

helvetia.ch

Corporate Responsibility Bericht 2016.

einfach. klar. helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung



Inhalt

- 3 Vorwort
- 4 Helvetia in der Schweiz

5 Unser Fokus

- 6 Unsere Ambitionen
- 9 CR-Strategie 20.20
- 15 Wie wir arbeiten

19 CR-Fortschritte

- 20 Nachhaltige Versicherung – CR im Kerngeschäft
- 25 Vertrauenswürdiges Unternehmen – Helvetia wirtschaftet nachhaltig
- 31 Attraktive Arbeitgeberin – für und mit unseren Mitarbeitenden
- 36 Engagierter Standortpartner – Helvetia ist vor Ort aktiv

41 Überblick über unsere Kennzahlen

- 42 Kennzahlen Mitarbeitende
- 44 Kennzahlen Umwelt

45 Anhang

- 46 Über diesen Bericht
- 47 GRI-Inhaltsindex
- 51 Impressum



Dieses PDF
ist interaktiv

Vorwort

Verantwortungsbewusst handeln und langfristig Mehrwert schaffen für Kunden, Aktionäre, Mitarbeitende wie auch für die Gesellschaft ist der zentrale Leitgedanke von Helvetia. Versprechen an unsere Kunden müssen wir nicht nur heute, sondern auch in 20 Jahren einhalten können. Dies erfordert ein umsichtiges, aber auch agiles Wirtschaften, das sich gleichermaßen an den Bedürfnissen und Erwartungen unserer Anspruchsgruppen und den sozialen, ökologischen und ökonomischen Rahmenbedingungen orientiert.

GRI 102-14

Vor fünf Jahren haben wir entschieden, unser Engagement für Umwelt und Gesellschaft zu professionalisieren und sowohl strategisch als auch organisatorisch zu verankern. Inzwischen ist unsere erste Corporate-Responsibility-Strategieperiode 2013–2015 abgeschlossen, und wir konnten wirkungsvolle Massnahmen realisieren: zum Beispiel eine Reduktion unserer CO₂-Emissionen und die Umstellung auf 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Quellen, die Unterstützung von elf Schutzwaldprojekten in der Schweiz und die Einführung einer nachhaltigen Beschaffungspolitik.

In den letzten fünf Jahren hat sich Helvetia als Konzern weiterentwickelt und ihre Position in der Schweiz und in ausgewählten europäischen Märkten gestärkt. Dabei bewegen wir uns in einem sehr dynamischen Umfeld mit zunehmend komplexen Herausforderungen wie der Digitalisierung, dem demografischen Wandel und der Zunahme von Naturkatastrophen. Um auch in Zukunft erfolgreich zu sein, hat sich Helvetia mit der Strategie *helvetia 20.20* zum Ziel gesetzt, agiler, innovativer und kundenzentrierter zu werden.

Auch unsere gruppenweite Corporate-Responsibility-Strategie CR 20.20 richten wir an diesem Dreiklang aus. Wir wollen in unserem Geschäft wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Fortschritt miteinander verbinden und dafür sorgen, dass Nachhaltigkeitsprinzipien im Kerngeschäft zum Tragen kommen.

Um sicherzustellen, dass wir die richtigen Prioritäten setzen, haben wir intensive Gespräche mit unseren Anspruchsgruppen geführt. Daraus haben wir zehn Themen abgeleitet, die für unsere Kunden, für uns als Unternehmen und für die Gesellschaft von besonderer Bedeutung sind. Der vorliegende fünfte CR-Bericht für Helvetia Schweiz gibt Ihnen einen Überblick über unsere Fortschritte.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre!



Philipp Gmür

Vorsitzender der Konzernleitung Helvetia (Group CEO)



«Wir wollen nachhaltig Werte schaffen und zugleich einen Beitrag leisten für Umwelt und Gesellschaft.»

Helvetia in der Schweiz

GRI 102-4, 102-7

Überblick

Helvetia Schweiz gehört zur Helvetia Gruppe. Die Helvetia Holding AG (Dachgesellschaft von Helvetia Schweiz) mit Sitz in St. Gallen ist eine Schweizer Aktiengesellschaft und an der Schweizer Börse (SIX) kotiert. Mit ihrer soliden Top-3-Position ist Helvetia eine führende Allbranchenversicherung in der Schweiz. Ihre Hauptaktivitäten liegen in den Geschäftsbereichen Leben und Nicht-Leben sowie zu einem kleineren Teil im Rückversicherungsgeschäft. Mit 5106.6 Millionen Franken macht das Geschäftsvolumen des Segments Schweiz rund 60 Prozent des gesamten Geschäftsvolumens der Helvetia Gruppe aus. Darin enthalten sind zum Teil auch Konzernfunktionen des Segments Corporate sowie des Segments Specialty Markets Schweiz & International. Unsere etwas mehr als 1.3 Millionen Kundinnen und Kunden in der Schweiz werden von den beiden Hauptsitzen St. Gallen und Basel und den 81 General- und Hauptagenturen betreut. Insgesamt arbeiten in der Schweiz 3369 Mitarbeitende für Helvetia. Im Berichtsjahr gab es keine wesentlichen Änderungen der Unternehmensstruktur (z.B. Akquisitionen oder Verkäufe) im Vergleich zum Vorjahr. Nähere Informationen zu unserem Geschäftsmodell und unseren Produkten finden Sie im [Geschäftsbericht](#) und auf unserer [Website](#).

GRI 102-2, 102-4, 102-5, 102-6

GRI 102-10

GRI 102-6

i vgl. GB, S. 35 ff.

Geschäftsentwicklung 2016

Helvetia Schweiz verzeichnet für das Berichtsjahr eine erfreuliche Geschäftsentwicklung. Das Ergebnis aus der Geschäftstätigkeit stieg um 1.3 Millionen Franken auf 366.2 Millionen Franken. Im Lebensgeschäft erhöhte sich das Geschäftsvolumen um 4.1 Prozent. Das operative Ergebnis verzeichnete einen leichten Rückgang, hauptsächlich wegen marktbedingt niedrigeren Gewinnen aus Kapitalanlagen und höheren zinsbedingten Nachreservierungen. Im Nicht-Lebengeschäft profitierte Helvetia von einem besseren versicherungstechnischen Verlauf. Aber auch hier entwickelte sich das Anlageergebnis kapitalmarktbedingt rückläufig. Die Netto Combined Ratio lag mit 82.9 Prozent deutlich unter dem Vorjahreswert. Für weitere Details konsultieren Sie bitten den Finanzbericht.

i vgl. GB, S. 111 ff.

Kennzahlen Schweiz

in Mio. CHF	2015	2016	Wachstum in %
Geschäftsvolumen	4953.4	5 106.6	3.1
Leben	3 517.3	3 662.4	4.1
Nicht-Leben	1 436.1	1 444.2	0.6
Combined Ratio	85.2%	82.9%	-2.3
Ergebnis aus Geschäftstätigkeit	364.9	366.2	0.3
IFRS-Ergebnis	279.2	285.7	2.4

Unser Fokus

6 Unsere Ambitionen

- 6 158 Jahre Vertrauen, Dynamik und Begeisterung
- 6 Fit für die Zukunft: *helvetia 20.20*
- 7 Chancen und Risiken im Blick

9 CR-Strategie 20.20

- 9 Unsere wichtigsten Themen
- 12 Strategische Ansatzpunkte und Ziele bis 2020

15 Wie wir arbeiten

- 15 CR-Management
- 16 Starke Partnerschaften

Unsere Ambitionen

158 Jahre Vertrauen, Dynamik und Begeisterung

In fast 160 Jahren ist Helvetia von ihren Anfängen als «Allgemeine Versicherungsgesellschaft Helvetia» im Jahr 1858 zu einer international tätigen Versicherungsgruppe herangewachsen. Damals wie heute sind wir für unsere Kundinnen und Kunden, Mitarbeitenden und Geschäftspartner ein verlässlicher Partner. Unsere Missionen und Werte gelten für alle Ländermärkte und sind in unserem Leitbild festgelegt. Unsere Unternehmenswerte «Vertrauen», «Dynamik» und «Begeisterung» leben wir auch in unserem Corporate-Responsibility-Engagement (CR).

GR 102-16

- **Vertrauen:** Wir handeln ehrlich und verantwortungsvoll und stehen für langfristige, faire und ausgewogene Partnerschaften. Dabei verfolgen wir die Ambition, ein vertrauenswürdiges Unternehmen zu sein und auch als solches wahrgenommen zu werden.
- **Dynamik:** Wir denken modern und vorwärtsgerichtet. Mit neuen Wegen und innovativen Lösungen agieren wir in einem dynamischen und von Unsicherheiten geprägten globalen Umfeld. Durch die Verankerung unseres CR-Engagements im Kerngeschäft antworten wir als nachhaltige Versicherung auf die globalen Herausforderungen wie den Klimawandel, die Einhaltung von Menschenrechten, faire Arbeitsbedingungen und die Erhaltung der natürlichen Umwelt.
- **Begeisterung:** Wir gehen offen, interessiert und engagiert auf unser Umfeld ein und verstehen uns als engagierter Standortpartner in der Schweiz und als attraktiver Arbeitgeber, der auf die Freude und Begeisterung seiner Mitarbeitenden bauen kann.

Fit für die Zukunft: *helvetia 20.20*

Aktuell steht die Versicherungswirtschaft vor grossen Herausforderungen: Die Kapitalmärkte sind von einer lang anhaltenden Niedrigzinsphase geprägt und stellen damit das Anlagemanagement vor schwierige Aufgaben. Die nationale und internationale Regulierung wird weiter zunehmen, insbesondere in den Bereichen Corporate Governance, Konsumentenschutz und auch CR. Mit dem demografischen Wandel verändern sich die Kundenstruktur und die Kundenerwartungen. Schliesslich wirkt sich die Digitalisierung auf die gesamte Wertschöpfungskette einer Versicherung aus und bietet einerseits Chancen, etwa durch effizientere Abläufe, die Entwicklung neuer und individualisierter Versicherungslösungen und neue Vertriebskanäle. Andererseits müssen wir auch neuen Herausforderungen begegnen: Beispielsweise ändern sich die Anforderungen an den Vertrieb, die Datensicherheit spielt eine immer grössere Rolle, und der Trend zur Individualisierung stellt den Solidaritätsgedanken unter den Versicherten infrage. Durch den Markteintritt von Anbietern mit rein digitalen Geschäftsmodellen steigt zudem der Wettbewerbsdruck.

Als Reaktion auf diese und weitere Herausforderungen haben wir die Strategie *helvetia 20.20* für die Helvetia Gruppe entwickelt und im März 2016 im Ländermarkt Schweiz lanciert. Damit werden wir in den nächsten fünf Jahren unsere Kundinnen und Kunden noch stärker ins Zentrum rücken und als Unternehmen innovativer und agiler werden. Dank innovativen und passgenauen Versicherungs- und Vorsorgelösungen möchten wir die beste Schweizer Versicherung werden. Dabei stellen wir insbesondere Privatkunden und kleinere und mittelgrosse Unternehmen noch stärker in den Fokus.

 vgl. GB, S. 28 ff.

Chancen und Risiken im Blick

Mit unserer Corporate-Responsibility-Strategie setzen wir auf ein verantwortungsbewusstes Management und eine systematischen Berücksichtigung von Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungskriterien (ESG) entlang unserer Wertschöpfungskette. Dabei ist es Ziel von Helvetia, über die reine Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen hinauszugehend negative Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft zu vermeiden und positive Beiträge für Umwelt und Gesellschaft zu leisten. Durch die Analyse von nationalen und internationalen Diskussionen, Initiativen und Berichten haben wir eine erste Einschätzung zur Relevanz dieser Themen für unsere Branche erhalten. Im Kerngeschäft sind ESG-Themen vor allem in den Bereichen Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb, Underwriting und Anlagemanagement relevant. Daneben beeinflussen sie auch das Gebäudemanagement, den Geschäftsverkehr, die IT und unsere Verwaltungsprozesse sowie die Beschaffung und das Personalmanagement. Wir wollen mit diesen Chancen und Risiken proaktiv und auf eine vorsorgende Weise umgehen und so unseren Ambitionen gerecht werden.

GRI 102-11

Klimawandel

Die Begrenzung des Klimawandels gehört zu den grössten globalen Herausforderungen. Die langsame Veränderung des Klimas und der Umgang mit der Klimavariabilität bergen für uns als Versicherungsunternehmen Chancen und Risiken, die sich insbesondere aus der Veränderung von ökologischen, ökonomischen und regulatorischen Rahmenbedingungen ergeben werden.

Die erwartete Zunahme von extremen Wetterereignissen wie Stürmen oder Überschwemmungen stellt uns als Risikoträger vor grosse Herausforderungen. Voraussichtlich werden im Nicht-Lebengeschäft Schadenhäufigkeit und -höhe zunehmen. Wir sehen uns in der Verantwortung, diese Veränderung frühzeitig zu erkennen und unsere Risikobeurteilung entsprechend anzupassen. Damit können eine Erhöhung von Prämien oder der Ausschluss von bestimmten Versicherungsleistungen erforderlich werden. Durch versicherungstechnische Kompetenz versucht Helvetia, negative Auswirkungen zu minimieren und gleichzeitig ihre Verantwortung als Versicherer wahrzunehmen.

Auch wenn wir als Finanzdienstleistungsunternehmen im Vergleich zu anderen Branchen wenige Emissionen verursachen, setzen wir uns konsequent dafür ein, diese zu reduzieren und so unseren Beitrag zur Begrenzung des Klimawandels zu leisten. Mit der Annahme der Energiestrategie 2050 im Mai 2016 werden sich die gesetzlichen Rahmenbedingungen zur Förderung erneuerbarer Energien und zur Begrenzung der CO₂-Emissionen voraussichtlich verschärfen. Helvetia hält daher einen Anstieg der Energiekosten und auch eine Verschärfung der Auflagen im Immobilienmanagement für möglich. Durch den Klimawandel und veränderte gesetzliche Rahmenbedingungen ergeben sich aber auch Chancen für die Entwicklung von neuen Produkten und Dienstleistungen, die eine CO₂-arme Gesellschaft unterstützen.

Natürliche Ressourcen und Umweltschutz

Die Industrialisierung und die moderne Wirtschaft haben weltweit zahlreiche Umweltprobleme hervorgerufen, die zum Teil auch grosse Auswirkungen auf das Wohlergehen der Menschen haben. Zu den drängendsten Problemen gehören die Luftverschmutzung, der Rückgang der Artenvielfalt, die Abholzung, Wasserknappheit und Bodenerosion sowie die Verschmutzung und Übernutzung weiterer natürlicher Ressourcen. Als Unterzeichnerin der United Nations Environment Program Financial Initiative (UNEP FI), einer weltweiten Partnerschaft der UN mit der Finanzbranche, erkennen wir an, dass eine Identifikation und eine Quantifizierung von Umweltrisiken Bestandteil des unternehmerischen Risikobeurteilungs- und Risikomanagementverfahrens sind. So berücksichtigen wir das Risiko von Umweltschäden beispielsweise bei der Beschaffung und im Underwritingprozess für Transportversicherungen.

Menschenrechte, Arbeitsrecht und Gesellschaft

International nimmt sowohl die Aufmerksamkeit für die Einhaltung von Arbeits- und Menschenrechten als auch deren internationale und nationale Regulierung zu. Die Schweiz hat die entsprechenden Deklarationen und Standards ratifiziert, und Helvetia respektiert diese innerhalb der eigenen Aktivitäten ohne Einschränkungen. Mit unserem Grosskundengeschäft sind wir auch global tätig. Dabei wirken wir der Verletzung von sozialen Standards durch die Berücksichtigung von nationalen und internationalen Embargos und der Klassifikation von Risikoländern und Risikobranchen entgegen. Für diese können Deckungen nur mit Auflagen oder gar nicht angeboten werden. Unser Beschaffungsvolumen aus Ländern mit hohen arbeits- und menschenrechtlichen Risiken ist verhältnismässig gering. Daher sehen wir hier ein eher moderates Reputationsrisiko, das wir durch unsere Beschaffungspolitik so weit wie möglich reduzieren.

Governance

Als Finanzdienstleistungsunternehmen bewegen wir uns in einer stark regulierten Branche mit vielfältigen Anforderungen an unsere Unternehmensführung. Aber auch im Bereich CR steigen die Erwartungen unserer Stakeholder an die organisatorische Verankerung, die Formulierung und Überwachung von konkreten CR-Zielen und die Transparenz unserer CR-Leistungen. Ein Beispiel hierfür sind die gesetzliche Verankerung der Berichtspflicht zu nicht-finanziellen Leistungen innerhalb der Europäischen Union und die regelmässigen Anfragen von Analysten. Mit der jährlichen CR-Berichterstattung möchten wir diesen Erwartungen entsprechen und uns gleichzeitig im Branchenvergleich messen lassen.

 vgl. auch GB, S. 56–93

CR-Strategie 20.20

Mit dem Abschluss des ersten CR-Programms per Ende 2015 und auf Basis der Strategie *helvetia 20.20* haben wir auch den Ansatz des CR-Engagements auf der Ebene der Helvetia Gruppe überprüft und weiterentwickelt. Dazu wurden die bereits 2012 identifizierten wesentlichen CR-Themen auf ihre Aktualität hin getestet und die strategischen Ansatzpunkte und Ziele überarbeitet. Die CR-Strategie 20.20 unterstützt als funktionale Strategie die Ziele der Strategie *helvetia 20.20*. Sie wurde im Juni 2016 von der Konzernleitung der Helvetia Gruppe verabschiedet und bildet den Rahmen für das CR-Engagement der Ländermärkte. Wir wollen mit ihr vier Ambitionen erreichen: Helvetia als nachhaltige Versicherung, als vertrauenswürdiges Unternehmen, als attraktiven Arbeitgeber und engagierten Standortpartner zu positionieren.

GR1 102-46

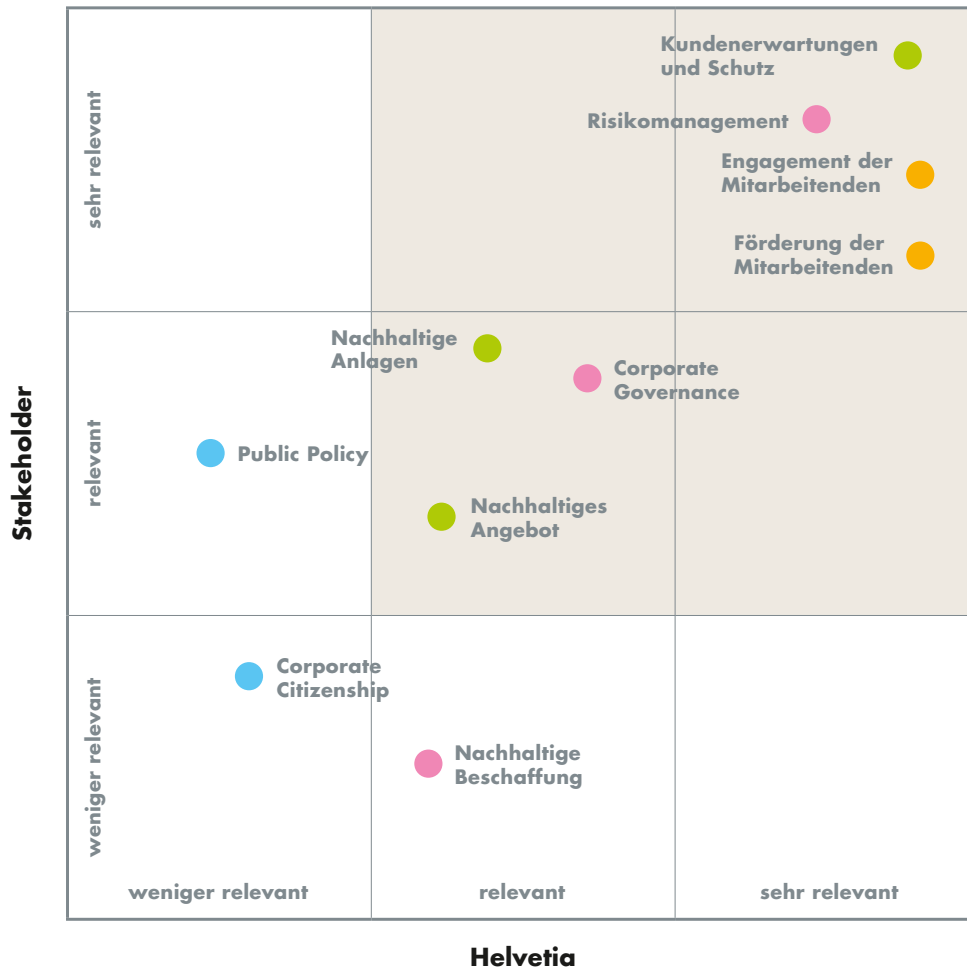
i vgl. CR-Bericht 2015, S. 10

Unsere wichtigsten Themen

Um sicherzustellen, dass wir uns auch in Zukunft dort engagieren, wo wir mit unserem unternehmerischen Handeln die grössten Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft haben und positive Beiträge erzielen können, haben wir unsere wesentlichen Themen überprüft. In einem ersten Schritt wurden hierfür 15 potenziell relevante Aspekte für die CR bei Helvetia identifiziert. Dazu haben wir anerkannte nationale und internationale Nachhaltigkeits- und Branchenstandards analysiert, die Rückmeldungen zur bisherigen Materialitätsmatrix geprüft und ein Screening unserer wichtigsten Stakeholdergruppen und deren Anliegen durchgeführt. Im Herbst 2015 wurden diese 15 Aspekte durch qualitative Interviews mit 29 Vertretern interner und externer Stakeholdergruppen diskutiert und auf ihre aktuelle Relevanz und mittelfristige Bedeutung hin getestet und konkretisiert. Die daraus abgeleitete Beurteilung der wesentlichen Themen wurde schliesslich für die gesamte Helvetia Gruppe im Juni 2016 durch die Konzernleitung verabschiedet. Die Wesentlichkeitsmatrix gilt für alle Ländermärkte einschliesslich der Schweiz.

Die identifizierten wesentlichen Themen wurden den vier Ambitionen zugeordnet, welche die Zielbilder für die CR-Strategie 20.20 darstellen. Folgende Abbildung zeigt die aktuelle Materialitätsmatrix von Helvetia. Sie verdeutlicht die Einschätzung der Relevanz der einzelnen Themen aus der Sicht interner und externer Stakeholder. Als relevant wurden Themen betrachtet, wenn sie für die Erreichung der Ziele der jeweiligen Stakeholder wichtig waren, Helvetia eine gewisse Wirkung bezüglich dieses Aspekts zugeschrieben wurde und/oder wenn von den Stakeholdern angenommen wurde, dass das Thema eine hohe Auswirkung auf Umwelt oder Gesellschaft hat. Eine objektive Impacteinschätzung ist damit bisher nicht verbunden und soll in nächster Zeit nachgeholt werden.

GR1 102-47



GRI 102-46, 102-47

Wesentliches Thema	Einschätzung unserer Stakeholder
--------------------	----------------------------------

● **Nachhaltige Versicherung**

Mit dieser Ambition verfolgen wir ein langfristig erfolgreiches Kerngeschäft, das ESG-Risiken und Chancen im Blick hat und einen positiven Beitrag zu Umwelt und Gesellschaft leistet.

GRI 103-1

i vgl. S. 20-24

Nachhaltige Anlagen

Den grössten Hebel haben wir bei unseren Finanz- und Immobilienanlagen, die ein Gesamtvolumen von über 37 Milliarden Franken ausmachen. Durch die Berücksichtigung von ESG-Kriterien in unseren Investitionsentscheiden können wir diesen Wirkungszusammenhang positiv beeinflussen.

Geringere öffentliche Aufmerksamkeit

Beide Themen wurden in der Materialitätsanalyse sowohl von internen als auch externen Stakeholdern als durchschnittlich relevant identifiziert. Wir führen dies insbesondere darauf zurück, dass das Thema Anlagemanagement in der allgemeinen öffentlichen Diskussion Ende 2015 noch nicht viel Aufmerksamkeit genoss. Betrachtet man hingegen die Antworten der befragten Experten (professionelle Investoren, Assetmanager), bestätigen diese eine hohe Relevanz.

Nachhaltiges Angebot

Mit der Berücksichtigung von ESG-Aspekten in Versicherungslösungen und Dienstleistungen möchten wir die Chancen und Risiken auf dem Weg zu einer CO₂-armen und inklusiven Wirtschaft frühzeitig erkennen, Marktopportunitäten nutzen und finanzielle Verluste vermeiden. Zudem können wir einen Beitrag leisten, indem wir nachhaltige Lösungen und nachhaltiges Verhalten durch einen attraktiven Versicherungsschutz unterstützen.

Kundenerwartungen und Schutz

Eine transparente Information zu unseren Produkten und eine Beratung, die sich an den Bedürfnissen, Vorkenntnissen und Erfahrungen der Kundinnen und Kunden orientiert, ist eine wichtige Voraussetzung für den Aufbau langfristig tragfähiger Geschäftsbeziehungen.

Hohe Sensibilität unserer Stakeholder

Unsere internen und externen Stakeholder gehen aufgrund der Erklärungsbedürftigkeit der Produkte und Dienstleistungen, die wir anbieten, von einem hohen Reputationsrisiko aus und gewichten das Thema entsprechend hoch.

Wesentliches Thema

Einschätzung unserer Stakeholder

● **Vertrauenswürdige Unternehmen**

Vertrauen ist ein zentraler Wert in unserer Unternehmensphilosophie und die Grundlage für unser Geschäftsmodell. Mit dieser Ambition positionieren wir uns als verantwortungsvolles Versicherungsunternehmen, das ESG-Themen in seine Managementansätze und Prozesse integriert.

GRI 102-46, 103-1
i vgl. S. 25–35

Corporate Governance

Corporate Governance umfasst für uns das Wirtschaften unter der Berücksichtigung von obligatorischen und freiwilligen Grundsätzen und Standards, die ein «gutes Geschäftsgebaren» ausmachen. Good (Corporate) Governance ist die Voraussetzung für den proaktiven Umgang mit kurz- und langfristigen gesellschaftlichen und umweltrelevanten Herausforderungen.

Good Corporate Governance als «Hygienefaktor»

Dieser Punkt rangiert sowohl bei den internen als auch den externen Stakeholdern im oberen Mittelfeld, da er zwar ein hohes Reputationsrisiko birgt, seine Beachtung jedoch als Basis für eine erfolgreiche CR vorausgesetzt wird.

Risikomanagement

Der professionelle Umgang mit Risiken gehört für uns zum täglichen Geschäft. Von unserem breiten Risikowissen, unseren Erfahrungen in verschiedenen Sparten, unserer Expertise in der Kalkulation von Gefahren und der langfristigen Absicherung profitieren nicht nur unsere Kunden, sondern auch die Gesellschaft. Insbesondere wenn wir nicht nur die zu versichernden Risiken richtig einschätzen, sondern auch die Entwicklungen in Bezug auf Umwelt und Gesellschaft berücksichtigen. Ein proaktives ESG-Risikomanagement trägt dazu bei, negative Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit zu vermeiden und positive Beiträge zu leisten.

Kernprozess einer Versicherung

Unsere internen und externen Stakeholder erwarten von uns ein ganzheitliches Risikomanagement, das explizit auch ESG-Risiken berücksichtigt und uns so ermöglicht, die resultierenden Handlungsspielräume optimal auszunutzen. Entsprechend hoch gewichten sie diesen Punkt.

Nachhaltige Beschaffung

Als Dienstleistungsunternehmen haben wir vor allem durch die Beschaffung und Bewirtschaftung unserer Bürostandorte und den Geschäftsverkehr eine direkte Auswirkung auf Umwelt und Gesellschaft. Auch wenn diese im Vergleich zum produzierenden Gewerbe gering ist, können wir hier unseren Impact noch weiter reduzieren.

Selbstverständliches Verhalten

Unsere externen Stakeholder messen diesem Punkt eine eher geringe Bedeutung zu. Beachtet man die hierzu abgegebenen Kommentare, scheint dies vor allem daran zu liegen, dass eine nachhaltige Beschaffung und betriebliches Umweltmanagement in unserer Branche als Selbstverständlichkeit angesehen werden und sich daher auch nicht mehr zur Differenzierung eignen.

● **Attraktiver Arbeitgeber**

Mit ihren mehr als 3000 Mitarbeitenden gehört Helvetia zu den grösseren Arbeitgebern in der Schweiz. Wir sind auf der Suche nach den besten Mitarbeitenden und wollen, dass diese Ihr Potenzial voll ausschöpfen und einen positiven Beitrag für Umwelt und Gesellschaft leisten können.

GRI 102-46, 103-1
i vgl. S. 31–35

Förderung der Mitarbeitenden

Ein fortschrittliches HR-Management ist die Voraussetzung dafür, qualifizierte Mitarbeitende zu gewinnen und diese langfristig bei Helvetia zu halten. Es ist die Grundlage für das körperliche und psychische Wohlbefinden und damit auch das Engagement unserer Mitarbeitenden im Unternehmen und in der Gesellschaft.

Grundlage für langfristig erfolgreiches Wirtschaften

Beide Themen werden von unseren internen und externen Stakeholdern als sehr relevant eingeschätzt. Sie stufen unsere Mitarbeitenden als Rückgrat des Unternehmens ein und damit als zentrale Voraussetzung für Erfolg oder Misserfolg von Helvetia.

Engagement der Mitarbeitenden

Engagierte Mitarbeitende und eine offene Ideen- und Fehlerkultur sind die Voraussetzung dafür, dass unsere Mitarbeitenden in ihren jeweiligen Bereichen Verantwortung übernehmen und das CR-Engagement in alle relevanten Geschäftsprozesse und -entscheidungen einbringen. Sie stärken die Innovationskraft und damit auch die Resilienz von Helvetia, auf Herausforderungen im ESG-Bereich und darüber hinaus zu reagieren.

Wesentliches Thema

Einschätzung unserer Stakeholder

Engagierter Standortpartner

Helvetia ist seit 158 Jahren in der Schweiz verwurzelt und möchte mit dieser Ambition ihr freiwilliges gesellschaftliches und politisches Engagement bekräftigen, das über das Kerngeschäft hinausgeht.

GRI 103-1, 102-46

i vgl. S. 36–40

Public Policy

Helvetia bewegt sich als Versicherungsunternehmen in einem stark regulierten Umfeld und hat ein Interesse daran, dieses Umfeld über das Engagement in Verbänden mitzugestalten. Da Unternehmen immer auch Teil der Gesellschaft sind, wird ihre Haltung zu gesellschaftlichen und ökologischen Themen in der Öffentlichkeit wahrgenommen.

Licence to operate

Beide Punkte werden von unseren internen und externen Stakeholdern als mässig relevant eingestuft. Die Erläuterungen zeigen, dass diese Themen als normales Verhalten einer Organisation angesehen werden, die innerhalb der Gesellschaft agiert. Sie fallen damit als Grundlage für eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit in den Bereich der Licence to operate.

Corporate Citizenship

Helvetia versteht sich als Teil der Gesellschaft und damit auch als Akteurin an den jeweiligen Standorten, an denen sie aktiv ist. Durch Beiträge für die Gemeinschaft in Form von Zeit, Fähigkeiten und finanziellen Mitteln kann sie zu einer positiven Entwicklung für Umwelt und Gesellschaft beitragen.

Strategische Ansatzpunkte und Ziele bis 2020

Basierend auf der überarbeiteten Materialitätsmatrix definiert die CR-Strategie 20.20 unsere wesentlichen CR-Themen, Ansatzpunkte und Ziele für die Jahre 2016–2020. Diese gelten für die gesamte Helvetia Gruppe und damit für alle Ländermärkte.

Folgende strategische Stossrichtungen stehen in diesem Zeitraum im Fokus:

1. verstärkte Integration von ESG-Kriterien ins Kerngeschäft
2. Umsetzung von CO₂-Reduktionsmassnahmen
3. Orientierung an CR-Branchenstandards sowie Compliance mit nationaler und internationaler Regulierung zu CR
4. Ausbau der Stakeholderkommunikation und Optimierung des Managementsystems

Gleichzeitig hat Helvetia vier Ambitionen mit konkreten Zielen formuliert, die für eine erfolgreiche Umsetzung der CR-Strategie 20.20 gelten. Die Zielvorgaben sind zum Teil quantitativ, zum Teil qualitativ und spiegeln damit auch den «Reifegrad» unserer CR-Bemühungen wider: Während in einigen Themenfeldern noch Aufbauarbeit notwendig ist, haben wir in anderen bereits solide Grundlagen gelegt und konnten unsere angestrebten Beiträge präzisieren.

Ambitionen und Ziele 2020	Motivation und erwartete Wirkung
Nachhaltige Versicherung	
ESG-Aspekte sind in das Kerngeschäft integriert	<ul style="list-style-type: none"> - Angebot neuer Produkte und Investitionsschutz für neue, energieeffiziente Technologien - Erschliessung neuer Kundenkreise - Indirekter Beitrag zur Reduktion von negativen Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft - Förderung einer inklusiveren und CO₂-ärmeren Wirtschaft - Kundeninteresse wahren und sorgfältig mit den anvertrauten Daten und Informationen umgehen
ESG-Kriterien werden im Anlageprozess systematisch berücksichtigt	<ul style="list-style-type: none"> - Umfassendere Risikobeurteilung für Finanz- und Immobilienanlagen durch Ergänzung von nichtfinanziellen Informationen und Reduktion von Risiken in den Investmentportfolios - Beitrag zur Einhaltung grundlegender Menschen- und Arbeitsrechte sowie Umweltstandards - Verringerung des Portfoliofussabdrucks - Compliance mit internationalen CR-Standards, Konventionen und Gesetzen, z.B. Kriegsmaterialgesetz und Kriegsmaterialverordnung - Wahrnehmung der treuhänderischen Verpflichtung gegenüber den Versicherten zum Schutz der Kundengelder
Vertrauenswürdige Unternehmen	
Reduktion des absoluten CO ₂ -Fussabdrucks um 10 % im Vergleich zu 2012	<ul style="list-style-type: none"> - Beitrag zur Bekämpfung des Klimawandels - Kostensenkungen für Betrieb und Unterhalt von Büroimmobilien
Reduktion der relativen CO ₂ -Emissionen pro Mitarbeitenden (FTE – Vollzeitäquivalent) um 20 % im Vergleich zu 2012	<ul style="list-style-type: none"> - Reduktion der direkten und indirekten CO₂-Emissionen trotz Wachstum der Helvetia Gruppe - Sensibilisierung der Mitarbeitenden für ein umweltbewusstes Verhalten - Schonender Umgang mit natürlichen Ressourcen - Förderung der Kreislaufwirtschaft (Abfallmanagement)
Jährliche CR-Berichterstattung	<ul style="list-style-type: none"> - Transparente Information unserer Stakeholder - Beurteilung unserer Nachhaltigkeitsleistungen im Branchenvergleich
Kontinuierlicher Stakeholderdialog	<ul style="list-style-type: none"> - Transparenz und Feedbackkultur für die regelmässige Strategieüberprüfung und Fokussierung auf wesentliche Themen - Gewinnen von neuen Anregungen und Identifikation von Möglichkeiten für eine Zusammenarbeit zur Erreichung der Ziele unseres CR-Managements

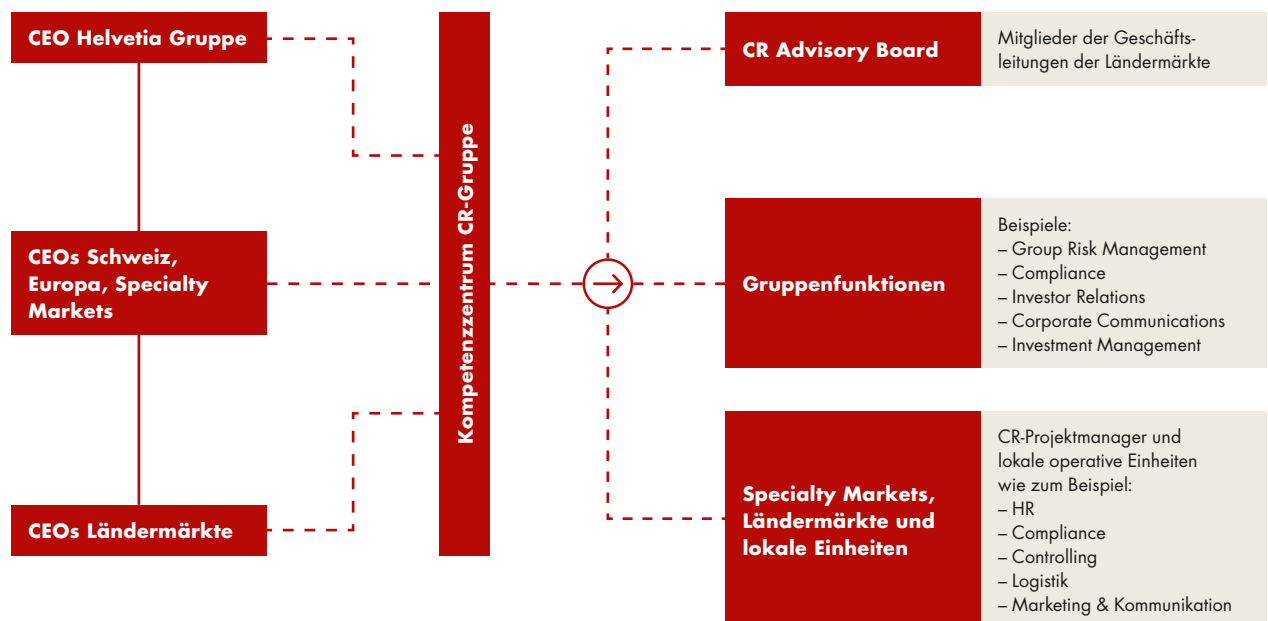
Ambitionen und Ziele 2020	Motivation und erwartete Wirkung
Attraktiver Arbeitgeber	
Helvetia Mitarbeitende können Nachhaltigkeitsaspekte in ihr Arbeitshandeln integrieren	<ul style="list-style-type: none">- Langfristig nachhaltiger Erfolg von Helvetia wird sichergestellt- Produktivitätssteigerungen und stärkere Bindung der Mitarbeitenden an unser Unternehmen- Steigerung der Motivation, sich auch im privaten Umfeld zu engagieren
Helvetia fördert gesellschaftliches und freiwilliges Engagement	<ul style="list-style-type: none">- Effizienter Einsatz von Wissen und Fähigkeiten der Mitarbeitenden für die Umwelt sowie soziale und gesellschaftliche Belange- Förderung von wirtschaftlicher/gesellschaftlicher Entwicklung und Stärkung des Lebens- und Wirtschaftsraums- Beitrag zu einem innovativen und zukunftsfähigen Standort Schweiz
Engagierter Standortpartner	
Die Zusammenarbeit mit der Stiftung Helvetia Patria Jeunesse wird intensiviert und über die gesamte Gruppe ausgerollt	<ul style="list-style-type: none">- Stärkung des sozialen Zusammenhalts- Förderung von Kindern und Jugendlichen- Beitrag zu Bildungsförderung und Entwicklung

Wie wir arbeiten

CR-Management

Die oberste Verantwortung für das CR-Engagement von Helvetia Schweiz lag bis Ende 2016 bei Angela Winkelmann, Mitglied der Geschäftsleitung des Ländermarkts Schweiz. In Zukunft wird das Ressort CR dem Corporate Center und damit direkt dem Vorsitzenden der Konzernleitung (CEO Gruppe) zugeordnet. Angela Winkelmann repräsentierte Helvetia Schweiz im CR Advisory Board, dem höchsten CR-Gremium auf Stufe Helvetia Gruppe. Als beratendes und lenkendes Komitee steuert das CR Advisory Board die strategische Ausrichtung von CR in der Helvetia Gruppe und stellt Ressourcen für die nationale Umsetzung zur Verfügung. Pro Land nimmt ein Geschäftsleitungsmitglied diese Verantwortung wahr.

Auf Stufe Gruppe führt die Fachstelle Corporate Responsibility die Weiterentwicklung von CR-Strategie und -Programm und berät die Konzernleitung sowie die Ländergeschäftsführungen in CR-Fragen. Sie wird dabei von den CR-Beauftragten der Ländergesellschaften unterstützt, die diese Aufgabe mit einem Pensum von mindestens 50 Prozent ausführen.



Um eine optimale Verankerung in der Gruppe sicherzustellen, arbeitet die CR-Fachstelle für die Implementierung neuer Projekte und die Wahrnehmung von CR-Aufgaben mit Experten aus den relevanten Gruppenfunktionen und Ländermärkten zusammen. Der Einbezug aller Unternehmenseinheiten vereinfacht die CR-Weiterentwicklung und Koordination in den jeweiligen Fachbereichen. Die Einheiten sind Ansprechpartner für die Fachstelle und beteiligen sich an der Anpassung der Geschäftsprozesse zur integrierten Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten, am Informationsmanagement und Stakeholderdialog zu Nachhaltigkeitsthemen, an der Zusammenarbeit zur CR-Strategie, zum CR-Risikomanagement sowie an der Erstellung oder Unterstützung der Nachhaltigkeitsberichterstattung und Nachhaltigkeitskommunikation.

Starke Partnerschaften

Helvetia pflegt einen regelmässigen und konstruktiven Austausch mit ihren wichtigsten Stakeholdergruppen. Hierzu gehören Mitarbeitende, Kunden, Investoren, Mitbewerber, Geschäftspartner, Aufsichtsbehörden, Nichtregierungsorganisationen, Politik und Gesellschaft. Dabei verfolgen wir die folgenden Ziele:

GR 102-42, 102-43

1. einen Abgleich zwischen internen und externen Sichtweisen zu machen
2. kritisches Feedback zur Standortbestimmung und Identifikation von Optimierungspotenzialen zu generieren
3. die Konsensbildung und Sensibilisierung zu prioritären CR-Themen zu stärken
4. die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen von Helvetia abzugleichen und zu validieren
5. die Weiterentwicklung des CR-Programms und der CR-Strategie zu ermöglichen

Umfang und Form des Engagements unterscheiden sich je nach den Bedürfnissen der Stakeholder. Mitarbeitende, Kunden, Aktionäre und Investoren werden über Benchmarkstudien, Befragungen, Veranstaltungen, Investorentage und die Generalversammlung in regelmässige Informationsverfahren und Dialoge eingebunden, in denen auch CR-Themen behandelt werden. Beispielsweise erheben wir monatlich die Zufriedenheit mit dem Arbeitsinhalt, dem Arbeitsumfeld und den Entwicklungsmöglichkeiten bei unseren Mitarbeitenden und betreiben eine interne Ideenplattform, auf der regelmässig auch CR-Themen eingebracht werden.

i s.a. Tabelle 17-18

Der Austausch mit Nichtregierungsorganisationen, Aufsichtsbehörden, Verbänden, Politikern und Geschäftspartnern erfolgt themenspezifisch. Zum Abgleich ihres CR-Engagements mit dem Umfeld und zur brancheninternen und -übergreifenden Bündelung der Kräfte engagiert sich Helvetia ausserdem in Initiativen beispielsweise bei Swiss Sustainable Finance (SSF) oder bei Öbu, dem Verband für nachhaltiges Wirtschaften, und übernimmt Verantwortung in Gremien und Verbänden, unter anderem auch beim Schweizerischen Versicherungsverband (SVV).

i vgl. auch Kapitel
Engagierter
Standortpartner

Stakeholder	Kernanliegen
Kunden	
<p>Die Gespräche mit den Versicherungsagenten sind die wichtigste Plattform für unseren Austausch mit den Kunden. Dort geäußerte Anliegen und Rückmeldungen werden von den Aussendienstmitarbeitenden erfasst und intern weitergegeben. Formale Kundenumfragen finden im Zwei- bzw. Dreijahresrhythmus statt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Transparente Informationen - Grosszügige, schnelle Schadenbearbeitung - Umfassender Versicherungsschutz und Zugang zu Versicherungen - Datenschutz
Mitarbeitende	
<p>Regelmässige Gespräche mit den Vorgesetzten, u.a. auch bei den jährlichen Mitarbeitergesprächen, sind die Basis für den Dialog mit den Mitarbeitenden. Daneben bietet das Helvetia Intranet ausführliche Informations- und Dialogmöglichkeiten über Hierarchien und Fachgebiete hinweg. Jährlich finden zudem verschiedene formelle und informelle Anlässe statt, an denen sich die Mitarbeitenden untereinander austauschen können. Formale Umfragen wie das monatliche Stimmungsbarometer oder die Zufriedenheitsumfrage Commit runden den Dialog mit unseren Mitarbeitenden ab.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Leistungsgerechte Entlohnung - Gesundheit am Arbeitsplatz - Flexible Arbeitszeiten, Life-Domain-Balance - Entfaltung eigener Ideen und Fähigkeiten - Weiterbildung, Chancengleichheit - Integration, soziale Verbindung, Vernetzung - Mitsprache und Partizipation
Vertriebspartner	
<p>Das Vertriebsmanagement organisiert den Kontakt mit unseren Vertriebspartnern und sorgt durch einen regelmässigen Austausch für das Einholen von Rückmeldungen und Verbesserungsvorschlägen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Langfristige, partnerschaftliche Beziehung - Attraktive Produktpalette - Sicherstellung einer qualitativ hochwertigen Beratung und Wahrung der Kundeninteressen
Lieferanten	
<p>Der Austausch mit den Zulieferern erfolgt über die zentrale Fachstelle Group Procurement. Gelegentlich werden auch gezielte Lieferantenbefragungen durchgeführt, um Input für die weitere Optimierung der Beschaffungsprozesse zu erhalten</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Langfristige, partnerschaftliche Beziehung - Transparenz bezüglich Einkaufskriterien und Lieferantenauswahl - Prompte Zahlung erhaltener Lieferungen und Leistungen
Kapitalgeber	
<p>Unsere Aktionäre werden halbjährlich mittels Jahres-, Halbjahresbericht und CR-Bericht sowie an der jährlichen Generalversammlung über den Geschäftsverlauf informiert. Mit einer offenen und aktionärsfreundlichen Strategie strebt Helvetia ein möglichst breit gestreutes, internationales und langfristig orientiertes Aktionariat an.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - (Dividenden-)Ertrag und Kurssteigerungen - Reputation, Compliance, gute Governance - Transparenz der Berichterstattung - Vorausschauendes Risikomanagement

GRI 102-40, 102-44

i vgl. auch S. 23, Kundenerwartungen und Schutz

i vgl. auch S. 32, Förderung der Mitarbeitenden

i vgl. S. 28, Nachhaltige Beschaffung

i vgl. auch GB, S. 52 f.

Stakeholder	Kernanliegen
-------------	--------------

GRI 102-40, 102-44

Analysten

Mit den rund 500 institutionellen Investoren, die Helvetia Aktien halten, und mit Analysten führen wir im Rahmen von Roadshows und Investorentagen einen regelmässigen Dialog. Hierbei werden immer häufiger auch Informationen zu unseren Nachhaltigkeitsleistungen angefragt. Helvetia Schweiz arbeitet kontinuierlich daran, die Informationsbasis mit ihrer CR-Berichterstattung, der Beantwortung von Anfragen und dem Ausbau der Internetpräsenz zu verbessern. Zudem orientieren wir uns an der Einschätzung unserer CR-Leistung durch Nachhaltigkeitsexperten und -analysten.

- Informationen zur unternehmerischen Entscheidungsfindung und zu CR
- Governance und Transparenz im Accounting
- Auskunftsbereitschaft von Helvetia zu CR-Aspekten

Standortgemeinden

Repräsentanten von Helvetia, insbesondere die Geschäftsleitung und die Fachstelle Public Affairs, pflegen einen regelmässigen Austausch mit Vertretern der Standortgemeinden. Dies geschieht an lokalen Veranstaltungen oder direkt in bilateralen Gesprächen.

- Steueraufkommen und Standortentwicklung
- Reputation, Compliance, gute Governance
- Arbeitsplatzangebot, Arbeitsplatzsicherheit und Berufsausbildung
- Soziales Engagement
- Beziehungen zu lokalen Lieferanten

Nichtregierungsorganisationen und Universitäten

Die Zusammenarbeit mit Nichtregierungsorganisationen und Universitäten erfolgt punktuell und themenspezifisch auf der Basis von konkreten Projekten, Vorträgen oder Anfragen. Beispielsweise unterstützt Helvetia die Startwoche an der Universität St. Gallen.

- Berücksichtigung der eigenen Interessen in unternehmerischen Entscheidungsprozessen
- Unternehmerisches Engagement für Umwelt und Gesellschaft

Verbände und Initiativen

Helvetia ist Mitglied von verschiedenen Initiativen und Verbänden und pflegt im Rahmen dieser Mitgliedschaften einen regelmässigen Austausch. Beispielweise engagiert sich unser CEO Philipp Gmür im Vorstand des Schweizerischen Versicherungsverbands (SVV), in dem auch Fragestellungen zu Klimarisiken und zu Finanzmarktregulierungen behandelt werden. Zudem ist Helvetia Gründungsmitglied von Swiss Sustainable Finance (SSF).

Überblick über Initiativen und Verbände mit hoher Relevanz für CR-Themen, in denen sich Helvetia engagiert:

- Arbeitsgemeinschaft Alpenländischer Forstvereine
- Carbon Disclosure Project (CDP)
- Öbu – Verband für nachhaltiges Wirtschaften
- Oikos – Stiftung für Ökologie und Ökonomie
- RE 100
- Swiss Sustainable Finance (SSF)
- UNEP Finance Initiative
- Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e.V. (VfU)
- World Demographic & Ageing Forum (WDA Forum)

- Unternehmerisches Engagement für Umwelt und Gesellschaft
- Positionierung in gesellschaftlich relevanten Fragen
- Kooperation zu Nachhaltigkeitsaspekten auf branchenpolitischer Ebene

GRI 102-12, 102-13

Medien & Öffentlichkeit

Über die Medienstelle betreibt Helvetia eine aktive Medienarbeit mit einem hohen Serviceanspruch und einem ausgewogenen Reputationsmanagement.

- Offene und transparente Information

CR-Fortschritte

20 Nachhaltige Versicherung – CR im Kerngeschäft

- 20 Nachhaltiges Angebot
- 21 Nachhaltige Anlagen
- 23 Kundenerwartungen und Schutz

25 Vertrauenswürdiges Unternehmen – Helvetia wirtschaftet nachhaltig

- 25 Corporate Governance
- 27 Risikomanagement
- 28 Nachhaltige Beschaffung

31 Attraktive Arbeitgeberin – für und mit unseren Mitarbeitenden

- 32 Förderung der Mitarbeitenden
- 34 Engagement der Mitarbeitenden

36 Engagierter Standortpartner – Helvetia ist vor Ort aktiv

- 38 Public Policy
- 38 Corporate Citizenship

Nachhaltige Versicherung – CR im Kerngeschäft

Mit der CR-Strategie 20.20 hat Helvetia beschlossen, ESG-Kriterien stärker in ihre Kerngeschäftsprozesse zu integrieren. Im April 2016 wurden hierzu im CR Advisory Board auf der Stufe Helvetia Gruppe erste Ansatzpunkte definiert. Neben der Integration von ESG-Kriterien in das Anlagemanagement sehen die CR-Verantwortlichen der Helvetia Ländergesellschaften insbesondere im Bereich Umwelt Marktchancen für neue Versicherungslösungen. Um CR-Aspekte dauerhaft in Kerngeschäftsprozesse zu integrieren, verfolgt Helvetia einen Bottom-up-Ansatz. Dieser baut stark auf der Zusammenarbeit zwischen CR-Experten und Linienverantwortlichen auf: Ausgehend von einem ersten Impuls aus der CR-Fachabteilung formulieren wir im Austausch mit internen und externen Stakeholdern erste Ideen. Gemeinsam mit internen Fach- und Linienverantwortlichen entwickeln wir daraus (Pilot-) Projekte und setzen diese um. Bewähren sich die Ideen in der Pilotumsetzung, erfolgt die breite Implementierung in unsere Geschäftsprozesse durch Experten aus den erforderlichen Fachbereichen. So stellen wir den Know-how-Transfer für eine dauerhafte Berücksichtigung von CR-Aspekten im Kerngeschäft sicher.

5.8 Mio
Umsatz Produkte mit ökologischem Nutzen

Nachhaltiges Angebot

Helvetia orientiert sich mit ihrem Produktangebot an den Bedürfnissen ihrer Kundinnen und Kunden. Dazu gehört auch der Investitionsschutz für den Einsatz von umweltfreundlichen Technologien für Privat- und Geschäftskunden. Im Bereich Technische Versicherungen/Specialty Lines bietet Helvetia beispielsweise Arteser-, Erdwärmesonden- und Photovoltaikversicherungen an und unterstützt so die Erschliessung dieser regenerativen Energieformen. Die Kunden profitieren hierbei vom hohen Know-how von Helvetia in den Bereichen Bau, Transport und Energie. Zudem belohnt Helvetia die Halter von energieeffizienten Fahrzeugen mit Prämienrabatten zwischen 15 und 20 Prozent, was etwa 0.7 Millionen Franken jährlich entspricht. Im Berichtsjahr entfiel rund 1 Prozent der Motorfahrzeugversicherungen auf Fahrzeuge mit alternativen Antriebsformen.

GR 103-1, 103-2, 103-3

Aufgrund der Tatsache, dass der angebotene Versicherungsschutz auf die Entscheidung zum Kauf eines energieeffizienten Fahrzeugs oder zur Installation einer Photovoltaikanlage nur einen mittelbaren Einfluss hat, kann Helvetia mit dem Angebot dieser Produkte nur sehr begrenzte Anreize für ein nachhaltigeres Verhalten ihrer Kundinnen und Kunden setzen. Nichtsdestotrotz arbeitet sie daran, den Kunden dort, wo es möglich und wirtschaftlich tragbar ist, Lösungen anzubieten, die ökologisch nachhaltiges Verhalten fördern. Seit der Integration von Nationale Suisse hat Helvetia ihr Engagement bei Grossprojekten ausgeweitet. Hierbei achten wir auf eine selektive und risikobewusste Zeichnungspolitik. Als Mitglied der UNEP Finance Initiative bekennen wir uns dazu, relevante ESG-Aspekte systematisch in unser Underwriting zu integrieren.

Nachhaltige Versicherungsprodukte (in Mio. CHF)	2013	2014	2015	2016	Veränderung zum Vorjahr in %	GRI FS 8
Umsatz Arteser- und Erdwärmesonden- versicherungen	0.65	0.7	0.7	0.8	14%	
Prämien Photovoltaikversicherungen	1	0.8	0.8	0.6	-25%	
Prämien Versicherung für Fahrzeuge mit Hybridantrieb	-	-	3.1	3.7	19%	
Prämien Versicherung für Fahrzeuge mit Erdgas- oder Elektroantrieb	-	-	0.47	0.7	56%	
Gesamtumsatz Produkte mit hohem ökologischem Nutzen in Franken	1.7	1.5	5.1	5.8	15%	

Nachhaltige Anlagen

Die Erwirtschaftung der garantierten Versicherungsleistungen, eine verlässliche Verwaltung der Kundengelder und ein attraktives Ergebnis für unsere Aktionäre sind die obersten Ziele unserer Anlagestrategie. Die Kapitalanlage wird zentral für alle Ländermärkte durch den Anlagebereich der Gruppe auf der Basis von gruppenweit gültigen Richtlinien vorgenommen. Auf den Heimatmarkt Schweiz entfallen mehr als 37 Milliarden Euro Kapitalanlagen, aufgeteilt in knapp 20 Prozent Immobilienanlagen und 80 Prozent Finanzanlagen. Das Finanzanlagenportfolio wiederum besteht zu rund 88.4 Prozent aus Obligationen, 4.2 Prozent Fonds, 3.8 Prozent Aktien und 3.5 Prozent Geldmarkttiteln. Nähere Informationen zu unserer Anlagestrategie finden Sie im Geschäftsbericht.

GRI 103-1, 103-2, 103-3

i vgl. GB, S. 45

Zur Umsetzung der CR-Strategie 20.20 hat Helvetia 2016 ein mehrjähriges Programm zur Integration von ESG-Kriterien in den Investitionsprozess für Finanzanlagen gestartet. Ziel ist die Entwicklung von ESG-Anlagegrundsätzen und deren Integration in die internen Investitionsrichtlinien. Helvetia beabsichtigt zukünftig einen Best-in-Class-Ansatz zu verfolgen und in Unternehmen und Länder mit hoher Kreditwürdigkeit und guter Nachhaltigkeitsleistung zu investieren. Damit wollen wir negative soziale und ökologische Auswirkungen in kritischen Branchen und Staaten reduzieren. Zudem sind wir davon überzeugt, dass sich ein ESG-Screening mittel- bis langfristig auch finanziell positiv auswirkt, da sich Reputationsschäden, die Ausbeutung der Ressourcengrundlage oder soziale Spannungen negativ auf den Erfolg von Anlagen auswirken können.

Eine Projektgruppe des Anlagemanagements, die von CR unterstützt wird, ist für die Umsetzung der gemeinsam ausgearbeiteten, vierstufigen Roadmap zur Integration der ESG-Kriterien in den Investitionsprozess zuständig. Sie besteht aus Fachexpertinnen und -experten aus den Bereichen Portfoliostrategie, Portfoliocontrolling und Asset Management. In einem ersten Schritt werden ESG-Risiken und der CO₂-Fussabdrucks unseres Anlageportfolios ermittelt und als Basis für die Ableitung von ESG-Grundsätzen analysiert. Parallel dazu schaffen wir durch die Einführung eines regelmässigen Reportings zur ESG-Qualität des Portfolios und zu den Portfolioemissionen Transparenz und bereiten uns auf eine zukünftige externe Berichterstattung vor.

Stand und Fortschritte 2016

– **Roadmap Integration ESG in den Investitionsprozess:** Im Berichtsjahr wurde ein regelmässiges internes Reporting zum ESG-Risikoprofil, dem Auftreten von Kontroversen sowie zum CO₂-Fussabdruck des Finanzanlagenportfolios gestartet. Dieses beruht auf ESG-Daten und Carbon-Metriken des Finanzdienstleisters MSCI. Das ESG-Reporting deckt alle Finanztitel ab, für die ein MSCI-Rating zur Verfügung steht. Momentan sind das vor allem Staatsanleihen und Aktien, die rund 76 Prozent des Finanzanlagenportfolios von Helvetia Schweiz ausmachen. Für die übrigen Finanzanlagen (Hypotheken, liquide Mittel und Kredite an Versicherungsnehmer und Mitarbeitende) kann kein ESG-Rating bezogen werden. Mit einem durchschnittlichen Letter-Rating «A» weist das Finanzanlagenportfolio von Helvetia Schweiz per 31.12.2016 geringe ESG-Risiken auf. Dabei erhalten fast 70 Prozent eine gute ESG-Einschätzung (AAA = 8.9 %, AA = 32.1 %, A = 28.1 %) und nur 2.4 Prozent sind als kritisch anzusehen (Bewertung B–CCC). Der Portfolio-CO₂-Fussabdruck pro investierter Million Franken liegt deutlich unter den europäischen und globalen Benchmarks, aber über dem Durchschnitt des SMI.

GRI 103-3

GRI FS 11



Anteil Finanzanlagen mit ESG-Einschätzung in Prozent

● AAA ● AA ● A
● B-CCC

– **Immobilien:** Mit einem Immobilienportfolio im Umfang von 6.7 Milliarden Franken¹ zählt Helvetia zu den führenden Immobilieninvestoren der Schweiz und verfügt damit über einen weiteren grossen Hebel zur Optimierung der Nachhaltigkeitsleistung. Helvetia setzt bei Neu- und Umbauten auf eine möglichst umweltfreundliche und attraktive Bauweise, wobei sie sich auch auf anerkannte Labels wie Minergie abstützt.



Nachhaltigkeitslabel für grosses Wohnbauprojekt

In Basel entsteht derzeit die Helvetia Überbauung «Magnolienpark» mit rund 145 Wohnungen. Sie wurde im November 2016 von der Schweizer Gesellschaft für Nachhaltige Immobilienwirtschaft (SGNI) mit dem DGNB-Vorzertifikat in Platin prämiert. Die Auszeichnung ging erstmals an ein grosses Schweizer Wohnbauprojekt. Die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) berücksichtigt in ihrer Bewertung sowohl ökologische als auch ökonomische und soziokulturelle Aspekte. So wird die Überbauung dem Minergie-P-Standard entsprechende Energiewerte erreichen und dabei einen hohen Wohnkomfort aufweisen. Hierzu tragen neben den verwendeten Baumaterialien und der Qualität der Gebäudehülle auch Schnitt, Lage und Umgebungsgestaltung bei. Generell achtet Helvetia bei Neu- und Umbauten neben der Energieeffizienz auch auf Faktoren wie eine optimale Besonnung, eine attraktive Gestaltung der Aussenräume und eine hohe Bauqualität, da sich eine nachhaltige Bauweise positiv auf den Wert einer Immobilie auswirkt. Vor allem bei Gewerbeimmobilien wird dabei auch eine Zertifizierung nach anerkannten Standards wie Minergie angestrebt.

¹ Wert für die gesamte Helvetia Gruppe. Daten für den Markt Schweiz liegen nicht gesondert vor, umfassen jedoch mehr als 90 Prozent des Immobilienbestands.

Kundenerwartungen und Schutz

Eine faire und ausgewogene Partnerschaft mit unseren Kundinnen und Kunden ist die Grundlage langfristiger Geschäftsbeziehungen und die Basis unseres Unternehmenserfolgs. Zentral sind hierbei eine transparente und faire Beratung ebenso wie der verantwortungsvolle Umgang mit Kundendaten und Informationen sowie unsere Serviceleistungen.

GR1 103-1, 103-2, 103-3

i vgl. auch GB, S. 40 f.

Die Erwartungen, Gewohnheiten und Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden sind zudem der Ausgangspunkt für die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen und fliesen direkt in die strategischen Überlegungen des Bereichs Unternehmensentwicklung ein. Traditionell betreut Helvetia mit fast 1000 Aussendienstmitarbeitenden ihre Kundinnen und Kunden gemäss deren Bedürfnissen vor Ort. Durch diese persönlichen Kontakte erhalten wir ein direktes Feedback und können auf die Anliegen unserer Kunden reagieren. Darüber hinaus führen wir regelmässige Befragungen zur Kundenzufriedenheit, zu den Produkten und zur Beratungsqualität durch und erhalten immer wieder Auszeichnungen für unsere gute Servicequalität.

i vgl. GB, S. 41

Mit einem Multi-Channel-Ansatz baut Helvetia die Möglichkeiten einer digitalen Kontaktaufnahme für alle Kundinnen und Kunden stetig aus. So können sie über ihren präferierten Kanal mit uns Kontakt aufnehmen. Unabhängig vom Kanal sollen sie eine informierte Entscheidung treffen können, ob und in welchem Umfang sie ein Produkt oder eine Dienstleistung in Anspruch nehmen wollen. Dies stellen wir durch transparente und verständliche Produktinformationen und die regelmässige Schulung unserer Aussendienstmitarbeitenden sicher. Beispielsweise müssen alle Aussendienstmitarbeitenden im Rahmen des vom SVV lancierten und branchenweit anerkannten Ausbildungsprogramms Cicero (Certified Insurance Competence) innerhalb von zwei Jahren akkreditierte Ausbildungsmodule im Umfang von 60 Cicero-Credits absolvieren. Dies entspricht etwa sieben Ausbildungstagen.

Stand und Fortschritte 2016

- **Datenschutz und transparente Produktinformation:** Im Berichtsjahr kam es zu keinen Verstössen gegen Regulierungen oder freiwillige Vereinbarungen in Bezug auf Produktinformationen. Dennoch empfinden manche Kunden die Informationen und Unterlagen zu unseren Versicherungsprodukten zum Teil als schwer verständlich (vgl. auch «Kundenservice»). Da unsere Verträge den geltenden regulatorischen Anforderungen entsprechen müssen und das Versicherungsvertragsgesetz (VVG) sowie die Allgemeinen Versicherungsbedingungen (AVB) eine hohe Regelungsichte aufweisen, sind unsere Versicherungsunterlagen tatsächlich umfangreich. Im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten verbessern wir die Informationen zu unserem Angebot laufend und informieren die Kunden mit detaillierten Rechenbeispielen und Produktdokumentationen so umfassend und klar wie möglich. Dank dem umsichtigen und langfristig orientierten Geschäftsgebaren von Helvetia kam es auch zu keinen nennenswerten Beschwerden in Bezug auf den Umgang mit Kundendaten.
- **Quality Award:** Mit dem jährlich vergebenen Quality Award belohnt Helvetia Mitarbeitende, die in kontinuierlichen Verbesserungsprozessen (KVP), Projekten und Initiativen besondere Erfolge für eine Steigerung der Qualität und Kundenzufriedenheit erzielt haben. Im Jahr 2016 war dies unter anderem die Generalagentur Fribourg, die den Kunden stets in den Mittelpunkt stellt und dabei die umfassende 360-Grad-Beratung im Verkaufsgespräch konsequent einhält.

GR1 417-2

i vgl. auch Kapitel Kundenservice

GR1 418-1

- **Kundenservice:** Um einen durchgängig hohen Servicestandard zu gewährleisten, durchlaufen alle neuen Mitarbeitenden ein E-learning-Modul zu unseren Servicestandards. Unsere Kundinnen und Kunden haben vielfältige Möglichkeiten, mit uns in Kontakt zu treten und Feedback zu geben. So erreichten uns 2016 insgesamt 7547 Rückmeldungen. Am häufigsten werden dabei die Verständlichkeit der Unterlagen bemängelt sowie inhaltliche Fehler korrigiert. 2016 haben wir vier Benchmarkstudien durchgeführt, um unser Image, unsere Beratungsleistungen und unseren Service sowie die Qualität unserer Produkte mit unseren Peers zu vergleichen. In den meisten Sparten und Dimensionen liegen wir hier im oberen Mittelfeld.
- **Barrierefreiheit:** Mit der zunehmenden Digitalisierung unserer Dienstleistungen wird es immer wichtiger, diese auch für Menschen mit einer audiovisuellen Beeinträchtigung ohne Einschränkungen zugänglich zu machen. Zudem entspricht ein barrierefreies Internet den Anforderungen der auch von der Schweiz ratifizierten UNO-Behindertenrechtskonvention (Art. 9). Im Januar 2016 trat unsere interne Richtlinie für ein barrierefreies Webdesign in Kraft. Ziel ist die Orientierung des Webdesigns von Helvetia an die vom World Wide Web Consortium (W3C) formulierten Leitlinien für die vereinfachte Internetzugänglichkeit. Unser Internetauftritt wird schrittweise entsprechend den Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) in der aktuellen Version 2.0 Konformitätsstufe A zugänglich sein. Damit verbessern wir die grundsätzliche Nutzbarkeit der Internetinhalte.
- **Information und Beratung:** Helvetia Mitarbeitende stellen ihr Fachwissen in verschiedenen Medienformaten der breiten Bevölkerung zur Verfügung. So geben sie alle zwei Wochen in der TV-Sendung «Geld» Auskunft zu aktuellen Versicherungs- oder Vorsorgethemen. Diese wird von verschiedenen Regionalsendern ausgestrahlt, seit August 2016 auch in der Ostschweiz.

GRI 103-2, 103-3

Vertrauenswürdiges Unternehmen – Helvetia wirtschaftet nachhaltig

Vertrauen ist eine der wichtigsten Ressourcen für eine lokal verankerte Versicherung wie Helvetia und findet sich entsprechend in unseren Unternehmenswerten wieder. Wir möchten uns dieses Vertrauen nicht nur mit unseren Leistungen im Kerngeschäft verdienen, sondern auch durch die Art und Weise, wie wir wirtschaften. Hierzu gehören für uns die Einhaltung von geltenden Gesetzen und darüber hinausgehenden freiwilligen Standards ebenso wie ein aufmerksames Risikomanagement und der bewusste Umgang mit Ressourcen. Davon sind ganz unterschiedliche Bereiche unseres Unternehmens betroffen. Die Fachstelle CR ist für das Monitoring der wesentlichen ESG-Entwicklungen in der internationalen und der nationalen Diskussion zuständig und arbeitet mit den Verantwortlichen für die Integration in die Prozesse zur Unternehmensleitung, Unternehmenskontrolle und Transparenz zusammen.

Corporate Governance

Eine glaubwürdige und integre Unternehmensführung bedeutet für Helvetia mehr als die Einhaltung von Gesetzen. Wir richten unser Handeln kontinuierlich an geltenden Rechtsnormen und ethischen Prinzipien aus und schaffen so die Grundlage für ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Transparenz, Führung und Kontrolle im gesamten Unternehmen. In Bezug auf die Ausgestaltung und die Arbeitsteilung unserer Leitungs- und Kontrollorgane orientieren wir uns am «Swiss Code of Best Practice for Corporate Governance» und berichten darüber transparent im jährlichen Geschäftsbericht.

GRI 103-1, 103-2, 103-3

GRI 102-18

i vgl. GB, S. 66–92

Compliance

Um eine langfristige und nachhaltige Wertschöpfung sicherzustellen, positionieren wir uns als verlässliches und Compliance-bewusstes Finanzdienstleistungsunternehmen. Verstöße gegen geltende Rechtsnormen und ethische Grundwerte können erhebliche negative Konsequenzen in Form von Reputationsschäden, finanziellen Schäden, Sanktionen und Bussen bis hin zu Einschränkungen der Geschäftstätigkeit nach sich ziehen. Daher setzen wir uns vom obersten Leitungsorgan bis zur Nachwuchskraft für ein regel- und wertekonformes Verhalten ein. Die Grundsätze und Leitlinien des Compliance-Managements sind für die gesamte Helvetia Gruppe im «Compliance Manual» festgelegt, das vom Verwaltungsrat beauftragt und verabschiedet wurde. Es verfolgt einen risikobasierten Ansatz auf drei Ebenen:

1. Verantwortung jedes Mitarbeitenden und des Linienmanagements in den Ländermärkten
2. Compliance-Prozesse zur Vermeidung von Verstößen gegen gültige Rechtsnormen und interne Vorschriften unter der Federführung der Compliance-Beauftragten der Ländermärkte
3. Überprüfung der Wirksamkeit der Compliance-Massnahmen und -Prozesse durch die interne Revision

Dabei beachten wir klassische Governance-Risiken ebenso wie CR-Risiken und fokussieren vor allem auf sich ändernde Rechtsbedingungen, Datenschutz und Schutz der Privatsphäre, Informations- und IT-Sicherheit, Kartellrecht und unlauteren Wettbewerb, Geldwäscherei und Terrorismusfinanzierung, Sanktionen und Embargos, Diskriminierung, Arbeits- und Gesundheitsschutz, strafbare Handlungen wie Betrug, Veruntreuung, Diebstahl, Bestechung und Korruption, Interessenskonflikte, geistiges Eigentum und immaterielle Güterrechte, Umweltnormen und Steuerfragen. Bei der Identifikation, Bewertung, Steuerung, Überwachung und Dokumentation dieser Risiken arbeitet die Compliance-Funktion eng mit dem qualitativen Risikomanagement zusammen.

Im Code of Compliance halten wir die wesentlichen Regelungen und Grundsätze für die wichtigsten Compliance-Themenfelder fest. Er ist für alle Mitarbeitenden der Helvetia Gruppe verbindlich. Regelmässige Schulungen auf allen Ebenen fördern das Bewusstsein für Compliance und regelkonformes Verhalten. Beispielsweise ist ein E-Learning-Basistraining für alle Mitarbeitenden obligatorisch. Dazu finden regelmässig spezifische Schulungen für besonders exponierte Funktionsbereiche statt. In diesen besteht ein erhöhtes Risiko für das Auftreten von spezifischen Compliance-Risiken. Die Einhaltung unserer Normen überwachen wir regelmässig durch Stichproben, Walkthroughs oder Joint Audits.

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Der Compliance-Beauftragte des Ländermarkts Schweiz erstattet dem CEO halbjährlich Bericht über die Compliance-Prozesse, die entsprechenden Aktivitäten und die Bewertung von Compliance-Risiken.

Stand und Fortschritte 2016

- **Schulungen und Information der Mitarbeitenden:** Das obligatorische Online-Basistraining zum Code of Compliance wurde 2016 von 459 Mitarbeitenden erfolgreich abgeschlossen. In der umfassenden Mitarbeitendenumfrage «Commit» bestätigte zudem ein Grossteil der Mitarbeitenden, mit dem Inhalt des Code of Compliance vertraut zu sein. Im Bereich IT- und Informationssicherheit wurde zudem ein neues Online-Lernprogramm entwickelt, das für alle Mitarbeitende obligatorisch ist. Von den 3817 aufgeforderten Mitarbeitenden schlossen 95.4 Prozent das Programm erfolgreich ab. Darüber hinaus wurden verschiedene Präsenzs Schulungen zu den Themen Geldwäschereigesetz, Sanktionen und Embargos sowie Compliance durchgeführt.
- **Überarbeitete Weisung zur Bekämpfung der Geldwäscherei:** Am 1. Januar 2016 traten die Änderungen im Bundesgesetz über die Bekämpfung der Geldwäscherei und der Terrorismusfinanzierung im Finanzsektor in Kraft. Wir haben unsere «Weisung zur Bekämpfung der Geldwäscherei» entsprechend angepasst und die Mitarbeitenden gezielt informiert, die in sensiblen Bereichen tätig sind (z.B. Hypothekargeschäft, Fonds- und Anlagekonten, Lebensversicherungen mit Sparanteil der Säule 3b).
- **Keine wesentlichen Verstösse im Berichtsjahr:** Im Berichtsjahr kam es zu keinen wesentlichen Verstössen gegen Gesetze und Regulierungen im sozialen und im wirtschaftlichen Bereich.

GRI 419-1

Risikomanagement

Das Risikomanagement ist eine Kernaufgabe einer Versicherung und hat damit höchste Priorität bei Helvetia. Eine ungenügende Berücksichtigung von ESG-Risiken in der Unternehmensführung könnte zu Reputationsrisiken und dem Verlust von Glaubwürdigkeit führen. Diese wiederum wären im Extremfall mit einer Reduktion unseres Aktienkurses und damit unserer Marktkapitalisierung verbunden. Daher berücksichtigen wir bereits heute die eingangs erwähnten ESG-Risiken in unseren Prozessen. Dieser Ansatz soll in Zukunft im Rahmen der CR-Strategie 20.20 auf Stufe der Helvetia Gruppe weiter systematisiert werden.

GR 102-11, 103-1, 103-2,
103-3

i vgl. GB, S. 48 f.

Generell können sich ESG-Risiken auf fast alle mit unserem Geschäft verbundenen Risikokategorien auswirken. Beispielsweise können Klimawandelrisiken die Volatilität von Aktienkursen oder Immobilienpreise beeinflussen und finden damit ihren Niederschlag in Marktrisiken. Gegenparteiensrisiken wiederum bestehen in Bezug auf unsere Kapitalanlagen. Die Involvierung von Unternehmen in kontroverse Geschäftspraktiken, wie beispielsweise die ungenügende Berücksichtigung der Rechte indigener Völker bei grösseren Infrastrukturprojekten, könnte im Extremfall zu einem Ausfall aufgrund des Einstellens der Geschäftstätigkeit führen. Besonders treffen ESG-Risiken auch die Bereiche in unserer Risikolandschaft, die sowohl Reputationsrisiken als auch unsere Kapitalbasis betreffen. Bei den versicherungstechnischen Risiken sind dies die möglichen Auswirkungen des Klimawandels oder auch Reputationsrisiken, die sich aus dem Verstoss gegen Arbeits- und Menschenrechte ergeben können. Bei den operationellen Risiken sind vor allem die klassischen Governance-Themen wie ein vertrauenswürdiges Geschäftsgebaren, die Berücksichtigung von Kunden- und Mitarbeiterrechten, der verantwortungsvolle Umgang mit Daten und die Verhinderung von Korruption, aber auch eine nachhaltige Beschaffung relevant. Der Umgang mit diesen Risiken ist bei uns sehr stark kodiert und in Standardabläufe integriert.

Grundsätzlich berücksichtigen wir ESG-Risiken und -Chancen über die CR-Strategie 20.20 in allen relevanten Geschäftsbereichen. Wir sehen dies als Querschnittsaufgabe, die alle im Rahmen der Strategie definierten Ambitionen und wesentlichen Themen betrifft.

Nachhaltige Beschaffung

Im Vergleich zu produzierenden Unternehmen sind die Material- und Stoffflüsse in einem Finanzdienstleistungsunternehmen wie Helvetia begrenzt. Unser direkter Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft entsteht vor allem durch die Nutzung der Infrastruktur, die wir für die Erbringung unserer Dienstleistungen benötigen. Hierunter fallen insbesondere die Bürogebäude und die entsprechende Gebäudetechnik, der Geschäftsverkehr, die IT- und Büroinfrastruktur sowie das Büro- und Marketingmaterial. Dabei achten wir auf eine lokale, umweltfreundliche und sozial verantwortliche Beschaffung und Nutzung.

GR1 102-9, 103-1, 103-2,
103-3

Beschaffungsleitfaden

Mit unseren Grundsätzen für eine nachhaltige Beschaffung haben wir Leitlinien für eine umwelt- und sozialverträglichen Beschaffung definiert. Diese werden mit einem internen Beschaffungsleitfaden für Einkaufsverantwortliche weiter konkretisiert. Der Beschaffungsleitfaden definiert klare Mindestanforderungen und darüber hinausgehende, zusätzliche ESG-Kriterien, die einen umweltfreundlichen und sozialverträglichen Einkauf für 13 Warengruppen sicherstellen sollen. Die Produktkategorien reichen von den Lebensmitteln im Personalrestaurant über die IT-Infrastruktur bis hin zu Reinigungsmitteln und Kundengeschenken. Der Leitfaden stützt sich auf anerkannte Labels und Standards wie den Blauen Engel, die Energieetikette oder die Business Social Compliance Initiative (BSCI) ab. Zusätzlich informiert er die für die Beschaffung von Waren und Dienstleistungen verantwortlichen Personen über die relevanten sozialen oder ökologischen Auswirkungen und gibt ihnen Hinweise, wie sie diese in den Lieferantengesprächen adressieren können.

Insgesamt sind das Beschaffungsvolumen und damit auch die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit von Helvetia in Ländern mit niedrigen Umwelt- und Sozialstandards sehr gering. Der Anteil der lokalen Beschaffung, das heisst der Beschaffung von Waren und Dienstleistungen in der Schweiz, liegt langjährig deutlich über 95 Prozent und betrug im Berichtsjahr sogar 98 Prozent. Lediglich im kleinen Segment der Werbemittel (etwa 2 Prozent des Beschaffungsvolumens) erreichen wir nur einen Anteil von rund 15 Prozent.

GR1 204-1

Auch bei eigenen Immobilienprojekten, die bisher nicht durch den Beschaffungsleitfaden abgedeckt sind, vergeben wir 80 bis 95 Prozent der Aufträge an Kunden von Helvetia und damit an Schweizer Firmen.

CO₂-Ausstoss und Umweltmanagement

Der Schutz der Umwelt und des Klimas zählt zu den bedeutendsten globalen Herausforderungen. Helvetia unterstützt die Entwicklung einer CO₂-armen Wirtschaft. Entsprechend haben wir uns 2015 für die Helvetia Gruppe zum Ziel gesetzt, die absoluten CO₂-Emissionen bis 2020 um 10 Prozent im Vergleich zu 2012 zu senken. Die relativen CO₂-Emissionen pro Mitarbeitenden (FTE – Vollzeitäquivalent) möchten wir im Zeitraum 2012–2020 sogar um 20 Prozent senken. Für die Messung der Zielerreichung berücksichtigen wir sämtliche Verbräuche, die sich aus unserer Gebäudenutzung, den Geschäftsreisen, dem Papier- und Wasserverbrauch sowie der Abfallentsorgung ergeben. Diese Ziele gelten analog auch für Helvetia Schweiz. Die Umrechnung in resultierende Treibhausgasemissionen erfolgt nach der Methodik des Vereins für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten (VfU). Auf dieser Datengrundlage definieren wir Massnahmen zur Reduktion unserer Emissionen. Dabei zielen wir einerseits auf die Vermeidung von Emissionen durch bauliche Massnahmen und effizientere Prozesse und andererseits auf den Übergang zu CO₂-ärmeren Alternativen, wie zum Beispiel den Kauf von Strom aus erneuerbaren Quellen. Am Standort St. Gallen haben wir mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) eine Zielvereinbarung geschlossen, um alle Anforderungen des CO₂- und Energiegesetzes des Bundes zu erfüllen.

GRI 103-2, 103-3

Zahlen und Fakten

3%

CO₂-Reduktion seit 2015

100%

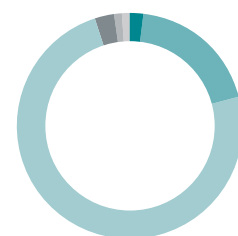
Strom aus erneuerbaren Quellen

Alle vorgesehenen Massnahmen führen wir auf Ebene der Helvetia Gruppe in einem konzernweiten CO₂-Massnahmenplan zusammen. Beispielsweise optimieren wir an allen Bürostandorten unseren Energieverbrauch und investieren bei Neu- und Umbauten in energiesparende Technik und Baustoffe. Nach dem Wechsel zu 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Quellen auf Ebene der Helvetia Gruppe beschloss das CR Advisory Board im Oktober 2015, den Fokus in Zukunft gruppenweit auf die Bereiche Wärme und Geschäftsverkehr zu setzen.

Um die Ergebnisse unserer Bemühungen für unsere Stakeholder transparent und glaubwürdig nachvollziehbar zu machen, berichtet die Helvetia Gruppe seit 2012 jährlich im Rahmen des Carbon Disclosure Project (CDP) über ihre Leistungen für den Klimaschutz.

Stand und Fortschritte 2016

- **CDP-Reporting:** Die Helvetia Gruppe verbesserte ihr CDP-Rating im Rahmen der weltgrössten Initiative zur Klimaberichterstattung von C auf B. Damit wird ihr systematisches, transparentes und messbares Vorgehen für die Erreichung der Reduktionsziele honoriert.
- **CO₂-Emissionen:** Im Vergleich zum Vorjahr reduzierte Helvetia die absoluten CO₂-Emissionen um gut 3 Prozent auf 9066 Tonnen. Die relativen CO₂-Emissionen pro Vollzeitäquivalent stagnierten dagegen bei 2.5 Tonnen (Reduktion um 0.19 Prozent zu Vorjahr). Im Vergleich zum Referenzjahr 2012 nahmen sie jedoch bereits um 4.86 Prozent ab. Diese Stabilisierung nach einer kontinuierlichen Verbesserung in den Vorjahren zeigt uns, dass die besonders wirkungsvollen und einfachen Massnahmen bereits umgesetzt wurden. Helvetia wird daher ihre Anstrengungen erhöhen, weitere Möglichkeiten zur Reduktion zu identifizieren.



● Strom ● Wärme ● Geschäftsverkehr
● Papier ● Wasser ● Abfall
Anteil absolute CO₂-Emissionen

i vgl. auch Kennzahlen,
S. 44

- **Mobilität:** Helvetia unterstützt die Mitarbeitenden darin, privat und geschäftlich die öffentlichen Verkehrsmittel (ÖV) zu nutzen. Für Geschäftsreisen des Innendienstes sind die Mitarbeitenden gemäss Weisung gehalten, öffentliche Verkehrsmittel zu benutzen. Helvetia übernimmt hier die Reisekosten 1. Klasse. Mitarbeitende erhalten einen Zuschuss bis zu 250 Franken jährlich für ihre privaten ÖV-Abonnemente. 2016 wurden die Mieten für die 393 Helvetia Parkplätze an den Hauptsitzen in Basel und St. Gallen erhöht und an marktübliche Preise angepasst. Mitarbeitenden, die ihr Privatfahrzeug für die Fahrt zur Arbeit nutzen, wird für den Parkplatz neu 160 Franken monatlich statt bisher 80 Franken in Rechnung gestellt. Auch dies soll einen Umstieg auf die öffentlichen Verkehrsmittel attraktiver machen.
- **Papier:** Manchmal sind es auch kleinere Projekte unserer Mitarbeitenden, die eine erstaunliche Wirkung haben. So wurden im Berichtsjahr auf Anregung von Mitarbeitenden die Abrechnungen der Aussendienstmitarbeitenden auf eine digitale und interaktive Version umgestellt. Dank dieser Performance Information Application (PIA) können so monatlich rund 18 000 Blatt Papier und 2000 Couverts eingespart werden.

GRI 103-2, 103-3



Helvetia tritt globaler Klimainitiative RE-100 bei

Die Mitglieder der Initiative RE-100 geben eine öffentliche Verpflichtung für einen Zielpfad zum Bezug von 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Quellen ab. Helvetia ist im November 2016 als erster Direktversicherer der Schweiz dieser globalen Klimainitiative beigetreten. Ziel der beteiligten Unternehmen ist die Förderung der Nachfrage und damit auch des Angebots von Strom aus erneuerbaren Quellen. Helvetia geht dabei mit gutem Beispiel voran und bezieht in der Schweiz fast ausschliesslich Strom aus erneuerbaren Quellen. Der verbleibende Strom aus nicht erneuerbaren Quellen wird auf Stufe Gruppe durch Herkunftsnachweise (HKN) für Elektrizität aus Wasserkraft und Solarenergie kompensiert. Dies wurde inzwischen durch ein externes Audit überprüft und bestätigt.

Attraktive Arbeitgeberin – für und mit unseren Mitarbeitenden

Als Finanzdienstleistungsunternehmen ist Helvetia in hohem Mass auf fähige und engagierte Mitarbeitende angewiesen, um langfristig erfolgreich am Markt bestehen zu können. Aktuellen Herausforderungen wie der Digitalisierung, sich verändernden Kundenbedürfnissen und der demografischen Entwicklung kann Helvetia am besten mit einer gut ausgebildeten und agilen Mitarbeiterschaft begegnen. Entsprechend hoch gewichtet sie ihre Rolle als attraktive Arbeitgeberin. Die Verantwortung für den Bereich Human Resources lag 2016 bei Angela Winkelmann, Mitglied der Geschäftsleitung Helvetia Schweiz.

 vgl. auch GB, S. 44–45

Zusammenwachsen der Belegschaft

Die Aktivitäten von Human Resources in der Schweiz waren auch 2016 durch die Integration der Nationale Suisse Gruppe im Jahr 2015 und den damit verbundenen Anstieg der Belegschaft um gut 40 Prozent geprägt. Veränderungsprozesse in diesen Grössenordnungen bergen oftmals Unsicherheiten für die Mitarbeitenden und erfordern ausreichend Zeit für ein Zusammenwachsen der Kulturen. Diese Herausforderung wurde auf der obersten Führungsebene sehr ernst genommen und kommunikativ begleitet. Im Oktober 2016 wurde dem damaligen CEO Schweiz und heutigem CEO der Helvetia Gruppe, Philipp Gmür, hierfür vom Verband für interne und integrierte Kommunikation der Titel des «internen Kommunikators des Jahres» verliehen.

Ein ermutigendes Zeichen sind auch die Resultate der alle drei Jahre durchgeführten Umfrage zur Mitarbeiterzufriedenheit «Commit». Hierfür wurden alle Mitarbeitenden im Juni 2016 zu ihrer Zufriedenheit am Arbeitsplatz befragt. Die hohe Teilnahmequote von 85 Prozent zeigt die Identifikation und die Bedeutung, die der Arbeitsplatz für die Helvetia Mitarbeitenden hat. Das übergreifende Commitment der Mitarbeitenden in der Schweiz ist trotz der Integration der Nationale Suisse mit 78 Punkten nur wenig tiefer als bei der Befragung 2013. Gemessen an der Grösse des Umbaus ist dies ein sehr erfreulicher Wert. Die Werte der ehemaligen Nationale Suisse Mitarbeitenden und der bisherigen Helvetia Mitarbeitenden weichen bei einigen Themen noch um rund 10 Prozentpunkte voneinander ab, und auch die Fluktuationsquote ist mit 10.9 Prozent noch verhältnismässig hoch. Im Vergleich zum Vorjahr zeichnet sich hier aber bereits eine Stabilisierung ab. Die Verankerung einer gemeinsamen Unternehmenskultur ist damit auf einem guten Weg, benötigt jedoch auch in den nächsten Jahren noch ein hohes Engagement aller Mitarbeitenden und Führungskräfte.

 vgl. GB, S. 45

Förderung der Mitarbeitenden

Helvetia verfügt über ein engagiertes Human Resources Management, das attraktive Arbeitsbedingungen, umfassende Entwicklungsmöglichkeiten und ein transparentes und auf Vertrauen und Förderung aufgebautes Führungsverständnis unterstützt. Unser Ziel ist es, langfristig zufriedene und leistungsfähige Mitarbeitende zu beschäftigen, welche über die Fähigkeiten und Kompetenzen verfügen, die Herausforderungen einer sich stetig wandelnden Arbeitswelt positiv zu meistern. Agilität, Kundenorientierung und Innovationen erfordern ein hohes Mass an Flexibilität und Veränderungsbereitschaft. Helvetia bietet ihren Mitarbeitenden Entwicklungsmöglichkeiten und kann so von innen heraus auf den Wandel reagieren. Wir investieren kontinuierlich in attraktive Rahmenbedingungen und fördern ein Umfeld, in denen unsere Mitarbeitenden ihre Stärken und Ideen einbringen können. Diese Zielstrebigkeit in der Personalpolitik zeigt sich auch in einer verhältnismässig langen Betriebszugehörigkeit von mehr als 11 Jahren und einem Durchschnittsalter der Belegschaft von fast 43 Jahren. Helvetia misst der Gesundheit und dem körperlich-geistigen Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden eine hohe Bedeutung zu und fördert diese im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM).

GR1 103-1, 103-2, 103-3

i vgl. auch GB, S. 44 f.,
CR-Bericht 2012 S. 47 ff.

Stand und Fortschritte 2016

- **Fortbildung:** Mit durchschnittlich 48 Stunden bzw. 5.9 Ausbildungstagen pro Mitarbeitenden investiert Helvetia in die Weiterentwicklung ihrer Mitarbeitenden. Für uns steht jedoch nicht der Umfang, sondern die Ausrichtung an den bestehenden und zukünftigen Bedürfnissen sowohl für die Mitarbeitenden als auch für Helvetia im Vordergrund. Unser Fokus auf ein «lebenslanges» Lernen zeigt sich – in der Annäherung der durchschnittlichen Fortbildungsdauer von Innen- und Aussendienst: Auch im Innendienst reicht eine einmalige Ausbildung oder ein Studium nicht mehr, um den sich wandelnden Anforderungen des Arbeitsumfelds dauerhaft gerecht zu werden. Helvetia fördert innovative Ansätze der Weiterbildung und Entwicklung und baut dabei auch das Angebot auf ihrer E-Learning-Plattform learning@helvetia weiter aus. Diese dient allen Mitarbeitenden als zentraler Anlaufpunkt für die Buchung von digitalen und konventionellen Weiterbildungsmassnahmen und ermöglicht eine selbständige berufsbegleitende Weiterbildung. 2016 profitierten beispielsweise bereits alle Mitarbeitenden von E-Learning und erhielten Schulungen zum Code of Compliance und zur IT-Sicherheit.
- **Lehre und Ausbildung:** Im Sommer haben 64 Lernende von Helvetia ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen. Jedoch sank die Nachwuchsquote im Vergleich zum Vorjahr abermals leicht und beträgt knapp 8.1 Prozent gemessen am Personalbestand Innendienst. Die Integration der Nationale Suisse stellte in den letzten beiden Jahren hohe Anforderungen an die Mitarbeitenden und die Führungskräfte und brachte auch Umstrukturierungen mit sich. Um Lernenden, Trainees und Praktikanten auch in diesem Umfeld eine qualitativ hochwertige Ausbildung zu garantieren, wurden Nachwuchsstellen eher zurückhaltend und basierend auf dem tatsächlichen Bedarf und den vorhandenen Betreuungskapazitäten vergeben. Insgesamt wurden im Berichtsjahr 148 Lernende, 24 Versicherungsassistenten, 20 Hochschulpraktikanten, 2 Junior-Sales-Assistenten und 6 Universitätsabsolventen im Insurance Trainee Program (ITP) ausgebildet.

148

Lernende

- **Arbeitszufriedenheit:** Neben der bereits erwähnten Durchführung der Commit-Umfrage wurde auch im Berichtsjahr das Stimmungsbarometer fortgeführt. In einer kurzen anonymen Umfrage wird jeden Monat die Zufriedenheit im Hinblick auf Führungskultur, Eigenverantwortung und Entwicklungsmöglichkeiten erhoben. Auf einer Skala von 1 (ich stimme überhaupt nicht zu) bis 4 (ich stimme voll und ganz zu) bewerten die Mitarbeitenden sechs Aussagen, dabei lag der durchschnittliche Wert im Jahr 2016 um den Wert drei.
- **Programm Arbeitsintegration:** Helvetia beschäftigte 2016 14 Menschen mit psychisch oder physisch eingeschränkter Leistungsfähigkeit entsprechend ihrer jeweiligen Stärken und Fähigkeiten. Dabei liegt die fachliche und disziplinarische Verantwortung bei der jeweiligen Führungskraft, die hierbei durch das Personalmanagement unterstützt wird.
- **Diversität:** Eine vielfältige Mitarbeiterstruktur fördert den Wissens- und Erfahrungsaustausch und begünstigt die Entwicklung kreativer Problemlösungen. Zusammen mit dem Center for Diversity & Inclusion der HSG haben wir eine Analyse zur Situation bei Helvetia durchgeführt und drei Handlungsfelder identifiziert. Diese zielen auf ein ausgewogenes Generationenverhältnis, die Steigerung des Anteils an Frauen im Aussendienst und die Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen. Der Anteil weiblicher Führungskräfte bei Helvetia beträgt 17 Prozent bei einem durchschnittlichen Frauenanteil von gut 33 Prozent. Während das Geschlechterverhältnis bei den unter 30-jährigen Mitarbeitenden annähernd ausgeglichen ist, sinkt der Frauenanteil auf Vollzeitäquivalente (FTE) gerechnet bei den über 30-jährigen deutlich. Dies erschwert die Entwicklung weiblicher Führungskräfte aus den eigenen Reihen und deutet darauf hin, dass Frauen, die in der Familiengründungsphase aus dem Unternehmen austreten, nicht wieder zurückkehren. Mit verschiedenen Massnahmen wie flexiblen Arbeitszeitmodellen, Führungspositionen im Teilzeitpensum und der Förderung von Krippenplätzen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf möchten wir diese Situation verbessern. Die beiden anderen Handlungsfelder werden in den nächsten Jahren verstärkt bearbeitet.
- **Betriebliches Gesundheitsmanagement:** Mit einem systematischen betrieblichen Gesundheitsmanagement unter dem Titel «fit&wohl» schaffen wir den Rahmen für das Wohlergehen unserer Mitarbeitenden. Gleichzeitig sind wir uns bewusst, dass unsere Mitarbeitenden oft sehr gute Ideen haben und mitunter am besten wissen, welche Bedürfnisse sie haben. Daher haben wir im Herbst 2016 eine idea! Ideenkampagne für mehr Gesundheit am Arbeitsplatz durchgeführt, bei der 63 Ideen eingereicht und zum Teil rege kommentiert wurden. Als kurzfristig umsetzbares Projekt mit einer grossen Breitenwirkung wurde hieraus eine Schritte-Challenge entwickelt, die 2017 durchgeführt wird. Zudem wurden 2016 auch die etablierten Gesundheitsmanagement-Angebote erfolgreich durchgeführt. Rund 105 Mitarbeitende nahmen den Gesundheits-Check und gut 10 Teams und 30 Einzelpersonen den Ergonomie-Check in Anspruch. Am Firmenlauf/B2Run beteiligten sich 144 Mitarbeitende, 20 beteiligten sich an der Kampagne Bike to work, 90 liessen sich gegen die saisonale Grippe impfen und 245 profitierten von Fitnesscenter-Vergünstigungen. Für die strategische Verankerung des betrieblichen Gesundheitsmanagements erhielt Helvetia das Label «Friendly Workspace» der Schweizer Gesundheitsförderung.

GRI 103-2, 103-3



Helvetia erlangt das Qualitätssiegel Friendly Workspace

Im Dezember 2016 wurde Helvetia mit dem Label «Friendly Workspace» ausgezeichnet. Dieses steht für ein systematisches betriebliches Gesundheitsmanagement. Angefangen von einer leckeren und gesunden Verpflegung in den Personalrestaurants über ergonomisch gut gestaltete Arbeitsplätze bis hin zu einem offenen Ohr für Mitarbeitende mit privaten oder beruflichen Schwierigkeiten: Das physische und das psychische Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden ist Helvetia ein grosses Anliegen und sie nimmt ihre soziale Verantwortung als Arbeitgeberin ernst. Das Label «Friendly Workspace» wird von der Gesundheitsförderung Schweiz vergeben und zeichnet seit 2009 Unternehmen aus, die sich umfassend und systematisch für das Wohlergehen ihrer Mitarbeitenden engagieren.

Engagement der Mitarbeitenden

Helvetia fördert eine Unternehmens- und Geschäftskultur, in der Eigeninitiative und Mitsprache eingefordert, gefördert und wertgeschätzt werden. Nur in einem offenen Umfeld, in dem Risiken eingegangen werden und Ideen eingebracht werden können, entfalten Mitarbeitende ihr Potenzial und treiben Innovationen voran. Hierzu sind einerseits formale Anlaufstellen und Mitwirkungsmöglichkeiten nötig, wie beispielsweise die regelmässigen Feedbackgespräche mit den Vorgesetzten, den HR Consultants, die Helvetia Personalkommission (PEKO) und die Zusammenarbeit mit einer externen und unabhängigen Mitarbeiterberatung. Regelmässige Kampagnen und Workshops sprechen darüber hinaus gezielt motivierte Mitarbeitende an und ermuntern sie, sich aktiv auch ressortübergreifend an der Weiterentwicklung von Innovationen zu beteiligen.

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Stand und Fortschritte 2016

- **Mitarbeitergespräche:** Wie in den Vorjahren erhielten auch 2016 alle Mitarbeitenden von Helvetia Schweiz eine umfassende Rückmeldung und Beurteilung zu ihrer Leistung und ihren Entwicklungsmöglichkeiten. Gleichzeitig konnten sie ihren Führungskräften Feedback zu ihrem aktuellen Befinden, der Zusammenarbeit im Team und mit den Vorgesetzten geben und Verbesserungen anregen. Um das Potenzial der Mitarbeitenden in Zukunft noch systematischer zu identifizieren und frühzeitig individuelle Entwicklungsmöglichkeiten zu offerieren, begannen zudem die Vorarbeiten zu einem umfassenden Talentmanagement, das im Jahr 2017 für die gesamte Helvetia Gruppe eingeführt werden soll.
- **Personalkommission PEKO:** Seit über 15 Jahren ist die Mitwirkung der Mitarbeitenden in einer gemeinsamen Vereinbarung zwischen der PEKO und Helvetia als Arbeitgeberin geregelt. Sie besteht aus 11 Mitgliedern, die im Herbst 2016 für eine 3-jährige Amtszeit gewählt wurden. In verschiedenen Ausschüssen behandelt die Kommission relevante Mitarbeiterthemen wie Anstellungsbedingungen, Arbeitsplatzgestaltung, Integration neuer Mitarbeitender bei Akquisitionen und vieles mehr. Zudem fördert sie den Austausch zwischen den Mitarbeitenden und hat hierfür Ende 2015 die Plattform «Mitarbeitende für Mitarbeitende» lanciert, auf der im Berichtsjahr zahlreiche Aktionen, Events und Vergünstigungen angeboten wurden.
- **Ideenmanagement mit Plattform idea! ausgebaut:** Im Juli 2016 wurde die neue interne Ideenplattform idea! in Betrieb genommen. Auf dieser können Mitarbeitende unkompliziert Ideen einbringen und auch gegenseitig kommentieren und bewerten. Die eingereichten Ideen werden intern an die für das Thema verantwortlichen Personen weitergeleitet und zeitnah geprüft, bewertet und gegebenenfalls umgesetzt. Zusätzlich können auch gezielte Ideenkampagnen zu konkreten Themen lanciert werden. Dabei suchen die Mitarbeitenden gemeinsam Lösungen für betriebliche Handlungsfelder. Im Berichtsjahr wurden beispielsweise Ideensammlungen für das betriebliche Gesundheitsmanagement, das Schadenmanagement und für Dienstleistungen rund um das Thema Umzug durchgeführt. Die auf idea! publizierten Kampagnen zeigen, dass das ressortübergreifende Engagement unserer Mitarbeitenden ein wesentlicher Faktor für Innovationen und damit auch unseren langfristigen Geschäftserfolg ist.

GRI 404-3

241

Ideen auf idea! Plattform eingereicht

- **Erprobung innovativer Arbeitsmethoden:** Das Ressort Strategie und Innovation arbeitet an Geschäftsmodell-Innovationen und entwickelt Strategien für Helvetia, um konstruktiv und gewinnbringend mit grossen Trends wie der Digitalisierung oder der Alterung der Gesellschaft umgehen zu können. Im März 2016 wurden zwei Ideen-Workshops durchgeführt und alle Mitarbeitenden zur Teilnahme eingeladen. Ziel war es, einen breiten und kreativen Input über verschiedene Fachbereiche hinweg zu erhalten und daraus Ansatzpunkte für Innovationen zu entwickeln.
- **Gesellschaftliches Engagement der Mitarbeitenden:** Helvetia unterstützt Mitarbeitende, die sich ehrenamtlich für öffentliche Belange, Gesellschaft und Umweltschutz einsetzen. Für ein Engagement im privaten oder im persönlichen Bereich besteht für die Mitarbeitenden die Möglichkeit, in Absprache mit ihrer Führungskraft, Sabbaticals oder unbezahlten Urlaub zu beziehen. Darüber hinaus kann auch Arbeitszeit für ein entsprechendes Engagement zur Verfügung gestellt werden. Helvetia unterstützt das Milizsystem der Schweiz: Mandatsträger, also Mitarbeitende, die ein öffentliches Amt bekleiden oder aktiv in der Führung einer Partei engagiert sind, und andere politisch interessierte Mitarbeitende tauschen sich jährlich im internen «Forum Helvetia» aus. Zudem haben wir im Oktober 2016 entschieden, ab Januar 2017 an der externen unternehmensübergreifenden Dialogplattform «Transfer» zu gesellschaftlichen und politischen Schlüsselthemen teilzunehmen.
- **Events für Mitarbeitende und deren Familien:** Regelmässig führt Helvetia verschiedene Events für die Mitarbeitenden durch. So konnten diese im Dezember 2016 zu günstigen Konditionen Kunstwerke aus der Helvetia Sammlung erwerben. In den Sommer- und den Herbstferien veranstaltet Helvetia für die Kinder der Mitarbeitenden einen Kinderferienspass. Dieser ermöglicht den Kindern eine vergnügliche Ferienwoche und erleichtert es den Mitarbeitenden, Kinderbetreuung und Arbeit zu vereinbaren. Am Nationalen Zukunftstag können die Kinder der Mitarbeitenden Arbeitsluft schnuppern und ihren Eltern bei der Arbeit über die Schulter schauen.

GRI 103-2, 103-3

i vgl. auch den Abschnitt
Public Policy

Engagierter Standortpartner – Helvetia ist vor Ort aktiv

Als führendes Schweizer Versicherungsunternehmen pflegt Helvetia seit fast 160 Jahren gute und konstruktive Beziehungen zu den Standorten, an denen sie wirtschaftet, insbesondere an den Standorten der beiden Hauptsitzen St. Gallen und Basel. Mit ihrem Kerngeschäft leistet sie durch die Vorsorge für Einzelpersonen und den Investitionsschutz für Anlagen und Vermögen kleinerer, mittlerer und grösserer Unternehmen einen Beitrag zur lokalen Gemeinschaft. Ein spektakuläres Beispiel hierfür ist der Bau des längsten Eisenbahntunnels der Welt: Der Gotthard-Tunnel konnte im Dezember 2016 plangemäss in Betrieb genommen werden. Während der Bauphase war Helvetia die vertragsführende Versicherung dieses Jahrhundertprojekts. Darüber hinaus nehmen wir unsere Verantwortung als «guter Nachbar» wahr und engagieren uns aktiv für Umwelt und Gesellschaft. Neben der schweizweiten Förderung von kleineren Projekten für Kinder und Jugendliche durch die Stiftung Stiftung Helvetia Patria Jeunesse und dem bewährten Einsatz für den Schutzwald unterstützt Helvetia auch viele lokale Aktivitäten und Veranstaltungen. Angeregt werden diese Engagements häufig durch unsere Generalagenturen. Damit weisen sie einen engen lokalen Bezug auf und verkörpern unsere Helvetia Werte «Dynamik», «Vertrauen» und «Begeisterung» vor Ort. Auch das klassische Sportsponsoring, insbesondere im Wintersport, fördert und unterstützt Schweizer Sportvereine und strahlt so in die Regionen aus.

Wertschöpfungsrechnung

Über ihre Geschäftstätigkeit und die damit verbundene Unternehmensleistung verteilt Helvetia einen nennenswerten finanziellen Gegenwert an ihre direkten Stakeholder und die Gesellschaft in der Schweiz. Im Jahr 2016 hat Helvetia Schweiz mithilfe ihrer Mitarbeitenden und des eingesetzten Kapitals über 5.9 Milliarden Franken erwirtschaftet. Davon flossen rund 3.9 Milliarden in Form von Löhnen, Betriebskosten, Zahlungen an Versicherungsnehmer, Zinsen, Steuern und freiwilligen Beiträgen direkt an die Gesellschaft zurück.

GRI 201-1

Erzeugter Mehrwert (in Mio. CHF)		2013	2014	2015	2016
Einnahmen	Ertrag aus betrieblicher Tätigkeit: Nettoerlöse und Einnahmen aus Finanzinvestitionen	5 203.00	5 316.40	5 809.10	5 938.70
Verteilter Mehrwert (in Mio. CHF)					
Betriebskosten	Zahlungen an Dritte und externe Auftragnehmer ²	140.6	149.9	194.1	175.1
Zahlungen an Mitarbeitende	Sämtliche Zahlungen an Mitarbeitende einschliesslich der im Namen der Mit- arbeitenden an Behörden abgeführten Beiträge	339.8	405.3	532.3	536.2
Zahlungen an Vertriebspartner	Zahlungen für externe Vermittler	65.9	75.9	119.7	133.1
Zahlungen an Versicherungsnehmer	Zahlungen aus Lebensversicherungs- verträgen	2 340.8	3 419.2	2 556.4	2 916.8
Zahlungen an Kapi- talgeber	Nur Zinszahlungen. Dividenden an die Anteilseigner werden auf Stufe Helvetia Holding ausgeschüttet.	20.3	21.6	19.3	11.7
Zahlungen an die öffentliche Hand	Steuern an Behörden	52.6	44.2	67	47
Investitionen in die Gemeinschaft	«Gemeinwohlausgaben», Spenden und Beiträge	1.8	2.5	1.9 ³	1.3³
Beiträge an Wirt- schaftsorganisationen und Parteispenden	Zahlungen an Wirtschaftsverbände und Branchenorganisationen sowie Unterstützung der politischen Willensbildung	0.2	0.4	2.3 ³	3.0³
Total		2 962.0	4 118.9	3 493.0	3 825.5
Total zurückbehaltener Mehrwert		2 241.0	1 197.4	2 316.0	2 113.1

GRI 201-1

- Exklusiv Schadenaufwand und Schadenbearbeitung Nicht-Leben, Überschuss und Gewinnanteile der Versicherten, Betriebs- und Verwaltungsaufwand, übriger Aufwand.
- Starkes Wachstum bzw. Rückgang ergibt sich aus einer verbesserten Datenqualität und einer systematischeren Zuordnung der einzelnen Ausgaben. Vorjahreswerte wurden angepasst.
- Ein Grossteil dieses zurückbehaltenen Mehrwerts wird der Helvetia Holding ausgeschüttet.

Public Policy

Über die Fachstelle Public Affairs beteiligt sich Helvetia an der aktuellen politischen Meinungsbildung mit Bezug zum Kerngeschäft. Sie bekennt sich dabei zu den Standesregeln der Schweizerischen Public Affairs Gesellschaft (SPAG). Ein kontinuierliches Screening der relevanten Initiativen und Vorstösse gewährleistet eine systematische Beurteilung der zu erwartenden Auswirkungen und Chancen und ermöglicht eine fundierte Ausarbeitung der eigenen Position. Helvetia positioniert sich unter anderem über eine entsprechende Verbandsarbeit, vor allem im Schweizerischen Versicherungsverband SVV und in den relevanten Dachverbänden. Sie strebt dabei nach Möglichkeit Branchenlösungen an. Um den Kontakt zu relevanten Stakeholdern und der Öffentlichkeit zu stärken, organisiert Helvetia regelmässig Diskussionsrunden zu aktuellen branchenrelevanten Themen oder beteiligt sich an solchen. Beispielsweise widmete sich die Podiumsveranstaltung «Rendez-vous Helvetia» 2016 unter dem Titel «Sozial und sicher» der anstehenden Reform Altersvorsorge 2020.

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Helvetia unterstützt das System der privaten Parteienfinanzierung in der Schweiz. Seit 2016 leistet sie jährlich einen Beitrag von insgesamt CHF 123 000 an die politische Basisarbeit in der Schweiz. Sie richtet sich dabei nach den Empfehlungen des Europarat-Gremiums GRECO (groupe d'Etats contre la corruption). Alle in der Schweizerischen Bundesversammlung vertretenen und in mehr als der Hälfte der Schweizer Kantone aktiven Parteien erhalten auf Anfrage einen Unterstützungsbeitrag zur freien Verwendung, ohne politische Gegenleistung. Der Beitrag basiert auf den jeweiligen Parlamentsmandaten: Die Gesamtsumme wird hälftig auf die beiden Kammern National- und Ständerat verteilt, was einem Beitrag von rund CHF 308 pro Nationalrats- und rund CHF 1337 pro Ständeratsmandat entspricht. Kandidaturen von Mitarbeitenden für politische Ämter auf kantonaler und auf nationaler Ebene kann Helvetia auf Anfrage ebenfalls unterstützen. Helvetia fördert zudem das politische Engagement ihrer Mitarbeitenden mit einer angemessenen Regelung zur Arbeitszeit.

GRI 415-1

Corporate Citizenship

Unter Corporate Citizenship fassen wir unser gesellschaftliches Engagement zusammen, das über unsere Aktivitäten im Kerngeschäft hinausgeht, aber einen möglichst direkten Bezug zu diesem herstellt. Helvetia richtet sich dabei an ihren zentralen Werten «Dynamik», «Vertrauen» und «Begeisterung» aus und leistet einen Beitrag zu den Zielen der Strategie *helvetia 20.20* welche Innovation, Agilität und die Kundenperspektive ins Zentrum stellen. Organisatorisch werden Corporate-Citizenship-Aktivitäten schwerpunktmässig von Branding, Corporate Responsibility und der Unternehmenskommunikation betreut. Eine systematischere Erfassung und Koordination des Gemeinwohlangagements soll in den nächsten Jahren aufgebaut werden.

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Stand und Fortschritte 2016

- **Schutzwaldengagement:** Seit 2011 engagiert sich Helvetia für den Erhalt und die Auf- forstung des Schutzwaldes in der Schweiz und seit 2013 auch im gesamten Alpenraum.

GRI 103-2, 103-3

- **Engagement für Kinder und Jugendliche:** Wir arbeiten eng mit der Stiftung Helvetia Patria Jeunesse zusammen, die seit 1978 individuelle Pro- jekte für Kinder und Jugendliche unterstützt. Sie legt ihren Fokus auf die Themenbereiche Sport und Freizeit, Musik und Theater sowie die Förderung körperlich oder geistig behinderter Jugendlicher. Im Jahr 2016 wurden in der Schweiz 69 Projekte mit insgesamt 253 302 Franken unterstützt.

- **Kunstengagement:** Mit der Kunstversicherung Artas ist Helvetia in der Absicherung von Kunstwerken im Kerngeschäft aktiv. Darüber hinaus en- gagierte sie sich aktiv für Kunst und Kunstschaffende. Sie unterhält eine grosse Kunstsammlung mit rund 1700 Werken von etwa 400 Künstlerin- nen und Künstlern und vergibt jährlich den mit 15 000 Franken dotierten Helvetia Kunstpreis an einen Schweizer Nachwuchskünstler. 2016 war dies die Künstlerin STELLA. Helvetia unterstützt zudem die öffentliche Ver- mittlung von Kunst durch zweimal jährlich wechselnde öffentliche Kunst- ausstellungen im Helvetia Art Foyer in Basel. Im Berichtsjahr wurden zwei Digitalisierungsprojekte in Zusammenarbeit mit dem Kirchner Museum Davos und dem Kunstmuseum Luzern gestartet. Ziel sind die Archivierung und die Erschliessung ausgewählter Bestände und die Entwicklung von partizipativen Ausstellungsformaten. Mit der Edition Helvetia wird seit 2016 jährlich ein Kunstwerk eigens für Helvetia geschaffen und in limitier- ter Auflage als Kunstkarte oder Originaldruck an Mitarbeitende verkauft.

- **Verständnis der Generationen:** Der demografische Wandel ist für Helvetia ein zentrales Thema, das unser Lebensversicherungsgeschäft di- rekt betrifft. Wir unterstützen daher die internationale Plattform World Demographic & Ageing Forum (WDA Forum) finanziell und durch den Einsitz im Verwaltungsrat. Das WDA fördert den Austausch zu Bevölke- rungs-, Alters- und Generationenfragen mit dem Ziel, die Chancen des demografischen Wandels zu nutzen. Alle drei Jahre vergibt Helvetia in Zusammenarbeit mit dem WDA und der Universität St. Gallen einen Preis für ausserordentliche Leistungen für den gesellschaftlichen Wandel. Die- ser wurde 2016 im Andenken an unseren langjährigen Gruppen-CEO und Verwaltungsrat in Erich Walser Generationenpreis umbenannt. Im Be- richtsjahr ging der mit 20 000 Franken dotierte Preis an alt Bundesrat Adolf Ogi.



Schutzwaldprojekt in der Schweiz

Als Versicherung ist es uns ein grosses Anliegen, unseren Lebensraum zum Arbeiten und Wohnen, aber auch als Ort zum Krafttanken in der Freizeit zu schützen. Im Mai 2016 lancierte Helvetia im Kanton Luzern das 10. Schutzwaldpro- jekt in der Schweiz. An fünf Standorten wurden insgesamt 10 000 Bäume gepflanzt. Im Teilgebiet Gatzel-Oberstole wurde ausserdem ein Schutzwald Baumpfad eingerichtet, der für die Öffentlichkeit zugänglich ist. Weitere 10 000 Bäume erhielt das Kantonsforstamt Uri für die Aufforstung an 14 verschie- denen Standorten. Total hat Helvetia in der Schweiz damit in den letzten sechs Jahren über 110 000 Bäume gestiftet, die Menschen, Objekte, Loipen, Wander- und Verkehrs- wege in der Schweiz vor Naturgefahren wie Überschwemmungen, Rutschungen und Murgängen schützen. Eine umsichtige Bewirtschaftung von Schutzwäldern kann die Wucht der Naturgefahren mildern und Leben und Sachwerte vor Schaden bewahren. Durch die enge Zusammen- arbeit mit den kantonalen Forstdiensten stellen wir eine sorgfältige Auswahl der Pflanzgebiete und eine fachgerechte Pflanzung sicher. Kundinnen und Kunden von Helvetia können sich mit dem Erwerb von Baumpässen an den Pflanzungen beteiligen und so dafür sorgen, dass die Schutzwälder in der Schweiz noch schneller wachsen.

- **Möbel für Rumänien:** Nach dem Zusammenschluss von Helvetia und Nationale Suisse und der damit verbundenen Zusammenlegung von Standorten verfügte Helvetia auch nach mehreren Verkaufsaktionen für die Mitarbeitenden noch über überzähliges Büromobiliar in einem guten Zustand. Gemeinsam mit der Kirchgemeinde Wil und in Zusammenarbeit mit der rumänischen Stiftung «Heiliger Daniel» wurde dieses Anfang Juni 2016 in die rumänische Stadt Turda transportiert, wo es gemeinnützigen Zwecken zugute kommt.
- **Bauprojekte an den Hauptsitzen St. Gallen und Basel:** Helvetia ist seit längerer Zeit mit ihren Hauptsitzen für die Gruppe und für die Schweiz in St. Gallen und Basel vertreten und investiert dort in den Ausbau ihrer Bürostandorte. Im Berichtsjahr sind die Arbeiten am Erweiterungsbau West am Standort Girtannersberg in St. Gallen in vollem Gang, und in Basel geht das ambitionierte Projekt «Helvetia Campus» in die Genehmigungsphase. Dieser ist als teilweise öffentlich zugängliches Gebäude mit Vortragsräumen und Dach-Café geplant.
- **Sport:** Im Bereich Schneesport unterstützt Helvetia ausgewählte Verbände und Anlässe wie den Schweizer Skiverband Swiss-Ski, den FIS Alpine World Cup, den Langlaufverband Loipen Schweiz und den Engadin Skimarathon. Im Dezember 2016 haben Helvetia und der Schweizerische Skiverband Swiss-Ski ihre Sponsoringpartnerschaft um vier Jahre verlängert. Seit August 2016 ist Helvetia Presenting Partner des «Helvetia Schweizer Cup». Neben diesen klassischen Sponsoringpartnerschaften unterstützt Helvetia zahlreiche Breitensportaktivitäten. In der Saison 2016/2017 profitierten beispielsweise 240 Sportgruppen von einer Helvetia Skifit Trainingseinheit.

GRI 103-2, 103-3

Überblick über unsere Kennzahlen

42 Kennzahlen Mitarbeitende

44 Kennzahlen Umwelt

Kennzahlen Mitarbeitende⁵

	2012	2013	2014	2015	2016	Veränderung zum Vorjahr in %
Personalstruktur						
Geschäftsleitung	307*	92*	8	10	9	-10%
Führungskräfte	-	-	368	501	464	-7%
Fachspezialisten	963	381	273	466	452	-3%
Sachbearbeiter	920**	1995**	1837**	2514**	2132	-3%
Nachwuchskräfte	-	-	-	-	196	-
Aushilfen	-	-	-	-	116	-
Mitarbeitende gesamt	2190	2468	2486	3491	3369	-3%
Fluktuationsquote (Austritte in % des Personalbestands)	8.8%	10.2%	7.5%	13.8%	10.9%	-21%
Innendienst	1424	1714	1723	2470	2395	-3%
Aussendienst	766	754	763	1021	974	-5%
Befristet Beschäftigte Frauen	-	190	137	163	167	2%
Befristet Beschäftigte Männer	-	111	104	143	145	1%
Befristet Beschäftigte gesamt	-	301	241	306	312	2%
Unbefristet Beschäftigte Frauen	-	693	759	1108	1062	-4%
Unbefristet Beschäftigte Männer	-	1474	1486	2077	1995	-4%
Unbefristet Beschäftigte gesamt	-	2167	2245	3185	3057	-4%
Teilzeitbeschäftigungsquote Frauen	46.4%	30.9%	40.2%	43.4%	42.6%	-2%
Teilzeitbeschäftigungsquote Männer	4.6%	5.3%	6.6%	6.3%	7.1%	13%
Teilzeitbeschäftigungsquote gesamt	18.0%	17.0%	19.0%	19.0%	20.0%	5%

* Geschäftsleitung inkl. Führungskräfte

** Sachbearbeiter, Nachwuchskräfte und Aushilfen

GRI 102-8

Diversität

≤ 29 Jahre	328	554	556	723	680	-6%
30–39 Jahre	431	477	491	660	601	-9%
40–49 Jahre	714	681	658	960	792	-18%
50–59 Jahre	566	588	612	913	850	-7%
≥ 60 Jahre	151	168	169	235	197	-16%
<hr/>						
Durchschnittsalter Frauen	40.3	44.3	38.1	39.4	39.4	0%
Durchschnittsalter Männer	45.5	38.1	44.4	45.0	44.7	-1%
Durchschnittsalter gesamt	43.8	42.1	42.1	43.0	42.8	0%
<hr/>						
Anteil Frauen ≤ 29 Jahre	51%	55%	56%	54%	50%	-7%
Anteil Frauen 30–39 Jahre	40%	38%	38%	40%	35%	-12%
Anteil Frauen 40–49 Jahre	29%	32%	31%	35%	30%	-14%
Anteil Frauen 50–59 Jahre	22%	23%	25%	25%	24%	-3%
Anteil Frauen ≥ 60 Jahre	21%	24%	21%	24%	19%	-22%
Anteil Frauen gesamt	32%	36%	32%	36%	33%	-9%
<hr/>						
Anteil Frauen in Führungspositionen	–	12%	17%	17%	18%	6%
Anteil Frauen in der Geschäftsleitung (Helvetia Schweiz)	–	–	12%	10%	11%	10%
Anteil Frauen im Verwaltungsrat (Helvetia Holding AG)	22%	22%	17%	15%	20%	30%

Ausbildung

in Tagen per Mitarbeitenden

Aussendienst	7.7	9.2	9.7	8.3	6.5	-22%
Innendienst	1.9	5.2	5.5	5.8	5.7	-2%
Gesamt	3.9	6.4	6.8	6.5	5.9	-9%
<hr/>						
Frauen	2.9	5.3	5.6	6.2	5.7	-7%
Männer	4.2	7.2	7.5	6.7	6	-10%
<hr/>						
Direktion	3.5	5.3	5.6	5.4	1.2	-78%
Kader	4.8	7	7.5	7.2	2.1	-71%
Mitarbeitende	2.8	6.4	6.9	6.6	7.2	9%
<hr/>						
Anzahl Nachwuchskräfte	160	165	168	205	196	-4%
Nachwuchsquote*	7.3%	7.6%	7.5%	6.4%	6.3%	-2%

* Ohne befristet Beschäftigte

GRI 404-1

Kennzahlen Umwelt

	Einheit	2012	2013	2014	2015	2016	Veränderung zum Vorjahr in %
Verbrauch absolut							
Strom	kWh	11 786 077	13 208 869	12 133 842	17 086 280	17 101 820	0.1%
Wärme	kWh	11 110 856	12 418 720	9 307 166	11 929 166	12 496 352	4.8%
Geschäftsverkehr*	km	17 524 750	18 040 363	17 891 694	31 646 169	29 543 487	-6.6%
Papier	t	298	188	247	208	253	21.5%
Wasser	m ³	76 038	54 149	50 181	61 508	62 748	2.0%
Abfall	t	442	537	395	472	605	28.1%

Verbrauch pro Mitarbeitenden (FTE)

Strom	kWh	4 714	5 022	4 743	4 626	4 770	3.1%
Wärme	kWh	4 444	4 722	3 638	3 230	3 486	7.9%
Geschäftsverkehr*	km	7 010	6 860	6 994	8 568	8 240	-3.8%
Papier	kg	119	71	97	56	70	25.0%
Wasser	m ³	30	21	20	17	18	5.9%
Abfall	kg	177	204	154	128	169	32.0%

CO₂-Emissionen absolut

Strom	t	230	242	210	227	209	-7.9%
Wärme	t	1 515	1 836	1 417	1 637	1 708	4.3%
Geschäftsverkehr*	t	4 418	4 284	4 234	7 110	6 700	-5.8%
Papier	t	358	226	297	250	304	21.4%
Wasser	t	57	41	38	46	47	2.0%
Abfall	t	66	66	72	84	98	16.3%
Total	t	6 644	6 695	6 268	9 355	9 066	-3.1%

CO₂-Emissionen pro Mitarbeitenden (FTE)

Strom	kg	92	92	82	61	58	-5.6%
Wärme	kg	606	698	554	443	476	7.4%
Geschäftsverkehr*	kg	1 767	1 629	1 655	1 925	1 869	-2.9%
Papier	kg	143	86	116	68	85	25.3%
Wasser	kg	23	15	15	12	13	4.2%
Abfall	kg	26	25	28	23	27	18.3%
Total	kg	2 657	2 545	2 450	2 533	2 528	-0.2%

* Vorjahreswerte aufgrund besserer Datenqualität angepasst

Anhang

46 Über diesen Bericht

47 GRI-Inhaltsindex

51 Impressum

Über diesen Bericht

Mit diesem Bericht informiert Helvetia seit 2012 zum fünften Mal in Folge über ihre Corporate-Responsibility-Aktivitäten im Heimatmarkt Schweiz. Soweit nicht anders angegeben, beziehen sich die im vorliegenden CR-Bericht der Helvetia Versicherungen Schweiz aufgeführten Daten und Informationen auf das Geschäftsjahr 2016 (1. Januar 2016 bis 31. Dezember 2016) und ergänzen den Geschäftsbericht 2016 der Helvetia Gruppe. Wenn im Bericht von «Helvetia» gesprochen wird, ist hiermit jeweils Helvetia Schweiz gemeint.

GRI 102-4

GRI 102-50

Im Vergleich zum Vorjahresbericht 2015 folgt die Berichtsstruktur der im Jahr 2016 verabschiedeten CR-Strategie 20.20 und der aktualisierten Bestimmung der relevantesten Themen. Um unseren Stakeholdern einen guten Überblick über die wichtigsten Entwicklungen im Berichtsjahr zu geben, werden für jedes dieser Themen der Managementansatz und die wichtigsten Massnahmen des Jahres 2016 dargestellt. Bei der Auswahl der Massnahmen haben wir sowohl den erzielten Impact als auch eine mögliche Beispielfunktion berücksichtigt.

GRI 102-49

GRI 102-46

In den Fällen, in denen neue Erkenntnisse zu einer Neubewertung der im Bericht 2015 gemachten Angaben führten, wurden die Vorjahreswerte aktualisiert und die Anpassungen kurz kommentiert.

GRI 102-48

Wir haben die vorliegenden Informationen sorgfältig zusammengetragen, jedoch nicht von einer unabhängigen Stelle überprüfen lassen. Die Umweltdaten wurden mithilfe des VfU-Fragebogens (Verein für Umweltmanagement in Finanzinstituten) erhoben und von E2 Management Consulting in Zürich plausibilisiert.

GRI 102-56

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option Kern erstellt. Einen Überblick über die ausgewählten Standards und die entsprechenden Verweise erhalten Sie im GRI-Inhaltsindex.

GRI 102-54

GRI-Inhaltsindex



GRI 102-55

GRI 101: Grundlagen (2016) Allgemeine Angaben

GRI-Standard	Angabe	Seite	Kommentare und weitere Dokumente
Organisationsprofil			
GRI 102: Allgemeine Angaben (2016)	102-1 Name der Organisation	51	
	102-2 Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	4	GB Helvetia Gruppe 2016 S. 35 f.
	102-3 Ort des Hauptsitzes	51	
	102-4 Betriebsstätten	4	
	102-5 Eigentum und Rechtsform	4	
	102-6 Bediente Märkte	4	GB Helvetia Gruppe 2016 S. 35 f. Porträt
	102-7 Grössenordnung der Organisation	4	GB Helvetia Gruppe 2016 S. 111 f.
	102-8 Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter	42	Helvetia Schweiz beschäftigt im Berichtsjahr keine beaufsichtigten Arbeitenden.
	102-9 Lieferkette	28	
	102-10 Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	4	
	102-11 Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmassnahmen	27	GB Helvetia Gruppe 2016 S. 48 f.
	102-12 Externe Initiativen	18	
	102-13 Mitgliedschaft in Verbänden	18	
Strategie			
	102-14 Aussagen der Führungskräfte	3	
Ethik und Integrität			
	102-16 Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	6	Unsere Werte, Leitbild, Code of Compliance
Unternehmensführung			
	102-18 Führungsstruktur	25	GB Helvetia Gruppe 2016 S. 66–92
Stakeholder-Einbezug			
	102-40 Liste der Stakeholder-Gruppen	17–18	
	102-41 Tarifverhandlungen		In der Schweizer Versicherungsbranche besteht weder für den Innendienst noch für den Aussendienst ein Gesamtarbeitsvertrag, daher fallen auch die Mitarbeitenden der Helvetia nicht unter eine Kollektivvereinbarung.
	102-42 Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	16	
	102-43 Ansatz für die Stakeholder-einbeziehung	16	
	102-44 Schlüsselthemen und Anliegen	17–18	

GRI-Standard	Angabe	Seite	Kommentare und weitere Dokumente
GRI 102: Allgemeine Angaben (2016)	Berichterstattungspraxis		
	102-45 Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden		<u>GB Helvetia Gruppe 2016</u> S. 221 f.
	102-46 Bestimmung des Berichtsinhalts und Themenabgrenzung	9–12, 46	
	102-47 Liste der wesentlichen Themen	10	
	102-48 Neuformulierung der Informationen	46	
	102-49 Änderungen bei der Berichterstattung	46	
	102-50 Berichtszeitraum	46	
	102-51 Datum des aktuellsten Berichts	2015	
	102-52 Berichtszyklus		Helvetia berichtet jährlich über ihre CR-Aktivitäten
	102-53 Kontaktangaben bei Fragen zu Bericht	51	
	102-54 Aussagen zu Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	46	
	102-55 GRI-Inhaltsindex	47	
	102-56 Externe Prüfung		Eine externe Prüfung durch unabhängige Dritte wurde für diesen Bericht nicht durchgeführt.

Wesentliche Themen

GRI-Standard	Angabe	Seite	Zusatzinformationen und Auslassungen
Nachhaltiges Angebot			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	10, 20	
	103-2 Managementansatz und -instrumente	20	
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	20–21	
Branchenbezogene Aspekte Finanzdienstleistungen: Produktportfolio (2013)	FS 8: Geldwert von Produkten und Dienstleistungen, die für einen spezifischen ökologischen Nutzen entwickelt wurden, für jeden Geschäftsbereich, aufgeschlüsselt nach dem Zweck	21	
Nachhaltige Anlagen			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	10, 21	
	103-2 Managementansatz und -instrumente	21	
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	22	
Branchenbezogene Aspekte Finanzdienstleistungen: Active-Ownership-Ansatz (2013)	FS 11: Anteil der Vermögenswerte, die mit positivem oder negativem Ergebnis einer Prüfung nach ökologischen oder gesellschaftlichen Aspekten unterzogen wurden	22	Der Anteil der Vermögenswerte mit ESG-Prüfung ist aktuell nur für die Finanzanlagen verfügbar. Für die weiteren Vermögenswerte wird die zukünftige Datenerhebung geprüft.

GRI-Standard	Angabe	Seite	Zusatzinformationen und Auslassungen
Kundenerwartungen und -schutz			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	10, 23	
	103-2 Managementansatz und -instrumente	23–24	
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	23–24	
GRI 417: Marketing und Kenn- zeichnung (2016)	417-2 Verstöße im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	23	
Corporate Governance			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	11, 25–26	
	103-2 Managementansatz und -instrumente	25–26	
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	26	
GRI 419: Sozialökologische Compliance (2016)	419-1 Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	26	
Risikomanagement			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	11, 27	
	103-2 Managementansatz und -instrumente	27	
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	27	
GRI 418: Schutz der Kunden- daten (2016)	418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes oder den Verlust von Kundendaten	23	Im Berichtsjahr gab es keine begrün- deten Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kun- den und den Verlust von Kundendaten.
Nachhaltige Beschaffung			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	11, 28–29	
	103-2 Managementansatz und -instrumente	28–30	
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	29–30	
GRI 204: Beschaffungspraktiken (2016)	204-1 Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	28	
Förderung der Mitarbeitenden			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	11, 32	
	103-2 Managementansatz und -instrumente	32–33	
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	32–33	
GRI 404: Aus- und Weiterbil- dung (2016)	404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	43	

GRI-Standard	Angabe	Zusatzinformationen Seite und Auslassungen
Engagement der Mitarbeitenden		
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	11, 34
	103-2 Managementansatz und -instrumente	34–35
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	34–35
GRI 404: Aus- und Weiterbildung (2016)	404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten	34
Public Policy		
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	12, 38
	103-2 Managementansatz und -instrumente	38
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	38
GRI 415: Politische Einflussnahme (2016)	415-1 Parteispenden	38
Corporate Citizenship		
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	12, 38
	103-2 Managementansatz und -instrumente	38–40
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	39–40
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung (2016)	201-1 Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	36–37

Impressum

Der Corporate-Responsibility-Bericht von Helvetia Schweiz ist nur in deutscher Sprache erhältlich.

Ansprechpartner

Helvetia Versicherungen
Hauptsitz Schweiz
Alexandra Sauer
St. Alban-Anlage 26
CH-4002 Basel
E-Mail: cr@helvetia.ch

 102-1, 102-3, 102-53

Texte

Alexandra Sauer, Helvetia Versicherungen

Beratung GRI-Reporting

BSD Consulting, Zürich

Copyright © 2017
by Helvetia Gruppe, St. Gallen

Helvetia ist eine führende Schweizer Versicherung mit massgeschneiderten Versicherungs- und Vorsorgelösungen für Unternehmen und Privatkunden – seit 1858. Helvetia unterstützt gesellschaftliche Engagements.



Engagiert im Thema
Schutzwald seit 2012.

Helvetia Versicherungen

T 058 280 10 00 (24 h), www.helvetia.ch



einfach. klar. helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung