchfreien, vollelektronischen Beratungs- und Verkaufsprozess, den die ARAG schon vor Jahren für ihren Ausschließlichkeitsvertrieb eingeführt



TOP-BEWERTUNG FÜR DIGITALEN SUPPORT

Tolle Auszeichnung für die ARAG – und zugleich eine weitere Bestätigung auf ihrem Weg zum Smart Insurer: In der Studie „Die Superversicherer“ der Berliner Digitalagentur mediaworx AG zur digitalen Krisenkommunikation während der Pandemie konnte die Homepage www.ARAG.de besonders überzeugen. Für den außerordentlich guten digitalen Support und ihre kundenorientierte Kommunikation in der Ausnahmesituation rund um die COVID-19-Krise erhielt die ARAG eine Top-Wertung von 91 Prozent und landete damit auf Platz 2. Insgesamt hat mediaworx die Websites von 20 großen deutschen Versicherungsunternehmen unter die Lupe genommen und geschaut, wer im Netz die Nutzerinnen und Nutzer am besten unterstützt.

ARAG KAMPAGNE ZUM JUBILÄUM

„Gegründet vor 85 Jahren. Gemacht für heute.“ Der Claim der aktuellen ARAG Werbekampagne drückt griffig aus, wofür die ARAG steht, und schlägt den Bogen vom Damals zum Jetzt. Nach nur knapp einem Monat Entwicklungszeit startete der Versicherungskonzern am 10. August 2020 die Kampagne, die sowohl das Unternehmensjubiläum als auch die aktuellen rechtlichen Implikationen der Coronapandemie thematisiert. Vier Spots, entwickelt von der ARAG zusammen mit der Kreativagentur BUTTER, wecken bei den Verbrauchern ein Bewusstsein dafür, wie wichtig Rechtsschutz aktuell ist, besonders bei Themen wie Kündigung, Kurzarbeit oder Reise-stornierung. Das Feedback war hervorragend. „Der Kampagnenclaim wird wahrgenommen, verstanden und bleibt hängen“, berichtet Jakob Muziol, Leiter Marketing bei der ARAG.



hat, wurde auch im Lockdown die Beratung der Kunden und Verbraucher sichergestellt. Dank der ARAG BeratungsApp konnten die ARAG Vertriebspartnerinnen und -partner aus dem Home-Office digital informieren, beraten und passgenaue Produkte verkaufen.

STARKE HILFEN AUCH FÜR DAS ARAG TEAM

Virtuell näher zusammenzurücken und gemeinsam zuversichtlich die Zukunft zu gestalten, hat sich im gesamten Konzern mehr als bewährt. Dies zeigen auch die zahlreichen Aktionen, Aktivitäten und Formate für die sowie von der ARAG Belegschaft, mit denen die Vernetzung, der Austausch sowie die gegenseitige Hilfe weiter vorangetrieben wurde:

Neue Trainingsformate: Für das Arbeiten im virtuellen Raum, das alle Mitarbeiter vor neue Herausforderungen gestellt hat, hat die ARAG Personalentwicklung zusätzliche Onlinetrainings für kreative Meetings, professionelles Präsentieren, erfolgreiche Führung und Teamarbeit entwickelt und angeboten. Weiterhin gab es den Online-crashkurs „Remote Work“ und auch Seminare zur optimalen Nutzung von Office 365. Mit Learn2Develop ging dann im Oktober 2020 eine neue Lernplattform für alle nationalen Mitarbeiter live, die individuelle Weiterentwicklung und eigenverantwortliches, digitales Lernen ermöglicht.

Virtuelles Kaffee-Roulette: Einfach mal mit einem bislang unbekanntem Kollegen von Home-Office zu Home-Office quatschen?

Das Kaffee-Roulette, das es als analoges Format bereits seit Langem gibt, macht's nun auch digital möglich. Angeschoben von unserer Zukunftsinitiative #einfachmalanders, die seit Beginn der Pandemie noch weitere spannende Formate und Events virtuell für das ARAG Team organisiert, wurden jeweils zwei Kollegen für ein Teams-Meeting ausgelost.

#ARAGatHome: Auch auf Instagram zeigte sich das ARAG Team äußerst kreativ und lud Fotos und persönliche Impressionen aus dem Home-Office hoch. Dabei zeigte sich die beeindruckende Vielfalt des Konzerns, denn auch die internationalen Einheiten sowie der ARAG Stammvertrieb (siehe Seite 31) machten mit.

Gute-Nachrichten-Ticker: Positive News gab und gibt's in diesen Krisenzeiten auch! Tolle Initiativen und Aktionen, die gute Laune machen, sowie jede Menge Tipps und Anregungen gegen Langeweile und rund ums Thema Home-Office werden auf einer eigenen Themenseite im ARAG Intranet veröffentlicht.

Gemeinsam fit im Home-Office: Damit alle auch im Home-Office in Bewegung bleiben, gab es zweimal in der Woche je ein Workout mit zahlreichen Übungen über Teams – angeleitet von einem Fitness-experten.

Ob für Kundinnen und Kunden, Verbraucherinnen und Verbraucher, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Die ARAG hat einmal mehr bewiesen, wie wichtig es ist, gerade in unsicheren Zeiten da zu sein – für ihre Kunden, aber auch miteinander und für einander. [REDACTED]

BEI ANRUF RECHTSRAT

INTERVIEW

Gerade zu Beginn der COVID-19-Krise war der rechtliche Beratungsbedarf extrem groß. Die ARAG hat darauf umgehend reagiert und unter anderem kostenlose Call-in-Days für Kunden und Nicht-Kunden organisiert. Über das einzigartige Angebot berichtet Nicole Vogelsberger im Interview.



Wie entstand die Idee für die Call-in-Days?

NICOLE VOGELSBERGER Wir haben sehr früh die Bedürfnisse nach rechtlicher Hilfestellung erkannt. Neben den Kollegen aus dem Vertrieb kamen vor allem unsere Kunden mit zahllosen Fragen auf uns zu. Daher war uns umgehend klar: Hier müssen wir schnell und pragmatisch helfen, und zwar Kunden und auch Nicht-Kunden. Am 2. April 2020 haben wir erstmals die Telefonhotline freigeschaltet, bei der alle Anrufer ihre rechtlichen Anliegen zu Corona kostenlos mit einem unabhängigen Anwalt aus dem ARAG Anwaltsnetzwerk besprechen konnten.

Mit welchen Marketingmaßnahmen hat die ARAG dafür geworben?

NICOLE VOGELSBERGER Mit einer breit angelegten Werbekampagne. Unsere Spots waren in reichweitenstarken TV-Sendern und auf verschiedenen Social-Media-Kanälen zu sehen. Dabei haben wir unsere jahrzehntelange Rechtsschutzexpertise herausgestellt sowie unser breites Informations- und Hilfsangebot sowie unsere Website www.ARAG.de beworben.

Welche rechtlichen Fragen rund um COVID-19 brannten den Anrufern unter den Nägeln?

NICOLE VOGELSBERGER Im Mittelpunkt standen klar die beiden großen Themenbereiche Arbeits- und Reiserecht. Vor allem zur Kurzarbeit und zu Reisetornierungen kamen viele Nachfragen, aber auch zum Mietrecht, Home-Office oder zur Kinderbetreuung.

Wie war das Feedback der Anrufer?

NICOLE VOGELSBERGER Die Resonanz, die uns die Juristen aus unserem Anwaltsnetzwerk zurückgespielt haben, war sehr positiv. Denn mit ihrem kompetenten und kostenlosen rechtlichen Rat konnten sie unzähligen besorgten Anrufern in dieser äußerst belastenden Ausnahmesituation schnell weiterhelfen. Das kam sehr gut an. Mit den Call-in-Days, die wir insgesamt achtmal angeboten und bei denen die Kolleginnen und Kollegen aus dem ARAG Rechts-Service inklusive der Mediatorinnen und Mediatoren unterstützt haben, sowie unseren weiteren Coronaservices haben wir Tausenden von Menschen weitergeholfen – und tun es nach wie vor.



Nicole Vogelsberger

Die Syndikusanwältin mit Mediationsausbildung arbeitet seit 2004 für die ARAG und zeichnet seit April 2014 als Abteilungsleiterin für das Rechtsdienstleister-Netzwerk verantwortlich. Derzeit absolviert die 46-Jährige ihren Master im Bereich Digital Innovation und Business Transformation (DIBT).

Wie lautet Ihr persönliches Fazit?

NICOLE VOGELSBERGER Nicht nur mit den Call-in-Days, sondern unserem gesamten Informations- und Hilfsangebot haben wir bewiesen, was seit mehr als 85 Jahren unsere DNA und unser erklärtes Ziel ist: Jedem Bürger zu seinem Recht zu verhelfen. Was mich dabei zudem besonders gefreut hat war einmal mehr der starke Zusammenhalt und das tolle Teamwork unserer Kolleginnen und Kollegen. Sie haben alle Services innerhalb kürzester Zeit, über alle Fachbereiche hinweg und zudem noch aus dem Home-Office heraus auf den Weg gebracht. Das unterstreicht einmal mehr den typischen ARAG Spirit.

GELEBTE VIELFALT

DIVERSITÄT

Empathie und Wertschätzung für unterschiedliche Biographien und Bedürfnisse prägen die interne Unternehmenskultur und die Services der ARAG USA. Das Bekenntnis der Unternehmensführung zu Diversität und Inklusion macht die ARAG in den Vereinigten Staaten erfolgreich – als Arbeitgeber und Versicherer.



SUSANNE THEISEN



FOTOLIA

In der herausfordernden Situation der vergangenen Monate habe ich etwas Wichtiges gelernt: Um das Gleichgewicht zwischen den unternehmerischen Aufgaben und den Bedürfnissen der Mitarbeiter zu halten, brauchen Führungskräfte emotionale Intelligenz. Für mich bedeutet das, empathisch und mitfühlend zu sein.“ Mit diesen Worten beschrieb David Murray, CEO ARAG USA, mitten in der Coronapandemie sein Verständnis erfolgreicher Führung. Murray: „Ich bemühe mich außerdem, ein starkes Gefühl der Verbundenheit ausstrahlen, um das Vertrauen der Mitarbeiter in mich zu fördern.“ Dass ein CEO sich vom „Chief Executive Officer zum Chief Empathy Officer“ entwickeln solle, wie er in dem Artikel festhält, war schon vor der Pandemie sein Standpunkt.

In diesem Sinne prägt ein Miteinander, das auf Zuhören basiert, die Unternehmenskultur der ARAG USA. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf den Themen Diversität und Inklusion. Im Juni 2020 äußerte sich das sehr deutlich in der spontanen Gründung eines Diversitätskomitees durch Mitarbeiter. Auslöser war der durch einen Polizisten verursachte gewaltsame Tod des Schwarzen George Floyd, der zu Black-Lives-Matter-Protesten in den USA und auf der ganzen Welt führte. „Die Angestellten, die das Komitee ins Leben gerufen haben, wollten damit ein Zeichen für Vielfalt an ihrem Arbeitsplatz setzen. Das hat die Unternehmensführung sehr gerne unterstützt“, sagt Lisa Wolf, Personalchefin ARAG USA (siehe Interview Seite 43).







DAS ARAG DIVERSITÄTS- KOMITEE

Gender, Transgender, Gay, People of Color – Vielfalt ist mehr als ein aktueller Trend und fängt im Kopf an, sagt Ann Cosimano, Gründerin des ARAG Diversitätskomitees. Als Reaktion auf die sozialen Unruhen und Gespräche über Rassismus in den Vereinigten Staaten hat sie das ARAG Diversitätskomitee gegründet. Es besteht aus zehn Teammitgliedern. Das Komitee trifft sich regelmäßig, um eine Mission, eine Vision und Ziele zu den Themen Vielfalt und Integration zu erstellen, die bei der ARAG erreicht werden können. Mehr dazu im Interview auf Seite 41.

Weitere Informationen zum Engagement und zur Struktur der ARAG USA finden Sie unter:

 www.araglegal.com/about-arag

DIVERSITÄT MACHT UNTER- NEHMEN ERFOLGREICHER

Dass Diversität die Unternehmenskultur positiv beeinflusst und ein Zugewinn für Unternehmensführung und Mitarbeiter ist, belegte eine Analyse, die das Unternehmens- und Strategieberatungsunternehmen McKinsey im Mai 2020 veröffentlichte: Dafür wertete die Unternehmensberatung Daten von mehr als 1.000 Unternehmen aus 15 Ländern aus. In der Veröffentlichung heißt es: Firmen mit hoher Gender-Diversität hätten eine um 25 Prozent größere Wahrscheinlichkeit, überdurchschnittlich profitabel zu sein – im Jahr 2014 seien es noch 15 Prozent gewesen. Betrachte man außerdem den Faktor der ethnischen Diversität in den Vorständen – so McKinsey –, steige die Erfolgswahrscheinlichkeit sogar um 36 Prozent. Das Fazit der Analyse lässt sich so auf den Punkt bringen: Je diverser ein Unternehmen ist, desto mehr Erfolg hat es. Dazu trägt unter anderem bei, dass Vielfalt unter den Mitarbeitern eines Unternehmens dessen Offenheit und Lernfähigkeit sicherstellen. Diversität führt außerdem zu mehr Zufriedenheit bei den Mitarbeitern und wirkt attraktiv auf Nachwuchskräfte.

Bei der ARAG USA war und ist man sich dessen längst bewusst. David Murray: „Die Anerkennung von Vielfalt und die Einbeziehung unter Berücksichtigung aller charakterlichen Eigenheiten unserer Teammitglieder sehen wir als große Bereicherung, und das ist seit jeher Teil der ARAG Kultur.“ Das im vergangenen Jahr gegründete Diversitätskomitee ist sozusagen der lebende Beweis dafür, dass die ARAG diese Vielfalt ganz praktisch umsetzt. „Die ARAG USA hat ein klares, sogenanntes ‚Diversity & Inclusion Mission Statement‘ formuliert, das da lautet: Sei du selbst mit all deinen Facetten.

Oder wie wir es formuliert haben: ‚Be You. Be Unique. Be ARAG. We are one ARAG.‘ Unsere Mission ist ganz klar die Akzeptanz aller an einem Arbeitsplatz, der unterschiedliche Backgrounds, Erfahrungen und Sichtweisen einschließt. Das ermöglicht uns, Innovationen voranzutreiben und die Bedürfnisse unserer Kunden besser zu erfüllen.“

OFFENHEIT WIRD BELOHNT

Das Bekenntnis zur Vielfalt bei der ARAG USA spiegelt sich ganz konkret auch in einem vielfältigen Produktangebot für Kunden wider. So ist im Januar 2021 ein umfassendes Diversity&Inclusion-Leistungspaket hinzugekommen, mit dem die ARAG USA zum Beispiel auf die Bedürfnisse der LGBTQIA+ Community reagiert und sich damit direkt an Versicherungskunden wendet, die zum Beispiel lesbisch, schwul, bisexuell, pansexuell, intersexuell oder transgender sind. Die Produkte beinhalten Leistungen, die Mitglieder in rechtlichen Angelegenheiten wie etwa bei einem Partnerschafts- und Ehevertrag oder bei Änderungen der Geschlechtskennung in offiziellen Dokumenten in Anspruch nehmen können.

Wie immer sind die neuen Produkte Ergebnis des engen Austauschs der ARAG USA mit ihren Mitgliedern und Mitgliedsunternehmen. „Wir fragen regelmäßig danach, welche Leistungen unseren Kunden und Kundinnen fehlen. Außerdem profitieren wir davon, dass unsere Account Manager sehr gut mit den Personalabteilungen unserer Unternehmenskunden zusammenarbeiten. Über sie erfahren wir, wo bei ihren Angestellten in rechtlichen Angelegenheiten der Schuh drückt“, erklärt Ann Cosimano, General Counsel ARAG USA. Von der wertschätzenden Atmosphäre, die die positive Haltung zu



STARK DURCH AKZEPTANZ UND WERTSCHÄTZUNG

INTERVIEW

Die ARAG USA ist beliebt als Arbeitgeber und als Versicherer. General Counsel Ann Cosimano erklärt, wie Diversität zum guten Standing des Unternehmens beiträgt.

2020 wurde Diversität bei der ARAG USA noch einmal ganz aktuell. Warum?

ANNCOSIMANO Im Mai 2020 wurde ein Schwarzer namens George Floyd in Minneapolis von einem Polizisten fahrlässig getötet. Das war nur eins von vielen Tötungsdelikten seitens der Polizei an Afroamerikanern. George Floyds Tod löste weltweit Black-Lives-Matter-Proteste aus und rückte erneut die Notwendigkeit von Diversität und Inklusion in unserer Gesellschaft ins Schlaglicht. Während diese Werte schon immer Teil unserer Unternehmenskultur waren, motivierten die aktuellen Ereignisse einige unserer Mitarbeiter dazu, ein Komitee zu gründen, das dieses Thema noch weiter voranbringt – und ihre Leidenschaft für Gleichheit zum Ausdruck bringt.

Wie kann das Diversitätskomitee die ARAG USA bereichern?

Auf vielen Ebenen: Vor allem wird es dafür sorgen, dass wir alle uns noch sicherer und wertgeschätzt fühlen – unabhängig von Herkunft, Alter, Geschlecht, Religion etc. Das Komitee drückt aus meiner Sicht den Stolz der Angestellten aus, für ein Unternehmen zu arbeiten, dem Diversität und Inklusion etwas wert sind.

Ist Diversität ein Erfolgsfaktor für Versicherungsunternehmen?

Die ARAG USA hat 730.000 Mitglieder überall im Land. Egal, ob es um Alter, Einwande-



Ann Cosimano

Seit 2000 ist sie in der Position des General Counsel bei der ARAG USA und verantwortlich für die Abteilungen Legal, Regulatory, Compliance, Risk und Attorney Relations. Ihre Laufbahn als Rechtsanwältin startete sie im Non-Profit-Bereich. Zusätzlich zu ihrem Jurastudium hat Ann Cosimano einen Abschluss in Psychologie und Soziologie.

rungsgeschichte, Lifestyle, Genderzugehörigkeit, Religion, sexuelle Orientierung oder finanzielle Möglichkeiten geht: Unsere Kunden sind divers. Weil das so ist, sind wir überzeugt, dass auch unsere Teams divers sein sollten – um die Bedürfnisse unserer Kunden zu spiegeln, sich für sie einzusetzen und so exzellenten Kundenservice bieten zu können.

Auf welche Mitgliederanforderungen hat die ARAG in den USA in den vergangenen Jahren reagiert?

In diesem Zusammenhang möchte ich auf unser neues Leistungspaket Diversity&Inclusion hinweisen, das mit vielen innovativen Leistungen auf die Bedürfnisse der LGBTQIA+ Community reagiert. Konkret bedeutet das, dass wir seit 1. Januar 2021 Einzelpersonen und Paare, die sich mit LGBTQIA+ identifizieren, bei vielen recht-

lichen Themen unterstützen. Das reicht von Vollmachten wie Krankenhausbesuchsrecht oder Bestattungsrichtlinie über Adoption und Leihmutterschaft bis hin zu Ehevertrag, Testament und der Änderung von Geschlechtsmarkern und Name. Auch Rechtsbeistand in Diskriminierungsangelegenheiten ist abgedeckt.

Wie gut nehmen die Kunden die neuen Versicherungsleistungen an?

So genau kann man das wenige Wochen nach dem Start noch nicht sagen. Bei unseren Partnerunternehmen nehmen wir aber reges Interesse wahr. Darüber hinaus haben viele Mitglieder das Paket im Rahmen ihrer eigenen Bemühungen, Diversität im Unternehmen voranzubringen, in die „Legal Plans“ ihrer Angestellten integriert.

Und was sagen Privatkunden?

Privatkunden und Makler, die unsere Produkte vertreiben, sind mit den Leistungen sehr zufrieden, ich möchte fast sagen dankbar. Die Offenheit, mit der wir den Bedürfnissen der Kunden begegnen, und unser Respekt für Diversität werden sehr stark honoriert. Ich bin mir sicher, dass genau dieser Ansatz der Offenheit ganz viele Kunden anspricht und uns dabei hilft, sehr früh auf ihre Wünsche mit passenden Produkten zu reagieren.



GELEBTE DIVERSITÄT AUF EINEN BLICK

Diversität spielt bei der ARAG USA sowohl bei den Angeboten als auch in der internen Organisation eine wichtige Rolle. Das zeigen folgende Insights sehr deutlich.



5 VON 8

Mitgliedern der Führungsspitze der ARAG USA sind Frauen.

1.1.2021

Seit dem bietet die ARAG USA ein umfassendes Diversity&Inclusion-Leistungspaket an. Das Produkt richtet sich speziell an Menschen aus der LGBTQIA+ Community.

12

Kolleg*innen im Diversitäts- und Inklusionskomitee setzen sich unter anderem für Toleranz ein. Organisierte „Unconscious Bias“-Workshops für Führungskräfte und Mitarbeiter sollen dazu beitragen.

6.6.2020



Start des Diversitäts- und Inklusionskomitees durch Mitarbeiter der ARAG USA. Die Gründung fiel auf den Tag, an dem weltweit hunderttausende Menschen gegen Rassismus und Polizeigewalt auf die Straßen gingen.

DIE VIELFALT MENSCHLICHER BEDÜRFNISSE MITZUDENKEN, WIRD BELOHNT:

11x



in Folge erhielt der Kundendienst der ARAG USA den renommierten Serviceaward „Center of Excellence“.

Diversität ins Unternehmen bringe, profitiere die ARAG USA intern und extern, fügt sie hinzu (siehe Interview Seite 41).

Der Diversitätsansatz innerhalb der Belegschaft der ARAG findet großen Zuspruch, zeigen Mitarbeitergespräche immer wieder. Auch Auszeichnungen, die die ARAG USA als Arbeitgeber erhält, sind ein Zeichen dafür. Im Jahr 2020 etwa wurde das Unternehmen auf Basis von Feedback aus der Belegschaft als „Top Workplace“ in Iowa ausgezeichnet. Aufgrund des hohen Anteils weiblicher Führungskräfte und der guten Arbeitgeberleistungen für Mitarbeiterinnen verlieh die Organisation „Girl Scouts of America“ der ARAG USA das Prädikat „Inspiring Business for Women“.

EIN WICHTIGER SERVICEAWARD ZEICHNET DAS ENGAGEMENT DER ARAG USA MEHRFACH AUS

Auch die Kundenzufriedenheit zeigt, dass man auf dem richtigen Weg ist: Zum elften Mal in Folge erhielt der Kundendienst der ARAG USA vom Bewertungsdienst BenchmarkPortal die Auszeichnung „Center of Excellence“. Sie gilt als einer der renommiertesten Serviceawards in den Vereinigten Staaten. Die Unternehmensführung ist gespannt, zu sehen, wie das im Januar 2020 gestartete Diversity&Inclusion-Leistungspaket zur weiteren Kundenzufriedenheit beiträgt. CEO David Murray ist zuversichtlich: „Ich bin mir sicher, dass die wertschätzende Haltung, die in diesen innovativen Leistungen zum Ausdruck kommt und die unser Miteinander im Unternehmen prägt, auch in Zukunft unseren nachhaltigen Erfolg sichert.“



Lisa Wolf

Seit 2013 arbeitet Lisa Wolf für die ARAG USA, aktuell als Personalchefin (Director Culture & People). Sie ist diplomierte Personalmanagerin und hat darüber hinaus mehrere Zertifizierungen als Senior Professional in Human Resources (SPHR), Senior Certified Professional (SHRM-SCP) sowie Certified Compensation Professional (CCP). Außerdem ist sie Mitglied der Society for Human Resources Management and World at Work (www.shrm.org), die mit mehr als 300.000 Mitgliedern aus den Bereichen Personalwesen und Unternehmensführung in 165 Ländern organisiert ist und das Leben von mehr als 115 Millionen Arbeitnehmern und deren Familien auf der ganzen Welt mit beeinflusst.

MIT FÜNF PRINZIPIEN DER ARAG ZUM ERFOLG

INTERVIEW

Was die Unternehmenskultur der ARAG USA prägt, erläutert Personalchefin Lisa Wolf im Interview. Das neu gegründete Diversitäts- und Inklusionskomitee des Unternehmens spielt dabei eine wichtige Rolle.

Frau Wolf, was zeichnet die Unternehmenskultur bei der ARAG USA aus?

LISA WOLF Neben den ARAG Essentials lassen wir uns von fünf Grundsätzen leiten, die wir „ARAG at Its Best“ nennen. Sie beschreiben die Kompetenzen, die es uns ermöglichen, unser Bestes zu geben. Typisch für die ARAG USA ist, dass diese Grundsätze gemeinschaftlich aus Gesprächen mit den Mitarbeitern entstanden sind.

Wie lauten diese Grundsätze?

Sie lauten „Be original. Be bold. Be yourself. Be cooperative. Be kind.“ – also: Sei originell, sei mutig, sei du selbst, sei kooperativ, sei

freundlich. Diese Qualitäten prägen unseren Umgang mit- und untereinander sowie mit den Kundinnen und Kunden.

Wie vielfältig ist die ARAG USA?

Das Erste, was mir dazu einfällt und was auch auffällt, ist, dass unser Führungsteam überwiegend weiblich ist. Fünf von unseren acht Führungskräften sind Frauen.

Ist es schwierig, Diversität in einem Unternehmen zu leben?

An unserem Hauptsitz in Des Moines, Iowa, ist das in der Tat eine große Herausforderung, weil wir keine sehr diversifizierte

Bevölkerung haben. Um die Sensibilisierung der Mitarbeiter zu fördern, haben wir kürzlich mit allen Führungskräften eine Schulung zu unbewussten Vorurteilen durchgeführt. Und obwohl Diversität und Inklusion für uns schon immer wichtig waren, habe ich festgestellt, dass jetzt noch mehr Wert darauf gelegt wird, neue Mitarbeiter zu finden, die das Team auf unterschiedliche Weise bereichern können. Dies hat uns dazu veranlasst, auch weiterhin darüber nachzudenken, wo Talente zu finden sind, um sie für die ARAG USA zu rekrutieren. Das wird uns auch weiterhin beschäftigen.

Welche Rolle spielt die Diversität bei der ARAG USA?

Vielfalt ist den Führungskräften und Teammitgliedern sehr wichtig. Wir wollen die verschiedenen Charaktere unserer Teammitglieder hervorheben und fördern. Wir haben dies ganz offiziell in unserem „Diversity & Inclusion Statement“ und den „Diversity & Inclusion Goals“ festgeschrieben.

GEGRÜNDET VOR 85 JAHREN.

GEMACHT FÜR HEUTE.

FRAGEN & ANTWORTEN

1935 gründet der Verleger und Rechtsanwalt Heinrich Faßbender die Rechtsschutzversicherung ARAG. Seine Geschäftsidee war einfach, aber bahnbrechend: „Jeder Bürger soll sein Recht durchsetzen können, nicht nur derjenige, der es sich leisten kann.“ Diese Idee treibt die ARAG auch heute an und ist unverändert aktuell. Heute ist die ARAG ein international anerkannter Konzern, der weltweit zu den drei größten Rechtsschutzversicherern zählt. Darüber hinaus ist die ARAG heute das größte familiengeführte Unternehmen in der deutschen Versicherungswirtschaft.

FRAGEN

01 Wie schafft es die ARAG, seit 85 Jahren erfolgreich am Markt zu operieren? // **02** Was sind die Gründe für die geringe Fluktuation bei der ARAG? // **03** Was tut die ARAG, um die Mitarbeiter zu fördern? // **04** Welche Auswirkungen hatte die COVID-19-Krise auf das Geschäft der ARAG? // **05** Inwiefern spiegelt der ARAG Tower die nachhaltige Ausrichtung des Familienunternehmens wider? // **06** Warum braucht es die ARAG Essentials und was bringen sie? // **07** Welche Überlegungen sind wichtig, damit das Bildungssystem einer Gesellschaft zukunftsfähig bleibt, und wie unterstützt die ARAG den Wandel? // **08** Wie schafft es die ARAG, auch in Krisenzeiten den Betrieb aufrecht zu erhalten? // **09** Kann Krisenkommunikation kreativ erfolgen und was wären geeignete Maßnahmen und Ansätze? // **10** Welchen Wert hat Diversität für die ARAG?

ANTWORTEN



01

Seit mehr als 80 Jahren hat die ARAG ihren Geschäftsschwerpunkt im Rechtsschutzgeschäft, und die Rechtsschutzidee hat sich in all den Jahren deutlich weiterentwickelt. Das internationale Geschäft gehört dabei zu den wichtigsten Taktgebern des Konzerns.

Siehe Seite 10

02

Die ARAG gilt als ausgezeichnete Arbeitgeberin. In Schweden erhielt die ARAG HELP-Niederlassung die Auszeichnung „Great Place to Work“ und das Magazin Focus listet gemeinsam mit dem Bewerbungsportal kununu die ARAG 2020 als einen der besten Arbeitgeber.

Siehe Seite 7 + 99

03

Als Sportversicherer setzt sich die ARAG für die Gesundheit der Mitarbeiter ein. Abhängig vom Standort kann die Belegschaft unterschiedliche Gesundheitservices, betriebsärztliche Betreuung und Betriebssport nutzen. Und durch ihr breit gefächertes Seminarangebot fördert die ARAG die individuelle Weiterentwicklung ihrer Mitarbeiter.

Siehe Seite 9 + 34 + 102

04

Der Fokus der vergangenen Jahre auf das Thema Digitalisierung erwies sich in der COVID-19-Krise als Glücksfall für das Unternehmen. Schon ab Mitte März 2020 konnten innerhalb von zwei Tagen fast alle 4.300 Mitarbeiter von zu Hause aus arbeiten – die Kunden merkten nichts davon. Trotz – zum Teil auch wegen – der Pandemie verzeichnete die ARAG 2020 einen sehr hohen Neukundenzuwachs.

Siehe Seite 11 + 90

05

2001 wurde das mit 32 Geschossen höchste Bürohaus Düsseldorfs eröffnet: der ARAG Tower. In puncto Nachhaltigkeit ist das Haus seit 20 Jahren ein leuchtendes Beispiel, denn bereits der Entwurf des ARAG Gebäudes verfolgte einen progressiven Umweltgedanken.

Siehe Seite 15 + 115

06

Die ARAG Essentials, die Unternehmensgrundsätze der ARAG, bilden Leitplanken für das Unternehmen. Trotz der COVID-19-Pandemie fand die ARAG kreative Wege, um ihre überarbeiteten Unternehmensgrundsätze konzernweit zu verankern.

Siehe Seite 20 + 73

07

Um das deutsche Bildungssystem zukunftssicher zu machen, muss die Gesellschaft wissen, welche Kompetenzen künftig gebraucht werden. Darum initiierte die ARAG das Programm „bildung.digital“. Es unterstützt Schulen dabei, Konzepte der digitalen Bildung zu entwickeln und zu verankern.

Siehe Seite 29 + 112

08

Teamwork wird im Familienunternehmen ARAG weltweit großgeschrieben. Dies hat sich gerade in COVID-19-Zeiten bewährt: Mit Bravour haben alle gemeinsam aus dem Home-Office heraus die Krise nicht nur

gemeistert, sondern mit viel Kreativität, Schnelligkeit und Engagement neue nutzenstiftende Hilfsangebote für Kunden sowie Nicht-Kunden geschaffen.

Siehe Seite 30 + 90

09

Die ARAG erhält Top-Bewertungen für den digitalen Support und zugleich eine weitere Bestätigung auf ihrem Weg zum Smart Insurer: In der Studie „Die Superversicherer“ der Berliner Digitalagentur mediaworx AG zur digitalen Krisenkommunikation während der Pandemie konnte die Homepage www.ARAG.de besonders überzeugen. Für den außerordentlich guten digitalen Support und ihre kundenorientierte Kommunikation in der Ausnahmesituation rund um die COVID-19-Krise erhielt das Düsseldorfer Familienunternehmen eine Top-Wertung von 91 Prozent und landete damit auf Platz 2.

Siehe Seite 36

10

Empathie und Wertschätzung für unterschiedliche Biographien und Bedürfnisse prägen die interne Unternehmenskultur und die Services der ARAG USA. Das Bekenntnis der Unternehmensführung zu Diversität und Inklusion macht die ARAG in den Vereinigten Staaten erfolgreich – als Arbeitgeber und Versicherer.

Siehe Seite 40 + 106

Gesonderter zusammengefasster nichtfinanzieller Bericht

Erfüllung des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes

Zur Erfüllung der Anforderungen der EU-CSR-Richtlinie (2014/95/EU) und des im April 2017 in Kraft getretenen CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes erstellt die ARAG den vorliegenden nicht-finanziellen Bericht. Gleichzeitig wird damit auch die Berichterstattungspflicht aller verpflichteten Tochterunternehmen erfüllt (in ihren Lageberichten weisen sie auf die Befreiung hin und verweisen auf den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht).

Bestimmung der relevanten Belange und Sachverhalte

Für eine nichtfinanzielle Berichterstattung gemäß Handelsgesetzbuch (HGB) sind unter Beachtung der doppelten Wesentlichkeit bestimmte nichtfinanzielle Aspekte zu berichten. Zu diesem Zweck führte die ARAG 2020 letztmals eine umfassende Materialitätsanalyse durch, in der 17 Themen identifiziert wurden, die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses, der Lage der Kapitalgesellschaft sowie der Auswirkungen ihrer Tätigkeit auf die nichtfinanziellen Aspekte nach §289c Abs.2 HGB relevant sind. Gemäß Mandat des Aufsichtsrats begleitete und kontrollierte die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG die Bestimmung der wesentlichen Themen sowie die Ergebnisse dieses Prozesses. Die Ergebnisse wurden dem Vorstand der ARAG Holding SE vorgelegt und von diesem verabschiedet.

Nichtfinanzielle Aspekte nach § 289c Abs. 2 HGB	Nichtfinanzielle Themen/Handlungsfelder	Kapitel des nichtfinanziellen Berichts
Sozialbelange	Unternehmens- und Führungskultur	1. Geschäftsmodell, Unternehmensführung und Compliance
	Auf Verantwortung ausgerichtete Richtlinien und Vergütungssysteme	
	Digitale Transformation	
	Kundenorientierung und innovative Angebote	2. Produkte, Vertrieb und Kundenbeziehungen
	Transparente Produkte und Dienstleistungen	
	Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten im Anlageprozess	3. Asset- und Risikomanagement
	Einbindung von Nachhaltigkeitsrisiken in Risikodefinition, -steuerung und -controlling	
	Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken in der Zeichnungspolitik sowie der Tarifierung von Versicherungsprodukten	
	Cyberisiken und Datenschutz	4. Gesellschaftliche Verantwortung
	Wertschöpfung für die Gesellschaft	
Steuern		
Arbeitnehmerbelange	Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	5. Arbeitnehmerbelange
	Aus- und Weiterbildung	
	Vielfalt, Chancengleichheit und Diskriminierungsschutz	
Umweltbelange	Klimafreundlicher Betrieb	6. Betriebliche Umweltbelange
Bekämpfung von Korruption und Bestechung	Ethische Unternehmensführung und Compliance	1. Geschäftsmodell, Unternehmensführung und Compliance
Achtung der Menschenrechte	Keine relevanten Sachverhalte gemäß CSR-RUG	

Das Thema Menschenrechte wurde im Rahmen der Materialitätsanalyse nicht als doppelt wesentlich identifiziert. Dennoch hat es für die ARAG einen hohen Stellenwert, um der unternehmerischen Verantwortung gerecht zu werden. Dies erfolgt zum Beispiel über die Personalpolitik oder über entsprechende Ausschlusskriterien bei der Verwaltung von Kapitalanlagen.

Die Analyse möglicher berichtspflichtiger Risiken im Zusammenhang mit den nichtfinanziellen Aspekten hat ergeben, dass nach Anwendung der Nettomethode unter Berücksichtigung der Risikobegrenzungsmaßnahmen keine wesentlichen mit der eigenen Geschäftstätigkeit und Geschäftsbeziehungen sowie den Produkten und Dienstleistungen verknüpften Risiken i.S.d. § 289c Abs. 3 Satz 1 Nr. 3 und 4 HGB identifiziert wurden, die sehr wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen auf die genannten Aspekte haben oder haben werden.

Der nichtfinanzielle Bericht wurde in Anlehnung an die Standards der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt. Der auf freiwilliger Basis aufgestellte Nachhaltigkeitsbericht enthält weitere, hier nicht berichtspflichtige nichtfinanzielle Informationen und Leistungsindikatoren nach den GRI-Standards. Verweise auf Angaben außerhalb dieses gesonderten nichtfinanziellen Berichts und des Lageberichts sind freiwillige, weiterführende Informationen und nicht Bestandteil des nichtfinanziellen Berichts.

Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG unterzog die Angaben des zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Berichts einer betriebswirtschaftlichen Prüfung nach ISAE 3000 (Revised) mit einer begrenzten Prüfungssicherheit. Der Vermerk über die betriebswirtschaftliche Prüfung kann im Kapitel „Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit des zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Berichts“ eingesehen werden.

1. Geschäftsmodell, Unternehmensführung und Compliance

Geschäftsmodell

Als vielseitiger Qualitätsversicherer bietet die ARAG ihren Kunden neben dem Kerngeschäft Rechtsschutz auch bedarfsorientierte Produkte und Services im Komposit- und Krankenversicherungsgeschäft an. Dadurch erhalten Kunden Orientierung und Sicherheit, da persönliche Risiken, wie zum Beispiel Rechtsfragen, Gesundheit und Zukunftsvorsorge, umfassend abgesichert werden können. Das Geschäftsmodell wird ausführlicher im Konzernlagebericht, Kapitel I. „Grundlagen des Konzerns“, erläutert und bildet die Grundlage für die folgenden Ausführungen. Informationen zu Steuern, Abgaben, Lohn- und Rentenzahlungen, welche auch Teil des ARAG Wertbeitrags zur Gesellschaft sind, finden sich ebenfalls im Geschäftsbericht im Konzernanhang. Die wirtschaftliche Leistung der ARAG wird in der Konzernbilanz und der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (siehe Kapitel „Konzernabschluss“) im Geschäftsbericht 2020 abgebildet.

Unternehmens- und Führungskultur

Die ARAG setzt auf eine starke Unternehmens- und Führungskultur, um im ganzen Konzern Orientierung zu schaffen und ein gemeinschaftliches Handeln zu ermöglichen. Dieser ARAG Spirit ist zu einem wichtigen Wettbewerbsfaktor geworden, denn er stärkt die Motivation und Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter. Im Berichtsjahr zeigte sich dies besonders in der Flexibilität und Einsatzbereitschaft der Belegschaft während der COVID-19-Pandemie.

Diese Unternehmenskultur spiegelt sich in den ARAG Essentials und den davon abgeleiteten ARAG Leadership Standards wider. Die ARAG Essentials wurden im Berichtsjahr komplett neu überarbeitet und aktualisiert. Sie enthalten die Unternehmensziele und zeigen auf, wofür sich Mitarbeiter, Führungskräfte und Eigner gemeinsam einsetzen. Neben dem Selbstverständnis der ARAG sind auch der unternehmerische Auftrag und die Unternehmenswerte darin verankert. Die ARAG Essentials dienen den Mitarbeitern als Orientierungshilfe, um die Zukunft des Unternehmens im Sinne der Kunden engagiert zu gestalten.

Ethische Unternehmensführung und Compliance

Die Einhaltung sämtlicher gesetzlichen und regulatorischen Vorschriften ist für die ARAG als Versicherungsunternehmen Grundvoraussetzung für den Erhalt der Geschäftslizenz und des Vertrauens der Kunden und anderer Stakeholder. Der Compliance kommt deshalb im gesamten Konzern und in der Wertschöpfungskette höchste Priorität zu. Um Compliance-Risiken zu minimieren und Reputationsschäden sowie ordnungs- und strafrechtliche Sanktionen zu vermeiden, setzt die ARAG zahlreiche interne Regelwerke und Prozesse um. Insbesondere die Compliance-Leitlinie informiert über geltende externe und interne Vorschriften. Zentrale und dezentrale Compliance-Funktionen stellen laufend sicher, dass die ARAG in Übereinstimmung mit den geltenden regulatorischen Vorgaben handelt. Compliance-Themen sind zudem Gegenstand regelmäßiger Schulungen. Führungskräfte werden nach dem Konzept „Train the Trainer“ ausgebildet und sind verpflichtet, die Kursinhalte an ihre Mitarbeiter weiterzuvermitteln.

Basierend auf einer jährlichen Compliance-Risikoanalyse erstellt die ARAG einen Compliance-Plan mit entsprechenden Maßnahmen. Das Jahr 2020 stand auch aus Sicht der Compliance-Funktion vor allem im Zeichen der COVID-19-Pandemie mit den daraus resultierenden Herausforderungen. So sicherte die ARAG die rasante und massive Steigerung der Telearbeit durch die Neuschaffung einer Richtlinie zum rechtskonformen Arbeiten im Home-Office rechtlich ab.

Mit dem jährlichen Compliance-Bericht legt die Compliance-Funktion gegenüber dem Vorstand Rechenschaft über den Umsetzungsfortschritt ab. Der Bericht nimmt unter anderem auf die Auswertungen des Beschwerdemanagementsystems Bezug. Dabei dienen das Beschwerdeaufkommen sowie die Anzahl identifizierter Compliance-Verstöße als Indikator für den Erfolg der Compliance-Bestrebungen. Beschwerden können von

ARAG Mitarbeitern anonym an die Whistleblowing-Stellen im jeweiligen Sitzland gerichtet werden. Darüber hinaus haben alle Mitarbeiter in Deutschland die Möglichkeit, bei der deutschen Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und im Rahmen des Ombudsmannverfahrens Beschwerden einzureichen. Die ARAG informiert die Mitarbeiter auf ihrer Website über diese Möglichkeit.

Auf Verantwortung ausgerichtete Richtlinien und Vergütungssysteme

Ein verantwortungsvolles Vergütungsmodell ist als wesentlicher Bestandteil der Governance für alle Gesellschaften der ARAG Gruppe von besonderer Wichtigkeit. Eine leistungs- und marktgerechte Vergütung ist zentral, um Fach- und Führungskräfte für sich zu gewinnen. Gleichzeitig stellt die ARAG mit ihrer Vergütungspolitik sicher, dass die richtigen Anreize für ethisches Handeln gesetzt und Risiken oder Lenkungseffekte minimiert werden, die dem Unternehmen und seinen Stakeholdern schaden könnten.

Die Vergütungspolitik der ARAG ist in der Gruppen- und Einzelvergütungsleitlinie sowie dem Handbuch Entgeltmanagement geregelt. Diesen Richtlinien unterstehen alle internationalen Niederlassungen und Tochtergesellschaften. Das Handbuch Entgeltmanagement umfasst die allgemeinen Grundsätze der Vergütungspolitik, der Vergütungsstruktur der verschiedenen Funktionsgruppen, der Kultur der Gehaltsanpassungen sowie die damit verbundenen Prozesse.

Die Zielsetzung ist ein zentraler Bestandteil der Vergütungssysteme. Die variable Vergütung der Vorstände koppelt sich zu 40 Prozent an kurzfristige und zu 60 Prozent an langfristige wirtschaftliche Ziele. Führungskräfte werden zusätzlich zu den kurzfristigen ökonomischen Zielen auch an sozialen Aspekten wie etwa Fairness, Offenheit und Weitsicht gemessen. Diese leiten sich aus den Unternehmensgrundsätzen ab und fließen als qualitative Bewertungskriterien in die individuelle Zielvereinbarung ein.

Die Hauptabteilung Human Resources überprüft die Zielvereinbarungssystematik jährlich auf ihre Angemessenheit. Die Resultate der Prüfung werden den Aufsichtsräten der jeweiligen Gesellschaft vorgelegt, damit diese die Systematik unter Berücksichtigung des Versicherungsaufsichtsgesetzes (VAG) beurteilen können.

Digitale Transformation

Die Digitalisierung durchdringt als Querschnittsthema alle Aspekte der Geschäftstätigkeit und ist für die ARAG deshalb ein zentrales Element in der Entwicklung des Unternehmens. Viele Veränderungen, die mit der digitalen Transformation einhergehen, sind bei der ARAG schon längst inhärenter Teil des nationalen und internationalen Geschäfts. Aus diesem Grund war die ARAG auf die pandemiebedingten Herausforderungen im Berichtsjahr vorbereitet und konnte ihren Kunden ohne Unterbrechung mit gewohnter Qualität zur Seite stehen.

Das Smart Insurer Programm der ARAG formuliert als zentrale Digitalisierungsagenda die wesentlichen Entwicklungsschwerpunkte, Ziele und Verantwortlichkeiten. Als oberstes Ziel strebt die ARAG an, das Kundenerlebnis durch die Nutzung digitaler Technologien weiter zu verbessern. Antrags- und Kontrollprozesse sollen vereinfacht und die Transparenz erhöht werden. Der Konzern organisiert die Umsetzung dezentral und setzt dabei bewusst auf die Eigenverantwortung der Führungsbereiche sowie der internationalen Niederlassungen und Gesellschaften. Zur Überprüfung des Fortschritts wendet die ARAG bereichsspezifische Indikatoren an, die auf die jeweiligen Herausforderungen und Ziele zugeschnitten sind (zum Beispiel die Kundenzufriedenheit).

Die ARAG hat über die letzten Jahre eine Vielzahl digitaler Produkte, Dienstleistungen und Prozesse auf den Weg gebracht. Dazu gehören beispielsweise ein digitales Kundenportal sowie der Ausbau digitaler Verkaufsprozesse. So kann der ARAG Ausschließlichkeitsvertrieb den gesamten Verkaufsprozess digital via iPad abwickeln. Immer mehr Produkte können zudem online beantragt werden. Der Bestand der Onlinekunden wächst kontinuierlich und hat 2020 um 14 Prozent zugenommen. Digitale Lösungen erleichtern auch die interne und externe Zusammenarbeit. Im Berichtsjahr führte die ARAG eine neue Kommunikationsplattform für Vertriebspartner in Deutschland ein. Diese bietet Vertriebspartnern auf allen Endgeräten Zugang zu allen nötigen Informationen.

Für den Erfolg des digitalen Transformationsprozesses bei der ARAG ist es entscheidend, die Digitalisierung als kundenzentriertes Entwicklungsprogramm zu begreifen, das durch die neuen technologischen Möglichkeiten unterstützt wird. Die ARAG investiert deshalb in den Ausbau ihrer Data-Analytics-Kapazitäten, um die datenbasierte Entscheidungsfindung zum Vorteil der Kunden stetig zu verbessern und das Unternehmen als Vorreiter im Bereich Smart Data zu positionieren.

2. Produkte, Vertrieb und Kundenbeziehungen

Kundenorientierung und innovative Angebote

Als innovativer und vielseitiger Qualitätsversicherer bietet die ARAG ihren Privat- und Gewerbekunden in Deutschland neben dem Kerngeschäft Rechtsschutz auch Produkte und Dienstleistungen im Komposit- und Krankenversicherungsgeschäft. Das Unternehmen legt Wert auf ein bedarfsgerechtes, innovatives Produktportfolio. Die Interessen der Kunden stehen bei allen Geschäftsaktivitäten im Mittelpunkt, sei es bei der Beratung, im Verkauf oder bei der Kundenbetreuung im Schadenfall. Der Kunde soll bei allen Schritten optimal und individuell begleitet werden.

Hauptsächlich ist das Ressort Vertrieb, Produkt und Innovation für Produktinnovationen verantwortlich. Neue Produkte durchlaufen einen klar definierten Entwicklungsprozess. Dabei stützt sich die ARAG unter anderem auf Erkenntnisse aus dem Vertrieb, dem Schaden- und Rechts-Service und dem Kunden-Service. Die ARAG setzt neue gesetzliche Vorgaben und Marktanforderungen immer durch einen ganzheitlichen Prozess mit allen beteiligten Fachbereichen um. Er gliedert sich in einen vorgelagerten Produktpipeline- und einen nachgelagerten Produkteinführungsprozess, welcher über die Jahre effizient weiterentwickelt wurde. Die Aufsichts- und Lenkungsanforderungen (POG-Vorschriften)

richten sich vorwiegend an die Hersteller von Versicherungsprodukten (ARAG Produkte). Sie verpflichten die ARAG, ein Produktgenehmigungsverfahren für alle neu entwickelten und weitreichend veränderten Versicherungsprodukte anzuwenden. Durch die Einhaltung der Vorschriften möchte die ARAG erreichen, dass alle zum Verkauf stehenden Versicherungsprodukte dem Bedarf des betreffenden Zielmarkts entsprechen, um frühzeitig Risiken für den Kunden zu vermeiden oder zu verringern.

Darüber hinaus ist die ARAG verpflichtet, die Versicherungsprodukte angemessenen Tests zu unterziehen, diese regelmäßig zu überwachen und zu überprüfen. Dies geschieht beispielsweise durch Befragungen von Kunden und Vertriebspartnern sowie durch die Beobachtung der Bestandsentwicklung und der Schadenquoten. Zudem überprüft die ARAG den Erfolg ihrer Produktinnovationen anhand von Umsatz- und Rentabilitätszahlen und lässt ihre Angebote durch die Teilnahme an unabhängigen Tests und Ratings regelmäßig prüfen. Sowohl den Produkten als auch den Dienst- und Beratungsleistungen wurde dabei immer wieder ausgezeichnete Qualität bescheinigt. Zum Beispiel wurde die ARAG 2020 zum fünften Mal in Folge bei den Plus X Awards zur innovativsten Marke im Bereich Versicherungen gekürt.

Im Berichtsjahr hat die globale COVID-19-Pandemie die berufliche und private Situation vieler Kunden drastisch beeinflusst. Die ARAG unterstützte sowohl Kunden als auch Nicht-Kunden mit voller Kompetenz. So stand die ARAG gerade am Anfang der COVID-19-Krise mit den Call-in-Days allen Ratsuchenden zur Seite – kostenlos und unkompliziert. Kunden und Nicht-Kunden konnten den Anwalts-Chat zu allen wichtigen Fragen rund um das Thema COVID-19 nutzen, rechtliche Hilfe bei einer Kündigung in Anspruch nehmen oder dem Chatbot Fragen stellen.

Transparente Produkte und Dienstleistungen

Die ARAG ist überzeugt, dass eine transparente Geschäftsführung und einfach verständliche Angebote das Vertrauen der Kunden und Mitarbeiter fördern und die Glaubwürdigkeit sowie die Wettbewerbsposition stärken. Das Unternehmen legt deshalb bei allen Interaktionen mit Kunden und Mitarbeitern großen Wert auf eine offene Kommunikation. Diese Grundhaltung ist in den ARAG Essentials und Leadership Standards vorgeschrieben. Alle Vorstandsressorts der ARAG haben sich eine transparente Geschäftsführung und transparente Dienstleistungen zur Aufgabe gemacht. Für die Transparenz der Produktinformationen ist das Ressort Konzern Vertrieb, Produkt und Innovation verantwortlich. Um ihre Ziele im Bereich Transparenz zu erreichen, nutzt die ARAG unter anderem Controllingprozesse, juristische Prüfungen zur Sicherstellung der Compliance mit allen internationalen und nationalen Gesetzen und Vorschriften sowie anspruchsvolle Freigabeprozesse bei der Produktentwicklung.

In puncto Transparenz ist die Verständlichkeit der Produkt- und Dienstleistungsinformationen eine der zentralen Herausforderungen in der Versicherungswirtschaft. Der Anspruch der ARAG ist es, Produktinformationen und Vertragsbedingungen so verständlich wie möglich zu gestalten, indem beispielsweise notwendige juristische Formulierungen mit

illustrativen Beispielen ergänzt werden. Das Unternehmen optimiert Versicherungsbedingungen, Broschüren und Produktinformationen standardmäßig anhand der Kriterien des Hohenheimer Verständlichkeitsindex. Im Berichtsjahr überarbeitete beispielsweise die ARAG in den Niederlanden die Vertragsbedingungen komplett und achtete dabei vor allem auf eine leicht verständliche Sprache.

Die ARAG erachtet es als selbstverständlich, dass die angebotenen Produkte und Dienstleistungen alle anwendbaren internationalen und nationalen Gesetze und Vorschriften einhalten und dass ihre Vermarktung den gesetzlichen Anforderungen entspricht. Zu den wichtigsten regulatorischen Vorgaben gehören das Versicherungsvertragsgesetz (VVG), das Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG), die Umsetzung der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), die EU-Richtlinie über Versicherungsvertrieb (Insurance Distribution Directive [IDD]) sowie die Richtlinien der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin).

3. Asset- und Risikomanagement

Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten im Anlageprozess

Die ARAG möchte ihrem Ruf als verantwortungsvolles Unternehmen auch im Asset-Management gerecht werden. Deshalb berücksichtigt sie bei Investitionen ökologische, soziale und Governance-Kriterien (ESG-Kriterien). Damit erweitert das Unternehmen die Risikobeurteilung um eine zusätzliche Perspektive und ermöglicht so eine umfassendere Beurteilung des Risiko-Rendite-Profiles von Kapitalanlagen.

Die Richtlinie „Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in der Kapitalanlage“ stellt einen einheitlichen Ansatz bei der Berücksichtigung von ESG-Kriterien sicher. Sie schreibt einen Negativfilter mit norm- und wertbasierten Ausschlusskriterien sowie die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien bei der Auswahl von extern mandatierten Investmentmanagern vor. Die Liste der Ausschlusskriterien findet unmittelbar Anwendung für die von der ARAG verwalteten Kapitalanlagen. Der Funktionsbereich Konzern Asset-Management ist für die Umsetzung dieser Vorgaben verantwortlich.

Die Negativliste basiert auf folgenden Kriterien:

Normbasiert – Unternehmen mit schwerwiegenden Verstößen gegen geltende Normen auf Basis des UN Global Compact in den Bereichen:

- Arbeitsstandards, inklusive der Standards zu Kinderarbeit und Zwangsarbeit der International Labour Organization (ILO)
- Menschenrechte

Wertbasiert – Unternehmen mit kontroversen Geschäftsfeldern:

- Kontroverse Waffen (atomare, biologische und chemische Waffen, Landminen, Streubomben)

Für das Monitoring der Einhaltung der Richtlinie wird bei der ARAG die Negativliste im Bestandssystem hinterlegt. Die Papiere im Bestand, die auf der aktuellen Negativliste stehen, aber nicht dem sofortigen Verkaufsgebot unterliegen (kontroverse Geschäftsfelder), werden durch eine Bestandslimite überwacht. Neukäufe werden über die sogenannte Geschäftslimite ausgeschlossen. Die Einhaltung der Negativliste bei den Fonds mit ARAG Mandat wird von der KVG HSBC INKA überwacht. Das Ziel: Mindestens 97 Prozent der Kapitalanlagen in den Direktanlagen sollen die ARAG Mindeststandards im Bereich Nachhaltigkeit erfüllen. Dieses Ziel wurde 2020 mit einer Quote von 99 Prozent sogar übertroffen.

Im Bestreben, ihren nachhaltigen Investitionsansatz kontinuierlich weiterzuentwickeln, überprüften die Vorstände der ARAG Gesellschaften im Berichtsjahr die derzeit geltenden Kapitalanlagerichtlinien. Dabei wurde kein aktueller Änderungsbedarf festgestellt. Im Berichtsjahr startete die ARAG allerdings einen Auswahlprozess für einen neuen Anbieter von Nachhaltigkeitsdaten, über den die zur Verfügung stehenden Daten erweitert werden sollen. Dies geschah unter anderem, da der bisherige Anbieter ab dem ersten Quartal 2020 keine Daten mehr lieferte. Auf dieser Basis will die ARAG ihren Nachhaltigkeitsansatz schrittweise um zusätzliche Komponenten erweitern.

Einbindung von Nachhaltigkeitsrisiken in Risikodefinition, -steuerung und -controlling

Als langfristig agierendes Unternehmen legt die ARAG großen Wert auf ein vorausschauendes Risikomanagement, das auch neu auftretende Risiken angemessen berücksichtigt. Dazu gehören beispielsweise durch den Klimawandel hervorgerufene Risiken. Materielle Risiken werden – unabhängig von ihrer zusätzlichen Klassifizierung als Nachhaltigkeitsrisiko – im Rahmen des bestehenden Risikomanagementprozesses identifiziert, analysiert, bewertet und durch den Prozessverantwortlichen gesteuert. Zusätzlich berücksichtigt die ARAG Nachhaltigkeitsrisiken explizit im Rahmen der unternehmenseigenen Risiko- und Solvabilitätsbeurteilung (Own Risk and Solvency Assessment [ORSA]).

Im Berichtsjahr wurde das Nachhaltigkeitsrisiko im Rahmen der Selbstbeurteilung der Risikosituation und des Kapitalbedarfs (ORSA) erstmalig erfasst und für den Konzern bewertet. Die ARAG schätzt das Nachhaltigkeitsrisiko als existent aber nicht gefährdend ein. Das Reputationsrisiko ist dabei aktuell der wesentlichste Aspekt. Folgende weitere Faktoren können von Nachhaltigkeitseffekten betroffen sein: Kredit- und Adressenausfallrisiko, Marktrisiko, Liquiditätsrisiko, Operationelles Risiko, Versicherungstechnisches Risiko und das Strategische Risiko. Der Risikomanagementansatz stellt sicher, dass mögliche Auswirkungen von Nachhaltigkeitsaspekten auf Basis des aktuellen Kenntnisstands bereits umfassend in die Solvabilitätsbeurteilung einfließen. Sie führen daher aktuell noch nicht zu zusätzlichen erheblichen Veränderungen der Geschäftstätigkeit, Einnahmen oder Ausgaben. Die weitere Entwicklung wird analysiert.

Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken in der Zeichnungspolitik sowie der Tarifierung von Versicherungsprodukten

Die ARAG berücksichtigt Nachhaltigkeitsrisiken für die Zeichnungspolitik und Tarifierung in verschiedenen Bereichen. Der Rahmen der Risikozeichnung wird durch die Zeichnungsrichtlinien vorgegeben. Darin ist beispielsweise definiert, welchen Risikoappetit die ARAG hat und welche Risiken nicht oder nur unter besonderen Bedingungen gezeichnet werden. Genauer ausdifferenziert wird die Zeichnungspolitik beispielsweise durch Annahmerichtlinien auf Produktebene. Ein Beispiel sind Krankheiten wie Allergien oder Asthma, die durch veränderte Umwelteinflüsse im Zuge des Klimawandels zunehmen können. Die größere Häufigkeit derartiger Erkrankungen wird beispielsweise in der Annahmepolitik und Tarifierung der ARAG Krankenversicherungs-AG berücksichtigt.

Der große Umfang aktueller und geplanter regulatorischer Neuerungen sowie deren Komplexität erfordern einen erhöhten Ressourceneinsatz, um über Entwicklungen auf dem Laufenden zu sein und die Vorgaben rechtzeitig umzusetzen. Da sich der Großteil der Regulatorik noch in der Entwicklungsphase befindet, ist die Planungsunsicherheit für die Umsetzung in Versicherungsunternehmen hoch. Zudem ist es aktuell schwer abzuschätzen, wie hoch die nachhaltigkeitsbezogenen Chancen auf der Produktseite sind.

Cyberisiken und Datenschutz

Der Schutz vor Cyberisiken und der Datenschutz rücken angesichts der zunehmenden Digitalisierung immer stärker in den Fokus der ARAG. Um das Vertrauen von Interessenten, Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern zu wahren, legt die ARAG größten Wert auf den sorgfältigen und vertraulichen Umgang mit Daten und deren Sicherheit. Das umfangreiche Datenschutzmanagement der ARAG beruht auf der ARAG Informationsleitlinie, dem ARAG Informationssicherheitsstandard, der ARAG Leitlinie zum Datenschutz, der ARAG Datenschutzmanagement-Richtlinie sowie weiteren Richtlinien und Arbeitsanweisungen. Diese Vorgaben werden regelmäßig aktualisiert und sind für alle Mitarbeiter im Intranet abrufbar.

Im digitalen Zeitalter ist Datenschutz eine Querschnittsaufgabe, die in allen Fachabteilungen verankert ist und dort verantwortet wird. Dabei erhalten die Fachabteilungen Unterstützung von der Datenschutzorganisation, die vom betrieblichen Datenschutzbeauftragten geführt wird. Im Rahmen des „Three Lines of Defense“-Modells überprüfen zudem der betriebliche Datenschutzbeauftragte (Second Line of Defense) sowie die Konzernrevision (Third Line of Defense) laufend, ob alle Datenschutzbestimmungen eingehalten werden. Die vorgabengetreue Anwendung der Datenverarbeitungsprogramme wird zusätzlich regelmäßig durch unabhängige Auditoren überprüft. Auch die wiederkehrenden Sicherheitsprüfungen liefern Erkenntnisse über Schwachstellen in der Sicherheitsarchitektur, aus denen entsprechende Verbesserungsmaßnahmen abgeleitet werden.

Seit Inkrafttreten der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) am 25. Mai 2018 hält die ARAG die verschärften Datenschutzvorgaben ein. Die DSGVO-Umsetzung wurde bereits 2019 im Rahmen einer externen Überprüfung durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft bezogen auf Umfeld, Aufbau- und Ablauforganisation mit „gut bis überdurch-

schnittlich“ bewertet. Die im Jahr 2020 noch offenen Punkte wurden von den Fachbereichen geprüft und mittels geeigneter Maßnahmen gelöst. Neben den gesetzlich bindenden Anforderungen der DSGVO orientiert sich die ARAG beim Datenschutz freiwillig an den Verhaltensregeln für den Umgang mit personenbezogenen Daten durch die deutsche Versicherungswirtschaft (Code of Conduct [CoC]).

2020 beschäftigte sich die ARAG intensiv mit der Umsetzung der Versicherungsaufsichtlichen Anforderungen an die IT (VAIT), die mit Rundschreiben 10/2018 (VA) in der Fassung vom 20. März 2019 in Kraft traten. Dabei fokussierte sich die ARAG speziell auf die Anforderungen in den Bereichen Risikomanagement und Berechtigungsmanagement.

Sowohl in der EU als auch an ihren Standorten außerhalb der EU passt die ARAG ihre Geschäftspraktiken laufend an die geltenden Datenschutzbestimmungen an. Im Jahr 2020 gab es beispielsweise zwei wichtige höchstgerichtliche Urteile zu datenschutzrechtlichen Themen. Nach einem Urteil des Bundesgerichtshofs, wonach auf Webseiten das Setzen von Cookies nur nach aktiver Einwilligung durch den Webseitenbesucher zulässig ist, führte die ARAG auf ihren Webseiten ein Consent-Management-Tool ein. Des Weiteren begann die ARAG aufgrund des sogenannten Schrems-II-Urteils des Europäischen Gerichtshofs sofort, strengere Kriterien bei der Datenübermittlung in die USA und weitere Drittländer umzusetzen.

Zur kontinuierlichen Erhöhung des Datenschutzniveaus ist die Schulung und Sensibilisierung der Mitarbeiter zentral. Der Datenschutzbeauftragte nimmt diese Aufgabe durch individuelle Beratung und Schulung der Mitarbeiter wahr. Ergänzt werden diese Angebote durch Sensibilisierungsmaßnahmen, Pflichttrainings für die Mitarbeiter sowie die laufende Information über die internen Kommunikationskanäle. Die Sensibilisierung und Schulung der Mitarbeiter wird auch im Zusammenhang mit der zunehmenden Anzahl von Cyberattacken immer wichtiger. Mitarbeiter werden regelmäßig über bestehende Risiken und Angriffsszenarien aufgeklärt und darin geschult, wie diese Angriffe erkannt und abgewehrt werden können. Das Bewusstsein für IT-Sicherheit wird zudem durch Informationen im Intranet sowie einen jährlich stattfindenden Security Day geschärft.

Zur Sicherstellung der IT-Sicherheit nutzt die ARAG diverse Systeme, wie beispielsweise Firewalls, Antivirenprogramme auf Servern und Client-Systemen, Sicherheitsfeatures für Softwarepakete sowie erweiterte Schutzprogramme. Die ARAG baut ihre Sicherheitsinfrastruktur laufend aus, beispielsweise werden 2021 weitere Tools aus dem Microsoft-Toolportfolio wie Windows Defender ATP sowie Sentinel zum Einsatz kommen. Zu den weiteren standardmäßigen Sicherheitsvorkehrungen zählen regelmäßige Updates der Betriebssysteme sowie der betriebssystemnahen Software und Datenbanken. Kritische Geschäftsprozesse werden jährlich überprüft und überarbeitet. Zudem erfolgen Freigaben üblicherweise nach dem Vieraugenprinzip. Mit diesen Maßnahmen konnten kritische Vorfälle, die den Geschäftsbetrieb stören, bislang verhindert werden.

Die ARAG überwacht Datenschutzbeschwerden laufend und misst deren Anzahl, um zu beurteilen, wie gut die Datenschutzerfordernungen im Geschäftsalltag eingehalten werden. Wird eine Verletzung des Datenschutzes vermutet, kann zunächst bei der handelnden Fachabteilung Beschwerde eingereicht werden. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, sich an den betrieblichen Datenschutzbeauftragten oder die zuständige Datenschutzaufsichtsbehörde zu wenden.

4. Gesellschaftliche Verantwortung

Wertschöpfung für die Gesellschaft

Am Hauptsitz in Düsseldorf ist der ARAG Konzern mit circa 1.400 Beschäftigten ein bedeutender Arbeitgeber. Zudem unterstützt das Unternehmen indirekt zahlreiche Arbeitsstellen in der Lieferkette sowie im Vertrieb. Das Unternehmen hat damit einen positiven Einfluss auf die Beschäftigungsquote und trägt zur Steigerung der Standortattraktivität bei. Als Arbeitgeber schafft das Unternehmen auch an seinen internationalen Standorten gesellschaftlichen Wert, indem es zukunftsfähige und verlässliche Arbeitsplätze zur Verfügung stellt. Die geringe Fluktuation unterstreicht dies. In Deutschland rekrutiert die ARAG den Großteil der Führungskräfte an den beiden Hauptgeschäftsstandorten lokal, das heißt in den Bundesländern Nordrhein-Westfalen und Bayern. Die Verwaltungssitze der internationalen Niederlassungen und Tochterunternehmen liegen überwiegend in wichtigen Branchenzentren. Auch dort kann die ARAG standortnah rekrutieren. Es werden jedoch keine entsprechenden Daten erhoben.

Auch an den internationalen Standorten trägt die ARAG zur ökonomischen Entwicklung und Beschäftigung bei. Dabei besitzt die ARAG in Spanien, Italien und Skandinavien eine hohe Attraktivität als marktführendes Unternehmen im Segment Rechtsschutz. In den Niederlanden zählt die ARAG zu den bedeutendsten Arbeitgebern in der Rechtsbranche.

Steuern

Der Vertrauensvorschuss, den die ARAG vonseiten der Versicherungsnehmer erhält, basiert auf der Erwartung, dass sich die ARAG vertrags- und gesetzeskonform verhält. Im Hinblick auf das Thema Steuern hat sich die Geschäftsleitung der ARAG als primäres Ziel gesetzt, ihrer Steuererklärungspflicht rechtzeitig, richtig und vollständig nachzukommen. Erreichen will sie dieses Ziel durch organisatorische Maßnahmen, zum Beispiel durch ein Tax-Compliance-System, das die bestehende Compliance-Kultur und -Organisationsstruktur der ARAG ergänzt.

Das Tax-Compliance-System der ARAG ist als innerbetriebliches Kontrollsystem definiert. Es strukturiert steuerliche Abläufe und Prozesse und identifiziert steuerliche Risiken. Diese Risiken werden dokumentiert und beurteilt. Verantwortlich hierfür sind die Steuerabteilung, die Rechtsabteilung und die Geschäftsleitung. Im Berichtsjahr wurde das Tax-Compliance-System an neue gesetzliche Vorgaben angepasst. So implementierte die ARAG insbesondere die neu eingeführte gesetzliche Meldepflicht für grenzüberschreitende Steuergestaltungen (DAC 6) und verankerte diese durch entsprechende Prozesse für die Zukunft.

Im Rahmen der Compliance-Organisation erhalten die themenverantwortlichen Mitglieder des Managements regelmäßig Informationen zu aktuellen Steuerthemen durch die Leitung der Steuer- und der Rechtsabteilung. Schnittstellen mit steuerlichen Risiken werden fortlaufend analysiert, risikobehaftete Sachverhalte beurteilt, dokumentiert und je nach Erfordernis an das Management weitergeleitet. Die Steuerabteilung prüft einmal jährlich die Kontrollen des Tax-Compliance-Systems. Zudem überwacht die interne Revision das Tax-Compliance-System.

Die Steuerabteilung der ARAG SE ist dafür verantwortlich, dass sämtliche inländischen Konzerngesellschaften die geltenden Steuerregularien einhalten. Die ausländischen Niederlassungen und Tochtergesellschaften sind selbst für die Einhaltung der dort geltenden steuerlichen Vorschriften zuständig. Durch das Tax Compliance Questionnaire wird einmal jährlich die steuerliche Situation der ausländischen Betriebsstätten und Gesellschaften abgefragt. Diese Abfrage ergänzt die organisatorischen Tätigkeiten des in Deutschland implementierten Tax-Compliance-Systems. Die ausländischen Konzerneinheiten werden zudem von Steuerberatungsgesellschaften des jeweiligen Landes unterstützt, sodass die Einhaltung der geltenden Steuervorschriften an allen Standorten der ARAG sichergestellt ist.

Die ARAG bekennt sich zur ordnungsgemäßen Erfüllung ihrer steuerlichen Pflichten. Diese Strategie wird in internen Richtlinien der ARAG dokumentiert und in einem regelmäßigen Turnus aktualisiert. Die Überprüfung und Genehmigung der Steuerstrategie erfolgt durch das Management der ARAG.

Die ARAG übermittelt das Country-by-Country Reporting an das Bundeszentralamt für Steuern in dem vorgeschriebenen Umfang. Eine Veröffentlichung des steuerlichen Ländereportings unterbleibt, da es hierfür keine deutsche gesetzliche Regelung gibt.

Gesellschaftliches und politisches Engagement

Die ARAG legt als Familienunternehmen Wert auf die Verbindung von unternehmerischer und gesellschaftlicher Verantwortung – insbesondere dort, wo staatliche Stellen notwendigen Aufgaben nicht vollumfänglich nachkommen können. Aus dieser Haltung heraus betreibt die ARAG eine Reihe von Förderprogrammen und Initiativen. Die Aktivitäten bezwecken, die Lebensqualität der lokalen Gesellschaft sowie das wirtschaftliche Umfeld positiv zu beeinflussen.

Seit 2014 bietet das Unternehmen beispielsweise mit Unterstützung des Ministeriums für Schule und Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen (NRW) das Förderprojekt „Konfliktmanagement an Schulen“ an. Im Fokus steht die Einführung flächendeckender Qualitätsstandards von Konfliktmanagementstrukturen sowie Präventions- und Interventionsmaßnahmen. In den bisher acht stattgefundenen Ausbildungsdurchgängen wurden insgesamt 389 Schulmediatoren von 133 weiterführenden Schulen und Berufskollegs in verschiedenen Schulbezirken in NRW ausgebildet. Im Berichtsjahr konzipierte die ARAG aufgrund der COVID-19-Pandemie ein digitales Weiterbildungskonzept für den achten Ausbildungsdurchgang. 2020 konnten hierdurch neun weiterführende Schulen aus ganz NRW mit insgesamt 23 Teilnehmern für die Ausbildung zum Schulmediator gewonnen werden.

Ein weiteres zentrales Feld des gesellschaftlichen Engagements der ARAG ist der aktive Schutz von Kindern und Jugendlichen vor Gefahren im Internet. Wichtige Präventionsfelder umfassen die Förderung von Medienkompetenz, Information und Aufklärung sowie die Sensibilisierung für Mobbingfolgen. Seit 2019 informiert die ARAG beispielsweise über die Website hass-streichen.de umfassend und aktuell über das Thema. Zudem unterstützt die ARAG die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) im Bereich der digitalen Bildung. Gemeinsam wurde 2017 das Programm „bildung.digital“ ins Leben gerufen. Schulen wer-

den dabei unterstützt, Konzepte der digitalen Bildung an ihren Schulen zu entwickeln und zu verankern. Im Jahr 2020 startete die zweite Projektphase des Programms. Erneut begeben sich 40 ausgewählte Schulen aus sechs Bundesländern in länderübergreifenden Netzwerken auf diesen Weg.

Neben ihrem gesellschaftlichen Engagement ist die ARAG bestrebt, die demokratischen Institutionen zu stärken und den Dialog mit Behörden und Politik aufrechtzuerhalten. Denn die Geschäftstätigkeit der ARAG wird maßgeblich von Entwicklungen im politischen und regulatorischen Kontext beeinflusst. Die ARAG SE übernimmt im Auftrag der ARAG Holding SE die politische Kommunikation durch den Vorstandssprecher und den Generalbevollmächtigten. Der Austausch bezweckt, für beide Seiten relevante Themen zu erkennen, um unterschiedliche Sichtweisen aufzudecken und frühzeitig zu diskutieren. Wie die Konzerngesellschaften in Deutschland sind auch die internationalen Gesellschaften gewöhnlich Mitglied in den Branchenverbänden der jeweiligen Länder und bringen sich so in die politische Diskussion ein. Das politische Engagement der ARAG umfasst Spenden an in deutschen Parlamenten vertretene Parteien. Im Berichtsjahr belief sich der Gesamtbeitrag der finanziellen Zuwendungen an Parteien auf insgesamt 120 T€. Die internationalen Gesellschaften leisteten 2020 keine finanziellen Zuwendungen an die Politik.

5. Arbeitnehmerbelange

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Die ARAG setzt auf einen umfassenden Ansatz zum Schutz der Gesundheit sowie zur Gewährleistung der Arbeitssicherheit, der über die gesetzlichen Anforderungen hinausgeht. Das Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz wird vom ARAG Vorstand verantwortet und fällt in den operativen Verantwortungsbereich der beiden Hauptabteilungen Zentrale Dienste Konzern und Human Resources. Die operative Umsetzung erfolgt durch das Fachreferat für Arbeitssicherheit und Brandschutz mit der Fachkraft für Arbeitssicherheit und dem Brandschutzbeauftragten an den jeweiligen Standorten sowie durch die Personalentwicklung. Die ausländischen Gesellschaften sind weitgehend autonom, ihren Ansatz zu Arbeitssicherheit und Gesundheit zu gestalten. Die Ausgestaltung ist insbesondere abhängig von den lokalen Gesetzen und der Anzahl Mitarbeiter.

Die ARAG geht bei der Sicherheitsorganisation und der Pflege der sicherheitstechnischen Einrichtungen über die gesetzlichen Vorgaben hinaus. Dies betrifft beispielsweise die Anzahl der Sicherheitsbeauftragten und der Erst- und Brandschutz Helfer. Zudem führt die ARAG jährliche Evakuierungsübungen durch und verfügt dadurch über einen eingespielten Sicherheits- und Krisenstab. In Deutschland finden viermal pro Jahr Arbeitsschutzausschusssitzungen (ASA) statt, in denen Belange zum Arbeits-, Brand- und Gesundheitsschutz sowie Lösungsansätze für notwendige Maßnahmen besprochen und dokumentiert werden. Dem Ausschuss gehören ein Arbeitgebervertreter, Betriebsratsmitglieder, der Betriebsarzt, die Fachkraft für Arbeitssicherheit, die Sicherheitsbeauftragten und weitere ausgewählte Personen an. Die Belegschaft in Deutschland wird über E-Learning im Intranet einmal im Jahr zum Arbeits-, Brand- und Gesundheitsschutz unterwiesen. Darüber hinaus erhalten Mitarbeiter mit besonderen Sicherheitsaufgaben weitere Trainings.

Mit ARAGcare verfügt das Unternehmen in Deutschland über ein betriebliches Gesundheitsmanagement zur Förderung des Gesundheitsbewusstseins der Mitarbeiter. Neben regelmäßigen Checks und Vorsorgeaktionen haben die Mitarbeiter Zugang zu einem Betriebsarzt. Alle Dienste können über eine digitale Plattform gebucht werden. Bei Bedarf können sich Mitarbeiter zudem von Kooperationspartnern bei Fragen zu Kinderbetreuung, Pflege von Angehörigen oder beruflichen und privaten Problemen beraten lassen. Bei langfristigen Ausfällen von Mitarbeitern setzt die ARAG auf ein betriebliches Eingliederungsmanagement zur professionellen Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen. Die Hauptverantwortung für ARAGcare liegt bei der Personalentwicklung der Hauptabteilung Human Resources. Die Mitarbeiter der ARAG können sich bei Beschwerden hinsichtlich der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes direkt an den Mitarbeiter des Fachreferats Arbeitssicherheit sowie die Mitarbeiter der Personalentwicklung wenden. Die internationalen Standorte gestalten ihre jeweiligen Angebote eigenverantwortlich aus. Im Berichtsjahr erforderte die COVID-19-Pandemie umfassende Maßnahmen, um die Gesundheit der Mitarbeiter zu schützen. Der interne Sicherheitsstab und der Betriebsarzt analysierten die Lage regelmäßig und legten Maßnahmen unter Berücksichtigung bundespolitischer Entscheidungen fest. Über alle Maßnahmen erhielten die Mitarbeiter zeitnah Informationen per Intranet. Für die Arbeitsplätze wurden strenge Hygienekonzepte erarbeitet. Zudem sprach die ARAG eine Home-Office-Empfehlung aus. Vergleichbare Maßnahmen wurden auch an den internationalen Standorten umgesetzt. So arbeiteten beispielsweise die ARAG Mitarbeiter in Italien, Spanien, Belgien und Slowenien aus dem Home-Office. In Österreich offerierte die ARAG ihren Mitarbeitern im Home-Office zusätzlich ein psychologisches Hilfsangebot. In den Niederlanden wurde bereits zu Beginn der Pandemie eine eigene Corona-Taskforce eingesetzt, welche über Maßnahmen beriet. Die konzernweite Abwesenheitsrate lag im Berichtsjahr bei 4,0 Prozent (Männer 3,2 Prozent/Frauen 4,7 Prozent)

Aus- und Weiterbildung

Die ARAG verfolgt das Ziel, sich zu einem der besten Versicherer am Markt zu entwickeln. Dazu benötigt das Unternehmen kompetente, engagierte und leistungsbereite Mitarbeiter. Der Berufsausbildung, Qualifizierung und Entwicklung der Mitarbeiter kommt daher eine zentrale Bedeutung zu. Die Aus- und Weiterbildung wird bei der ARAG über den Dialog zwischen Führungskräften und ihren Mitarbeitern geregelt. Weiterbildungsangebote stehen grundsätzlich allen internen Mitarbeitern offen. Die ARAG unterstützt jedoch auch ihre Angestellten im Außendienst durch weitreichende Kostenbeteiligungen und Zeitübernahmen. Die strategische Führung im Bereich Aus- und Weiterbildung fällt in den Verantwortungsbereich des Hauptabteilungsleiters Human Resources, des Leiters Personalentwicklung und der Abteilung Personalentwicklung. Die beiden Letzteren verantworten zudem zusammen mit allen Führungskräften der ARAG die operative Umsetzung. Das ARAG Vertriebstraining kümmert sich um die Aus- und Weiterbildung der Vermittler im Stammbetrieb, die größtenteils gemäß § 84 Handelsgesetzbuch (HGB) für die ARAG tätig sind.

Als Versicherungskonzern untersteht die ARAG regulatorischen Vorgaben hinsichtlich der Qualifikation der Belegschaft und der Führungskräfte. Diese ergeben sich beispielsweise aus der Solvency-II-Rahmenrichtlinie oder der Versicherungsvertriebsrichtlinie (Insurance Distribution Directive [IDD]) der Europäischen Union. Entsprechende Schulungen tragen dazu bei, dass die jeweiligen auf die Qualifikation der Belegschaft bezogenen regulatorischen Vorgaben jederzeit eingehalten werden.

Die ARAG richtet ihre Unterstützung bei Qualifikationen sowie das Angebot an Aus- und Weiterbildungsprogrammen am Bedarf des Unternehmens und der Mitarbeiter aus. Die inhaltliche Nähe der vermittelten Inhalte zum Arbeitsalltag steht dabei stets im Zentrum. Die Abteilung Personalentwicklung führte im Berichtsjahr eine neue Lernplattform mit dem Namen ARAG Learn2Develop ein. Diese steht der Belegschaft in Deutschland zur Verfügung und bietet die Möglichkeit, neben den Trainings der Personalentwicklung zusätzliche digitale Angebote externer Partner zu integrieren. Die Plattform bietet ein breites Spektrum an Trainings und E-Learning-Kursen, wobei die Schwerpunkte auf Fach-, Methoden- und Führungskompetenzen, persönlichen und sozialen Kompetenzen, versicherungs- und betriebswirtschaftlichem Wissen, Projekt- und Prozessmanagement sowie Fremdsprachen liegen. Einfache, übersichtliche Strukturen und intelligente Suchfunktionen machen die Plattform besonders nutzerfreundlich. Neue Lernfeatures wie beispielsweise das persönliche Learning-Cockpit oder individuelle Lernpfade unterstützen die gezielte Weiterentwicklung jedes einzelnen Lernenden. 2020 wurden in Deutschland unternehmensweit 1.257 Weiterbildungsmaßnahmen mit 4.699 Teilnahmen dokumentiert (ohne E-Learning-Angebote zu Datenschutz und Arbeitsschutz).

Die internationalen Standorte können eigene Aus- und Weiterbildungsangebote zur Verfügung stellen. In den USA legte die ARAG im Berichtsjahr beispielsweise einen Fokus auf Trainings zu emotionaler Intelligenz sowie auf die Führung anspruchsvoller Gespräche. In Italien führte das Unternehmen eine neue E-Learning-Plattform ein und sensibilisierte die Mitarbeiter im Zuge der Verlagerung ins Home-Office spezifisch für Cyberrisiken. In Griechenland fanden neben Trainings zu regulatorischen Entwicklungen vor allem interne Schulungen zum Smart Insurer Programm statt.

Im Zuge der zunehmenden Digitalisierung wird es immer wichtiger, dass alle Mitarbeiter ihrer Funktion entsprechend digitale Fähigkeiten entwickeln und offen für digitale Methoden und Abläufe sind. Der Bereich Personalentwicklung implementiert deshalb im Rahmen des ARAG Smart Insurer Programms neue digitale Lern- und Entwicklungsformate. Trainings zu den Themen Design Thinking, Visualisierung, agiles Projektmanagement, Scrum und Office 365 gehören deshalb seit mehreren Jahren zum Weiterbildungsangebot der ARAG. Seit 2019 erleichtert zudem die Videoplattform Masterplan den Wissenserwerb rund um die Digitalisierung. In kurzen Videosequenzen vermitteln Experten Lerninhalte zu Themen wie New Work, digitale Zusammenarbeit oder digitale Geschäftsmodelle.

Neben den bedarfsgerechten Aus- und Weiterbildungsangeboten trägt das hausinterne Talentmanagementprogramm ARAG myCareer zur Bindung von qualifizierten Mitarbeitern bei. MyCareer bietet ein Instrumentarium zur Personalauswahl und -entwicklung. Führungskräfte haben die Möglichkeit, Kandidaten für Fach- und Führungsfunktionen anzumelden. Alle angemeldeten Kandidaten werden mittels individueller Einstiegs- und Vorbereitungsgespräche auf die Personaldiagnostik vorbereitet. Zudem fördert die ARAG Fachspezialisten und Führungskräfte, indem sie ihnen die Möglichkeit bietet, ein berufsbegleitendes Studium oder einen Master of Business Administration (MBA) zu absolvieren. Die ARAG schreibt zudem jährlich verpflichtende Mitarbeitergespräche vor, in denen die individuelle Weiterbildung thematisiert und geplant wird. Diese Maßnahmen trugen unter anderem dazu bei, dass die konzernweite, auf die Austritte bezogene Fluktuationsrate¹ mit 5,4 Prozent auch im Berichtsjahr tief ausfiel.

Die ARAG kümmert sich um die bedarfsgerechte Ausbildung von Kauffrauen und Kaufmännern für Versicherungen und Finanzen. Damit versucht sie, ausreichenden fachlichen Nachwuchs sicherzustellen, und sorgt auch für eine gute demografische Durchmischung des Konzerns.

Vielfalt, Chancengleichheit und Diskriminierungsschutz

Fairness und Offenheit sind für die ARAG zentrale Unternehmenswerte. Das Unternehmen verfolgt deshalb einen familienfreundlichen und inklusiven Ansatz. Darüber hinaus vermeidet die ARAG Reputationsrisiken, die beispielsweise durch die Verletzung des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) entstehen könnten.

Vielfalt und Chancengerechtigkeit sind in der Unternehmensstrategie und den Unternehmenswerten festgeschrieben. Auf dieser Basis gründet der Anspruch der ARAG, allen Mitarbeitern die gleichen beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten – unabhängig von Alter, Nationalität, privaten Lebensumständen oder Familienstand. Die Bereiche Human Resources und Unternehmenskommunikation definieren im Rahmen ihrer operativen Strategien Maßnahmen zur Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit. Dazu bietet die ARAG flexible Arbeitsmodelle für Mitarbeiter in allen Lebensphasen, beispielsweise Home-Office, Telearbeit und Führung in Teilzeit. 2020 wurden an allen Standorten die Voraussetzungen für ortsunabhängiges Arbeiten durch die Bereitstellung von zusätzlicher Hardware und Büroausstattung deutlich verbessert. Mit den Schwerbehindertenbeauftragten und dem Mobbingbeauftragten verfügt die ARAG zudem über spezifische Verantwortungsbereiche, die dazu beitragen, die Gleichbehandlung im Konzern zu fördern. Mitarbeiter können sich bei Bedarf an diese beiden Stellen und den Betriebsrat wenden. Darüber hinaus werden alle Führungskräfte im Rahmen von Schulungsprogrammen für die Themen Chancengerechtigkeit und Schutz vor Diskriminierung sensibilisiert.

¹ Die Fluktuationsrate wurde anhand des Personalbestands vom Stichtag 31. Dezember 2020 berechnet. In die Berechnung eingeschlossen sind die unbefristeten Mitarbeiter aller Konzerngesellschaften der ARAG in Deutschland (exklusive Justix GmbH) sowie die Niederlassungen/Tochtergesellschaften in Österreich, Belgien, Kanada, Dänemark, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Norwegen, Portugal, Slowenien, Spanien, Schweden, Großbritannien, Australien, der Republik Irland und den USA.

Der Frauenanteil auf den beiden obersten Führungsebenen ist in den letzten Jahren gestiegen: Zum Ende des Geschäftsjahres 2020 lag der Frauenanteil auf der ersten Führungsebene (F1) mit 30 Prozent deutlich über der Planvorgabe von 20 Prozent und auch auf der zweiten Führungsebene (F2) zeichnet sich ab, dass der Zielwert von 36 Prozent bis Mitte 2021 erreicht, vielleicht sogar übertroffen wird. Ein Gleichgewicht zwischen Frauen und Männern ist damit zwar noch nicht erreicht. Die ARAG ist jedoch bestrebt, den positiven Trend durch die weitere Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort sowie verbesserte Kinderbetreuungsangebote zu unterstützen.

Die ARAG überprüft die Wirksamkeit der getroffenen Maßnahmen regelmäßig. Jährliche Statistiken dienen der Überprüfung der Chancengleichheit zwischen Frauen und Männern. Dazu gehört beispielsweise auch eine Auswertung der Weiterbildungsmaßnahmen. Sie werden im Rahmen des Controllings auf soziodemografische Daten wie Alter, Geschlecht, Betriebszugehörigkeit und Hierarchiestufe überprüft.

6. Betriebliche Umweltbelange

Klimafreundlicher Betrieb

Neben der Berücksichtigung von Umweltkriterien in der Kapitalanlage ist die ARAG bestrebt, den Energieverbrauch und die damit einhergehenden Treibhausgasemissionen im eigenen Betrieb so weit als möglich zu senken. Damit leistet das Unternehmen unter der Leitung des Vorstands einen Beitrag zum Klimaschutz und nimmt seine unternehmerische Pflicht zum sorgfältigen und haushälterischen Umgang mit Ressourcen wahr.

Als interner Dienstleister steuert das Facility-Management den Energieverbrauch und den damit verbundenen CO₂-Ausstoß maßgeblich. In Deutschland liegen der Energieeinkauf und die Ausschreibung sämtlicher damit verbundenen Dienstleistungen im Verantwortungsbereich der Abteilung Einkauf. Die ARAG ist sich bewusst, dass es für eine gute Performance im Bereich Energie und Emissionen der Mitwirkung aller Mitarbeiter und Führungskräfte bedarf. Sie führt deshalb in Deutschland regelmäßig Schulungen mit externen Fachunternehmen und Experten durch, die unter anderem die Themen Beleuchtung und Lichttechnik, Lüftung und Klima, Heizung, Aufzugstechnik sowie Schall- und Emissionsschutz im Bürobereich thematisieren.

Die ARAG ließ für die konzerneigene Immobilie am Hauptsitz in Düsseldorf – den ARAG Tower – einen Energieausweis nach den Vorgaben der deutschen Energieeinsparverordnung (EnEV) erstellen. Der Energiebenchmark zeigt, dass der ARAG Tower gegenüber vergleichbaren Gebäuden sehr gute Werte aufweist. Die ARAG ist bestrebt, diese Werte kontinuierlich zu verbessern, und setzt darum sowohl in Düsseldorf als auch an den weiteren Standorten Optimierungsmaßnahmen um. Diese fokussieren sich insbesondere auf Optimierungen im Gebäudebetrieb sowie auf die Förderung einer klimaschonenden Mobilität. Am Standort Düsseldorf wird dies durch ein Energiekontrollsystem unterstützt, das bereits 2019 in Betrieb genommen wurde. 2020 hat die ARAG beispielsweise am Hauptverwaltungsstandort der Krankenversicherung in München auf den Gebäudeeigentümer eingewirkt und nachhaltige Verbesserungsmaßnahmen erwirkt. So wurden im Jahr 2020

die Sicherheitsbeleuchtung in den allgemeinen Bereichen (Treppenhäuser, Keller und Tiefgarage) sowie die Beleuchtung der Aufzüge von zwei Campus-Häusern auf LED umgestellt. Auch die internationalen Gesellschaften sind bestrebt, den Energiekonsum an ihren Standorten zu senken. Die Rahmenbedingungen unterscheiden sich dabei stark zwischen den Ländern. An einzelnen Standorten ist der Handlungsspielraum begrenzt, da die Büroflächen gemietet werden und so nur beschränkt Einfluss auf Energiesparmaßnahmen genommen werden kann. An einem Standort in den Niederlanden bezog die ARAG 2020 ein neues Büro in einem energieeffizienteren Gebäude und investierte im Hauptbüro in Leusden in energiesparende Heizanlagen und Liftsysteme.

An einzelnen Standorten werden zudem im Einklang mit den anwendbaren Gesetzen regelmäßig Energieaudits durchgeführt. Am Hauptstandort in Düsseldorf fand 2018 ein Audit nach DIN EN 16247-1 statt. In Italien leitete die ARAG Verbesserungsmaßnahmen aus dem Audit 2019 ab und auch in Österreich werden basierend auf dem Energieeffizienzgesetz regelmäßig Energieaudits durchgeführt.

Der Energieverbrauch in Deutschland sowie an den internationalen Standorten ist im Jahr 2020 aufgrund der durch die pandemische Lage veränderten Nutzungs- und Belegungsquoten der Büroarbeitsplätze mit den Vorjahreswerten nicht direkt vergleichbar. In Summe wurde der Verbrauch in Deutschland um rund 288 MWh (2,2 Prozent) gesenkt. Die Treibhausgasemissionen (Scope 1 & 2) konnten im selben Zeitraum um 3,7 Prozent reduziert werden. Global gesehen ging der Energieverbrauch um rund 8 Prozent zurück. Die Treibhausgasemissionen (Scope 1 & 2) reduzierten sich im selben Zeitraum um rund 9 Prozent.²

² Die Daten beziehen sich auf den ARAG Hauptsitz in Düsseldorf, die Außenstellen in Deutschland sowie die Niederlassungen und Tochtergesellschaften in Österreich, Belgien, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Portugal, Slowenien, Spanien, Großbritannien und den USA. Zur Berechnung des Energieverbrauchs wurden Strom-, Wärme- und Brennstoffverbräuche erhoben. Die Treibhausgasemissionen werden gemäß den Richtlinien des WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocols berechnet. Die mit dem Stromverbrauch assoziierten Treibhausgasemissionen wurden gemäß „location-based approach“ ausgewiesen.

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit des zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Berichts

An den Aufsichtsrat der ARAG Holding SE, Düsseldorf

Wir haben den für die ARAG Holding SE und den Konzern (im Folgenden „Gesellschaft“) zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht (im Folgenden „Bericht“) nach §§ 341a Abs. 1a i. V. m. 289b Abs. 3 und 341j Abs. 4 i. V. m. 315b Abs. 3 und 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2020 einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Nicht Gegenstand unseres Auftrags war die materielle Prüfung von produktbezogenen oder dienstleistungsbezogenen Angaben im Bericht sowie von Verweisen auf externe Dokumentationsquellen oder Expertenmeinungen sowie zukunftsbezogenen Aussagen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Berichts in Übereinstimmung mit den §§ 341a Abs. 1a i. V. m. 289b Abs. 3 und 341j Abs. 4 i. V. m. 315b Abs. 3 und 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Aufstellung des zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Berichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung des zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Berichts zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über den zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, als Limited Assurance Engagement durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und

durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit beurteilen können, dass uns keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Bericht der Gesellschaft im Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 341a Abs. 1a i. V. m. 289b Abs. 3 und 341j Abs. 4 i. V. m. 315b Abs. 3 und 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder Angabe jeweils ein separates Prüfungsurteil abgegeben wird. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unseres Auftrags haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragungen von für die Wesentlichkeitsanalyse verantwortlichen Mitarbeitern auf Gruppenebene, um ein Verständnis über die Vorgehensweise zur Identifizierung wesentlicher Themen und entsprechender Berichtsgrenzen von ARAG Holding SE zu erlangen
- Eine Risikoeinschätzung, einschließlich einer Medienanalyse, zu relevanten Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung von ARAG Holding SE in der Berichtsperiode
- Einschätzung der Konzeption und der Implementierung von Systemen und Prozessen für die Ermittlung, Verarbeitung und Überwachung von Angaben, einschließlich der Konsolidierung der Daten, zu Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelangen, Achtung der Menschenrechte und Bekämpfung von Korruption und Bestechung
- Befragungen von Mitarbeitern auf Gruppenebene, die für die Ermittlung der Angaben zu Konzepten, Due-Diligence-Prozessen, Ergebnissen und Risiken, die Durchführung von internen Kontrollhandlungen und die Konsolidierung der Angaben verantwortlich sind
- Einsichtnahme in ausgewählte interne und externe Dokumente
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends der quantitativen Angaben, welche zur Konsolidierung auf Gruppenebene von allen Standorten gemeldet wurden
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der Angaben

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise hinreichend und angemessen sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Sicherung der Unabhängigkeit und Qualität des Wirtschaftsprüfers

Bei der Durchführung des Auftrags haben wir die Anforderungen an Unabhängigkeit und Qualitätssicherung aus den nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen, insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie des IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1), beachtet.

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Bericht der ARAG Holding SE für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2020 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 341a Abs. 1a i. V. m. 289b Abs. 3 und 341j Abs. 4 i. V. m. 315b Abs. 3 und 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

Verwendungsbeschränkung/AAB-Klausel

Dieser Vermerk ist an den Aufsichtsrat der ARAG Holding SE, Düsseldorf, gerichtet und ausschließlich für diesen bestimmt. Gegenüber Dritten übernehmen wir insoweit keine Verantwortung.

Dem Auftrag, in dessen Erfüllung wir vorstehend benannte Leistungen für den Aufsichtsrat der ARAG Holding SE, Düsseldorf, erbracht haben, lagen die Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vom 1. Januar 2017 zugrunde (<https://www.kpmg.de/bescheinigungen/lib/aab.pdf>). Durch Kenntnisnahme und Nutzung der in diesem Vermerk enthaltenen Informationen bestätigt jeder Empfänger, die dort getroffenen Regelungen (einschließlich der Haftungsregelung unter Nr. 9 der Allgemeinen Auftragsbedingungen) zur Kenntnis genommen zu haben, und erkennt deren Geltung im Verhältnis zu uns an.

München, den 19. April 2021

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Hell

Brokof
Wirtschaftsprüferin

GRI-Bericht

Universelle Standards	69
<i>Organisationsprofil</i>	69
<i>Strategie</i>	73
<i>Ethik und Integrität</i>	73
<i>Unternehmensführung</i>	74
<i>Einbindung von Stakeholdern</i>	76
<i>Vorgehensweise bei der Berichterstattung</i>	78
<hr/>	
Themenspezifische Standards	82
<i>Unternehmensführung und Compliance</i>	83
<i>Wirtschaftliche Wertschöpfung</i>	82
<i>Unternehmens- und Führungskultur – Ethische Unternehmensführung und Compliance</i>	83
<i>Fairer Wettbewerb und Vermeidung von Interessenkonflikten</i>	85
<i>Cyberrisiken und Datenschutz</i>	87
<i>Produkte, Vertrieb und Kundenbeziehung</i>	90
<i>Kundenorientierung und innovative Angebote – Demografie, Sozialstrukturen und Lebensstile im Wandel</i>	90
<i>Digitale Transformation</i>	93
<i>Transparente Produkte und Dienstleistungen</i>	95
<i>Asset- und Risikomanagement</i>	96
<i>Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten im Anlageprozess – Investitionen mit besonderem ökologischem oder sozialem Impact – Kompetenzentwicklung zu Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen</i>	96
<i>Management von Nachhaltigkeitsrisiken – Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken im Versicherungsgeschäft</i>	97
<i>Arbeitnehmerbelange</i>	99
<i>Interne Kommunikation/Kommunikation zwischen Vorstand und Belegschaft</i>	99
<i>Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz</i>	100
<i>Aus- und Weiterbildung</i>	103
<i>Vielfalt, Chancengleichheit und Diskriminierungsschutz</i>	106
<i>Gesellschaftliche Verantwortung und Menschenrechtsschutz</i>	109
<i>Wertschöpfung für die Gesellschaft</i>	109
<i>Steuern</i>	110
<i>Gesellschaftliches und politisches Engagement</i>	112
<i>Schutz der Menschenrechte in der Lieferkette – Kinder-, Zwangs- und Pflichtarbeit</i>	114
<i>Betriebliche Umweltbelange</i>	115
<i>Klimafreundlicher Betrieb</i>	115
<hr/>	
GRI-Inhaltsindex	120

Universelle Standards

Organisationsprofil	
102-1	<p>Name der Organisation</p> <p>ARAG Holding SE</p>
102-2	<p>Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen</p> <p>Der ARAG Konzern ist das größte Familienunternehmen in der deutschen Versicherungsbranche und zählt zu den drei weltweit führenden Rechtsschutzanbietern. Im Fokus stehen Versicherungsprodukte und Dienstleistungen für Privat- und Gewerbekunden. Als innovativer Qualitätsversicherer bietet die ARAG ihren Kunden in Deutschland neben dem Kerngeschäft Rechtsschutz auch bedarfsorientierte Produkte und Services im Komposit- und Krankenversicherungsgeschäft an. International erschließt das Unternehmen gezielt Wachstumspotenziale im Rechtsschutzgeschäft.</p> <p><i>Für weitere Informationen siehe Geschäftsberichte 2020 Konzernabschluss ARAG Holding SE, ARAG Allgemeine Versicherungs-AG, ARAG Krankenversicherungs-AG</i></p>
102-3	<p>Hauptsitz der Organisation</p> <p>Düsseldorf, Deutschland</p>
102-4	<p>Anzahl der Länder, in denen das Unternehmen tätig ist</p> <p>19</p>
102-5	<p>Eigentumsverhältnisse und Rechtsform</p> <p>Die ARAG SE ist die operative Holding der ARAG. Ihre Vorstandsmitglieder sind für die strategische Leitung des Konzerns, für das operative deutsche Rechtsschutzgeschäft und die internationalen Einheiten verantwortlich. Die Vorstände der ARAG Allgemeine Versicherungs-AG und der ARAG Krankenversicherungs-AG verantworten die operative Führung ihrer Gesellschaften. Als Familienholding verwaltet die ARAG Holding SE das Gesamtvermögen des ARAG Konzerns.</p>

102-6

Märkte

Mit ihren innovativen Produkten und Services im Kernsegment Rechtsschutz gestaltet die ARAG ihre nationalen und internationalen Märkte maßgeblich mit. Das internationale Rechtsschutzgeschäft ist seit einigen Jahren das größte Konzerngeschäftsfeld. In Deutschland beweist sich der Kompositversicherer ARAG allgemein in einem hart umkämpften Markt als Anbieter von attraktiven Sach-, Haftpflicht- und Unfallversicherungen. Mit einer breiten Palette an leistungsstarken Produkten unterstreicht die ARAG Kranken im privaten Krankenversicherungsmarkt ihre Rolle als attraktiver Anbieter von Krankenvoll- und Krankenzusatzversicherungen.

Die ARAG konzentriert sich auf ihr wachstumsstarkes Sach- und Krankenversicherungsgeschäft. Ihren Kunden bietet die ARAG zusätzlich attraktive Altersvorsorgelösungen über den Kooperationspartner Alte Leipziger an.

Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2020 Konzernabschluss ARAG Holding SE

102-7

Größe der Organisation

Die ARAG ist aktiv in insgesamt 19 Ländern und nimmt in vielen internationalen Märkten eine führende Position ein. Mit mehr als 4.400 Mitarbeitern erwirtschaftet der Konzern ein Umsatz- und Beitragsvolumen von über 1,86 Milliarden €.

Die ARAG SE beschäftigt weltweit mehr als 2.800 Mitarbeiter. In diesem Bericht gehen die quantitativen Darstellungen zu den Mitarbeitern sofern möglich und sinnvoll über die Grenzen der ARAG SE hinaus und berücksichtigen weitere Mitarbeiter des ARAG Konzerns. Der genaue Umfang wird jeweils bei der entsprechenden Angabe erläutert. Das gleiche gilt für Angaben zum Energieverbrauch und zu den Treibhausgasemissionen.

Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2020 Konzernabschluss ARAG Holding SE

102-8

Zusammensetzung der Belegschaft***Zusammensetzung der Belegschaft nach Arbeitsvertrag und Beschäftigungsverhältnis**

Anzahl Personen, Stand 31. 12. 2020¹

	Deutschland		International		Total
	Männer	Frauen	Männer	Frauen	
Belegschaft nach Arbeitsvertrag	917	1.039	887	1.407	4.250
Unbefristet	886	991	818	1.303	3.998
Temporär	31	48	69	104	252
Belegschaft nach Beschäftigungsverhältnis²	886	991	818	1.303	3.998
Vollzeit	821	655	728	905	3.109
Teilzeit	65	336	90	398	889

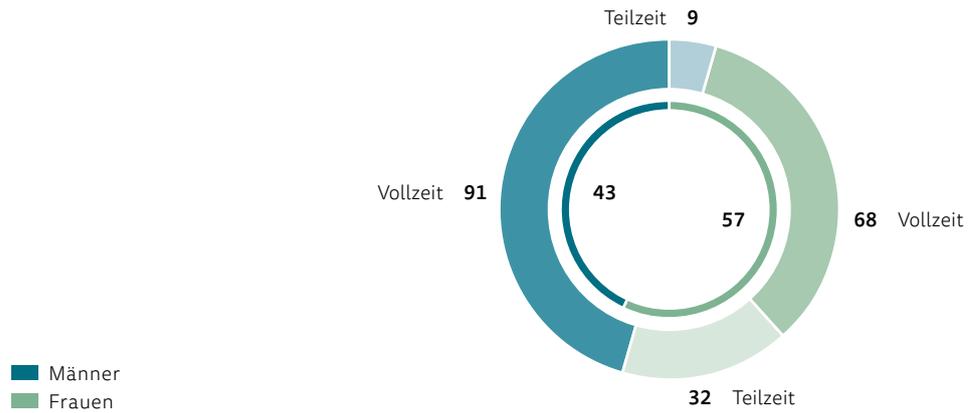
¹ Ohne 79 Praktikanten, Trainees und Lernende sowie ohne passive Mitarbeiter

² Nur unbefristete Mitarbeiter

* Die Daten beziehen sich auf alle deutschen Konzerngesellschaften (exklusive Justix GmbH) sowie die Niederlassungen/Tochtergesellschaften in Österreich, Belgien, Kanada, Dänemark, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Norwegen, Portugal, Slowenien, Spanien, Schweden, Großbritannien, Australien, der Republik Irland und den USA.

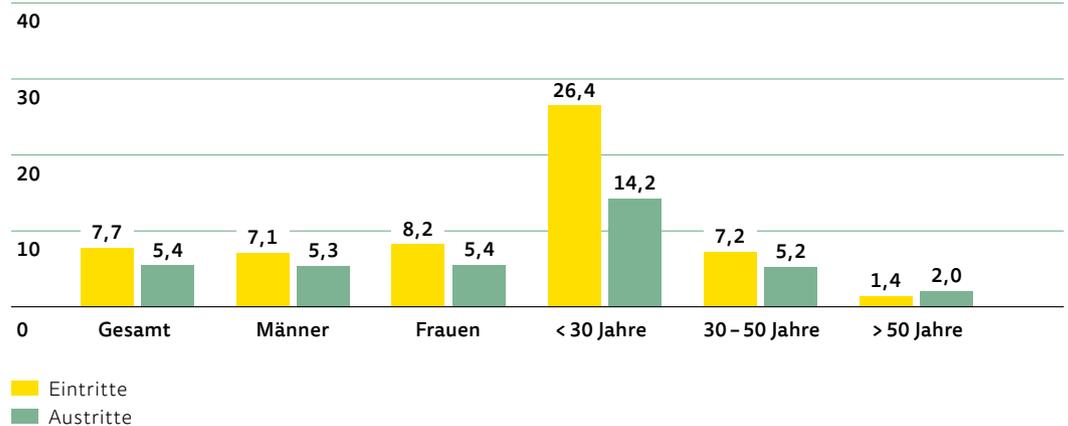
Unbefristete Mitarbeiter nach Geschlecht und Beschäftigungsverhältnis

(in Prozent)



Fluktuation nach Geschlecht und Altersgruppe

(in Prozent)



Der Prozentsatz weist die Eintritts-/Austrittsrate aus. Es wurden nur unbefristete Mitarbeiter berücksichtigt. 2020 traten 188 Frauen und 121 Männer ins Unternehmen ein. 123 Frauen und 91 Männer traten aus. Von den Eintretenden waren 123 unter 30 Jahre alt, 168 zwischen 30 und 50 Jahre und 18 über 50 Jahre. Von den Austretenden waren 66 unter 30 Jahre alt, 122 zwischen 30 und 50 Jahre und 26 über 50 Jahre.

102-9

Lieferkette

In Deutschland bezieht der ARAG Konzern mit einem Einkaufsvolumen von rund 94,7 Millionen € Leistungen von 1.245 Lieferanten.¹ Die Leistungen werden anhand von zehn Warengruppen kategorisiert. Dazu gehören unter anderem IT, Marketing und Kommunikation, Facility-Management, Reisen und Veranstaltungen, Finanzdienstleistungen und professionelle Dienstleistungen, wie externe Schadensachbearbeiter oder Prüfungsgesellschaften. Der Einkauf liegt im Verantwortungsbereich des Zentraleinkaufs. In der Einkaufsrichtlinie definierte Leistungen können direkt von den Fachbereichen eingekauft werden.

¹ Berücksichtigt werden alle Kreditoren der ARAG SE in Deutschland, der ARAG Allgemeine Versicherungs-AG, der ARAG Krankenversicherungs-AG sowie der ARAG IT mit einem Einkaufsvolumen von $\geq 1,5$ T€. Damit werden kleinere Ausgaben einzelner Mitarbeiter, beispielsweise für Geschäftsreisen, weitestgehend ausgeschlossen. Da die Angaben der internationalen Niederlassungen und Versicherungsgesellschaften nicht vergleichbar sind, werden sie hier nicht berücksichtigt.

102-10

Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette

Im Juli 2020 zog sich der Mehrheitsaktionär und Vorstandsvorsitzende der ARAG SE, Dr. Dr. h. c. Paul-Otto Faßbender, aus der operativen Führung des Unternehmens zurück. Er übernahm den Aufsichtsratsvorsitz der ARAG SE. Zugleich bleibt er Vorstandsvorsitzender der ARAG Holding SE. Dr. Renko Dirksen wurde zum Sprecher des Vorstands berufen. Er übernahm das neue Ressort Zentrale Konzernfunktionen. Bereits im Frühjahr wurde Dr. Werenfried Wendler in den Vorstand der ARAG SE berufen. Dort verantwortet er das neu geschaffene Ressort Human Resources/Revision (siehe Führungsstruktur, GRI 102-18).

102-11

Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip

Für den ARAG Konzern als Versicherungsunternehmen ist das Risikomanagement eine Kernkompetenz. Es ist daher ein wichtiger Bestandteil der Geschäftssteuerung. Ausführliche Erläuterungen zur Risikosteuerung sind im Geschäftsbericht zum Konzernabschluss der ARAG Holding SE sowie in den jeweiligen Einzelabschlüssen der Versicherungsunternehmen aufgeführt. Informationen über die nachhaltige finanzielle Solvabilität publiziert der Konzern jährlich in den Berichten zu Solvabilität und Finanzlage (Solvency and Financial Condition Report [SFCR]). Zudem betrachtet es die ARAG als ihre Pflicht, Umweltrisiken vorzubeugen. Aus diesem Grund verfügen alle Unternehmensstandorte über ein Umweltmanagement, aus dem die ARAG Maßnahmen zum schonenden Umgang mit Ressourcen (Energie, Wasser, Papier) ableitet. Für die ARAG als Versicherungsunternehmen spielt das nachhaltige Kapitalanlagemanagement eine zunehmend wichtige Rolle. Hier arbeitet das Unternehmen mit internen Richtlinien, die im Berichtsjahr weiterentwickelt wurden. *Weitere Informationen dazu finden sich auf Seite 115 in diesem Bericht.*

102-12	Externe Initiativen
	Im Jahr 2017 hat ARAG die „Charta der Vielfalt“ unterzeichnet, eine Unternehmensinitiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen und Institutionen, die unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Angela Merkel steht.

102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen
	Die ARAG ist Mitglied im Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV). Im Berichtsjahr hat das Unternehmen den Vorsitz des Ausschusses für Rechtsschutzversicherer im GDV übernommen. Ebenso ist die ARAG Mitglied der Arbeitsgruppe Versicherungswirtschaft bei der Landesregierung Nordrhein-Westfalen und engagiert sich in der Finanzplatz München Initiative. Zusätzlich sind die internationalen Niederlassungen und Tochtergesellschaften üblicherweise Mitglied in den Branchenverbänden der jeweiligen Länder.

Strategie

102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers
	<i>Siehe Seite 2 in diesem Bericht</i>

Ethik und Integrität

102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen
	<p>Die Unternehmensgrundsätze – die ARAG Essentials – enthalten die Unternehmensziele und zeigen auf, wofür sich Mitarbeiter, Führungskräfte und Eigner gemeinsam einsetzen. Neben dem Selbstverständnis der ARAG sind auch der unternehmerische Auftrag und die Unternehmenswerte darin verankert. Die ARAG Essentials dienen den Mitarbeitern als Orientierungshilfe, um die Zukunft des Unternehmens im Sinne der Kunden engagiert zu gestalten. Die ARAG Leadership Standards, die auf den ARAG Essentials aufbauen, bieten Unterstützung bei der Umsetzung der Vorgaben im Geschäftsalltag. Die ARAG Essentials werden allen neuen Mitarbeitern ausgehändigt. Zudem organisiert die ARAG 90-minütige Workshops, um sich mit Kollegen über die Inhalte auszutauschen. Auf der Konzernwebsite gibt es zusätzlich ein Onlinetool, das spielerisch die Kernaussagen der ARAG Essentials kommuniziert sowie über die einzelnen internationalen Standorte informiert – in allen 13 Konzernsprachen.</p> <p>Auf der Basis des ARAG Smart Insurer Programms wurde die Aktualität und Wirkungsweise der Unternehmenskultur in einer Mitarbeiterbefragung national und international ermittelt. Auf dieser Ergebnisbasis wurde eine Weiterentwicklung der ARAG Essentials und der ARAG Leadership Guidelines in Angriff genommen. Die „ARAG Essentials reloaded“ wurden zu Beginn des Jahres 2020 vorgestellt. Die erneuerten Unternehmensgrundsätze werden ab 2021 von allen Teams weltweit umgesetzt. Die neuen Führungsgrundsätze bauen im Anschluss darauf auf.</p> <p><i>Weitere Informationen zu den ARAG Essentials finden sich auf Seite 20 in diesem Bericht.</i></p>

Unternehmensführung

102-18 Führungsstruktur

Der ARAG Konzern

Vermögens-
und Beteiligungs-
verwaltung

ARAG Holding SE

Operative
Konzernholding

ARAG SE

und Rechtsschutz-
versicherung

**Vorstands-
vorsitz und
Zentrale
Konzern-
funktionen**

**Kapital-
anlagen/
Konzern-
entwicklung/
Betriebs-
organisation**

**Konzern
Vertrieb/
Produkt und
Innovation**

**Konzern
Finanzen**

**Konzern IT/
Operations**

**Konzern
Risiko-
management/
Konzern
Controlling**

Operative
Versicherung-
gesellschaften

**ARAG Allgemeine
Versicherungs-AG**

(Kompositversicherungen)

**ARAG Kranken-
versicherungs-AG**

(Krankenversicherungen)

**Interlloyd
Versicherungs-AG**

(ausgerichtet auf
Maklervertrieb)

**Internationale
Gesellschaften**

(Rechtsschutz/
Rechtsdienstleistung)

Dienstleistungs-
gesellschaften

ARAG IT GmbH

(IT-Dienstleistungen für den
ARAG Konzern)

**Cura Versicherungsvermittlung
GmbH**

(Vermittlungsgesellschaft)

**ARAG Service
Center GmbH**

(Notruftelefonie)

Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2020 Konzernabschluss ARAG Holding SE.

Ein verantwortungsvolles Vergütungsmodell ist ein wesentlicher Bestandteil der Governance jedes Unternehmens und daher für alle Gesellschaften der ARAG Gruppe von besonderer Wichtigkeit. Ebenso ist eine leistungs- und marktgerechte Vergütung zentral, um Fach- und Führungskräfte für sich zu gewinnen. Durch motivierte und leistungsorientierte Organmitglieder und Mitarbeiter schafft die ARAG die Grundlage für ihren nachhaltigen Geschäftserfolg. Gleichzeitig stellt die ARAG mit ihrer Vergütungspolitik sicher, dass die richtigen Anreize für ethisches Handeln gesetzt und Risiken oder Lenkungseffekte minimiert werden, die dem Unternehmen und seinen Stakeholdern schaden könnten.

Auf Verantwortung ausgerichtete Richtlinien

Die Vergütungspolitik der ARAG ist in der Gruppen- und Einzelvergütungsleitlinie sowie dem Handbuch Entgeltmanagement geregelt. Diesen Richtlinien unterstehen alle internationalen Niederlassungen und Tochtergesellschaften. Das Handbuch Entgeltmanagement umfasst die allgemeinen Grundsätze der Vergütungspolitik, der Vergütungsstruktur der verschiedenen Funktionsgruppen, der Kultur der Gehaltsanpassungen sowie die damit verbundenen Prozesse. Die Prozesse des Entgeltmanagements basieren auf kontinuierlich aktualisierten, systematischen Marktvergleichen. Für die Entlohnung ist die Konzernfunktion Human Resources zuständig. Während der Bereich Human Resources für die jeweiligen Gesellschaften im Auftrag des Vorstands handelt, tut er dies für die Vorstände im Auftrag der Aufsichtsräte.

Die internationalen Niederlassungen und Tochtergesellschaften können zusätzliche, marktspezifische Vergütungsregeln festlegen.

Zielsetzung

Die Zielsetzung ist ein zentraler Bestandteil der Vergütungssysteme. Die variable Vergütung der Vorstände koppelt sich zu 40 Prozent an kurzfristige und zu 60 Prozent an langfristige wirtschaftliche Ziele. Führungskräfte werden zusätzlich zu den kurzfristigen ökonomischen Zielen auch an sozialen Aspekten wie etwa Fairness, Offenheit und Weitsicht gemessen. Diese leiten sich aus den Unternehmensgrundsätzen ab und fließen als qualitative Bewertungskriterien in die individuelle Zielvereinbarung ein. Das Anreizsystem soll die Unternehmensziele unterstützen und muss in seiner Wirkungsweise kalkulierbar und für alle Mitarbeiter verständlich sein. Deshalb ist die Gestaltung der Vergütung und Anreize eine zentrale Herausforderung.

Die Hauptabteilung Human Resources überprüft die Zielvereinbarungssystematik jährlich auf ihre Angemessenheit. Die Resultate der Prüfung werden den Aufsichtsräten der jeweiligen Gesellschaft vorgelegt, damit diese die Systematik unter Berücksichtigung des Versicherungsaufsichtsgesetzes (VAG) beurteilen können.

Einbindung von Stakeholdern	
102-40	<p>Liste der Stakeholdergruppen</p> <p>Zu den wichtigsten Stakeholdergruppen des ARAG Konzerns gehören die Kunden, Vertriebspartner und Makler sowie die Mitarbeiter. Darüber hinaus sind Geschäftspartner, Lieferanten, Industrieverbände, regulatorische Institutionen sowie Medien bedeutende Stakeholder.</p>
102-41	<p>Tarifverträge</p> <p>64 Prozent der Mitarbeiter der deutschen Konzerngesellschaften (exklusive Justix GmbH) unterstehen Tarifverträgen. Bezogen auf die ARAG SE Deutschland beträgt der Anteil 71 Prozent.</p>
102-42	<p>Ermittlung und Auswahl der Stakeholder</p> <p>Die ARAG steht in intensivem Austausch mit Stakeholdern, die einen wesentlichen Einfluss auf den Erfolg des Unternehmens haben und die ihrerseits durch die Geschäftsaktivitäten der ARAG maßgeblich beeinflusst werden. Dazu gehören insbesondere die Kunden sowie die Mitarbeiter. Diese relevanten Gruppen werden fortlaufend und anlassbezogen durch entsprechende Marktforschung zu ihrer Haltung gegenüber der ARAG und ihrer Einschätzung des Unternehmens befragt. Ferner werden durch die Stakeholder freigegebene Daten zur Verbesserung der Dienstleistungen erhoben und ausgewertet.</p>
102-43	<p>Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern</p> <p>Die ARAG positioniert sich als international erfolgreicher, innovativer Qualitätsversicherer – unabhängig und in Familienbesitz. Von diesem Grundverständnis leitet das Unternehmen seine gesellschaftliche Verantwortung ab und verfolgt diese mit großem Engagement. Seit ihrer Gründung durch Heinrich Faßbender verfolgt die ARAG ein klares Ziel: Alle Bürger sollen ihr Recht durchsetzen können – unabhängig von ihrer finanziellen Situation. Durch diese Vision des Firmengründers – Chancengleichheit vor dem Recht zu ermöglichen – ist ein hohes Maß an gesellschaftlicher Verantwortung direkt im Geschäftsmodell der ARAG verankert.</p> <p>Gemäß diesem unternehmerischen Auftrag pflegt die ARAG einen verantwortungsvollen Umgang mit Mitarbeitern sowie Geschäftspartnern und stellt den Kunden und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt. Das Unternehmen ermittelt die Kundenzufriedenheit und -erwartungen kontinuierlich: Über Feedbackfragebögen und eine Onlineplattform führt es Kundenbefragungen durch. Zudem nutzt die ARAG im Rahmen der Marktforschung Fokusgruppen und marktvergleichende Mehrbezieherstudien. In Zusammenarbeit mit Marktforschungsinstituten führt das Unternehmen qualitative und quantitative Studien durch, um spezifische Fragestellungen zu beantworten.</p>

Bereits 2019 befragte die Marktforschung rund 1.500 Kunden der drei Konzernsparten Rechtsschutz, Komposit und Krankenversicherung detailliert zu Ihrer Zufriedenheit mit Produkten, Betreuung, Kommunikation sowie mit der Bearbeitung ihres Schadenfalls. Das gleiche Fragenset erhielten auch Wettbewerbskunden und Mitarbeiter aus den kundennahen Bereichen. Unter anderem zeigte sich, dass Kunden mit der Betreuung im Schadenfall sowie durch den Stammvertrieb sehr zufrieden sind. Insbesondere die ARAG Krankenversicherung hob sich positiv vom Wettbewerbsumfeld ab.

Darüber hinaus führte die Marktforschung im Jahr 2020 zwei weitere groß angelegte Befragungen durch: Zum einen identifizierte sie im Rahmen von Einzelinterviews Verbrauchewünsche bei Krankenhauszusatzversicherungen. Zum anderen untersuchte sie, wie sich COVID-19 auf Verbraucherbedürfnisse auswirkt beziehungsweise wie die Pandemie die Einstellung der Verbraucher gegenüber Versicherern und Versicherungsprodukten beeinflusst. Diese Erhebung fand im Juni 2020 – nach Beendigung des ersten Lockdowns – über eine Onlinebefragung sowie Einzelinterviews statt.

Seit Ende 2016 betreibt die ARAG Marktforschung eine Online-Community – den ARAG Denkraum. Hier besteht die Möglichkeit, mit den Kunden in einen direkten Dialog zu treten und gemeinsam Neues zu entwickeln. Beispielsweise werden Befragungen zu konkreten Themen, Produkten und Prozessen durchgeführt oder in einem Forum mit Kunden diskutiert. So wurde 2020 unter anderem eine Befragung zur Relevanz verschiedener Nachhaltigkeitsthemen im ARAG Denkraum durchgeführt.

Dieser direkte und offene Meinungs- und Erfahrungsaustausch gewährt der ARAG unmittelbaren Einblick in Kundenerwartungen und -bedürfnisse. Die Informationen aus diesem Austausch dienen als Basis für die Optimierung von Produkten, Serviceleistungen oder internen Prozessen.

102-44

Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen

Marktforschungserhebungen zeigen, dass sich Kunden einerseits zuverlässige, transparente und verständliche Produkte wünschen und sie andererseits großen Wert auf digitale Lösungen und Kommunikationsmöglichkeiten legen. Gleichzeitig besteht nach wie vor der Wunsch nach individueller und persönlicher Betreuung, bestenfalls durch einen festen Ansprechpartner. Der Kunde möchte – je nach Bedarf und Anlass – frei zwischen den unterschiedlichen Kommunikationskanälen wählen können, wobei stets erwartet wird, dass Anliegen kompetent, schnell und digital bearbeitet werden. Zudem bestehen hohe Ansprüche an „weiche“ Faktoren wie Freundlichkeit, Zuverlässigkeit und Empathie.

Aktuelle Entwicklungen und Trends führen zu einer verstärkten Nachfrage nach innovativen Produkten, die beispielsweise zuverlässig vor Schäden durch die zunehmende Internetkriminalität schützen. Daher brachte die ARAG bereits Mitte 2019 einen leistungsstarken, neuen web@ktiv-Tarif sowohl für Privatpersonen als auch für Selbstständige auf den Markt, der sich an den speziellen Bedürfnissen von internetaffinen Kunden orientiert. Bei der Entwicklung flossen viele Rückmeldungen und Wünsche von Kunden und Vertriebspartnern ein.

Weitere Informationen zu Kundenanliegen finden sich auf Seite 90 in diesem Bericht.

Bei den Mitarbeitern der ARAG steht vor allem ein guter Ausgleich zwischen Berufs- und Privatleben im Mittelpunkt. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie genießt einen hohen Stellenwert. Die ARAG reagiert mit entsprechenden Angeboten auf diese Anliegen.
Weitere Angaben dazu finden sich ab Seite 106 in diesem Bericht.

Vorgehensweise bei der Berichterstattung

102-45

Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung umfasst alle wesentlichen deutschen und internationalen Versicherungsunternehmen der ARAG Holding SE.

Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2020 Konzernabschluss ARAG Holding SE

102-46

Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen

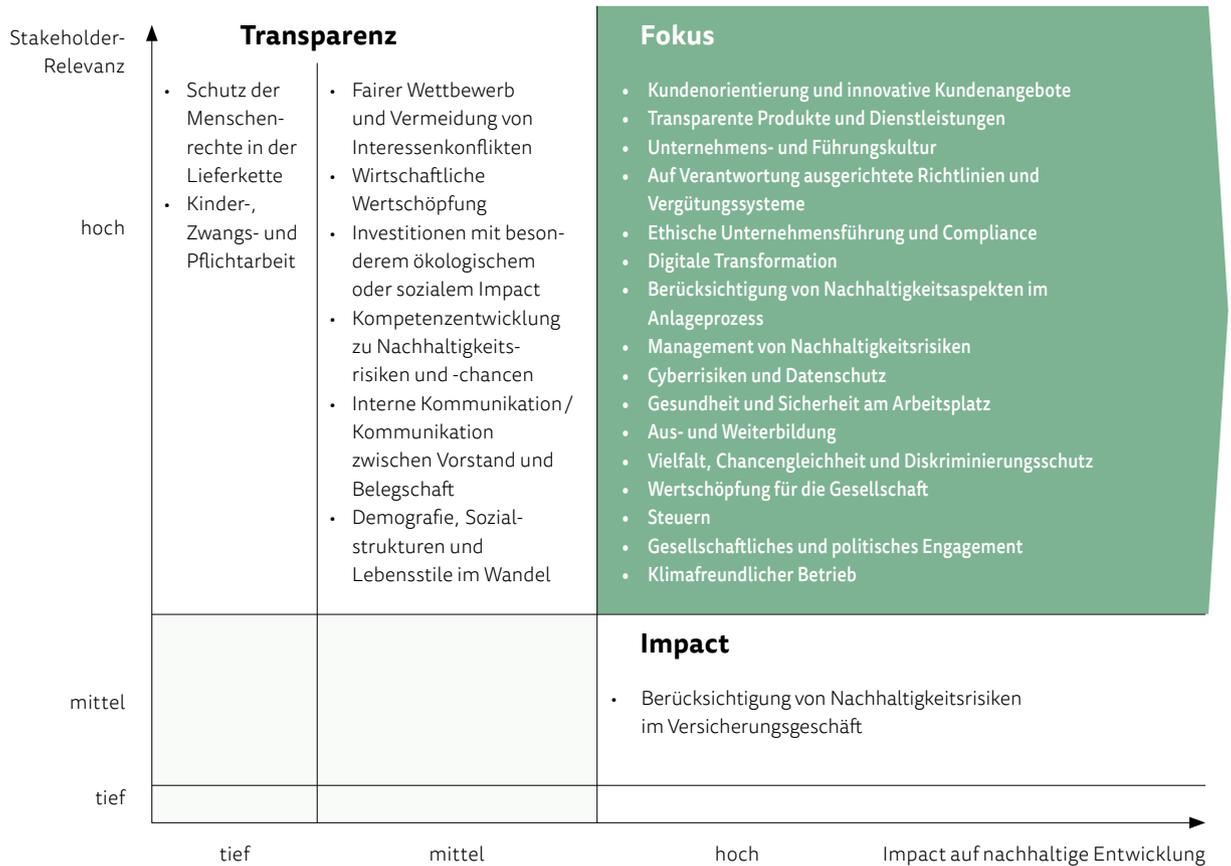
Die Grundsätze zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Berichtsqualität wurden im gesamten Berichterstattungsprozess angewendet.

Die wesentlichen Themen wurden 2020 im Rahmen eines umfassenden Prozesses neu bestimmt. Dabei bezog die ARAG durch persönliche Gespräche und Online-Umfragen sowohl Führungskräfte der wichtigsten Konzernbereiche, Mitarbeiter aus den größten operativen Einheiten sowie Kunden ein, um ein umfassendes Bild der wichtigsten Themen zu generieren. Die verschiedenen Perspektiven wurden abschließend in einem Workshop mit Führungskräften diskutiert und die Themenauswahl weiter eingegrenzt. Schließlich wurden die Ergebnisse dem Vorstand der ARAG Holding SE vorgelegt und von diesem verabschiedet.

Gemäß Mandat des Aufsichtsrats begleitete und kontrollierte eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft die Bestimmung der wesentlichen Themen sowie die Ergebnisse dieses Prozesses.

In die GRI-Berichterstattung wurden alle wesentlichen Themen aufgenommen, die für die Stakeholder in hohem Maße relevant sind oder bei denen die ARAG einen hohen Impact auf die nachhaltige Entwicklung hat. Relevant für die nichtfinanzielle Konzernklärung im Rahmen des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) sind Themen, die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs und den Einfluss des Unternehmens auf diese Themen erforderlich sind.

Den gesonderten zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht der ARAG Holding SE finden Sie auf Seite 46 in diesem Bericht.



Änderungen sind an den entsprechenden Stellen vermerkt.

102-49	Änderungen bei der Berichterstattung
	<p>Aufgrund der Neuevaluierung der wesentlichen Themen wurden die folgenden Themen neu in die GRI-Berichterstattung aufgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken im Versicherungsgeschäft • Demografie, Sozialstrukturen und Lebensstile im Wandel • Investitionen mit besonderem ökologischem oder sozialem Impact • Management von Nachhaltigkeitsrisiken • Kompetenzentwicklung zu Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen • Kommunikation zwischen Vorstand und Belegschaft • Steuern • Schutz der Menschenrechte in der Wertschöpfungskette • Kinder-, Zwangs- und Pflichtarbeit
102-50	Berichtszeitraum
	Kalenderjahr 2020
102-51	Datum des letzten Berichts
	April 2020
102-52	Berichtszyklus
	Jährlich
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht
	<p>Kathrin Köhler Nachhaltigkeitsbeauftragte & Corporate Responsibility Konzernkommunikation/Marketing</p> <p>ARAG SE ARAG Platz 1, 40472 Düsseldorf Tel: +49 (0)211 963-2225 Fax: +49 (0)211 963-2220 kathrin.koehler@arag.de</p>

102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards
	Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option „Kern“ erstellt.
102-55	GRI-Inhaltsindex
	<i>Siehe Seite 120 in diesem Nachhaltigkeitsbericht</i>
102-56	Externe Prüfung
	Es wurde keine Prüfung durchgeführt.

Themenspezifische Standards

Unternehmensführung und Compliance

Wirtschaftliche Wertschöpfung

103-1/2/3

Managementansatz

Unabhängigkeit als Leitmotiv für alle Bereiche der Geschäftstätigkeit

Der ARAG Konzern ist das größte familiengeführte Versicherungsunternehmen in Deutschland und zählt zu den drei weltweit führenden Rechtsschutzanbietern. Im Kern des unternehmerischen Selbstverständnisses steht die Unabhängigkeit der ARAG. So verfolgt die ARAG eine langfristig ausgerichtete Strategie und setzt mit einer konservativen Risiko- und Solvabilitätspolitik auf nachhaltig profitables Wachstum. Mit ihrer Unabhängigkeit, die als Leitmotiv in allen Bereichen der Geschäftstätigkeit gelebt wird, kann sich die ARAG voll und ganz auf die Interessen der Kunden als wichtigste Stakeholder fokussieren. Die Ressourcen des Unternehmens werden vorrangig dafür eingesetzt, die Kundenbedürfnisse zu bedienen und die Leistungsversprechen zu erfüllen. Die zurückhaltende Dividendenpolitik der ARAG unterstreicht diesen Ansatz. Um die finanzielle Substanz und Investitionsfähigkeit zu stärken, verbleiben die Gewinne überwiegend im Unternehmen und werden reinvestiert.

Weitere Informationen finden sich ab Seite 12 in diesem Bericht.

Wachstumsziele im Rechtsschutz, Sach- und Krankenversicherungsgeschäft

Im deutschen Markt fokussiert sich der ARAG Konzern auf die Weiterentwicklung des Geschäfts in den Sach- und Krankenversicherungen. International setzt das Unternehmen auf den weiteren dynamischen Ausbau des Rechtsschutzgeschäfts. Aus dieser zweidimensionalen Wachstumsstrategie werden Umsatz- und Ergebnisziele abgeleitet und auf die einzelnen Führungsbereiche heruntergebrochen. Mehrere Instrumente tragen dazu bei, dass die ARAG ihre Wachstumsziele erreicht. Dazu zählen die Dreijahresplanung für alle Konzerngesellschaften, das Zielvereinbarungssystem, das umfangreiche Risikomanagementsystem nach Solvency II unter Anwendung eines partiell internen Risikomodells und das Interne Steuerungs- und Kontrollsystem (ISKS).

Im Berichtsjahr korrigierte der Konzern seine ursprüngliche zurückhaltende Geschäftserwartung nach oben. Allein auf dem deutschen Markt gewann die ARAG mehr als 90.000 Kunden hinzu. Die Beitragseinnahmen erreichten mit 1,85 Milliarden € die Jahreszielgröße.

Erfolgreich dank Markterweiterungen, Digitalisierung und Innovation

Der ARAG Konzern mit seinen internationalen Gesellschaften sieht sich einem steigenden Wettbewerbsdruck durch neue Anbieter ausgesetzt, die mit innovativen Produkten und Formen der Kundeninteraktion den Wettbewerb umgestalten. Zuletzt änderte sich der Wettbewerb in einigen Märkten zusätzlich durch Fusionen und Akquisitionen. Im Berichtsjahr gingen diese Marktveränderungen deutlich zurück und angestoßene Veränderungen konnten abgeschlossen werden.

Mit der konsequenten Umsetzung des konzernweiten ARAG Smart Insurer Programms trieb die ARAG im Berichtsjahr die Digitalisierung in allen Programmbereichen (Smart Services, Smart Culture und Smart Data) voran. Insbesondere in der seit März 2020 anhaltenden Pandemiekrise hat die ARAG ihre digitale Leistungsfähigkeit unter Beweis stellen können. So setzte die ARAG beispielsweise zusätzliche digitale Serviceangebote schnell für die Kunden um und zeigte sich dabei durch ihre hohe digitale Kompetenz voll lieferfähig.

Weitere Informationen zum Smart Insurer Programm finden sich ab Seite 93 in diesem Bericht.

201-1

Wertschöpfung und ihre Weiterverteilung

Siehe Geschäftsbericht 2020 Konzernabschluss ARAG Holding SE

Unternehmens- und Führungskultur

Ethische Unternehmensführung und Compliance

103-1/2/3

Managementansatz

Unternehmenskultur motiviert zu Höchstleistungen

Die ARAG arbeitet in sehr wettbewerbsintensiven Märkten. Kostenoptimierungen sind ohne Qualitätsverluste bei der Erfüllung des Leistungsversprechens fast nicht mehr zu erzielen. Dies ist für die ARAG kein gangbarer Weg. Vielmehr setzt das Unternehmen auf eine starke Unternehmens- und Führungskultur, die im ganzen Konzern Orientierung schafft und gemeinschaftliches Handeln ermöglicht. Dieser ARAG Spirit ist zu einem wichtigen Wettbewerbsfaktor geworden, denn er stärkt die Motivation und Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter. Im Berichtsjahr zeigte sich dies besonders in der hohen Flexibilität und Einsatzbereitschaft der gesamten Belegschaft während der Pandemiekrise. Trotz dieser Ausnahmesituation bewältigten die Teams den deutlich erhöhten Kundenbedarf an Unterstützung vor allem im Arbeits- und im Vertragsrecht mit hohem Engagement.

Diese Unternehmenskultur spiegelt sich in den ARAG Essentials und den davon abgeleiteten ARAG Leadership Standards wider, die seit 2006 einen klaren handlungsleitenden Aktions- und Führungsrahmen für den gesamten Konzern vorgeben.

Die ARAG Essentials wurden im Berichtsjahr komplett neu überarbeitet und aktualisiert (siehe „Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen“, GRI 102-16).

Regelmäßige Einbindung der Mitarbeiter

Die ARAG legt großen Wert darauf, die Mitarbeiter bei der Weiterentwicklung der Unternehmenskultur miteinzubeziehen. So führte das Unternehmen bereits im Sommer 2019 eine konzernweite Mitarbeiterbefragung zu den Themen Smart Culture, Arbeitsumfeld und Führungsverhalten durch. Die dabei gewonnen Erkenntnisse wurde auch im Berichtsjahr weiter umgesetzt. Wesentlicher Meilenstein war die Vorstellung und Implementierung der neu entwickelten Unternehmensgrundsätze.

Zusätzlich befragte das Unternehmen die Belegschaft ausführlich zur Stimmungslage in der Home-Office-Situation sowie zur Einschätzung erweiterter Möglichkeiten, im Home-Office zu arbeiten.

Ethische Unternehmensführung und Compliance

Die Einhaltung sämtlicher gesetzlichen und regulatorischen Vorschriften ist für die ARAG als Versicherungsunternehmen Grundvoraussetzung für den Erhalt der Geschäftslizenz und beeinflusst das Vertrauen der Kunden und anderer Stakeholder maßgeblich. Der Compliance kommt deshalb im gesamten Konzern und in der Wertschöpfungskette höchste Priorität zu. Um Compliance-Risiken zu minimieren und Reputationsschäden sowie ordnungs- und strafrechtliche Sanktionen zu vermeiden, setzt die ARAG zahlreiche interne Regelwerke und Prozesse um. Insbesondere die Compliance-Leitlinie informiert über geltende externe und interne Vorschriften. Zentrale und dezentrale Compliance-Funktionen stellen laufend sicher, dass die ARAG in Übereinstimmung mit den geltenden regulatorischen Vorgaben handelt. Compliance-Themen sind zudem Gegenstand regelmäßiger Schulungen. Führungskräfte werden nach dem Konzept „Train the Trainer“ ausgebildet und sind verpflichtet, die Kursinhalte an ihre Mitarbeiter weiterzuvermitteln.

Compliance-Risikoanalyse

Basierend auf einer jährlichen Compliance-Risikoanalyse erstellt die ARAG einen Compliance-Plan mit entsprechenden Maßnahmen. Das Jahr 2020 stand auch aus Sicht der Compliance-Funktion vor allem im Zeichen der COVID-19-Pandemie mit den daraus resultierenden Herausforderungen. So sicherte die ARAG die rasante und massive Steigerung der Telearbeit durch die Neuschaffung einer Richtlinie zum rechtskonformen Arbeiten im Home-Office rechtlich ab.

Jährliche Überprüfung des Fortschritts

Mit dem jährlichen Compliance-Bericht legt die Compliance-Funktion gegenüber dem Vorstand Rechenschaft über den Umsetzungsfortschritt ab. Der Bericht nimmt unter anderem auf die Auswertungen des Beschwerdemanagementsystems Bezug. Dabei dienen das Beschwerdeaufkommen sowie die Anzahl identifizierter Compliance-Verstöße als Indikator für den Erfolg der Compliance-Bestrebungen. Beschwerden können anonym an die eigens eingerichtete Whistleblowing-Stelle gerichtet werden. Darüber hinaus haben alle Mitarbeiter die Möglichkeit, bei der deutschen Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und im Rahmen des Ombudsmannverfahrens Beschwerden einzureichen.

419-1

Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften

2020 wurden gegen die ARAG SE in Deutschland keine Strafen oder Bußgelder aufgrund von Verstößen verhängt.

Fairer Wettbewerb und Vermeidung von Interessenkonflikten

103-1/2/3

Managementansatz

Als Versicherer mit einem Geschäftsschwerpunkt im Rechtsschutz ist die Einhaltung aller gesetzlichen und regulatorischen Vorschriften für die ARAG von elementarer Bedeutung. Folglich ist das Unternehmen der Vermeidung von Interessenkonflikten sowie von nicht-wettbewerbskonformen Geschäftspraktiken verpflichtet. Zwar ist die ARAG aufgrund ihrer Geschäftstätigkeit nicht in besonderem Maße Interessenkonfliktpotenzialen ausgesetzt. Das Unternehmen trifft trotzdem Vorkehrungen, die über die gesetzlichen Standards hinausgehen, und unterstreicht so sein Bekenntnis zum fairen Wettbewerb.

Leitlinien zur Vermeidung von Interessenkonflikten

Die ARAG berücksichtigt neben allen anwendbaren gesetzlichen Bestimmungen zusätzlich Empfehlungen internationaler Organisationen wie Transparency International und der Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD). Im Rahmen der Compliance-Leitlinie formuliert die ARAG zudem unternehmensinterne Vorgaben und Handlungsanweisungen für Mitarbeiter zum Umgang mit Einladungen, Werbemaßnahmen und Unternehmensveranstaltungen. Die Leitlinie untersagt Mitarbeitern unter anderem, Dritten im Zusammenhang mit der Geschäftstätigkeit – direkt oder indirekt – unberechtigte Vorteile anzubieten oder zu gewähren oder solche anzunehmen oder einzufordern. Diese Bestimmung bezieht sich sowohl auf Geldzahlungen als auch auf andere Leistungen. Werbegeschenke und Einladungen sind so auszuwählen, dass jeglicher Anschein von Unredlichkeit und Inkorrektheit vermieden wird. Gegenüber Beamten und anderen Amtsträgern sind Geschenke prinzipiell untersagt und Interessenkonflikte sind grundsätzlich zu vermeiden. In Zweifelsfällen kann die Compliance-Funktion vorab konsultiert werden.

Die Einhaltung fairer Wettbewerbspraktiken und die Vermeidung von Interessenkonflikten liegt in der Verantwortung aller Vorgesetzten und Mitarbeiter des ARAG Konzerns, wobei der Compliance-Funktion eine besondere Rolle in der Umsetzung und Überprüfung der Vorgaben zukommt.

GDV-Verhaltenskodex

2013 traten alle deutschen Versicherungsgesellschaften der ARAG dem GDV-Verhaltenskodex für den Versicherungsvertrieb bei. In dessen Leitsätzen ist der Umgang mit Interessenkonflikten explizit verankert. Um die Übereinstimmung mit dem Kodex sicherzustellen, ließ die ARAG die internen Vorschriften und Maßnahmen bislang im Zweijahresrhythmus durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft untersuchen. Alle Prüfungsergebnisse sind auf der Website des GDV publiziert und öffentlich einsehbar. Bisher wurden in keiner Prüfung der ARAG Gesellschaften Abweichungen vom Kodex festgestellt. 2019 entschied der Vorstand der ARAG SE, die Folgeprüfung 2020 auszusetzen.

Schwerpunkte 2020

Im Berichtsjahr 2020 legte die ARAG ein besonderes Augenmerk auf die Herausforderungen, die durch die COVID-19-Pandemie, den etappenweisen Brexit sowie die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) zur Unwirksamkeit des Durchführungsbeschlusses der Europäischen Kommission zum U.S. Privacy Shield begründet wurden. *Weitere Informationen dazu finden sich im Kapitel „Cyberrisiken und Datenschutz“ ab Seite 87 in diesem Bericht.*

205-1 Prüfung von Risiken aufgrund von Interessenkonflikten

Die ARAG analysiert an allen Standorten kontinuierlich und systematisch Interessenkonfliktpotenziale. Als Grundlage dienen neben der jährlichen polizeilichen Kriminalstatistik auch der aktuelle Korruptionswahrnehmungsindex (Corruption Perceptions Index [CPI]) von Transparency International sowie die Studie „Insurance Banana Skins“ des Centre for the Study of Financial Innovation (CSFI) in Zusammenarbeit mit PricewaterhouseCoopers (PwC). Die Auslandsstandorte verfügen über eigene schriftliche und für die Mitarbeiter einsehbare Verhaltensregeln zum Umgang mit Interessenkonflikten. Das Geschäft der deutschen und internationalen Standorte ist keinen erhöhten Interessenkonfliktpotenzialen ausgesetzt.

205-2 Schulung zur Vermeidung von Interessenkonflikten und Bestechung

Die ARAG schult die Mitglieder des Aufsichtsrats, alle Vorstände sowie die Führungskräfte der ersten und zweiten Führungsebene regelmäßig hinsichtlich der Vermeidung von Interessenkonflikten. Letztere sind gemäß dem Konzept „Train the Trainer“ zur Schulung und Unterrichtung ihrer Mitarbeiter verpflichtet. Über das Intranet informiert das Unternehmen zudem regelmäßig und anlassbezogen zu aktuellen Themen.

2019 wurde in Deutschland eine Schulungskampagne auf Mitarbeiterebene durchgeführt, die auch das Thema Compliance umfasst und sukzessive international ausgerollt wird. Die internationalen Standorte sind außerdem angehalten, zusätzliche länderspezifische Trainings durchzuführen. An Standorten wie Großbritannien und Belgien zählen die Trainings zur Vermeidung von Interessenkonflikten zu den Pflichtthemen beim Onboarding neuer Mitarbeiter.

205-3 Fälle von Interessenkonflikten

2020 wurden keine Fälle von Interessenkonflikten mit nachteiligen Folgen registriert.

Cyberisiken und Datenschutz

103-1/2/3

Managementansatz

Der Schutz vor Cyberisiken und der Datenschutz rücken angesichts der zunehmenden Digitalisierung immer stärker in den Fokus der ARAG. Um das Vertrauen von Interessenten, Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern zu wahren, legt die ARAG größten Wert auf den sorgfältigen und vertraulichen Umgang mit Daten und deren Sicherheit. So vermeidet das Unternehmen Reputationsschäden und erfüllt alle gesetzlichen Vorgaben zum Datenschutz.

Umfassendes Datenschutzmanagement

Das umfangreiche Datenschutzmanagement der ARAG basiert auf einem gut abgestimmten Regelwerk. Es besteht aus der ARAG Informationsleitlinie, dem ARAG Informationssicherheitsstandard, der ARAG Leitlinie zum Datenschutz, der ARAG Datenschutzmanagement-Richtlinie sowie weiteren Richtlinien und Arbeitsanweisungen. Diese Vorgaben werden regelmäßig aktualisiert und sind für alle Mitarbeiter im Intranet abrufbar. Im digitalen Zeitalter ist Datenschutz eine Querschnittsaufgabe, die in allen Fachabteilungen verankert ist und dort verantwortet wird. Dabei erhalten die Fachabteilungen Unterstützung von der Datenschutzorganisation, die vom betrieblichen Datenschutzbeauftragten geführt wird. Im Rahmen des „Three Lines of Defense“-Modells überprüfen zudem der betriebliche Datenschutzbeauftragte (Second Line of Defense) sowie die Konzernrevision (Third Line of Defense) laufend, ob alle Datenschutzbestimmungen eingehalten werden. Die vorgabengetreue Anwendung der Datenverarbeitungsprogramme wird zusätzlich regelmäßig durch unabhängige Auditoren überprüft. Auch die wiederkehrenden Sicherheitsprüfungen an den deutschen und internationalen Standorten liefern Erkenntnisse über Schwachstellen in der Sicherheitsarchitektur, aus denen entsprechende Verbesserungsmaßnahmen abgeleitet werden.

Einhaltung nationaler und internationaler Datenschutzbestimmungen

Seit Inkrafttreten der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) am 25. Mai 2018 hält die ARAG die verschärften Datenschutzvorgaben ein. Die DSGVO-Umsetzung wurde bereits 2019 im Rahmen einer externen Überprüfung durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft insgesamt mit „gut bis überdurchschnittlich“ bewertet. Die meisten der geringfügigen Abweichungen wurden 2019 bereinigt. Die im Jahr 2020 noch offenen Punkte wurden von den Fachbereichen geprüft und – sofern von diesen als zutreffend bewertet – mittels geeigneter Maßnahmen abgestellt.

Neben den gesetzlich bindenden Anforderungen der DSGVO orientiert sich die ARAG beim Datenschutz freiwillig an den Verhaltensregeln für den Umgang mit personenbezogenen Daten durch die deutsche Versicherungswirtschaft (Code of Conduct [CoC]). Die Verhaltensregeln sind mit den deutschen Datenschutzbehörden abgestimmt und sehen Maßnahmen vor, die über das gesetzliche Minimum hinausgehen.

Umsetzung neuer Regulierungen

2020 beschäftigte sich die ARAG intensiv mit der Umsetzung der Versicherungsaufsichtlichen Anforderungen an die IT (VAIT), die mit Rundschreiben 10/2018 (VA) in der Fassung vom 20. März 2019 in Kraft traten. Dabei fokussierte sich die ARAG speziell auf die Anforderungen in den Bereichen Risikomanagement und Berechtigungsmanagement. Mithilfe der Microsoft Tools Power BI und Power Automate sowie der SQL-Datenbank entwickelte die ARAG zwei Apps, die zu den jeweiligen Themen einen Gesamtüberblick über den Status quo der ARAG SE Gruppe geben, und zwar sowohl national als auch international. Im Jahr 2020 gab es zwei wichtige höchstgerichtliche Urteile zu datenschutzrechtlichen Themen. Nach einem Urteil des Bundesgerichtshofs, wonach auf Webseiten das Setzen von Cookies nur nach aktiver Einwilligung durch den Webseitenbesucher zulässig ist, führte die ARAG auf ihren Webseiten ein Consent-Management-Tool ein. Des Weiteren begann die ARAG aufgrund des sogenannten Schrems-II-Urteils des Europäischen Gerichtshofs sofort, strengere Kriterien bei der Datenübermittlung in die USA und weitere Drittländer umzusetzen.

Sowohl in der EU als auch an ihren Standorten außerhalb der EU passt die ARAG ihre Geschäftspraktiken laufend an die geltenden Datenschutzbestimmungen an. Beispielsweise trat der California Consumer Privacy Act (CCPA), die umfassendste Regelung der USA im Datenschutzbereich, am 1. Januar 2020 in Kraft. Das neue Gesetz bezweckt, den Verbrauchern mehr Kontrolle über ihre persönlichen Daten zu geben. Die ARAG USA arbeitete aktiv daran, alle Vorgaben des CCPA rechtzeitig zu erfüllen. In Großbritannien setzt die ARAG auf ein umfassendes Datenschutzmanagement und ließ dieses 2020 wiederum erfolgreich mit der ISO-27001-Zertifizierung bescheinigen.

Mitarbeiterschulung zu Datenschutz und Cyberrisiken

Zur kontinuierlichen Erhöhung des Datenschutzniveaus ist die Schulung und Sensibilisierung der Mitarbeiter zentral. Der Datenschutzbeauftragte nimmt diese Aufgabe durch individuelle Beratung und Schulung der Mitarbeiter wahr. Ergänzt werden diese Angebote durch Sensibilisierungsmaßnahmen, Pflichttrainings für die Mitarbeiter sowie die laufende Information über die internen Kommunikationskanäle. Die Herausforderung für die Zukunft besteht darin, die Sensibilität der Fachbereiche und der dortigen Mitarbeiter zu erhöhen, um die Kriterien für Datenschutzverletzungen besser in der Organisation zu verankern. Diese Kriterien besagen, dass jeder Verlust der Vertraulichkeit, Integrität oder Verfügbarkeit eine Verletzung darstellt.

Die Sensibilisierung und Schulung der Mitarbeiter wird auch im Zusammenhang mit der zunehmenden Anzahl von Cyberattacken immer wichtiger. Die vielfältigen Gefahren reichen von Phishing-E-Mails zur Einschleusung von Schadsoftware über die Ausnutzung von Schwachstellen in der Software, bis hin zu Erpressungsversuchen und Cryptomining. Da sich einige dieser Betrugsformen zu Geschäftsmodellen für Kriminelle entwickelt haben, sind umfassende Schutzvorkehrungen absolut zentral. Mitarbeiter werden regelmäßig über bestehende Risiken und Angriffsszenarien aufgeklärt und darin geschult, wie diese Angriffe erkannt und abgewehrt werden können. Das Bewusstsein für IT-Sicherheit wird zudem durch Informationen im Intranet, eine Adventskalenderaktion sowie einen jährlich stattfindenden Security Day mit einem Vortrag eines externen Security-Spezialisten geschärft.

Ausbau IT-Sicherheitsinfrastruktur

Zur Sicherstellung der IT-Sicherheit nutzt die ARAG diverse Systeme, wie beispielsweise Firewalls, Antivirenprogramme auf Servern und Client-Systemen, Sicherheitsfeatures für Softwarepakete sowie erweiterte Schutzprogramme. Die ARAG baut ihre Sicherheitsinfrastruktur laufend aus, beispielsweise werden 2021 weitere Tools aus dem Microsoft-Toolportfolio wie Windows Defender ATP sowie Sentinel zum Einsatz kommen. Zu den weiteren standardmäßigen Sicherheitsvorkehrungen zählen regelmäßige Updates der Betriebssysteme sowie der betriebssystemnahen Software und Datenbanken. Kritische Geschäftsprozesse werden jährlich überprüft und überarbeitet. Zudem erfolgen Freigaben üblicherweise nach dem Vieraugenprinzip. Mit diesen Maßnahmen konnten kritische Vorfälle, die den Geschäftsbetrieb stören, bislang verhindert werden.

Erfolgsmessung und Beschwerdemöglichkeiten

Die ARAG überwacht Datenschutzbeschwerden laufend und misst deren Anzahl, um zu beurteilen, wie gut die Datenschutzerfordernungen im Geschäftsalltag eingehalten werden. Wird eine Verletzung des Datenschutzes vermutet, kann zunächst bei der handelnden Fachabteilung Beschwerde eingereicht werden. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, sich an den betrieblichen Datenschutzbeauftragten oder die zuständige Datenschutzaufsichtsbehörde zu wenden. Gemäß den gesetzlichen Anforderungen muss die ARAG im Fall einer meldepflichtigen Datenschutzverletzung innerhalb von 72 Stunden nach Kenntnisnahme der Verletzung ihrer Meldepflicht nachkommen – zunächst gegenüber der zuständigen Datenschutzaufsichtsbehörde und im Anschluss gegebenenfalls gegenüber den Betroffenen. Die ARAG misst dem Transparenzgrundsatz hohe Bedeutung bei, weshalb das Unternehmen die Betroffenen generell auch in Fällen informiert, in denen keine gesetzliche Meldepflicht besteht.

418-1

Beschwerden wegen Datenschutzverletzungen

2020 wurden in Deutschland 17 Datenschutzbeschwerden von Dritten registriert. In neun Fällen war die Beschwerde begründet und auf Unachtsamkeit der zuständigen Mitarbeiter zurückzuführen. Die Betroffenen wurden ausführlich und schriftlich über den Sachverhalt informiert. Damit hat die ARAG so weit wie möglich Transparenz geschaffen. 2020 führten die Datenschutzaufsichtsbehörden aufgrund von Beschwerden Dritter zwei Untersuchungen durch, davon eine durch die Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit Nordrhein-Westfalen (LfDI NRW) und eine durch das Bayerische Landesamt für Datenschutzaufsicht (BayLDA). Aufgrund dieser Untersuchungen erfolgten bisher keine aufsichtsbehördlichen Maßnahmen. Ferner gab es im Jahr 2020 eine meldepflichtige Datenschutzverletzung, die den zuständigen Aufsichtsbehörden (BayLDA und LfDI NRW) gemeldet wurde.

Kundenorientierung und innovative Angebote Demografie, Sozialstrukturen und Lebensstile im Wandel

103-1/2/3

Managementansatz

Als innovativer und vielseitiger Qualitätsversicherer bietet die ARAG ihren Privat- und Gewerbekunden in Deutschland neben dem Kerngeschäft Rechtsschutz auch Produkte und Dienstleistungen im Komposit- und Krankenversicherungsgeschäft. Das Unternehmen legt Wert auf ein bedarfsgerechtes, innovatives Produktportfolio, das vielfältige Lebensstile und die sich ändernden Lebensrealitäten der Kunden reflektiert. Die Interessen der Kunden stehen bei allen Geschäftsaktivitäten im Mittelpunkt, sei es bei der Beratung, im Verkauf oder bei der Kundenbetreuung im Schadenfall. Der Kunde soll bei allen Schritten optimal und individuell begleitet werden, wobei administrative Hürden weitestgehend abgebaut werden.

Auf Kundenwünsche ausgerichtete Produktinnovation

Hauptsächlich ist das Ressort Vertrieb, Produkt und Innovation für Produktinnovationen verantwortlich. Neue Produkte durchlaufen einen klar definierten Entwicklungsprozess. Bei der Entwicklung und Optimierung von Versicherungslösungen stützt sich die ARAG unter anderem auf Erkenntnisse aus dem Vertrieb, dem Schaden- und Rechts-Service und dem Kunden-Service. Ergänzend berücksichtigt die ARAG die Ergebnisse aus Marktstudien und Kundenumfragen, die über aktuelle Trends und Bedürfnisse am Markt informieren. Rückmeldungen von Kunden und Vertriebspartnern fließen somit systematisch in den Produktentwicklungsprozess ein.

Bei der Produktgestaltung achtet die ARAG stark auf modulare Strukturen und Flexibilität, um individuellen Kundenbedürfnissen gerecht zu werden. Über 90 Prozent der Produkte werden deshalb in den drei Varianten Basis, Komfort und Premium angeboten. Kunden können zudem unter bis zu sieben Selbstbeteiligungsstufen wählen und so das Preis-Leistungs-Verhältnis weitgehend mitbestimmen.

Produkt-Highlights 2020

Im Berichtsjahr ergänzte die ARAG ihr Produktportfolio erneut um innovative Lösungen. Das Produkt ReiseProtect kann als Kurzzeitpolice für die Dauer einer bestimmten Reise oder als Rundumpaket für ein ganzes Jahr abgeschlossen werden. ReiseProtect verbindet eine Krankenversicherung im Ausland bis zu 60 Tage pro Reise mit einer Reise-Rechtsschutzdeckung inklusive einem Rund-um-die-Uhr-Rechts-Service. Muss der Kunde eine Reise umbuchen oder stornieren oder fällt ein Mitreisender aus, weshalb man die Buchung ändern muss, trägt die ARAG die Kosten. Bei Ärger mit dem Reiseveranstalter, der Fluglinie oder dem Hotel hilft die Rechtsschutzdeckung weiter. Ebenso wenn Kunden mit dem Auto unterwegs sind und es zu einem Streitfall im Straßenverkehr kommt. Ebenfalls eingeschlossen ist die telefonische Erstberatung für Rechtsfragen im In- und Ausland. So sind die Kunden gut gerüstet, wenn Reisen nach der Pandemie wieder möglich sind.

Ein weiteres Beispiel stammt von der Interlloyd. Sie entwickelte im Berichtsjahr die neue Hausratversicherung Infinitus, die individuellen Schutzanforderungen angepasst werden kann. Bei der Festlegung der Beitragshöhe werden die unterschiedlichen Risiken in urbanen und ländlichen Gebieten sowie das Alter und die persönliche Lebens- und Arbeitssituation der Kunden (zum Beispiel Pendlerwohnungen) berücksichtigt. Zudem adressiert das Produkt neue Herausforderungen in den Bereichen Smart Home und Nachhaltigkeit. Versichert ist beispielsweise der Einbruchdiebstahl durch die Manipulation von Smart-Home-Sicherungskomponenten (Hackerangriff) bis 10.000 €. Weiterhin übernimmt die Interlloyd im Schadenfall Mehrkosten für die energetische Modernisierung von Haushaltsgeräten sowie Mehrkosten bis 1.000 € für die Beauftragung von nachhaltigen Unternehmen im Versicherungsfall. Mit Bestleistungs- und Besitzstandsgarantie sichert sich der Kunde den besten Versicherungsschutz in Deutschland und hat keine Nachteile gegenüber seinem bisherigen Versicherungsschutz.

Auch an den internationalen Standorten entwickelte die ARAG neue Angebote für ihre Kunden. In den Niederlanden lancierte die ARAG beispielsweise eine neue Plattform für Unternehmer, auf der alle wichtigen Rechtsinformationen kompakt zusammengefasst sind. Dieses Angebot wurde insbesondere aufgrund der COVID-19-Pandemie sehr geschätzt, da Unternehmen mit einer Vielzahl rechtlicher Unklarheiten konfrontiert waren. In Spanien nahm die ARAG ein neues Angebot für Liegenschaftsbesitzer auf, das Schutz bei einer illegalen Besetzung bietet. Zudem lancierte das Unternehmen einen kombinierten Hausrat- und Rechtsschutz.

Erfolgsmessung und Auszeichnungen

Ein zentraler Aspekt der Kundenorientierung ist es, Produkte anzubieten, die von den Kunden nachgefragt werden. Durch Zertifizierungen sowie Befragungen von Kunden und Vertriebspartnern stellt die ARAG eine hohe Qualität sicher. Zudem überprüft die ARAG den Erfolg ihrer Produktinnovationen anhand von Umsatz- und Rentabilitätszahlen.

Darüber hinaus lässt die ARAG ihre Angebote durch die Teilnahme an unabhängigen Tests und Ratings regelmäßig prüfen. Sowohl den Produkten als auch den Dienst- und Beratungsleistungen wird dabei immer wieder ausgezeichnete Qualität bescheinigt. 2020 wurde die ARAG zum fünften Mal in Folge bei den Plus X Awards zur innovativsten Marke im Bereich Versicherungen gekürt. Diese erneute Auszeichnung mit dem renommierten Markenpreis unterstreicht die Innovationskraft des Unternehmens und zeigt, dass es zukunftsorientiert an den richtigen Themen arbeitet. Die Rechtsschutzversicherung ARAG web@ktiv für Privatpersonen und Selbstständige erhielt bei den Plus X Awards die Sonderauszeichnung „Bestes Produkt des Jahres 2020“. Weitere ausgewählte Auszeichnungen für das Geschäftsjahr sind nachfolgend aufgeführt:

Deutschland:

- Das Handelsblatt zeichnet den ARAG Rechtsschutz Komfort für Familien und Singles mit „Sehr gut“ aus.
- Die WirtschaftsWoche bewertet den ARAG Aktiv-Rechtsschutz Komfort mit „Sehr gut“.
- Bild vergleicht 21 Rechtsschutzversicherer und kürt die ARAG zu „Deutschlands Kundenkönig“.
- Die Welt zeichnet die ARAG, basierend auf einer Auswertung von ServiceValue, als Nummer eins der Reiseversicherer mit „Gold“ und als „Service-Champion im erlebten Kundenservice“ aus.

Kundenorientierung während der Pandemie

Im Berichtsjahr hat die globale COVID-19-Pandemie die berufliche und private Situation vieler Kunden drastisch beeinflusst. Gerade in diesen schwierigen Zeiten war die ARAG mit voller Kompetenz für ihre Kunden da. Doch auch Nicht-Kunden profitierten von zusätzlichen Angeboten, sowohl in Deutschland als auch international (Seite 30). So stand die ARAG gerade am Anfang der COVID-19-Krise mit den Call-in-Days allen Ratsuchenden zur Seite – kostenlos und unkompliziert. Kunden und Nicht-Kunden konnten den Anwalts-Chat zu allen wichtigen Fragen rund um das Thema COVID-19 nutzen, rechtliche Hilfe bei einer Kündigung in Anspruch nehmen oder dem Chatbot Fragen stellen. So war die ARAG ein Rettungsring für alle, die in schwierigen Zeiten dringend rechtlichen Rat brauchten.

Einsatz digitaler Hilfsmittel

Der Einsatz digitaler Angebote und Lösungen ist gerade im Zuge der COVID-19-Pandemie nochmals deutlich wichtiger geworden. Die ARAG profitierte im Berichtsjahr von den Investitionen, die sie im Rahmen des Smart Insurer Programms über die vergangenen Jahre tätigte, um digitale Hilfsmittel zum Vorteil der Kunden einzusetzen. Schon vor der Pandemie standen den Kunden viele Wege zur Verfügung, um mit der ARAG in Kontakt zu treten (Telefon, Chat, App, Social Media, postalisch). Seit 2018 haben ARAG Kunden auch die Möglichkeit, ihre Anliegen einfach und schnell mithilfe des Flixchecks zu dokumentieren – entweder durch Texteingabe, Fotos oder durch eine Unterschrift direkt auf dem Smartphone. Die Angaben werden automatisch an den ARAG Kunden-Service weitergeleitet, der sich umgehend um das Anliegen kümmert. Umgekehrt kann die ARAG dem Kunden nach einer Anfrage einen personalisierten Link schicken. Via Web-App findet der Kunde die angefragten Dokumente zur einfachen Weiterverwendung. Seit 2020 versendet die ARAG Flixchecks auch per E-Mail.

Auch im persönlichen Beratungsgespräch verwendet das Unternehmen digitale Hilfsmittel, um das Kundenerlebnis zu verbessern. Der ARAG Ausschließlichkeitsvertrieb wickelt alle Prozesse digital ab – vom Erfassen sämtlicher Kundendaten über die Bedarfsanalyse bis hin zum direkten Abschluss. Dadurch werden verschiedene Alternativen besser vergleichbar und der Berater kann dem Kunden das Angebot leichter erklären. Zudem lässt sich das Beratungsgespräch automatisch dokumentieren und der Kunde erhält eine digitale Beratungsdokumentation. Im Zuge der COVID-19-Krise führte die ARAG zudem Beratungsgespräche per Video ein. Sie konnten über die individualisierten Websites der Vertriebspartner des Ausschließlichkeitsvertriebs online gebucht werden.

FS7 **Produkte und Dienstleistungen, die für einen speziellen gesellschaftlichen Nutzen entwickelt wurden**

2020 belief sich der Umsatz im Geschäftsbereich Sport (nur Deutschland) auf rund 3.325 T€. Dies umfasst die Sparten Rechtsschutz, Schaden-Haftpflicht-Unfall sowie Kraftfahrzeuge.

Digitale Transformation

103-1/2/3 **Managementansatz**

Die Digitalisierung durchdringt als Querschnittsthema alle Aspekte der Geschäftstätigkeit und ist für die ARAG deshalb ein zentrales Element in der Entwicklung des Unternehmens. Viele Veränderungen, die mit der digitalen Transformation einhergehen, sind bei der ARAG schon längst inhärenter Teil des nationalen und internationalen Geschäfts. Aus diesem Grund war die ARAG auf die pandemiebedingten Herausforderungen im Berichtsjahr bestens vorbereitet und konnte ihren Kunden ohne Unterbrechung mit gewohnter Qualität zur Seite stehen. Dies bestärkt die ARAG, den eingeschlagenen Weg konsequent weiter zu verfolgen. Auch in Zukunft wird sie die Chancen der Digitalisierung nutzen und Risiken proaktiv angehen.

Smart Insurer Programm

Das Smart Insurer Programm der ARAG formuliert als zentrale Digitalisierungsagenda die wesentlichen Entwicklungsschwerpunkte, Ziele und Verantwortlichkeiten. Als oberstes Ziel strebt die ARAG an, das Kundenerlebnis durch die Nutzung digitaler Technologien weiter zu verbessern. Antrags- und Kontrollprozesse sollen weitestgehend vereinfacht und die Transparenz erhöht werden. Im Zentrum steht damit nicht die Technologie an sich, sondern immer der Kunde mit seinen Bedürfnissen. Der Konzern organisiert die Umsetzung dezentral und setzt dabei bewusst auf die Eigenverantwortung der Führungsbereiche, welche eine hohe Gestaltungsfreiheit genießen. Dasselbe trifft auf die internationalen Niederlassungen und Gesellschaften zu. Zur Überprüfung des Fortschritts wendet die ARAG bereichsspezifische Indikatoren an. Sie sind auf die jeweiligen Herausforderungen und Ziele zugeschnitten (zum Beispiel die Kundenzufriedenheit).

Digitale Produkte und Prozesse

Schon vor der Erarbeitung des Smart Insurer Programms hat die ARAG die Chancen der Digitalisierung gezielt genutzt und über die letzten Jahre eine Vielzahl digitaler Produkte, Dienstleistungen und Prozesse auf den Weg gebracht. Dazu gehören beispielsweise ein digitales Kundenportal sowie der Ausbau digitaler Verkaufsprozesse. So kann der ARAG Ausschließlichkeitsvertrieb den gesamten Verkaufsprozess digital via iPad abwickeln. Zudem wird dank der Einführung der BeratungsApp bereits jeder dritte Neuantrag aus dem ARAG Stammvertrieb komplett digital, ohne manuelle Bearbeitung, policiert. Im Internetvertrieb beläuft sich diese Quote sogar auf 95 Prozent. Die ARAG strebt an, dieses Niveau der Automatisierung auch in anderen Vertriebskanälen zu erreichen.

Immer mehr Produkte können zudem online beantragt werden. Der Interessent muss lediglich eine Telefonnummer und Erreichbarkeitszeiten angeben und wird innerhalb eines Werktags von der ARAG kontaktiert, um Details und die Versicherbarkeit des jeweiligen Falls zu klären. Sind alle Bedingungen erfüllt, wird die Schadendeckung zugesagt und die Police versandt. Die Kunden honorieren diese Innovationsfreudigkeit des Unternehmens. Der Bestand der Onlinekunden wächst kontinuierlich und hat allein 2020 um 14 Prozent zugenommen.

Digitale Lösungen erleichtern auch die interne und externe Zusammenarbeit. Im Berichtsjahr führte die ARAG eine neue Kommunikationsplattform für Vertriebspartner in Deutschland ein. Die optisch ansprechende und intuitiv aufgebaute Plattform bietet Vertriebspartnern auf allen Endgeräten einfachen Zugang zu allen nötigen Informationen. So sind sie immer bestens informiert und sparen wertvolle Zeit.

An diversen internationalen Standorten implementierte die ARAG neue Chatbots, um Anliegen von Kunden, Vermittlern und weiteren Geschäftspartnern noch gezielter und effizienter zu bearbeiten. In den USA führte sie beispielsweise einen Anwalts-Chatbot ein, der rund um die Uhr für Standardanfragen von Anwälten verfügbar ist und die Kundenberater der ARAG für komplexere Aufgaben freispielt. In Spanien, Italien und Norwegen werden zudem vermehrt Automatisierungslösungen für die Bewältigung von Routineaufgaben eingesetzt.

Umfassender Schutz vor Gefahren im Internet

Durch die zunehmende Digitalisierung steigt das Risiko von Online-Angriffen auf IT-Systeme. Zugleich regeln die Kunden der ARAG immer mehr Bereiche des persönlichen Lebens online. Vor diesem Hintergrund wächst der Bedarf an geeigneten Versicherungsangeboten. Nachgefragt werden vor allem Produkte, die Schutz vor Schäden in der digitalen Welt bieten. Hier setzt beispielsweise der innovative ARAG CyberSchutz für mittelständische Unternehmen und Sportvereine an. Nach einer Online-Attacke oder Datenmissbrauch werden dem Kunden sofort erfahrene IT-Experten zur Seite gestellt. Sie kümmern sich darum, das Unternehmen oder den Verein möglichst schnell wieder handlungsfähig zu machen. Zudem werden Schadenursachen ermittelt und Sicherheitslücken geschlossen. Im Fall eines Rechtsstreits wegen mutmaßlicher Verletzung des Datenschutzes übernimmt die ARAG die Kosten für kompetente Rechtsberatung durch einen Anwalt oder die Verteidigung in einem Strafverfahren.

Mit der web@ktiv-Produktpalette für Privatpersonen und Selbstständige bietet die ARAG seit 2012 umfassenden und verlässlichen Schutz vor den Gefahren des Internets. Die 2019 eingeführten drei Produktvarianten wurden von den Kunden sehr gut angenommen, wobei über die Hälfte der Policen in der Premium-Variante verkauft wurde. Besonders schätzen die Kunden die modular wählbare Absicherung gegen Cyberrisiken.

Nutzung von Smart Data und Data Analytics

Für den Erfolg des digitalen Transformationsprozesses bei der ARAG ist es entscheidend, die Digitalisierung als kundenzentriertes Entwicklungsprogramm zu begreifen, das durch die neuen technologischen Möglichkeiten unterstützt wird. So lassen sich beispielsweise durch die Nutzung von Big Data Angebote noch genauer auf die Kundenbedürfnisse aus-

richten. Die ARAG investiert deshalb in den Ausbau ihrer Data-Analytics-Kapazitäten, um das Unternehmen als Vorreiter im Bereich Smart Data zu positionieren und die datenbasierte Entscheidungsfindung zum Vorteil der Kunden stetig zu verbessern.

Transparente Produkte und Dienstleistungen

103-1/2/3

Managementansatz

Die ARAG ist überzeugt, dass eine transparente Geschäftsführung und einfach verständliche Angebote das Vertrauen der Kunden und Mitarbeiter fördern und die Glaubwürdigkeit sowie die Wettbewerbsposition stärken. Das Unternehmen legt deshalb bei allen Interaktionen mit Kunden und Mitarbeitern großen Wert auf eine offene Kommunikation. Diese Grundhaltung ist in den ARAG Essentials und Leadership Standards vorgeschrieben. Beide Richtlinien leiten das Denken und Handeln aller ARAG Mitarbeiter und bieten Orientierung in sich ständig wandelnden Märkten.

Verantwortlichkeiten und Prozesse

Alle Vorstandsressorts der ARAG stellen transparente Geschäftsführung und Dienstleistungen sicher. Für die Transparenz der Produktinformationen ist das Ressort Konzern Vertrieb, Produkt und Innovation verantwortlich. Um ihre Ziele im Bereich Transparenz zu erreichen, nutzt die ARAG unter anderem Controllingprozesse, juristische Prüfungen zur Sicherstellung der Compliance mit allen internationalen und nationalen Gesetzen und Vorschriften sowie anspruchsvolle Freigabeprozesse bei der Produktentwicklung.

Stetige Verbesserung der Verständlichkeit

In puncto Transparenz ist die Verständlichkeit der Produkt- und Dienstleistungsinformationen eine der zentralen Herausforderungen in der Versicherungswirtschaft. Der Anspruch der ARAG ist es, alle Produktinformationen und Vertragsbedingungen so verständlich wie möglich zu gestalten, indem beispielsweise notwendige juristische Formulierungen mit illustrativen Beispielen ergänzt werden. Das Unternehmen optimiert zudem Versicherungsbedingungen, Broschüren und Produktinformationen standardmäßig anhand der Kriterien des Hohenheimer Verständlichkeitsindex. Im Berichtsjahr überarbeitete beispielsweise die ARAG in den Niederlanden die Vertragsbedingungen komplett und achtete dabei vor allem auf eine leicht verständliche Sprache.

417-1

Informations- und Kennzeichnungspflichten

Die ARAG erachtet es als selbstverständlich, dass die angebotenen Produkte und Dienstleistungen alle anwendbaren internationalen und nationalen Gesetze und Vorschriften einhalten und dass ihre Vermarktung höchsten ethischen Standards genügt. Zu den wichtigsten regulatorischen Vorgaben gehören das Versicherungsvertragsgesetz (VVG), das Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG), die Umsetzung der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), die EU-Richtlinie über Versicherungsvertrieb (Insurance Distribution Directive [IDD]) sowie die Richtlinien der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin).

Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten im Anlageprozess Investitionen mit besonderem ökologischem oder sozialem Impact Kompetenzentwicklung zu Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen

103-1/2/3

Managementansatz

Die ARAG möchte ihrem Ruf als verantwortungsvolles Unternehmen auch im Asset-Management gerecht werden. Deshalb berücksichtigt sie bei Investitionen ökologische, soziale und Governance-Kriterien (ESG-Kriterien). Damit erweitert das Unternehmen die Risikobeurteilung um eine zusätzliche Perspektive und ermöglicht so eine umfassendere Beurteilung des Risiko-Rendite-Profiles von Kapitalanlagen.

Einheitliche Berücksichtigung von ESG-Kriterien

Die Richtlinie „Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in der Kapitalanlage“ soll einen einheitlichen Ansatz bei der Berücksichtigung von ESG-Kriterien sicherstellen. Die Richtlinie schreibt einen Negativfilter mit norm- und wertbasierten Ausschlusskriterien sowie die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien bei der Auswahl von extern mandatierten Investmentmanagern vor. Der Funktionsbereich Konzern Asset-Management ist für die Umsetzung dieser Vorgaben verantwortlich.

Ziele und Entwicklungen

Die ARAG SE verfolgt das Ziel, dass mindestens 97 Prozent der Direktanlagen die ARAG Mindeststandards erfüllen. Die Direktanlage macht nach Marktwerten rund 38 Prozent des Gesamtbestands aus. Für indirekte Anlagen besteht noch kein Zielwert.

Weiterentwicklung des nachhaltigen Investitionsansatzes

Im Bestreben, ihren nachhaltigen Investitionsansatz kontinuierlich weiterzuentwickeln, überprüften die Vorstände der ARAG Gesellschaften im Berichtsjahr die derzeit geltenden Kapitalanlagerichtlinien. Dabei wurde kein aktueller Änderungsbedarf festgestellt. Im Berichtsjahr startete die ARAG allerdings einen Auswahlprozess für einen neuen Anbieter von Nachhaltigkeitsdaten. Über den neuen Provider sollen die zur Verfügung stehenden Daten erweitert werden. Auf dieser Basis will die ARAG ihren Nachhaltigkeitsansatz schrittweise um zusätzliche Komponenten erweitern. Darüber hinaus gibt es erste Überlegungen, das Anlageuniversum um Green Bonds zu erweitern und so über die Kapitalanlage explizit zu einer positiven ökologischen Entwicklung beizutragen.

Entwicklung von Nachhaltigkeitskompetenzen

Die ARAG baut Kompetenzen im Bereich Sustainable Finance durch die gezielte Fortbildung einzelner Mitarbeiter auf.

FS10	Interaktionen mit Geschäftspartnern und Investitionsempfängern
	Es findet kein systematischer Austausch mit Investitionsempfängern hinsichtlich ESG-Themen statt. Eine Änderung dieser Praxis ist aktuell nicht vorgesehen.

FS11	Überprüfung der Investitionen und Anlagen
	Die Liste der Ausschlusskriterien findet unmittelbar Anwendung für die von der ARAG verwalteten Kapitalanlagen. Derzeit bezieht die ARAG SE bei circa 56 Prozent der Kapitalanlagen systematisch ESG-Faktoren ein. Ein Großteil der Kapitalanlagen der ARAG SE sind Beteiligungen und verbundene Unternehmen. Bei fungiblen Kapitalanlagen (Direktanlagen und Spezialfonds) werden ESG-Faktoren bei circa 90 Prozent der Kapitalanlagen systematisch einbezogen.

Management von Nachhaltigkeitsrisiken
Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken im Versicherungsgeschäft

103-1/2/3	Managementansatz
	Als langfristig agierendes Unternehmen legt die ARAG großen Wert auf ein vorausschauendes Risikomanagement, das auch neu auftretende Risiken angemessen berücksichtigt. Dazu gehören beispielsweise durch den Klimawandel hervorgerufene Risiken. Materielle Risiken werden – unabhängig von ihrer zusätzlichen Klassifizierung als Nachhaltigkeitsrisiko – im Rahmen des bestehenden Risikomanagementprozesses identifiziert, analysiert, bewertet und durch den Prozessverantwortlichen gesteuert. Zusätzlich berücksichtigt die ARAG Nachhaltigkeitsrisiken explizit im Rahmen der unternehmenseigenen Risiko- und Solvabilitätsbeurteilung (Own Risk and Solvency Assessment [ORSA]).

Aktuelle Risikobeurteilung

Im Berichtsjahr wurde das Nachhaltigkeitsrisiko im Rahmen des ORSA-Prozesses erstmalig erfasst und für den Konzern bewertet. Die ARAG schätzt das Nachhaltigkeitsrisiko als existent aber nicht gefährdend ein. Das Reputationsrisiko ist dabei aktuell der wesentlichste Aspekt, denn die Art und Weise, wie Nachhaltigkeit im Unternehmen umgesetzt wird, hat unter anderem einen Einfluss auf die Wahrnehmung von Kunden und weiteren Stakeholdergruppen. Folgende weitere Faktoren können von Nachhaltigkeitseffekten betroffen sein: Kredit- und Adressenausfallrisiko, Marktrisiko, Liquiditätsrisiko, Operationelles Risiko, Versicherungstechnisches Risiko und das Strategische Risiko. Der holistische Risikomanagementansatz stellt sicher, dass mögliche Auswirkungen von Nachhaltigkeitsaspekten auf Basis des aktuellen Kenntnisstands bereits umfassend in die Solvabilitätsbeurteilung einfließen. Sie führen daher aktuell noch nicht zu zusätzlichen erheblichen Veränderungen der Geschäftstätigkeit, Einnahmen oder Ausgaben. Die weitere Entwicklung wird analysiert.

Zeichnungspolitik und Tarifierung

Die ARAG berücksichtigt Nachhaltigkeitsrisiken für die Zeichnungspolitik und Tarifierung in verschiedenen Bereichen. Der Rahmen der Risikozeichnung wird durch die Zeichnungsrichtlinien vorgegeben. Darin ist beispielsweise definiert, welchen Risikoappetit die ARAG hat und welche Risiken nicht oder nur unter besonderen Bedingungen gezeichnet werden. Genauer ausdifferenziert wird die Zeichnungspolitik beispielsweise durch Annahmerichtlinien auf Produktebene. Ein Beispiel sind Krankheiten wie Allergien oder Asthma, die durch veränderte Umwelteinflüsse im Zuge des Klimawandels zunehmen können. Die größere Häufigkeit derartiger Erkrankungen wird beispielsweise in der Annahmepolitik und Tarifierung der ARAG Krankenversicherungs-AG berücksichtigt.

Herausforderungen bei der Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken

Der große Umfang aktueller und geplanter regulatorischer Neuerungen sowie deren Komplexität erfordern einen erhöhten Ressourceneinsatz, um ständig über Entwicklungen auf dem Laufenden zu sein und die Vorgaben rechtzeitig umzusetzen. Da sich der Großteil der Regulatorik noch in der Entwicklungsphase befindet, ist die Planungsunsicherheit für die Umsetzung in Versicherungsunternehmen hoch. Zudem ist es aktuell schwer abzuschätzen, wie hoch die nachhaltigkeitsbezogenen Chancen auf der Produktseite sind.

201-2

Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen

Für den gesamten ARAG Konzern hat die Nachhaltigkeit und somit auch der Klimawandel eine hohe Bedeutung. Im Rahmen des ORSA-Prozesses nimmt der Konzern beispielsweise nicht nur eine Einschätzung der rechtlichen und regulatorischen Risiken vor, sondern er weist separat auch die klimabezogenen Risiken aus und bewertet sie.

Durch den Klimawandel ist die ARAG physischen und transitorischen Risiken ausgesetzt. Sach- und Krankenversicherungen können insbesondere durch extreme Wetterereignisse oder Hitzewellen betroffen sein, während der Übergang hin zu einer CO₂-armen Wirtschaft eine Adjustierung des Kapitalanlageportfolios bedeuten kann. Als multidimensionales Phänomen kann der Klimawandel zum einen das versicherungstechnische Risiko in Form von höheren Sachschäden oder Krankheitskosten beeinflussen. Zum anderen können gesetzliche Änderungen den Wert von Vermögensgegenständen betreffen. Das spiegelt sich im Marktrisiko wider. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung dieses Themas sowie den möglicherweise damit einhergehenden organisatorischen Transformations- sowie Anpassungseffekten stuft der Konzern das Nachhaltigkeitsrisiko als existent aber nicht als gefährdend ein.

Durch vorausschauendes Agieren können Nachhaltigkeitsherausforderungen auch Chancen bieten, beispielsweise durch das bessere Verständnis von Klimarisiken und ihren Auswirkungen.

Interne Kommunikation/Kommunikation zwischen Vorstand und Belegschaft

103-1/2/3

Managementansatz

Die interne Kommunikation ist ein wichtiger Pfeiler der Unternehmenskultur und der Arbeitseffizienz des ARAG Konzerns. Zudem ist sie eine zentrale Voraussetzung für den digitalen Wandel im Unternehmen. Als Familienunternehmen profitiert die ARAG von flachen Hierarchien und direkten Abstimmungswegen. So werden Informationen transparent weitergegeben und die Belegschaft hat den nötigen Überblick über das Unternehmen und die Märkte, um effizient arbeiten zu können. Darüber hinaus sind gut informierte Mitarbeiter deutlich einsatzbereiter und engagierter.

Intensive Kommunikation stärkt Vertrauen und Zufriedenheit

Die interne Kommunikation wird wie das gesamte Kommunikationsmanagement und die Markenführung durch die ARAG Holding verantwortet. Operativ ist sie zusätzlich im Ressort Zentrale Konzernfunktionen der ARAG SE angesiedelt. Die interne Kommunikation unterscheidet hauptsächlich zwischen Führungskommunikation und Mitarbeiterkommunikation. Die Führungskommunikation vermittelt alle Arten der betrieblichen Veränderung. Sie wird in Kombination mit der direkten Mitarbeiterkommunikation eingesetzt. Die ARAG ermöglicht auch die Informationsübermittlung von Mitarbeiter zu Mitarbeiter, beispielsweise durch dezentrale Redaktionsprozesse im Konzern-Intranet. Aufgrund der ausgesprochen hohen Identifikation der Belegschaft mit der ARAG setzt die interne Kommunikation besonders bei komplexen Veränderungsprozessen auf Bottom-up-Formate. Beispielsweise wurde die Kommunikation des Smart Insurer Programms mit einem weltweiten Vorschlagsprozess verknüpft, an dem alle Teams aktiv teilnehmen und digitale Veränderungsprojekte vorschlagen konnten. Dieser integrative Ansatz ist einer der Gründe, weshalb die digitale Transformation einen großen Rückhalt in der Belegschaft genießt. Er trägt ebenfalls dazu bei, dass die ARAG immer wieder hervorragende Bewertungen in Mitarbeiterumfragen erreicht. Im Berichtsjahr wurde beispielsweise die ARAG in den USA als „Top Workplace“ 2020 ausgezeichnet. In Belgien stieß die ARAG eine Zertifizierung durch Happiness@Work an, die 2021 durchgeführt wird.

Vermehrter Einsatz digitaler Kommunikationsformate

Im Berichtsjahr begleitete umfassende interne Kommunikation den Führungswechsel an der Spitze der ARAG SE. Aufgrund der COVID-19-Pandemie kamen ausschließlich digitale Kommunikationsformate zum Einsatz. Livecalls für alle nationalen und internationalen Einheiten bewährten sich als flexible und schnelle Informationsformate. Sie erlaubten es dem Vorstand, Fragen aus dem Kreis der Mitarbeiter direkt zu beantworten. Diese Formate werden auch 2021 eingesetzt und ausgeweitet, vor allem, um digitale Roadshows für alle internationalen Einheiten anzubieten.

Zunahme der Kommunikationsgeschwindigkeit

Die ARAG begrüßt die breite Akzeptanz der neuen Kommunikationsformate und nutzt deren Chancen, doch zugleich ergeben sich dadurch Herausforderungen. Die ARAG erwartet durch den Wechsel zwischen Präsenzveranstaltungen und digitalen Formaten zukünftig eine schnellere Taktung der Kommunikation. Dieser Entwicklung können die vorhandenen Ressourcen aktuell nicht gerecht werden.

402-1

Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen

Im Berichtsjahr wurden alle regulatorischen Vorgaben zur Einhaltung von Mitteilungsfristen eingehalten. Diese können aufgrund der dezentralen Unternehmensstruktur der ARAG je nach Land voneinander abweichen.

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

103-1/2/3

Managementansatz

Um die hohen Erwartungen der ARAG an die Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter zu erfüllen, müssen diese motiviert und bei guter Gesundheit sein. Deshalb setzt die ARAG auf einen umfassenden Ansatz zum Schutz der Gesundheit sowie zur Gewährleistung der Arbeitssicherheit, der über die gesetzlichen Anforderungen hinausgeht. Damit reduziert die ARAG einerseits Fehlzeiten sowie das Risiko von negativen körperlichen und psychischen Belastungsfolgen und positioniert sich andererseits als attraktiver Arbeitgeber. Das Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz fällt in den Verantwortungsbereich der beiden Hauptabteilungen Zentrale Dienste Konzern und Human Resources. Die operative Umsetzung erfolgt durch das Fachreferat für Arbeitssicherheit und Brandschutz mit der Fachkraft für Arbeitssicherheit und dem Brandschutzbeauftragten an den jeweiligen Standorten sowie durch die Personalentwicklung.

Umfassende Sicherheitsorganisation mit Beteiligung der Mitarbeiter

Die ARAG geht bei der Sicherheitsorganisation und der Pflege der sicherheitstechnischen Einrichtungen über die gesetzlichen Vorgaben hinaus. Dies betrifft beispielsweise die Anzahl der Sicherheitsbeauftragten und der Erst- und Brandschutzhelfer. Zudem führt die ARAG jährliche Evakuierungsübungen durch und verfügt dadurch über einen eingespielten Sicherheits- und Krisenstab, der gut auf Notfallsituationen vorbereitet ist. Dies zeigte sich insbesondere während der pandemischen Lage.

In Deutschland finden viermal pro Jahr Arbeitsschutzausschusssitzungen (ASA) statt, in denen Belange zum Arbeits-, Brand- und Gesundheitsschutz sowie Lösungsansätze für notwendige Maßnahmen besprochen und dokumentiert werden. Dem Ausschuss gehören ein Arbeitgebervertreter, Betriebsratsmitglieder, der Betriebsarzt, die Fachkraft für Arbeitssicherheit, die Sicherheitsbeauftragten und weitere ausgewählte Personen (zum Beispiel die Schwerbehindertenvertretung) an. Die ASA fanden im Berichtsjahr pandemiebedingt virtuell statt.

Mitarbeiterschulung zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsvorsorge

Die Belegschaft wird über E-Learning im Intranet einmal im Jahr zum Arbeits-, Brand- und Gesundheitsschutz unterwiesen. Darüber hinaus erhalten Mitarbeiter mit besonderen Sicherheitsaufgaben mindestens alle zwei Jahre spezielle Trainings. 2020 wurden die Sicherheits-Erstunterweisungen für neue Mitarbeiter aus den ganztägigen Einführungsveranstaltungen herausgelöst. Sie finden nun in separaten Einzelveranstaltungen statt, damit das Thema Sicherheit noch ausführlicher dargestellt werden kann. Aufgrund der COVID-19-Pandemie lagen im Berichtsjahr die Schwerpunkte auf dem Hygienekonzept, den Maßnahmen und Verhaltensregeln am betrieblichen Arbeitsplatz sowie der Ergonomie und dem Versicherungsschutz im Home-Office.

Betriebliches Gesundheitsmanagement – ARAGcare

Mit ARAGcare verfügt das Unternehmen über ein betriebliches Gesundheitsmanagement zur Förderung des Gesundheitsbewusstseins der Mitarbeiter. Neben regelmäßigen Checks und Vorsorgeaktionen haben die Mitarbeiter Zugang zu einem Betriebsarzt, der Sprechstunden, Augenuntersuchungen, kostenlose Gripeschutzimpfungen und reisemedizinische Beratung anbietet. Die Sprechstunden mit dem Betriebsarzt fanden im Berichtsjahr pandemiebedingt virtuell statt. Alle Dienste können über eine digitale Plattform gebucht werden. Bei Bedarf können sich Mitarbeiter zudem von Kooperationspartnern bei Fragen zu Kinderbetreuung, Pflege von Angehörigen oder beruflichen und privaten Problemen beraten lassen.

Die Hauptverantwortung für ARAGcare liegt bei der Personalentwicklung der Hauptabteilung Human Resources. Das ARAGcare-Gremium steuert das Programm und entwickelt es in Abstimmung mit der Fachkraft für Arbeitssicherheit, dem Betriebsrat, dem Betriebsarzt und der Schwerbehindertenvertretung weiter.

Bei langfristigen Ausfällen von Mitarbeitern setzt die ARAG auf ein betriebliches Eingliederungsmanagement zur professionellen Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen. Sie konsultiert externe Experten, um eine optimale Unterstützung der Betroffenen zu garantieren. Seit 2019 steht dieses Angebot auch Mitarbeitern offen, die die formalen Kriterien für ein betriebliches Eingliederungsmanagement nicht erfüllen, sich jedoch präventiv für ihre Gesundheit einsetzen möchten. Die internationalen Standorte gestalten ihre jeweiligen Angebote eigenverantwortlich aus.

Ergonomie am Arbeitsplatz

Als Dienstleistungsunternehmen bietet die ARAG keine Arbeitsplätze an, die für die Mitarbeiter signifikante körperliche Gesundheitsrisiken darstellen. Durch ergonomische Optimierung der Arbeitsplätze kann jedoch verhindert werden, dass die Arbeit im Büro zu Haltungsschäden oder Schmerzen führt. Die ARAG orientiert sich dabei an den gesetzlichen Vorschriften sowie den Vorgaben des Unfallversicherers (Verwaltungsberufsgenossenschaft [VBG]) und überprüft im Rahmen von regelmäßigen Arbeitsplatzbegehungen die Gefährdungsbeurteilung. Dies gilt aufgrund der zunehmenden Flexibilisierung der Arbeitsorte vermehrt auch für Telearbeitsplätze.

Pandemiebedingte Maßnahmen im Berichtsjahr

Im Berichtsjahr erforderte die COVID-19-Pandemie umfassende Maßnahmen, um die Gesundheit der Mitarbeiter zu schützen. Der interne Sicherheitsstab und der Betriebsarzt analysierten die Lage regelmäßig und legten Maßnahmen unter Berücksichtigung bundespolitischer Entscheidungen fest. Über alle Maßnahmen erhielten die Mitarbeiter zeitnah Informationen per Intranet. Für die Arbeitsplätze wurden strenge Hygienekonzepte erarbeitet. Zudem sprach die ARAG eine Home-Office-Empfehlung aus, welche diverse weitere Maßnahmen nach sich zog.

So wurde die Belegschaft im Home-Office durch die Bereitstellung zusätzlicher Endgeräte, Monitore, Bürostühle, Headsets und Webkameras unterstützt. Der Arbeitszeitrahmen wurde ausgeweitet, um die persönliche Disposition der Arbeitszeit im Home-Office zu verbessern. Um den sozialen Austausch aufrechtzuerhalten, richtete die ARAG digitale Austauschräume für informelle Treffen ein (zum Beispiel virtuelle Kaffeepause, After-Work-Treffen) und organisierte Workshops zur virtuellen Zusammenarbeit. Von April bis Juni bot die ARAG allen Eltern eine kostenlose virtuelle Kinderbetreuung durch einen Kooperationspartner an. In Österreich und Deutschland konnten die ARAG Mitarbeiter zudem externe psychologische Hilfe in Anspruch nehmen.

Die ARAG kümmerte sich auch um die regelmäßige Bewegung der Mitarbeiter in den ausgedehnten Home-Office-Phasen, denn viele Sportangebote wie zum Beispiel Fitnessstudios waren zeitweise geschlossen. Die ARAG führte deshalb regelmäßige, professionell angeleitete Onlinetrainings durch und motivierte ihre Mitarbeiter dadurch, in Bewegung zu bleiben.

Die ARAG erhob über eine Umfrage die Zufriedenheit der Mitarbeiter im Home-Office sowie die Präferenzen für zukünftige Arbeitsformen (zum Beispiel Home-Office oder Shared Desk am Arbeitsort).

Beschwerdemöglichkeiten

Die Mitarbeiter der ARAG können sich bei Beschwerden hinsichtlich der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes direkt an den Mitarbeiter des Fachreferats Arbeitssicherheit sowie die Mitarbeiter der Personalentwicklung wenden. Das Intranet, eine zentrale E-Mail-Adresse sowie Feedbackfragebögen, die nach Evakuierungsübungen online zur Verfügung stehen, können ebenfalls für Rückmeldungen genutzt werden. Hinweise nimmt auch das ARAGcare-Gremium entgegen oder sie können in die Sitzungen des Arbeitsschutzausschusses eingebracht werden. Darüber hinaus stehen den Mitarbeitern bei Anliegen der Betriebsrat sowie jede Führungskraft als Ansprechpartner zur Verfügung.

403-9/10

Arbeitsbedingte Verletzungen und Erkrankungen

	Männer	Frauen	Total
Sollstunden	3.283.386	4.036.812	7.320.198
Ausfallstunden	103.752	190.373	294.125
Abwesenheitsrate	3,2 %	4,7 %	4,0 %

2020 gab es weder in Deutschland noch an den internationalen Standorten einen arbeitsbedingten Unfall oder Todesfall. Die Zahlen beinhalten temporäre Angestellte sowie Praktikanten, Trainees und Lernende. Die Abwesenheitsrate berechnet sich durch Teilen der Ausfall- durch die Sollstunden. Die Daten beziehen sich auf den Hauptsitz der ARAG in Deutschland und Außenstellen/Tochtergesellschaften in Österreich, Belgien, Kanada, Dänemark, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Norwegen, Portugal, Slowenien, Spanien, Schweden, Großbritannien, Australien, der Republik Irland und den USA.

Aus- und Weiterbildung

103-1/2/3

Managementansatz

Die ARAG verfolgt das Ziel, sich zu einem der besten Versicherer am Markt zu entwickeln. Dazu benötigt das Unternehmen kompetente, engagierte und leistungsbereite Mitarbeiter. Der Berufsausbildung, Qualifizierung und Entwicklung der Mitarbeiter kommt daher eine zentrale Bedeutung zu. Durch ihr umfassendes Angebot an Aus- und Weiterbildungsprogrammen gewährleistet die ARAG die Aktualität des Wissens, steigert die Motivation der Belegschaft und sichert die Arbeitsmarktfähigkeit der Mitarbeiter langfristig. So verbessert die ARAG darüber hinaus die Bindung zwischen dem Unternehmen und Potenzialträgern. Dies ist vor dem Hintergrund des laufenden Generationenwechsels im Unternehmen besonders wichtig, um die Position als innovativer Qualitätsversicherer am Markt zu behaupten.

Richtlinien, Verantwortlichkeiten und regulatorische Vorgaben

Die Aus- und Weiterbildung wird in den ARAG Trainingsrichtlinien geregelt. Weiterbildungsangebote stehen grundsätzlich allen Mitarbeitern offen. Von den Angeboten profitieren jedoch nicht nur interne Mitarbeiter. Die ARAG unterstützt auch ihre Angestellten im Außendienst durch weitreichende Kostenbeteiligungen und Zeitübernahmen. Die strategische Führung im Bereich Aus- und Weiterbildung fällt in den Verantwortungsbereich des Hauptabteilungsleiters Human Resources, des Leiters Personalentwicklung und der Abteilung Personalentwicklung. Die beiden Letzteren verantworten zudem zusammen mit allen Führungskräften der ARAG die operative Umsetzung. Das ARAG Vertriebstraining kümmert sich um die Aus- und Weiterbildung der Vermittler im Stammbetrieb, die größtenteils gemäß § 84 Handelsgesetzbuch (HGB) für die ARAG tätig sind.

Als Versicherungskonzern untersteht die ARAG regulatorischen Vorgaben hinsichtlich der Qualifikation der Belegschaft und der Führungskräfte. Diese ergeben sich beispielsweise aus der Solvency-II-Rahmenrichtlinie oder der Versicherungsvertriebsrichtlinie (Insurance Distribution Directive [IDD]) der Europäischen Union. Entsprechende Schulungen tragen dazu bei, dass die regulatorischen Vorgaben jederzeit eingehalten werden. In den Niederlanden führte die ARAG im Berichtsjahr einen neuen Onlinekurs zu Solvency II ein, der für alle Mitarbeiter obligatorisch war. In Griechenland fokussierte sich die ARAG im Berichtsjahr vor allem auf interne Kurse zur Europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DGVO) sowie die Anforderungen der IDD.

Gestaltung der Aus- und Weiterbildungsprogramme

Die ARAG richtet ihre Unterstützung bei Qualifikationen sowie das Angebot an Aus- und Weiterbildungsprogrammen am Bedarf des Unternehmens und der Mitarbeiter aus. Die inhaltliche Nähe der vermittelten Inhalte zum Arbeitsalltag steht dabei stets im Zentrum. Die ARAG stellt ein qualitativ hochwertiges Angebot sicher, indem sie verschiedene Anbieter vergleicht und Dienstleister sowie Trainer gezielt auswählt. Anhand von Feedbackfragebögen und im Rahmen der jährlichen Mitarbeitergespräche wird die Zufriedenheit mit den Aus- und Weiterbildungen überprüft. Darüber hinaus dokumentiert die ARAG sämtliche geplanten und umgesetzten Weiterbildungsmaßnahmen, inklusive der Kosten und des zeitlichen Umfangs. Daraus gewinnt das Unternehmen wichtige Erkenntnisse für die Weiterentwicklung des Angebots.

Die Abteilung Personalentwicklung führte im Berichtsjahr eine neue Lernplattform mit dem Namen ARAG Learn2Develop ein. Diese bietet die Möglichkeit, neben den Trainings der Personalentwicklung zusätzliche digitale Angebote externer Partner zu integrieren. Einfache, übersichtliche Strukturen und intelligente Suchfunktionen machen die Plattform besonders nutzerfreundlich. Neue Lernfeatures wie beispielsweise das persönliche Learning-Cockpit oder individuelle Lernpfade unterstützen die gezielte Weiterentwicklung jedes einzelnen Lernenden. Die Mitarbeiter haben zudem die Möglichkeit, sich mit Kollegen zu einer Lerngruppe zusammenzuschließen – das fördert den Austausch und die Lernmotivation.

Weiterentwicklung digitaler Kompetenzen

Im Zuge der zunehmenden Digitalisierung wird es immer wichtiger, dass alle Mitarbeiter ihrer Funktion entsprechend digitale Fähigkeiten entwickeln und offen für digitale Methoden und Abläufe sind. Der Bereich Personalentwicklung implementiert deshalb im Rahmen des ARAG Smart Insurer Programms neue digitale Lern- und Entwicklungsformate. So kann das Unternehmen dem steigenden Qualifizierungsbedarf Rechnung tragen und neue Kompetenzen fördern. Trainings zu den Themen Design Thinking, Visualisierung, agiles Projektmanagement, Scrum und Office 365 gehören deshalb seit mehreren Jahren zum Weiterbildungsangebot der ARAG. Seit 2019 erleichtert zudem die Videoplattform Masterplan den Wissenserwerb rund um die Digitalisierung. In kurzen Videosequenzen vermitteln Experten Lerninhalte zu Themen wie New Work, digitale Zusammenarbeit oder digitale Geschäftsmodelle. Da die ARAG ihre Führungskräfte als zentrale Treiber für den digitalen Wandel sieht, lancierte sie im Berichtsjahr Digital-Readiness-Workshops.

Talentmanagement mit ARAG myCareer

Neben den bedarfsgerechten Aus- und Weiterbildungsangeboten trägt das hausinterne Talentmanagementprogramm ARAG myCareer wesentlich zur Bindung von qualifizierten Mitarbeitern bei. MyCareer bietet ein modernes Instrumentarium zur Personalauswahl und -entwicklung. Führungskräfte haben die Möglichkeit, Kandidaten für Fach- und Führungsfunktionen anzumelden. Alle angemeldeten Kandidaten werden mittels individueller Einstiegs- und Vorbereitungsgespräche auf die Personaldiagnostik vorbereitet. Zudem

fördert die ARAG Fachspezialisten und Führungskräfte, indem sie ihnen die Möglichkeit bietet, ein berufsbegleitendes Studium oder einen Master of Business Administration (MBA) zu absolvieren. ARAG myCareer unterstützt somit die Mitarbeiter in ihrer individuellen Entwicklungs- und Karriereplanung und sichert gleichzeitig den Erhalt des fachlichen und überfachlichen Wissens im Unternehmen.

404-2

Programme für Wissensmanagement und lebenslanges Lernen

Vielfältiges Aus- und Weiterbildungsangebot

Über die webbasierte Qualifizierungsplattform ARAG Learn2Develop können alle Mitarbeiter in Deutschland ihr Wissen und ihre Fähigkeiten weiterentwickeln. Die Plattform bietet ein breites Spektrum an Trainings und E-Learning-Kursen, wobei die Schwerpunkte auf Fach-, Methoden- und Führungskompetenzen, persönlichen und sozialen Kompetenzen, versicherungs- und betriebswirtschaftlichem Wissen, Projekt- und Prozessmanagement sowie Fremdsprachen liegen. Die Angebote werden von rund 30 Trainern und diversen externen Kursanbietern bereitgestellt.

Bei der Ausgestaltung der Angebote berücksichtigt die ARAG aktuelle Entwicklungen und achtet darauf, ihre Mitarbeiter auf die zukünftigen Branchenanforderungen vorzubereiten. So bietet das Unternehmen beispielsweise Trainings, Workshops und Netzwerkveranstaltungen zu Kreativität und Design Thinking, agilem Projektmanagement und Führung in der Transformation an. Ebenfalls Teil des Angebots sind Schulungen zu neuen Regulierungen und Themen wie Risikomanagement, Revision und Compliance sowie Datenschutz und Arbeitssicherheit. Im Berichtsjahr wurde das Angebot um ein Versicherungsplanspiel erweitert.

2020 wurden in Deutschland unternehmensweit 1.257 Weiterbildungsmaßnahmen mit 4.699 Teilnahmen dokumentiert (ohne E-Learning-Angebote zu Datenschutz und Arbeitsschutz). Darüber hinaus haben 746 Mitarbeiter die Angebote der Videoplattform Masterplan genutzt.

Fokusthema Remote Work

Im Berichtsjahr nahm die ARAG aufgrund der COVID-19-Pandemie und dem plötzlichen Wechsel vieler Mitarbeiter ins Home-Office einen Crashkurs zum Thema Remote Work ins Weiterbildungsportfolio auf. In acht Seminaren mit insgesamt 115 Teilnehmern konnten so die technischen Wissenslücken geschlossen und die Weichen für eine produktive virtuelle Zusammenarbeit gestellt werden.

Ausbildung von Kauffrauen und Kaufmännern

Die ARAG kümmert sich um die bedarfsgerechte Ausbildung von Kauffrauen und Kaufmännern für Versicherungen und Finanzen. Damit stellt sie nicht nur ausreichenden fachlichen Nachwuchs sicher, sondern sorgt auch für eine gute demografische Durchmischung des Konzerns. 2020 wurden in Düsseldorf, München und im Stammvertrieb insgesamt 71 Auszubildende in verschiedenen Jahrgängen betreut.

Aus- und Weiterbildung an den internationalen Standorten

Die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten an den internationalen Standorten decken sich weitgehend mit denen in Deutschland. Die internationalen Standorte können jedoch darüber hinausgehende Angebote zur Verfügung stellen. In den USA legte die ARAG im Berichtsjahr beispielsweise einen Fokus auf Trainings zu emotionaler Intelligenz sowie auf die Führung anspruchsvoller Gespräche. In Italien führte das Unternehmen eine neue E-Learning-Plattform ein und sensibilisierte die Mitarbeiter im Zuge der Verlagerung ins Home-Office spezifisch für Cyberrisiken. In Griechenland fanden neben Trainings zu regulatorischen Entwicklungen vor allem interne Schulungen zum Smart Insurer Programm statt.

404-3

Leistungsbeurteilung und Karriereplanung

Die ARAG schreibt jährlich verpflichtende Mitarbeitergespräche vor, in denen die individuelle Weiterbildung thematisiert und geplant wird. Die Kontrolle durch die Personalabteilung ergab für das Jahr 2020 eine Durchführungsquote von 93,5 Prozent.

Vielfalt, Chancengleichheit und Diskriminierungsschutz

103-1/2/3

Managementansatz

Fairness und Offenheit sind für die ARAG zentrale Unternehmenswerte. Die Vielfalt der ARAG Belegschaft soll die Diversität der Gesellschaft widerspiegeln. Die Erfahrung zeigt, dass divers zusammengesetzte Teams kreative Ideen hervorbringen und damit den langfristigen Erfolg des Unternehmens fördern. Offenheit ist zudem ein Wettbewerbsfaktor, denn für die ARAG als international aktiver Versicherer hängt der Unternehmenserfolg auch davon ab, wie gut die Mitarbeiter über Länder und Kulturen hinweg zusammenarbeiten.

Die ARAG verfolgt einen familienfreundlichen und inklusiven Ansatz. Das wird von Kunden und Mitarbeitern positiv wahrgenommen. Dadurch wächst die Attraktivität der ARAG als Arbeitgeber, es ergeben sich neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit und neue Zugänge zu vielfältigen Kundengruppen. Darüber hinaus vermeidet die ARAG Reputationsrisiken, die beispielsweise durch die Verletzung des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) entstehen könnten.

Rahmenbedingungen begünstigen Vielfalt

Vielfalt und Chancengerechtigkeit sind in der Unternehmensstrategie und den Unternehmenswerten festgeschrieben. Allen Mitarbeitern stehen die gleichen Möglichkeiten zur beruflichen Entwicklung offen – unabhängig von Alter, Nationalität, privaten Lebensumständen oder Familienstand. Die Bereiche Human Resources und Unternehmenskommunikation definieren im Rahmen ihrer operativen Strategien Maßnahmen zur Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit. Dazu bietet die ARAG flexible Arbeitsmodelle für Mitarbeiter in allen Lebensphasen, beispielsweise Home-Office, Telearbeit und Führung in Teilzeit. In Deutschland arbeiteten im Berichtsjahr insgesamt neun Führungspersonen

Teilzeit. 2020 wurden die Voraussetzungen für ortsunabhängiges Arbeiten durch die Bereitstellung von zusätzlicher Hardware und Büroausstattung flächendeckend deutlich verbessert. Mit den Schwerbehindertenbeauftragten und dem Mobbingbeauftragten verfügt die ARAG zudem über spezifische Verantwortungsbereiche, die dazu beitragen, die Gleichbehandlung im Konzern zu fördern. Mitarbeiter können sich bei Bedarf an diese beiden Stellen und den Betriebsrat wenden. Darüber hinaus werden alle Führungskräfte im Rahmen von Schulungsprogrammen für die Themen Chancengerechtigkeit und Schutz vor Diskriminierung sensibilisiert.

Höhere Frauenanteile auf Führungsebenen

Der Frauenanteil auf den beiden obersten Führungsebenen ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen: Zum Ende des Geschäftsjahres 2020 lag der Frauenanteil auf der ersten Führungsebene (F1) mit 30 Prozent deutlich über der Planvorgabe von 20 Prozent und auch auf der zweiten Führungsebene (F2) zeichnet sich ab, dass der Zielwert von 36 Prozent bis Mitte 2021 erreicht, vielleicht sogar übertroffen wird. Ein Gleichgewicht zwischen Frauen und Männern ist damit zwar noch nicht erreicht. Die ARAG ist jedoch bestrebt, den positiven Trend durch die weitere Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort sowie verbesserte Kinderbetreuungsangebote zu unterstützen. Es bleibt eine zentrale Herausforderung, die Akzeptanz des Managements für Arbeitskonzepte zu steigern, die für die Mitarbeiter Mehrwert schaffen, aber höhere organisatorische Anforderungen stellen. Das gilt zum Beispiel für Führung in Teilzeit.

Vielfalt bringt Mehrwert

Getreu dem Leitsatz „Einheit trotz Vielfalt“ zählt neben der Chancengleichheit für Frauen und Männer auch die Internationalität zu den Stärken der ARAG. Das Unternehmen ist stolz darauf, Menschen aus unterschiedlichen Nationen zu vereinen und erachtet inhaltliche und persönliche Individualität als Mehrwert. In Spanien führt die ARAG den Chancengleichheitsplan (Plan de Igualdad de Oportunidades) weiter, der bereits 2009 zusammen mit dem Betriebsrat implementiert wurde. In den USA will die ARAG durch positive Diskriminierung Chancengleichheit und Vielfalt im Unternehmen fördern. Zusätzlich etablierte das Unternehmen im Berichtsjahr das ARAG Diversity Committee.

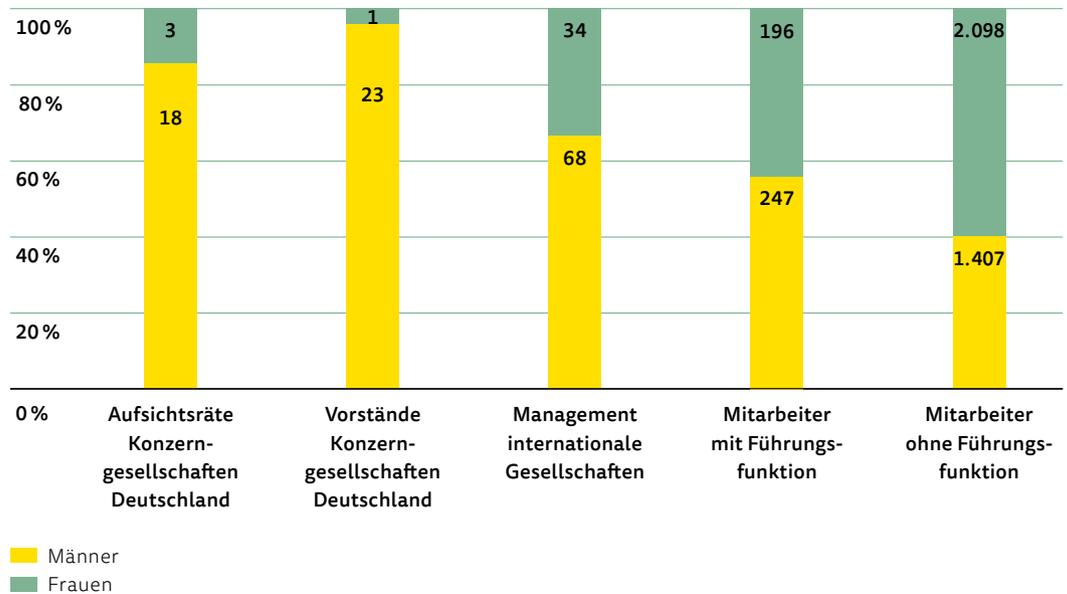
Weitere Angaben dazu finden sich ab Seite 38 in diesem Bericht.

Fortschrittsprüfung

Die ARAG überprüft die Wirksamkeit der getroffenen Maßnahmen regelmäßig. Jährliche Statistiken dienen der Überprüfung der Chancengleichheit zwischen Frauen und Männern. Dazu gehört beispielsweise auch eine Auswertung der Weiterbildungsmaßnahmen. Sie werden im Rahmen des Controllings auf soziodemografische Daten wie Alter, Geschlecht, Betriebszugehörigkeit und Hierarchiestufe überprüft.

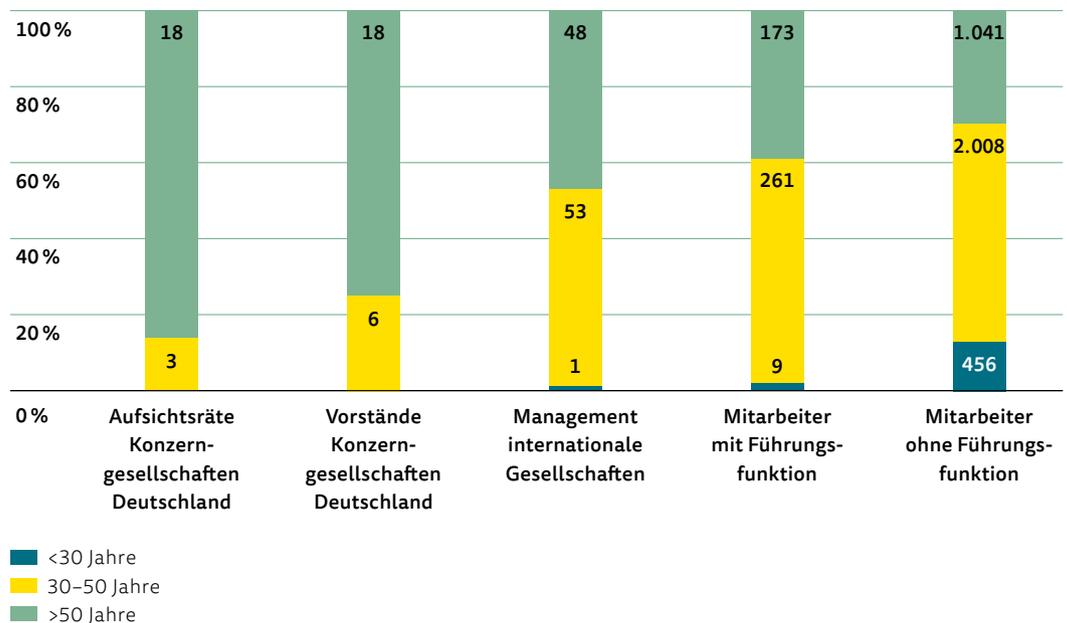
Aufsichtsgremien und Belegschaft 2020 nach Geschlecht

(in Prozent und absoluten Zahlen)



Aufsichtsgremien und Belegschaft 2020 nach Altersgruppen

(in Prozent und absoluten Zahlen)



Die Daten beziehen sich auf alle deutschen Konzerngesellschaften (exklusive Justix GmbH) sowie die Niederlassungen/Tochtergesellschaften in Österreich, Belgien, Kanada, Dänemark, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Norwegen, Portugal, Slowenien, Spanien, Schweden, Großbritannien, Australien, der Republik Irland und den USA.

406-1 **Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen**

Im Berichtsjahr registrierte die ARAG keine Diskriminierungsfälle.

Gesellschaftliche Verantwortung und Menschenrechtsschutz

Wertschöpfung für die Gesellschaft

103-1/2/3 **Managementansatz**

Wichtiger Arbeitgeber an den Unternehmensstandorten

Am Hauptsitz in Düsseldorf ist der ARAG Konzern mit circa 1.400 Beschäftigten ein bedeutender Arbeitgeber. Zudem unterstützt das Unternehmen indirekt zahlreiche Arbeitsstellen in der Lieferkette sowie im Vertrieb. Das Unternehmen hat damit einen positiven Einfluss auf die Beschäftigungsquote und trägt zur Steigerung der Standortattraktivität bei. Als Arbeitgeber schafft das Unternehmen auch an seinen internationalen Standorten gesellschaftlichen Wert, indem es zukunftsfähige und verlässliche Arbeitsplätze zur Verfügung stellt. Die geringe Fluktuation und die langjährige Beschäftigungsdauer unterstreichen dies.

Förderung lokaler Fach- und Führungskräfte

Die ARAG behauptet sich dank der konsequenten Stärkung der Marke und einem aktiven Personalmanagement erfolgreich als attraktives Familienunternehmen in der Finanzwirtschaft. Die Förderung lokaler Fach- und Führungskräfte gehört dabei schon seit Jahrzehnten zur Personalstrategie der ARAG. Dies gilt auch für die höchste Management- und Führungsebene. Darüber hinaus ist die ARAG an allen Standorten bestrebt, die Vielfalt der Gesellschaft auch im eigenen Unternehmen widerzuspiegeln. Nur so kann die ARAG den bestmöglichen Service für Kunden anbieten.

Rolle als Steuerzahler

Neben ihrer Rolle als wichtiger Arbeitgeber trägt die ARAG auch als Steuerzahler zum Funktionieren des öffentlichen Lebens und zum Wohl der Gesellschaft bei.

Für weitere Informationen zu diesem Thema siehe das Kapitel „Steuern“ ab Seite 110

202-2

Standortbezogene Managementauswahl

In Deutschland rekrutiert die ARAG den Großteil der Führungskräfte an den beiden Hauptgeschäftsstandorten lokal, das heißt in den Bundesländern Nordrhein-Westfalen und Bayern. Die Verwaltungssitze der internationalen Niederlassungen und Tochterunternehmen liegen überwiegend in wichtigen Branchenzentren. Auch dort kann die ARAG standortnah rekrutieren. Es werden jedoch keine entsprechenden Daten erhoben.

203-2

Volkswirtschaftliche Auswirkungen

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der ARAG rund um den Hauptgeschäftsstandort Düsseldorf wurde zuletzt 2011 in einer Studie zur Bedeutung der Versicherungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen untersucht. Die Studie zeigte, dass die Geschäftstätigkeit der ARAG zahlreiche Stellen in der Lieferkette und im Vertrieb schafft. Zudem stärkt das überdurchschnittliche Einkommensniveau der ARAG Beschäftigten das direkte Umfeld. Insgesamt fließen so jährlich rund 180 Millionen € in den Wirtschaftsstandort. Aktuellere Studien liegen zurzeit nicht vor. Aufgrund der positiven Geschäfts- und Lohnentwicklung in den letzten Jahren ist allerdings davon auszugehen, dass der volkswirtschaftliche Beitrag der ARAG gewachsen ist. Für 2021 ist eine aktuelle Erhebung dieser volkswirtschaftlichen Auswirkungen geplant.

Auch an den internationalen Standorten trägt die ARAG zur ökonomischen Entwicklung und Beschäftigung bei. Dabei besitzt die ARAG in Spanien, Italien und Skandinavien eine hohe Attraktivität als marktführendes Unternehmen im Segment Rechtsschutz. In den Niederlanden zählt die ARAG zu den bedeutendsten Arbeitgebern in der Rechtsbranche. In Österreich verkauft die ARAG ihre Versicherungsdienstleistungen über rund 4.000 Vertriebspartner und trägt mit ihren Kommissionszahlungen zur wirtschaftlichen Entwicklung dieser Partner bei.

Steuern

103-1/2/3

Managementansatz

Der Vertrauensvorschuss, den die ARAG vonseiten der Versicherungsnehmer erhält, basiert auf der Erwartung, dass sich die ARAG vertrags- und gesetzeskonform verhält. Die ARAG entspricht den Erwartungen ihrer Kunden und weiterer Stakeholder, indem sie ihren gesellschaftlichen Verpflichtungen nachkommt. Im Hinblick auf das Thema Steuern hat sich die Geschäftsleitung der ARAG als primäres Ziel gesetzt, ihrer Steuererklärungspflicht rechtzeitig, richtig und vollständig nachzukommen. Erreichen will sie dieses Ziel durch organisatorische Maßnahmen, zum Beispiel durch ein Tax-Compliance-System, das die bestehende Compliance-Kultur und -Organisationsstruktur der ARAG ergänzt. Das Tax-Compliance-System der ARAG ist als innerbetriebliches Kontrollsystem definiert. Es strukturiert steuerliche Abläufe und Prozesse und identifiziert steuerliche Risiken. Diese Risiken werden dokumentiert und beurteilt. Verantwortlich hierfür sind die Steuerabteilung, die Rechtsabteilung und die Geschäftsleitung.

Im Berichtsjahr wurde das Tax-Compliance-System an neue gesetzliche Vorgaben angepasst. So implementierte die ARAG insbesondere die neu eingeführte gesetzliche Meldepflicht für grenzüberschreitende Steuergestaltungen (DAC 6) und verankerte diese durch entsprechende Prozesse für die Zukunft.

Eine stetige Herausforderung im Steuerbereich besteht darin, alle Mitarbeiter für steuerliche Themen zu sensibilisieren. Die Steuerabteilung informiert regelmäßig über die aktuellen Entwicklungen im Steuerrecht, beispielsweise im Rahmen von Besprechungen, Fachvorträgen oder Newslettern. Außerdem werden alle Mitarbeiter auf das Thema Tax Compliance aufmerksam gemacht. Besonders relevante Themen aus diesem Bereich werden regelmäßig über das Intranet vorgestellt.

207-1 Steuerkonzept

Als Familienunternehmen hat die ARAG das Selbstverständnis, dass eine nachhaltige Entwicklung mit ökonomischer, ökologischer und sozialer Stabilität nur auf Grundlage von Rechtsstaatlichkeit gewährleistet werden kann. Diese fördert die ARAG vornehmlich durch ihre Versicherungsprodukte. Das Unternehmen sieht sich der Rechtsstaatlichkeit jedoch auch in steuerlichen Angelegenheiten verpflichtet. Die ARAG bekennt sich zur ordnungsgemäßen Erfüllung ihrer steuerlichen Pflichten und verzichtet dabei auf aggressive Steuergestaltungen. Diese Strategie wird in internen Richtlinien der ARAG dokumentiert und in einem regelmäßigen Turnus aktualisiert. Die Überprüfung und Genehmigung der Steuerstrategie erfolgt durch das Management der ARAG.

Die Steuerabteilung der ARAG SE ist dafür verantwortlich, dass sämtliche inländischen Konzerngesellschaften die geltenden Steuerregularien einhalten. Die ausländischen Niederlassungen und Tochtergesellschaften sind selbst für die Einhaltung der dort geltenden steuerlichen Vorschriften zuständig. Die ausländischen Konzerneinheiten werden von Steuerberatungsgesellschaften des jeweiligen Landes unterstützt, sodass die Einhaltung der geltenden Steuervorschriften an allen Standorten der ARAG sichergestellt ist.

207-2 Tax Governance, Kontrolle und Risikomanagement

Im Rahmen der Compliance-Organisation erhalten die themenverantwortlichen Mitglieder des Managements regelmäßig Informationen zu aktuellen Steuerthemen durch die Leitung der Steuer- und der Rechtsabteilung. Schnittstellen mit steuerlichen Risiken werden fortlaufend analysiert, risikobehaftete Sachverhalte beurteilt, dokumentiert und je nach Erfordernis an das Management weitergeleitet. Die Steuerabteilung prüft einmal jährlich die Kontrollen des Tax-Compliance-Systems. Zudem überwacht die interne Revision das Tax-Compliance-System.

Die Compliance-Struktur bietet jedem Mitarbeiter die Möglichkeit, sich telefonisch oder per E-Mail an die Rechtsabteilung zu wenden, um die Verletzung von gesetzlichen oder internen Vorgaben zu melden. Dem Hinweisgeber wird die gesetzlich vorgeschriebene Anonymität und Vertraulichkeit gewährt.

Die Steuerangaben im Jahresabschluss werden jährlich durch den Abschlussprüfer einer Prüfung unterzogen.

207-3	Einbeziehung von Stakeholdern und Management von steuerlichen Bedenken
<p>Es ist erklärtes Ziel der ARAG, ihren steuerlichen Pflichten nachzukommen und die für die Besteuerung erheblichen Sachverhalte offenzulegen. Dementsprechend kommuniziert die ARAG offen mit den Steuerbehörden.</p> <p>Interne Stakeholder werden durch das Mitbestimmungsorgan des europäischen Betriebsrats in Entscheidungsprozesse einbezogen. Der europäische Betriebsrat ist ein Informationsgremium, in dem jede europäische Niederlassung der ARAG SE mit mindestens einem Mandat vertreten ist. Er tritt zweimal im Jahr zusammen und wird unter anderem über die geschäftliche Lage der ARAG unterrichtet. Darüber hinaus tauschen sich die Gremiumsmitglieder zu grenzüberschreitenden Themen aus.</p>	

207-4	Country-by-Country Reporting
<p>Die ARAG übermittelt das Country-by-Country Reporting fristgerecht an das Bundeszentralamt für Steuern in dem vorgeschriebenen Umfang. Eine Veröffentlichung unterbleibt, da die Informationen unter das Steuergeheimnis fallen.</p>	

Gesellschaftliches und politisches Engagement

103-1/2/3	Managementansatz
<p>Gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen</p> <p>Die Verbindung von unternehmerischer und gesellschaftlicher Verantwortung genießt bei der ARAG einen besonders hohen Stellenwert. Das dokumentiert das Familienunternehmen durch die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung, insbesondere dort, wo staatliche Stellen notwendigen Aufgaben nicht vollumfänglich nachkommen können. Aus dieser Haltung heraus betreibt die ARAG eine Reihe von Förderprogrammen und Initiativen. Alle Aktivitäten bezwecken, die Lebensqualität der lokalen Gesellschaft sowie das wirtschaftliche Umfeld positiv zu beeinflussen. Dabei verfolgt die ARAG einen langfristigen Ansatz und setzt auf Kontinuität in ihren Förderprogrammen, die sowohl zur positiven Reputation der ARAG als auch zur Akzeptanz des Geschäftsmodells beitragen.</p>	

Politisches Engagement

Neben ihrem gesellschaftlichen Engagement ist die ARAG bestrebt, die demokratischen Institutionen zu stärken und einen engagierten Dialog mit Behörden und Politik aufrechtzuerhalten. Denn die Geschäftstätigkeit der ARAG wird maßgeblich von Entwicklungen im politischen und regulatorischen Kontext beeinflusst. Diese haben direkte Auswirkungen auf die Risikostruktur sowie die Kapitalausstattung des Konzerns und können Produktgestaltung, Vermarktung und Vertrieb prägen. Deshalb vertritt die ARAG die Interessen des Unternehmens im politischen Umfeld. Verantwortlich für den politischen Dialog sind der Vorstandsvorsitzende sowie der Generalbevollmächtigte. Der Austausch bezweckt, für beide Seiten relevante Themen zu erkennen, um unterschiedliche Sichtweisen aufzudecken und frühzeitig zu diskutieren. Wie die Konzerngesellschaften in Deutschland sind auch die internationalen Gesellschaften gewöhnlich Mitglied in den Branchenverbänden der jeweiligen Länder.

Unterstützung von Kindern und Jugendlichen an Schulen

Seit 2014 bietet das Unternehmen erfolgreich das innovative Förderprojekt „Konfliktmanagement an Schulen“ an. Mit Unterstützung des Ministeriums für Schule und Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen (NRW) wird dieses Programm allen weiterführenden Schulen und Berufskollegs in NRW angeboten. Im Fokus steht die Einführung flächendeckender Qualitätsstandards von Konfliktmanagementstrukturen sowie Präventions- und Interventionsmaßnahmen. Lehrkräfte, Eltern, Fachkräfte für Schulsozialarbeit sowie Schulpfarrer werden als Schulmediatoren und von ihnen später Schüler als Konfliktlotsen ausgebildet.

In den bisher acht stattgefundenen Ausbildungsdurchgängen wurden insgesamt 389 Schulmediatoren von 137 weiterführenden Schulen und Berufskollegs in verschiedenen Schulbezirken in NRW ausgebildet. Im Berichtsjahr konzipierte die ARAG aufgrund der COVID-19-Pandemie ein digitales Weiterbildungskonzept für den achten Ausbildungsdurchgang. 2020 konnten hierdurch neun weiterführende Schulen aus ganz NRW mit insgesamt 23 Teilnehmern für die Ausbildung zum Schulmediator gewonnen werden.

Seit September 2016 ist die ARAG zudem Förderer der MediationsZentrale München. Das Team Schulmediation des gemeinnützigen Vereins schickt regelmäßig professionell ausgebildete Mediatoren an öffentliche und private Schulen im Großraum München, wo sie als neutrale Ansprechpartner für alle Konflikt- und Problemfälle im schulischen Alltag zur Verfügung stehen.

Schutz vor Gefahren im Internet

Ein weiteres zentrales Feld des gesellschaftlichen Engagements der ARAG ist der aktive Schutz von Kindern und Jugendlichen vor Gefahren im Internet. Wichtige Präventionsfelder umfassen die Förderung von Medienkompetenz, Information und Aufklärung sowie die Sensibilisierung für Mobbingfolgen.

Seit 2017 konzentriert sich der Konzern daher noch stärker auf den Schutz der Persönlichkeitsrechte im Netz. Gemeinsam mit der Forschungsstelle für IT-Recht und Netzpolitik der Universität Passau entwickelte die ARAG eine Gesetzesalternative zum umstrittenen Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG). Seit der Veröffentlichung des Änderungsvorschlags Anfang 2018 hat die ARAG immer wieder vor Fachpublikum und in der Politik auf die Gesetzesalternative und die damit einhergehende Verbesserung des Opferschutzes aufmerksam gemacht. Seit 2019 informiert die Website hass-streichen.de umfassend und aktuell über das Thema.

Förderung der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung

Darüber hinaus erstreckt sich das gesellschaftliche Engagement der ARAG auf die gezielte Förderung der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) im Bereich der digitalen Bildung. Zusammen wurde im November 2017 das Programm „bildung.digital“ ins Leben gerufen. Schulen werden dabei unterstützt, Konzepte der digitalen Bildung an ihren Schulen zu entwickeln und zu verankern. Im Jahr 2020 startete bereits die zweite Projektphase

des Programms „bildung.digital – Netzwerk Ganztägig bilden“. Erneut begeben sich 40 ausgewählte Schulen aus sechs Bundesländern in länderübergreifenden Netzwerken auf diesen Weg.

Weitere Informationen dazu finden sich auf Seite 26 in diesem Bericht.

415-1 Zuwendungen an die Politik

Der ARAG Konzern ist im Rahmen seiner Möglichkeiten politisch engagiert und setzt sich für die Unterstützung und Förderung der demokratischen Strukturen in Deutschland ein. Dieses Engagement umfasst Spenden an in deutschen Parlamenten vertretene Parteien. Im Berichtsjahr belief sich der Gesamtbetrag der finanziellen Zuwendungen an Parteien auf insgesamt 120 T€. Die internationalen Tochterunternehmen leisteten 2020 keine Zuwendungen an die Politik. Sowohl in den USA als auch in Spanien sind solche Zuwendungen von Unternehmen verboten.

**Schutz der Menschenrechte in der Lieferkette
Kinder-, Zwangs- und Pflichtarbeit**

103-1/2/3 Managementansatz

Das Geschäftsmodell der ARAG als Rechtsschutzversicherer beruht auf dem Prinzip, allen Menschen Zugang zum Recht zu geben, auch denen, die es sich nicht leisten können. Insofern ist der Schutz der Menschenrechte Eckpfeiler des eigenen Geschäftsmodells. Es funktioniert aber nur dort, wo rechtsstaatliche Strukturen diesen Grundkonsens stützen.

Der überwiegende Teil des Einkaufsvolumens betrifft hoch spezialisierte Beratungs- und Serviceleistungen. In diesen Bereichen besteht für die ARAG kein Risiko, zu Verletzungen der Menschenrechte sowie Zwangs- und Kinderarbeit beizutragen. Auch im Wareneinkauf ist das Risiko minimal, da dieser überwiegend bei lokalen oder regionalen Zulieferern stattfindet. Die Einkaufs-Policy der ARAG hält zudem fest, dass sich Anbieter mit ihrem Angebot in den gesetzlich zulässigen Grenzen bewegen müssen, insbesondere betreffend die Einhaltung gesetzlicher Mindestanforderungen, beispielsweise im Bereich des Arbeitsschutzes sowie der Mindestlöhne.

**408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von
Kinderarbeit**

**409-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von
Zwangs- oder Pflichtarbeit**

Als Versicherungsunternehmen mit Betriebsstätten in Europa, Nordamerika und Australien kann die ARAG ein erhebliches Risiko für Vorfälle von Kinder-, Zwangs- oder Pflichtarbeit ausschließen. Sie unterhält keine Standorte, in denen Kinderarbeit möglich wäre. Die Arbeit des Unternehmens setzt hoch qualifizierte und spezialisierte Mitarbeiter voraus.

414-1 Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden

Nicht anwendbar

Betriebliche Umweltbelange

Klimafreundlicher Betrieb

103-1/2/3 Managementansatz

Neben der Berücksichtigung von Umweltkriterien in der Kapitalanlage ist die ARAG bestrebt, den Energieverbrauch und die damit einhergehenden Treibhausgasemissionen im eigenen Betrieb so weit als möglich zu senken. Damit leistet das Unternehmen einen Beitrag zum Klimaschutz sowie zum betrieblichen Kontinuitätsmanagement, denn sowohl die Verfügbarkeit der IT-Infrastruktur und der IT-Systeme als auch ein angenehmes Raumklima in den Gebäuden hängen entscheidend von einer beständigen Energieversorgung ab.

Zuständigkeit und Einbezug der Mitarbeiter

Als interner Dienstleister steuert das Facility-Management den Energieverbrauch und den damit verbundenen CO₂-Ausstoß maßgeblich. Der Energieeinkauf und die Ausschreibung sämtlicher damit verbundenen Dienstleistungen liegen im Verantwortungsbereich der Abteilung Einkauf. Die ARAG ist sich bewusst, dass es für eine gute Performance im Bereich Energie und Emissionen der Mitwirkung aller Mitarbeiter und Führungskräfte bedarf. Sie führt deshalb regelmäßig Schulungen mit externen Fachunternehmen und Experten durch, die unter anderem die Themen Beleuchtung und Lichttechnik, Lüftung und Klima, Heizung, Aufzugstechnik sowie Schall- und Emissionsschutz im Bürobereich thematisieren. Mittels Bedienungsunterlagen und Nutzungshinweisen wird die Belegschaft für eine energiesparende Anwendung sensibilisiert.

Fortlaufende Optimierungsmaßnahmen im In- und Ausland

Technische Einrichtungen, wie zum Beispiel Bewegungsmelder, Zeitschaltuhren und Temperatursensoren, steuern zahlreiche Anlagen für die Beleuchtung, Heizung, Kühlung und Lüftung der Immobilien sowie für die Infrastruktur. Die ARAG erstellte für die konzern-eigene Immobilie am Hauptsitz in Düsseldorf – den ARAG Tower – einen Energieausweis nach den Vorgaben der deutschen Energieeinsparverordnung (EnEV). Die Resultate zeigen, dass der ARAG Tower gegenüber vergleichbaren Gebäuden sehr gute Werte aufweist. Die ARAG ist bestrebt, diese Werte kontinuierlich zu verbessern, und setzt darum fortlaufend Optimierungsmaßnahmen um. Der Energieverbrauch im Jahr 2020 ist aufgrund der durch die pandemische Lage veränderten Nutzungs- und Belegungsquoten der Büroarbeitsplätze mit den Vorjahreswerten nicht direkt vergleichbar. In Summe wurde der Verbrauch um rund 288 MWh (2,2 Prozent) gesenkt. Auch an den internationalen Standorten verbrauchte die ARAG aufgrund der außergewöhnlichen Situation deutlich weniger Energie als in den Vorjahren.

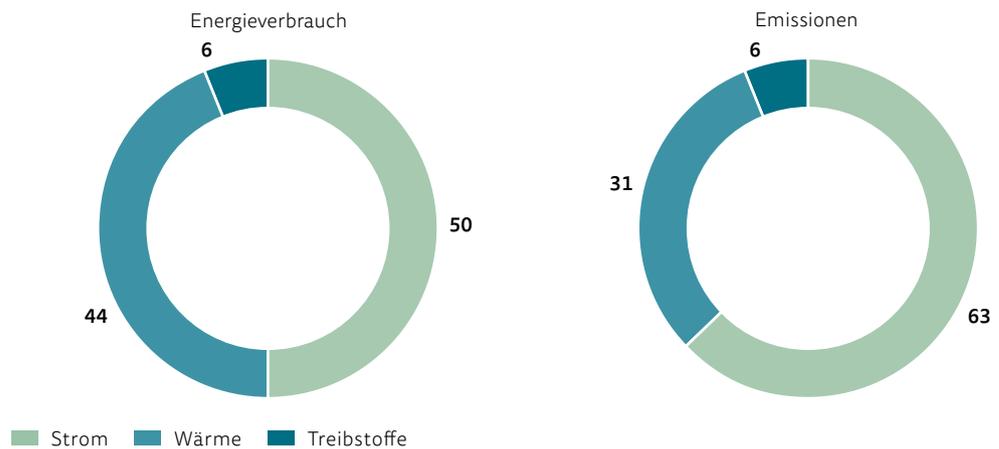
Der Energieverbrauch sowie die Kosten werden jeweils für einen Abrechnungszeitraum von einem Monat erfasst und analysiert. Das Power-Monitoring-System wurde bereits 2019 fertiggestellt und in Betrieb genommen. Die Auswertung der ersten Daten erfolgte 2020. Aufgrund der Auswertung konnte jedoch noch kein weiteres Optimierungspotenzial eruiert werden.

Auch die internationalen Gesellschaften sind bestrebt, den Energiekonsum an ihren Standorten kontinuierlich zu senken. Die Rahmenbedingungen unterscheiden sich dabei stark zwischen den Ländern. An einzelnen Standorten ist der Handlungsspielraum zudem begrenzt, da die Büroflächen gemietet werden und so nur beschränkt Einfluss auf Energie-sparmaßnahmen genommen werden kann.

302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation
305-1	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)
305-2	Energiebasierte indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 2)

Energieverbrauch und Emissionen nach Quellen

(in Prozent)



Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen Deutschland¹

	2020	2019	Delta
Energieverbrauch in MWh³	12.872	13.161	- 2 %
Strom	6.391	6.860	- 7 %
Wärme	6.460	6.256	3 %
Heizöl	-	-	-
Erdgas	2.926	2.694	9 %
Fernwärme	3.534	3.562	- 1 %
Treibstoffe	21	44	- 51 %
Diesel	15	41	- 64 %
Benzin	7	2	168 %
Energieverbrauch in kWh pro FTE	6.981	7.451	- 6 %
Treibhausgasemissionen in t CO₂e⁴	3.882	4.030	- 3,7 %
Scope 1	605	564	7 %
Brennstoffe	600	552	9 %
Treibstoffe	6	12	- 52 %
Scope 2	3.275	3.466	- 5 %
Strom ⁵	2.492	2.675	- 7 %
Fernwärme	785	791	- 1 %
Emissionen in kg CO₂e pro FTE	2.105	2.281	- 8 %

Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen global²

	2020	2019	Delta
Energieverbrauch in MWh³	19.432	21.167	- 8 %
Strom	9.676	10.645	- 9 %
Wärme⁶	8.474	8.275	2 %
Heizöl	196	196	0 %
Erdgas	4.484	4.227	6 %
Fernwärme	3.793	3.852	- 2 %
Treibstoffe	1.282	2.248	- 43 %
Diesel	802	1.637	- 51 %
Benzin	480	611	- 21 %
Energieverbrauch in kWh pro FTE	5.070	5.688	- 11 %
Treibhausgasemissionen in t CO₂e⁴	5.833	6.391	- 9 %
Scope 1	1.307	1.511	- 13 %
Brennstoffe	971	919	6 %
Treibstoffe	336	592	- 43 %
Scope 2	4.526	4.880	- 7 %
Strom ⁵	3.684	4.025	- 8 %
Fernwärme	842	855	- 2 %
Emissionen in kg CO₂e pro FTE	1.522	1.717	- 11 %

¹ Die Daten beziehen sich auf den ARAG Hauptsitz in Düsseldorf, den Hauptsitz der ARAG Krankversicherungs-AG in München sowie die rund 100 (Vertriebs-) Außenstellen.

² Die Daten beziehen sich auf den ARAG Hauptsitz in Düsseldorf, die Außenstellen in Deutschland sowie die Niederlassungen und Tochtergesellschaften in Österreich, Belgien, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Portugal, Slowenien, Spanien, Großbritannien und den USA.

³ Der Energieverbrauch wurde im Berichtsjahr durch verschiedene Parameter beeinflusst. Die aufgrund der COVID-19-Pandemie erforderliche Home-Office-Pflicht führte zu einer Reduktion des Energiebedarfs. Gleichzeitig fanden Änderungen in den angemieteten Flächen statt.

⁴ Berechnet nach den Richtlinien des WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocols. Scope 1: Treibhausgasemissionen, die bei der Nutzung von zum Beispiel Hei-

zungen und Fahrzeugen entstehen. Scope 2: Treibhausgasemissionen, die bei der Produktion von Strom und Fernwärme entstehen.

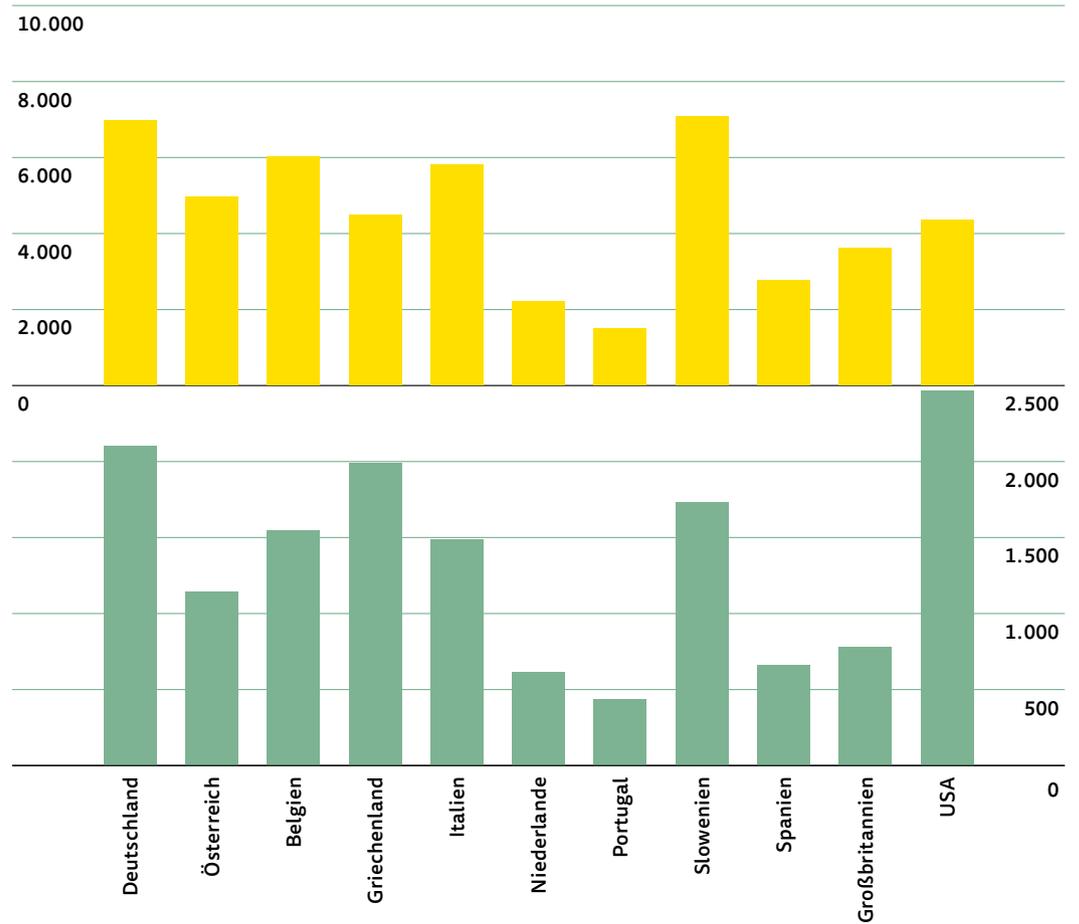
⁵ Die mit dem Stromverbrauch assoziierten Treibhausgasemissionen wurden gemäß „location-based approach“ nach Greenhouse Gas Protocol Scope 2 Standard ausgewiesen. Aufgrund der im Berichtsjahr durchgeführten Aktualisierung der Emissionsfaktoren wurden die strombedingten Treibhausgasemissionen für 2019 nachträglich um rund 3 Prozent nach unten korrigiert. Ohne diese Anpassung betragen die strombedingten Emissionen im Jahr 2019 rund 6.584 t CO₂e (global) und 4.165 t CO₂e (nur Deutschland).

⁶ Durch eine fehlerhafte Allokation der angemieteten Fläche wurde 2019 in den Niederlanden ein zu hoher Wärmeverbrauch erfasst. Dieser wurde rückwirkend korrigiert.

Energieverbrauch und Emissionen pro Vollzeitäquivalent (FTE)¹

(Energieverbrauch in kWh/FTE)

(Emissionen in kg CO₂e/FTE)



■ Energieverbrauch pro FTE

■ Emissionen pro FTE

¹ Der vergleichsweise hohe Ausstoß von CO₂ pro FTE in Deutschland ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass die ARAG in Deutschland ein Rechenzentrum betreibt. Dieses ist für rund 18 Prozent der Gesamtemissionen in Deutschland verantwortlich.

302-4	Reduktion Energieverbrauch
305-5	Reduktion Treibhausgasemissionen

Die ARAG hat auch im Berichtsjahr Maßnahmen umgesetzt, um den Energieverbrauch und die daraus entstehenden Treibhausgasemissionen zu senken. Die Maßnahmen fokussieren sich insbesondere auf Optimierungen im Gebäudebetrieb sowie auf die Förderung einer klimaschonenden Mobilität. 2020 hat die ARAG beispielsweise am Hauptverwaltungsstandort der Krankenversicherung in München auf den Gebäudeeigentümer eingewirkt und nachhaltige Verbesserungsmaßnahmen erwirkt. So wurden im Jahr 2020 die Sicherheitsbeleuchtung in den allgemeinen Bereichen (Treppenhäuser, Keller und Tiefgarage) sowie die Beleuchtung der Aufzüge von zwei Campus-Häusern auf LED umgestellt.

An den internationalen Standorten wurden ebenfalls Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs und der CO₂-Emissionen umgesetzt. In den Niederlanden installierte die ARAG in einem Gebäude neue Aufzugs- und Heizanlagen, welche deutlich energieeffizienter sind. Zudem zog das Unternehmen am Standort Roermond in ein Büro mit besserem Energrating. In den USA fördert die ARAG die Benutzung des öffentlichen Verkehrs durch Beiträge an die Mitarbeiter und sensibilisiert diese im Rahmen von internen „Lunch & Learn“-Veranstaltungen für diverse Umweltthemen. Die weiteren Standorte setzen vergleichbare Maßnahmen um.

Weitere Informationen dazu finden sich auf Seite 14 in diesem Bericht.

GRI-Inhaltsindex

Universelle Standards



Für den Materiality Disclosures Service prüfte das GRI Service Team, ob der GRI-Inhaltsindex klar dargestellt ist und die Referenzen für die Angaben 102-40 bis 102-49 mit den entsprechenden Berichtsteilen übereinstimmen. Der GRI Materiality Disclosures Service wurde auf der deutschen Version des Berichts durchgeführt.

		Seite
GRI 101: 2016	Grundlagen	
GRI 102: 2016	Allgemeine Angaben	
	Organisationsprofil	
102-1	Name der Organisation	69
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	69
102-3	Hauptsitz der Organisation	69
102-4	Anzahl der Länder, in denen das Unternehmen tätig ist	69
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	69
102-6	Märkte	70
102-7	Größe der Organisation	70
102-8	Zusammensetzung der Belegschaft	70
102-9	Lieferkette	72
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	72
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	72
102-12	Externe Initiativen	73
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	73
	Strategie	
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	73
	Ethik und Integrität	
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	73
	Unternehmensführung	
102-18	Führungsstruktur	74
102-35	Vergütungspolitik	75

		Seite
	Einbindung von Stakeholdern	
102-40	Liste der Stakeholdergruppen	76
102-41	Tarifverträge	76
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	76
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	76
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	77
	Vorgehensweise bei der Berichterstattung	
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	78
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	78
102-47	Liste wesentlicher Themen	79
102-48	Neudarstellung von Informationen	79
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	80
102-50	Berichtszeitraum	80
102-51	Datum des letzten Berichts	80
102-52	Berichtszyklus	80
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	80
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	81
102-55	GRI-Inhaltsindex	120
102-56	Externe Prüfung	81

Themenspezifische Standards

		Seite	Auslassungsgrund
GRI 200	Wirtschaft		
GRI 201: 2016	Wirtschaftliche Leistung		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	82	
201-1	Wertschöpfung und ihre Weiterverteilung	83	
201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	98	
GRI 202: 2016	Marktpräsenz		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	109	
202-2	Standortbezogene Managementauswahl	110	
GRI 203: 2016	Indirekte ökonomische Auswirkungen		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	109	
203-1	Infrastrukturinvestitionen und unterstützende Dienstleistungen	113	
203-2	Volkswirtschaftliche Auswirkungen	110	
GRI 205: 2016	Korruptionsbekämpfung		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	85	
205-1	Prüfung von Risiken aufgrund von Interessenkonflikten	86	
205-2	Schulung zur Vermeidung von Interessenkonflikten und Bestechung	86	
205-3	Fälle von Interessenkonflikten	86	
GRI 207: 2019	Steuern		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	110	
207-1	Steuerkonzept	111	
207-2	Tax Governance, Kontrolle und Risikomanagement	111	
207-3	Einbeziehung von Stakeholdern und Management von steuerlichen Bedenken	112	
207-4	Country-by-Country Reporting	112	
	Unternehmens- und Führungskultur		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	83	
	Digitale Transformation		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	93	
	Kundenorientierung und innovative Angebote		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	90	
	Demografie, Sozialstrukturen und Lebensstile im Wandel		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	90	

		Seite	Auslassungsgrund
	Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten im Anlageprozess		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	96	
FS10	Interaktionen mit Geschäftspartnern und Investitionsempfängern	97	
FS11	Überprüfung der Investitionen und Anlagen	97	
	Investitionen mit besonderem ökologischen oder sozialen Impact		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	96	
	Kompetenzentwicklung zu Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	96	
	Management von Nachhaltigkeitsrisiken		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	97	
	Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken im Versicherungsgeschäft		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	97	
GRI 300	Umwelt		
GRI 302: 2016	Energie		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	115	
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	116	
302-4	Reduktion Energieverbrauch	119	
GRI 305: 2016	Emissionen		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	115	
305-1	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	116	
305-2	Energiebasierte indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 2)	116	
305-5	Reduktion Treibhausgasemissionen	119	
GRI 400	Soziales		
GRI 402: 2016	Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	99	
402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	100	
GRI 403: 2018	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	100	
403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	100	
403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	100	
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	100	
403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	100	
403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	100	
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	100	
403-7	Vermeidung und Minimierung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	100	
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	102	
403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen	102	

		Seite	Auslassungsgrund
GRI 404: 2016	Aus- und Weiterbildung		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	103	
404-2	Programme für Wissensmanagement und lebenslanges Lernen	105	
404-3	Leistungsbeurteilung und Karriereplanung	106	
GRI 405: 2016	Diversität und Chancengleichheit		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	106	
405-1	Vielfalt in Aufsichtsgremien und Belegschaft	108	
GRI 406: 2016	Nichtdiskriminierung		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	106	
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	109	
GRI 408: 2016	Kinderarbeit		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	114	
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	114	
GRI 409: 2016	Zwangs- oder Pflichtarbeit		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	114	
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	114	
GRI 414: 2016	Soziale Bewertung der Lieferanten		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	114	
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	115	Nicht anwendbar
GRI 415: 2016	Politische Einflussnahme		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	112	
415-1	Zuwendungen an die Politik	114	
GRI 417: 2016	Marketing und Kennzeichnung		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	95	
417-1	Informations- und Kennzeichnungspflichten	95	
GRI 418: 2016	Schutz der Kundendaten		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	87	
418-1	Beschwerden wegen Datenschutzverletzungen	89	
GRI 419: 2016	Sozioökonomische Compliance		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	83	
419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften	84	

Informationen

Mit zahlreichen Publikationen, aber auch im Internet bietet Ihnen die ARAG ein breites Angebot an Informationen rund um den Konzern, über Versicherungsprodukte und Serviceleistungen. Natürlich fehlen bei der ARAG mit ihrer Kernkompetenz im Rechtsschutz auch nicht die ausgewählten Tipps und Ratgeber zum Thema Recht. Wenn Sie Fragen haben, ein Versicherungsangebot wünschen oder sich nur grundlegend informieren möchten: Nehmen Sie Kontakt mit uns auf oder besuchen Sie unsere Homepage im Internet.

Aktuelle **Informationen zum Konzern** erhalten Sie unter folgender Adresse:

ARAG
Konzernkommunikation/Marketing
ARAG Platz 1
40472 Düsseldorf
Telefon 0211 963-3488
Telefax 0211 963-2025/-2220
E-Mail medien@ARAG.de

Informationen zum Thema Nachhaltigkeit erhalten Sie unter folgender Adresse:

Kathrin Köhler
Nachhaltigkeitsbeauftragte & Corporate Responsibility
Konzernkommunikation/Marketing
Telefon 0211 963-2225
Telefax 0211 963-2220
E-Mail nachhaltigkeit@ARAG.de

Im Internet erhalten Sie aktuelle Informationen über unsere Homepage:

www.ARAG.com

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf eine geschlechterspezifische Differenzierung verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

Impressum

Gesamtverantwortung	ARAG Konzernkommunikation/Marketing
Redaktion Magazinteil, Gestaltung,	
Realisierung	Kammann Rossi GmbH, Köln
Redaktion, Beratung nichtfinanzieller	
Bericht und GRI-Bericht	Sustainserv GmbH, Zürich und München
Druck	Druckpartner, Essen
Fotografie: Titel, S. 3, 14–15: Clara Molden/CAMERA PRESS/laif; S. 3, 28: Hans-Christian Plambeck/laif, Jens Tappe; S. 4: Illustration Manuel Köpp; S. 7: picture alliance/akg-images / Brigitte Hellgoth; S. 17: Foster+Partner; S. 20–21: Jens Tappe; S. 22: Illustrationen: Marc-Daniel Kress; S. 27: Daniel Hofer/laif; S. 38–39: Andrey Kuzmin/stock.adobe.com. Sofern nicht gesondert angegeben, liegen die Urheberrechte bei der ARAG SE.	

**GEGRÜNDET
VOR**

85
JAHREN

**GEMACHT
FÜR HEUTE**