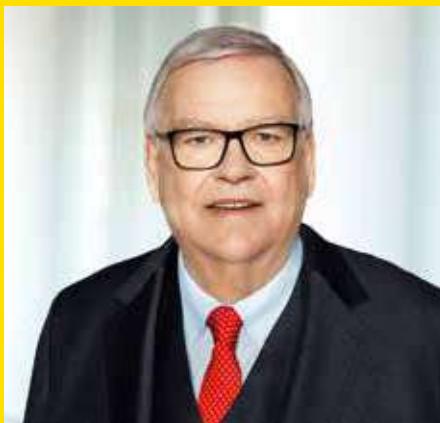


ARAG HOLDING SE

Nachhaltigkeitsbericht 2018



Auf ins Leben.



Liebe Leserin, lieber Leser,

zum dritten Mal erscheint nun bereits der ARAG Nachhaltigkeitsbericht. Denn Nachhaltigkeit bedeutet für uns, Verantwortung zu übernehmen und diese transparent zu machen – für Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre, die Gesellschaft und die Umwelt.

Der umfassende Ansatz unserer Unternehmensverantwortung geht bereits zurück auf die Gründungsidee meines Großvaters Heinrich Faßbender, der sich Chancengerechtigkeit für alle Menschen vor dem Recht wünschte. Auch – oder gerade – heute noch ist diese Idee in unserem unabhängigen Familienunternehmen fest verankert. Damit wir uns stetig weiterentwickeln können, überprüfen wir alle zwei Jahre, wie wir diesen Auftrag an sich stark wandelnde Umfelder anpassen können: Welche Themen sind besonders jetzt wichtig und aktuell? Um dieser Fragestellung auf den Grund zu gehen, haben wir im Herbst 2018 genau jene Themen bestimmt und uns gefragt, welchen Beitrag wir hierzu leisten – zur nachhaltigen Entwicklung des Unternehmens, der Gesellschaft sowie der Umwelt. Eine transparente Darstellung der Ergebnisse finden Sie in der Materialitätsmatrix auf Seite 52 und die detailliertere Ausführung auf den darauf folgenden Seiten des GRI-Berichtsteils.

Um einen besseren und vertiefenden Einblick in Themen zu bieten, die für uns von besonderer Aktualität und Relevanz sind, berichten wir im Magazinteil jedes Jahr

über ein neues Fokusthema. Dieses Jahr steht die „Chancengerechtigkeit in der digitalen Welt“ im Vordergrund. Dieses Thema gewinnt durch den digital getriebenen Epochewandel enorm an Bedeutung. Auf der einen Seite ist die digitale Transformation ein wichtiger Treiber für die Weiterentwicklung des Unternehmens. Wir sehen hierin bereits seit mehreren Jahren eine große Chance, um unsere Wettbewerbsfähigkeit klar zu verbessern. Wir sind davon überzeugt, dass die Digitalisierung ein Glücksfall für unser Haus ist.

Andererseits birgt die Digitalisierung auch neue Risiken, mit denen sich die Gesellschaft beschäftigen muss. Dazu gehören Hass und Hetze im Netz. Da die digitale Welt kein rechtsfreier Raum ist, setzen wir uns auch hier für Chancengerechtigkeit ein und bieten konkrete Hilfestellungen und Services an: mit neuen Produkten zum Schutz im Internet (ARAG web@ktiv), mit unserem gesellschaftlichen Engagement gegen Cybergewalt und -mobbing und mit unserem Einsatz in der Politik für einen besseren Schutz der Opfer von Cybervmobbing. Denn Digitalisierung wird nur dann erfolgreich verlaufen, wenn sie auch das Gemeinwohl klar im Blick behält, und dafür sollten wir uns alle einsetzen.

A handwritten signature in blue ink that reads "Paul-Otto Faßbender". The signature is fluid and cursive, with a large, stylized "P" and "O".

Dr. Dr. h. c. Paul-Otto Faßbender

Inhalt



ERDKUNDESTUNDE: (CYBER-)MOBBING – RECHT WELTWEIT

INFOGRAFIK

Andere Länder, andere Paragrafen. Was Deutschland in Sachen Anti-Mobbing-Gesetzgebung von anderen lernen kann.

18

GESICHTER ZUR STIMME

REPORTAGE

Wenn Digitalisierung Zeit für persönliche Beratung schafft. Zu Gast bei den Mitarbeitern im ARAG Servicebereich.

30

HIGHSPEED IN DER LETZTEN HÜTTE

REPORTAGE

Skandinavien sind die Digital Natives Europas. Das nutzt die ARAG Scandinavia AS für innovative Services – und kommt damit gut an.

36

VORREITER BEI BITS UND BYTES

INTERVIEW

39

EINE FRAGE DER VERANTWORTUNG

FRAGEN & ANTWORTEN

40

GRI-Bericht

42

Allgemeine Angaben
Themenspezifische Angaben

43

54

GRI-Inhaltsindex

92

VOM PAUSENHOF INS INTERNET

REPORTAGE

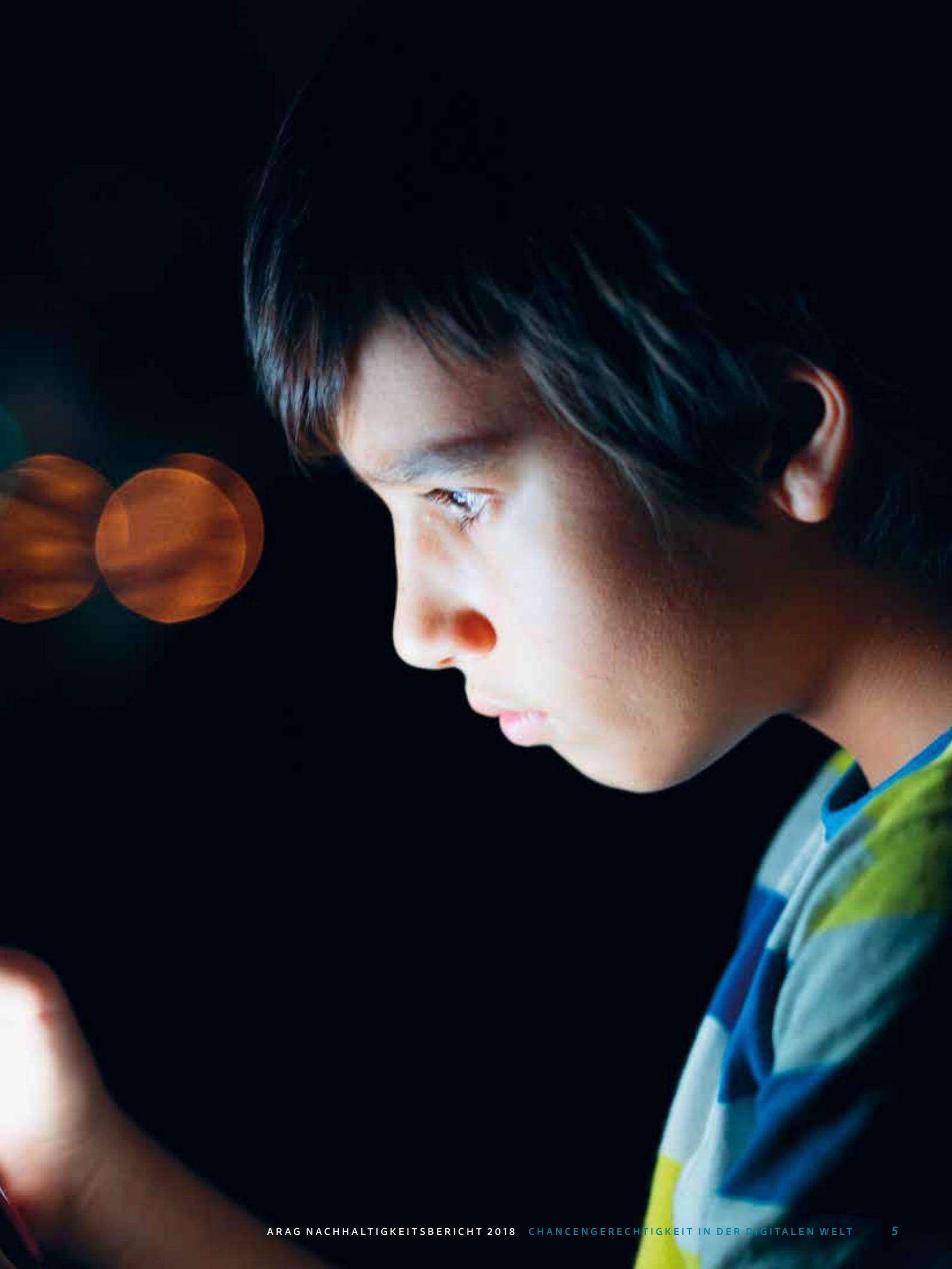
Fanden Hänseleien früher offen auf dem Pausenhof und in der Klasse statt, haben sich Streitereien und Beleidigungen an Schulen im digitalen Zeitalter in die sozialen Medien verlagert. Mit Cybermobbing hat Ausgrenzung und Anprangern eine neue, gefährliche Dimension erreicht.



THORSTEN LEYENS



GETTY IMAGES



CHATALLTAG AN SCHULEN

Ein Blick in die Chatverläufe der Schüler zeigt ein erschütterndes Bild. Hass und Hetze sind an der Tagesordnung.

Dienstag, 5. Feb. 2019

Luca

Marius wieder voll am schleimen...
was der heute wieder in englisch
gebracht hat...

15:22
🕒

Sandro

wie er der Berger in Arsch kriecht –
macht mich so aggro der pisser

15:23
🕒

Luca

word! ich füg den Spast mal hinz
LOL

15:24
🕒

Marius wurde von Luca
zum Chat hinzugefügt

Darf man sich jetzt im Unterricht
nicht mehr melden oder was???

15:32
🕒

Luca

ach komm leg dich untern zug
hilfst uns allen damit

15:34
🕒

Sandro

da würd er sich selbst und der
Welt n gefallen tun

15:35
🕒

Luca

Von der brücke springen wär auch ok
...aber dafür hat der nicht die Eier...

15:36
🕒

Sandro

man könnt ihm ein bisschen
nachhelfen ^^ hey Marius meld dich
wenn du n schubs brauchst

15:39
🕒

Sarah sitzt mit ihrem Smartphone in der Hand auf dem Bett in ihrem Jugendzimmer und liest in mehreren Chats die Hass-Nachrichten ihrer Schulkameraden. Als die Mutter das Zimmer betritt, wird klar, dass sie nichts von den Problemen ihrer Tochter weiß. Mit dieser Szene macht ein TV-Spot auf das Problem von Cybermobbing aufmerksam. Initiiert wurde der Spot von der Initiative „Schau hin!“ einer gemeinsame Initiative des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und der öffentlich-rechtlichen Sender Das Erste und ZDF. Zusammen wollen die Absender mit der Kampagne Erwachsene dafür sensibilisieren, auf die Anzeichen von Cybermobbing zu achten und zum Wohl ihrer Kinder zu handeln. Denn was der Zuschauer in dem 30-Sekunder sieht, ist leider oft Alltag in Familien und längst kein Randphänomen mehr.

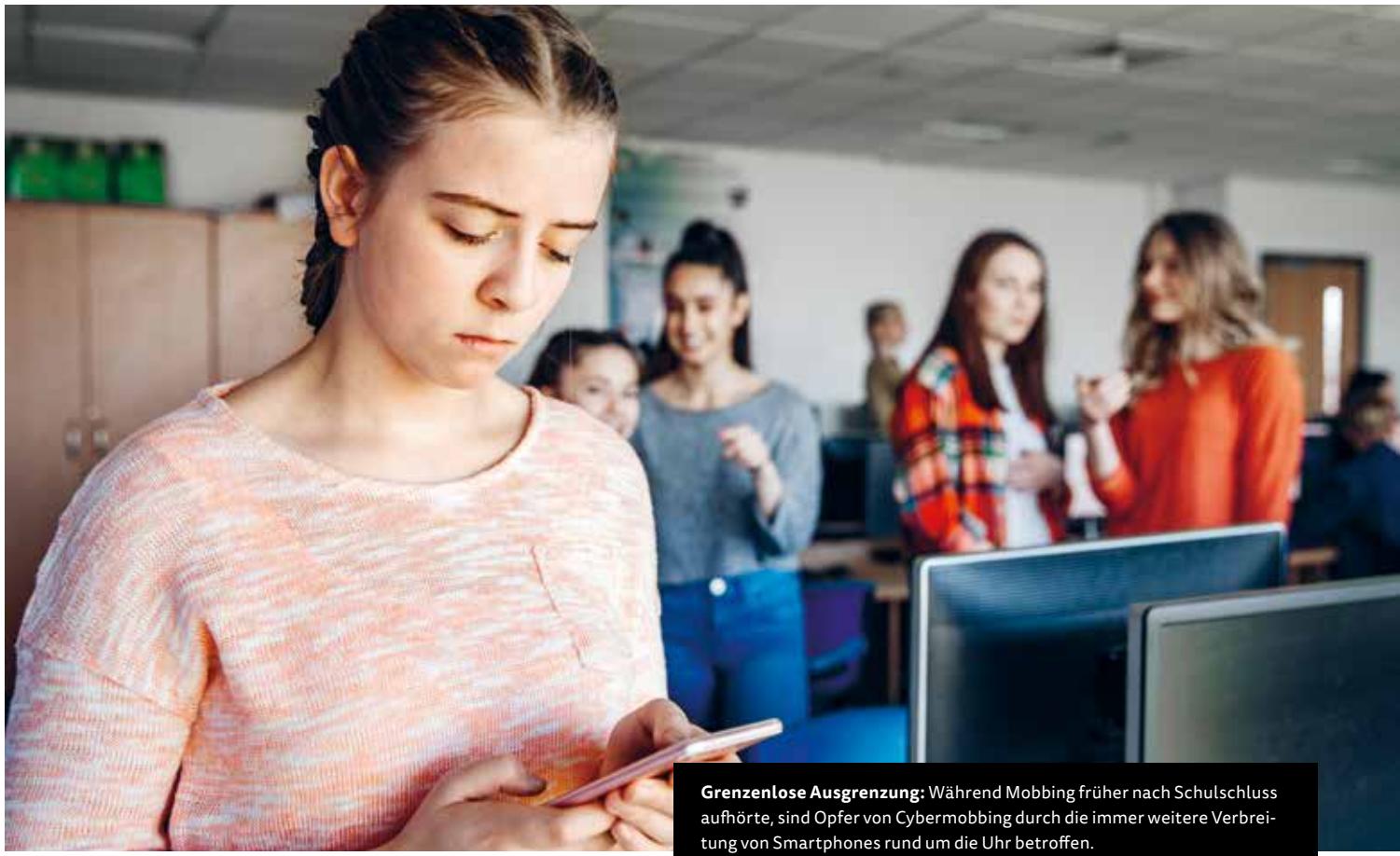
Der Spot zeigt auch: Mobbing findet nicht nur im Klassenzimmer statt. Mit dem digitalen Zeitalter hat es eine neue Dimension angenommen. Schüler erreichen die Anfeindungen auch zu Hause – über das Smartphone, in sozialen Netzwerken, per E-Mail oder durch Anrufe. Betroffene können sich Cybermobbing kaum entziehen, da es ständig verfügbar und öffentlich verbreitet ist.

Hassattacken gegen Kinder und Jugendliche sind leider keine Einzelfälle. Vielmehr gehören sie zur Tagesordnung in sozialen Netzwerken. Einerseits nutzen Jugendliche diese als Rückzugsraum für die Kommunikation untereinander und um Freundschaften zu pflegen. Gleichzeitig sind diese Plattformen aber auch das Forum für öffentliche Beleidigungen und Hass. Rund 80 Prozent der Cybermobbingfälle, in denen peinliche Fotos geteilt werden, finden auf sozialen Medien statt. Das Perfide dabei: Selbst nachdem die Beleidigungen aufgehört haben, sind sie noch immer im Netz zu finden.

CYBERMOBBING ZERMÜRBT UND MACHT KRANK

Laut der vom Bündnis gegen Cybermobbing e. V. durchgeföhrten und von der ARAG unterstützten Studie „[Cyberlife – Spannungsfeld zwischen Faszination und Gefahr, Cybermobbing bei Schülerinnen und Schülern](#)“ sind etwa 17 Prozent der befragten Schülerinnen und Schüler in Deutschland in den sozialen Netzwerken bereits Opfer von Beleidigungen und Hass im Netz geworden. Ein Ergebnis der Studie ist dabei besonders interessant. Anscheinend gilt auch im digitalen Raum das Sprichwort: Gewalt erzeugt

Quelle | www.fritzundfraenzi.ch



Grenzenlose Ausgrenzung: Während Mobbing früher nach Schulschluss aufhörte, sind Opfer von Cybermobbing durch die immer weitere Verbreitung von Smartphones rund um die Uhr betroffen.

Gegengewalt. Denn während nur etwa jeder fünfte Schüler von sich selbst sagt, dass er schon einmal Täter gewesen sei, sind 36 Prozent der Täter auch schon einmal Opfer von Cyberattacken gewesen.

Gerade die Anonymität der Täter macht den Opfern zu schaffen. Und viele Vorfälle werden den Plattformen nicht gemeldet, weil die Opfer sich hilflos fühlen und der Meinung sind, sich nicht dagegen wehren zu können. Diese Hilflosigkeit und die kontinuierliche Belästigung können zu schwerwiegenden psychosomatischen Schäden, Depressionen oder Vereinsamung führen. Im schlimmsten Fall begehen Opfer von Cybermobbing sogar Suizid. So wie die junge Kanadierin Amanda Todd im Jahr 2012 (siehe Interview mit Jo-Anne MacDonald, Seite 11).

PRÄVENTIONSKONZEPTE GEGEN CYBERMOBBING

Was also tun? Die Bundesregierung hat das sogenannte Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) verabschiedet. Es ist seit dem 1. Oktober 2017 in Kraft und nimmt die kommerziellen Anbieter sozialer Netzwerke in die Pflicht, ihre Inhalte genauer zu prüfen. „Offensichtlich rechtswidrige“ Inhalte müssen von den Plattformen innerhalb von 24 Stunden entfernt werden. Bei vorheriger Prüfung auf Rechtskonformität haben die Unternehmen eine Woche Zeit.

Kritiker sehen das Gesetz zwar als Schritt in die richtige Richtung, sehen aber die von der Verfassung garantierte Meinungsfreiheit in Gefahr. Deshalb unterstützt die ARAG die unabhängige



Die ARAG hat die erste umfassende Studie zum Cyberlife und Cybermobbing bei Jugendlichen unterstützt. Diese und weitere ARAG Studien zum Thema finden Sie online gesammelt unter

www.hass-streichen.de



ANTI-CYBERMOBBING-INITIATIVEN

INFOGRAFIK

Ob Beleidigung, Diffamierung oder peinliche Fotos. Immer mehr Kinder und Jugendliche werden Opfer von rufschädigendem Verhalten im Internet. Das Ausmaß von Cybermobbing ist ein Grund dafür, warum es immer mehr Initiativen* und Anlaufstellen in Deutschland gibt.

JUUUPORT

HANNOVER | Der Verein ist eine bundesweite Beratungsplattform, auf der sich Jugendliche gegenseitig helfen, wenn sie Probleme im Internet haben.

www.juuuport.de

MEDIENSCOUTS

Ein Angebot der Landesanstalt für Medien NRW

DÜSSELDORF | Die Medienscouts-NRW-Ausbildung richtet sich an Schülerinnen und Schüler und erfolgt innerhalb des sogenannten „Train-the-Trainer-Programms“.

www.medienscouts-nrw.de

BÜNDNIS GEGEN CYBERMOBBING

KARLSRUHE | Das Bündnis gegen Cybermobbing sensibilisiert Jugendliche und Erwachsene in der Nutzung von sozialen Netzwerken. Die kürzlich erschene „Mobbingstudie 2018“ informiert über Mobbing und Cybermobbing bei Erwachsenen im DACH-Raum.

www.buendnis-gegen-cybermobbing.de

*Aus Platzgründen konnten nicht alle Initiativen aufgeführt werden. Die Karte zeigt lediglich eine Auswahl, die keine Wertung darstellt.

SCHAU HIN

BERLIN | Die Initiative des Bundesfamilienministeriums, der Sender Das Erste und ZDF und der Zeitschrift TV SPIELFILM wurde 2003 ins Leben gerufen, um Eltern und Erziehende mit Tipps zu unterstützen, ihre Kinder im Umgang mit Medien zu stärken.

www.schau-hin.info

klicksafe.de

LUDWIGSHAFEN | klicksafe ist eine EU-Initiative für mehr Sicherheit im Internet und wird von der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen umgesetzt. www.klicksafe.de

polizei für dich

STUTTGART | Die Seite der polizeilichen Kriminalprävention der Länder und des Bundes gibt sehr übersichtlich Informationen und Tipps rund um die Themen Gewalt und Drogen, aber auch über die Themen Cybermobbing und Cybergrooming und bietet eine umfassende Zusammenstellung von Hilfsangeboten und Beratungsstellen.

www.polizeifuerdich.de

Konfliktmanagement an Schulen

Weitere Informationen zum Projekt finden Sie im Kapitel „Gesellschaftliches Engagement“ auf Seite 82.

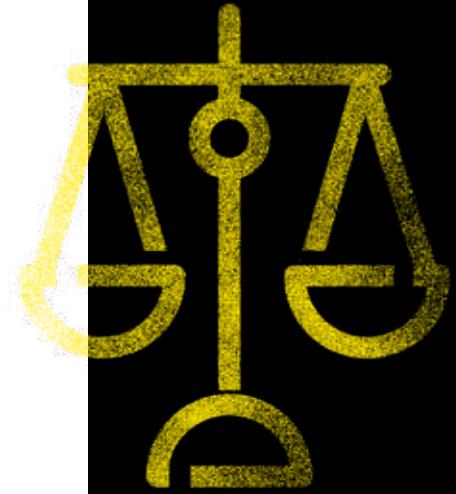
Forschungsstelle für IT-Recht und Netzpolitik der Universität Passau (For..Net) bei der Formulierung eines alternativen Persönlichkeitsrechtsschutzgesetzes, das Opfern mehr Rechtssicherheit bietet (siehe auch Seite 17). Den Schulen ist die Tragweite von Cybermobbing zwar bekannt, doch Lehrkräfte stehen dem Problem ohne professionelle Unterstützung meist hilflos gegenüber. Tatsächlich sieht sich jeder zweite Lehrer darin überfordert, Schüler im Umgang mit Onlinemedien zu schützen. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Vereins Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM), die vom Hans-Bredow-Institut für Medienforschung und dem JFF-Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis durchgeführt wurde. Der FSM wurde vor gut 20 Jahren gegründet und befasst sich mit Jugendschutz in Onlinemedien.

CYBERMOBBING IST EIN WELTWEITES PROBLEM

Ein Präventionskonzept setzt die ARAG seit 2014 gemeinsam mit dem Ministerium für Schule und Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen um. Im Projekt „Konfliktmanagement an Schulen“ werden Schulleiter, Lehrer, Fachkräfte für Sozialarbeit und Eltern als Schulmediatoren ausgebildet. Ziel

des von der ARAG geförderten Projekts ist es, erstmalig flächendeckende Qualitätsstandards in der Mediatorenausbildung  zu setzen, sodass insgesamt rund 55.000 Schüler in NRW von dem Projekt profitieren werden. Bisher wurden 284 zu Mediatoren ausgebildet. Die Ausbildung findet mit erfahrenen Trainern direkt vor Ort statt, sodass die Inhalte der Ausbildung individuell an die jeweiligen Bedürfnisse der Schule angepasst werden können. Ein Vorstoß, der im Übrigen auch auf die Wünsche von Lehrkräften eingeht, die sich in Sachen Cybermobbing mehr Fortbildungsmaßnahmen wünschen.

Auch Dr. Catarina Katzer, Leiterin des Instituts für Cyberpsychologie und Medienethik an der Universität zu Köln, setzt sich für neue Präventionskonzepte an Schulen ein und bestärkt die Forderung vieler Lehrer nach neuen Inhalten in der Lehrerausbildung und mehr Informations- und Fortbildungsangeboten. Katzer ist eine gefragte Expertin für Cybermobbing und Cyberkriminologie. Die Wissenschaftlerin beschäftigt sich seit vielen Jahren mit der Frage, wie das Internet unser soziales Handeln und Denken verändert. Sie ist Mitbegründerin des Bündnisses gegen Cybermobbing e. V. und berät Schulen und



AKTIVE RECHTSHELFE GEGEN HASS

Um Opfern von Hassattacken Schutz und Rechtsbeistand zu gewährleisten, hat die ARAG das Internethaftungsschutzpaket ARAG web@ktiv entwickelt. Darin beinhaltet sind die aktive Strafverfolgung bei Mobbing, das Löschen diffamierender Inhalte sowie Schutz bei Verstößen gegen das Urheberrecht, online abgeschlossenen Verträgen und Daten- und Identitätsdiebstahl.

ARAG web@ktiv

Weitere Informationen dazu finden Sie im Kapitel „Digitalisierung“ auf Seite 61.



Überaus erfolgreich ist das Projekt Konfliktmanagement an Schulen, das von der ARAG gefördert wird. Lehrer profitieren von der Expertise der ARAG.

www.konfliktmanagement-an-schulen.de/projekt/



„Mit dem Ausbildungsprogramm für Lehrer verankern wir Hilfe gegen Cybermobbing nachhaltig im Schulprogramm.“

Dr. Dr. h. c. Paul-Otto Faßbender | Vorstandsvorsitzender ARAG SE

Regierungsinstitutionen im In- und Ausland, wie sie wirkungsvolle Präventionsarbeit gegen Cybermobbing leisten können. Denn gerade die Schule ist der Ort, an dem die größte Anzahl von Kindern und Jugendlichen physisch zusammentrifft.

„Cybermobbing ist endlos“, sagte Katzer kürzlich in einem Interview mit „jetzt“, dem Magazin für junge Menschen der Süddeutschen Zeitung. „Die Opfer können auch nach Jahren wieder retraumatisiert werden, zum Beispiel weil irgendwas wieder im Netz auftaucht. Egal, wo man ist: Das, was andere mit mir machen, verfolgt mich. Als Opfer ist man quasi rund um die Uhr betroffen.“ Denn die Auseinandersetzungen zwischen Kindern und Jugendlichen verlagern sich zunehmend ins Internet. Die hohe Vielfalt an verschiedenen digitalen Kommunikationsräumen wie Chatrooms, Foren, Blogs, sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter und Online-Gaming-Communities bietet eine große Zahl potenzieller Tatorte für Cybermobbing.

CYBERMOBBINGGLOSSAR

HAPPY SLAPPING Körperliche Angriffe gegen unbekannte Personen oder Mitschüler, die gefilmt und öffentlich im Internet zugänglich gemacht werden.

EXCLUSION Ausschluss eines Einzelnen oder einer Minderheit aus einer Gemeinschaft, zum Beispiel einer Facebook-Gruppe.

CYBERTHREATS Androhung von körperlicher Gewalt, ebenfalls meistens ausgeübt über soziale Netzwerke.

OUTING | TRICKERY Bloßstellung durch öffentliches Posten von Kommentaren, Bildern und Videos, die rufschädigend sind. Trickery bezeichnet dabei das betrügerische In-Erfahrung-Bringen von persönlichen Informationen.

CYBERGROOMING Gezielte Anbahnung sexueller Kontakte mit Minderjährigen über das Internet, meist durch ältere Männer, die sich in Chats gegenüber Minderjährigen als gleichaltrig ausgeben.

Weitere Begriffe online unter
www.hass-streichen.de

DIE POLITIK MUSS UMDENKEN UND HANDELN

Experten gehen davon aus, dass Cybermobbing künftig zunehmen wird. Und längst ist es kein Phänomen, das sich auf Deutschland beschränkt, sondern weltweit zum Problem wird (siehe Weltkarte, Seite 18). Je nach Land werden dagegen jedoch konkrete rechtliche Maßnahmen eingeleitet: In Italien steht Cybermobbing seit Mai 2017 unter Strafe. Darüber hinaus hat das Parlament veranlasst, dass Schulen mehr Medienkompetenz zu unterrichten haben. Auch in Schweden müssen Schulen nachweisen, dass sie sich aktiv gegen Mobbing einsetzen. Wenn sie das nicht tun, können sie wegen Verletzung der Fürsorgepflicht von ihren Schülern verklagt werden. In Deutschland dagegen fehlt dieser Schutz bisher. Betroffene und Initiativen fordern deshalb, dass weiter über die Folgen von Cybermobbing aufgeklärt wird und die Politik Gesetze erlässt, die den Hass im Netz als Strafbestand mit einem eigenen Paragrafen im Strafgesetzbuch aufnimmt.

DER OFFENE DIALOG IST WICHTIG

KURZINTERVIEW

Jo-Anne MacDonald leitet seit 2018 die kanadische Tochtergesellschaft ARAG Services Corporation in Toronto. Auch in Kanada ist Cybermobbing ein ernstes Thema geworden, wie die 52-Jährige im Interview erklärt.

Sie waren selbst einmal Lehrerin. Welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

JO-ANNE MACDONALD Ich habe während meiner Lehrtätigkeit persönlich keine Mobbingfälle erlebt. Vielleicht lag das daran, dass Schüler im College älter sind und mehr Selbstvertrauen haben. Doch hätte ich von Mobbing gegen Schüler erfahren, wäre ich offensiv dagegen vorgegangen.

2012 nahm sich die 15-jährige Amanda Todd das Leben, nachdem sie online gemobbt wurde. Wie haben Sie das erlebt?

JO-ANNE MACDONALD Ich lebte damals mit meinem Sohn in British Columbia. Bis dato hatten wir nicht über Mobbing gespro-

chen. Nach dem tragischen Vorfall wurde das Thema für uns aber sehr wichtig.

Hat sich danach das Bewusstsein zu Mobbing in Kanada* verändert?

JO-ANNE MACDONALD Ja, das hat es. Es führte zu einem offenen Dialog über Cybermobbing. In Schulen wird das Problem seitdem offen diskutiert und Schülern beigebracht, wie sie sich als Opfer verhalten sollen.

Wie würden Sie darauf reagieren, wenn in Ihrer Familie jemand gemobbt würde?

JO-ANNE MACDONALD Das Wichtigste ist, dass ganz offen darüber gesprochen wird, dass das Thema nicht verharmlost wird und



man nicht zulässt, dass sich die Person verschließt. Nur so kann man eine Lösung finden und gemeinsam gegen die Ursache vorgehen.

* Cybermobbing kann in Kanada straf- und zivilrechtlich verfolgt werden (siehe Seite 18). Das ganze Interview mit Jo-Anne McDonald unter www.arag.com/de/nachhaltigkeit

Auch ein Notfallbutton, der verletzende und strafrechtlich relevante Inhalte sofort an die Plattformanbieter meldet, soll den Opferschutz verbessern. Damit soll sichergestellt werden, dass diffamierende Postings, Bilder oder Videos auch wirklich aus dem Netz verschwinden.

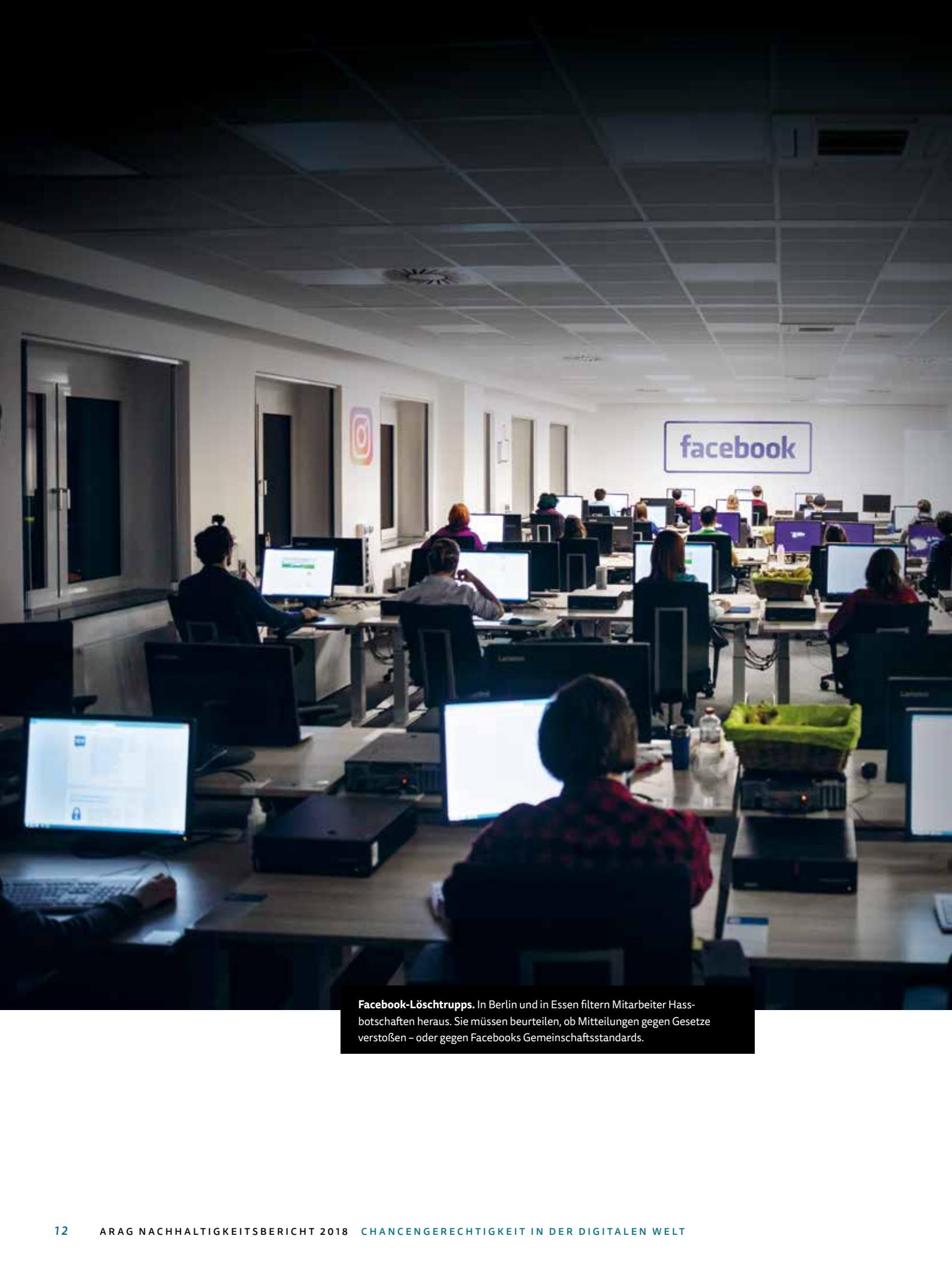
Auch die Bundesregierung hat inzwischen den Handlungsbedarf erkannt. Im November 2018 stellte Bundesjugendministerin Dr. Franziska Giffey zusammen mit dem Deutschen Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) die Studie „Euphorie war

gestern – Jugendliche und junge Erwachsene zwischen Glück und Abhängigkeit“  vor.

Zwei Drittel der befragten Jugendlichen geben an, dass sie fest damit rechnen, beleidigt und beschimpft zu werden, sobald sie sich im Internet äußern. Giffey: „Wir brauchen ein modernes Jugendmedienschutzgesetz, das Teilhabe, Befähigung und Schutz zugleich sichert. Daran arbeiten wir gerade. Anbieter müssen ausreichende Sicherungs- und Meldesysteme bereitstellen, und Eltern benötigen mehr Transparenz darüber, welche Angebote und Apps für ihre Kinder geeignet sind und welche nicht.“ 

Die gesamte Studie finden Sie online unter:

www.tinyurl.com/divsi-studie



Facebook-Löschtrupps. In Berlin und in Essen filtern Mitarbeiter Hassbotschaften heraus. Sie müssen beurteilen, ob Mitteilungen gegen Gesetze verstoßen – oder gegen Facebooks Gemeinschaftsstandards.



REPORTAGE

Wenn es nach dem umstrittenen Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) geht, sollen Social-Media-Plattformen wie Facebook & Co. darüber entscheiden, was im Internet gelöscht wird. Ein Rasenmäherprinzip mit Folgen.



KARIN VOGELSPERG



GORDON WELTERS

DELETE

Die Studie finden Sie unter
www.hass-streichen.de

Hetze, Häme und Hass im Internet sind ein ernsthaftes und ein gesamtgesellschaftliches Problem. Schwarz auf weiß belegen das mehrere Studien der ARAG SE, dem Bündnis für Cybermobbing und der Expertin für Cyberpsychologie Dr. Catarina Katzer. Die Studien entstanden in den Jahren 2013 bis 2016 und beleuchten Aspekte von Cybermobbing: „Cyberlife“ analysiert das Problem in den Schulen, „Mobbing und Cybermobbing bei Erwachsenen“ belegt, dass das Thema nicht nur Heranwachsende betrifft. Und die „ARAG Digital Risks Survey“ ist eine länderübergreifende Trendstudie zum Thema Cybermobbing.



„Cybermobbing ist zu einem gesellschaftlichen Problem aller Altersgruppen geworden.“

Klaus Heiermann | Vorstand ARAG Holding SE

REAKTIONEN AUF SPOTT IM NETZ

Mobbing und Beleidigungen im Netz gehören für Jugendliche zur Tagesordnung. Ihre Reaktionen darauf sind ganz unterschiedlich.

17 %

haben den Vorfall beim Betreiber des Onlinedienstes gemeldet.

58 %

haben mit ihren Eltern darüber gesprochen.

50 %

haben mit ihren Freunden darüber gesprochen.

Quelle | BITKOM Research 2014

Die Ergebnisse der Umfragen und Analysen sind alarmierend. Digitales Mobbing ist besonders perfide, weil es sich extrem schnell verbreitet und weil es keinen Rückzugsort für die Angegriffenen gibt. Die Attacken in sozialen Netzwerken, auf YouTube, in Mails und Foren können Leben zerstören: 13 Prozent der Betroffenen greifen zu Alkohol und Tabak, um die Anfeindungen wenigstens vorübergehend ausblenden zu können; jeder zehnte Betroffene ist suizidgefährdet.

Die Fakten liegen auf dem Tisch – und natürlich sah und sieht auch die Politik die Notwendigkeit, der Gefahr Cybermobbing zu begegnen. Zwar ist das Internet kein rechtsfreier Raum. Das Telemediengesetz regelt das Löschen rechtswidriger Inhalte schon seit zehn Jahren. Doch nach Überzeugung des Justizministeriums hielten sich die kommerziellen Plattformen nicht streng genug an die Gesetze.

DAS NETZDG STEHT IN DER KRITIK

Deshalb erließ die Bundesregierung ein neues Gesetz: Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) soll Hasskriminalität und andere strafbare Inhalte im Internet eindämmen. Das Gesetz trat am 1. Oktober 2017 in Kraft; seit dem 1. Januar 2018 ist die Über-

gangsfrist abgelaufen und die Unternehmen müssen die Forderungen des NetzDG umsetzen. Die Unternehmen müssen auf Beschwerden rasch reagieren. Die wichtigsten Aspekte: „Offensichtlich rechtswidrige“ Inhalte sind nach Meldung innerhalb von 24 Stunden zu tilgen, bei weniger klaren Fällen ist innerhalb von sieben Tagen der Zugriff auf die Botschaft zu sperren. Beschwerdeführer und Nutzer müssen über die Entscheidungen unverzüglich informiert werden. Zu Beweiszwecken muss der gelöschte Inhalt mindestens zehn Wochen lang gespeichert werden. Halten die Unternehmen diese Regeln nicht ein, begehen sie eine Ordnungswidrigkeit. Kommen diese Verstöße häufiger oder gar systematisch vor, drohen den kommerziellen sozialen Netzwerken Bußgelder in Millionenhöhe. Des Weiteren fordert das NetzDG, dass die Unternehmen einen Bevollmächtigten als Ansprechpartner für Behörden und zivilrechtliche Verfahren benennen. Halbjährlich müssen sie zudem einen Bericht über eingegangene Beschwerden und ihren Umgang damit erstellen.

Oberflächlich betrachtet scheint das NetzDG die wichtigsten Punkte zu adressieren. Doch tatsächlich birgt das Gesetz Fallstricke und wurde deshalb von Anfang an kritisiert. Schon bei der Anhörung zum Gesetzesentwurf im Deutschen Bundestag brachten acht von zehn geladenen Experten erhebliche

Politisches Engagement

Weitere Informationen zum Thema finden Sie auf Seite 84.

Bedenken zum Ausdruck. Die Journalistenorganisation „Reporter ohne Grenzen“ sprach von einem „Schnellschuss“, der das Grundrecht auf Presse- und Meinungsfreiheit massiv beschädigen könne.

DIE MEINUNGSFREIHEIT IST IN GEFAHR

Der Knackpunkt: Die kommerziellen Plattformen entscheiden selbst, welche Inhalte sie löschen. Eine unabhängige Prüfinstanz gibt es nicht. Für den Nutzer ist es in der Regel aber nicht nachvollziehbar, welche Qualifikation die Personen haben, die bei Facebook, Twitter & Co. über die Beseitigung von Beiträgen verfügen. Auch die Regeln, nach denen entschieden wird, sind nicht eindeutig. Nicht immer wird hier gesetzlichen Vorschriften genügt; die Unternehmen greifen auch auf selbst erlassene Standards zurück. Da beträchtliche Bußgelder drohen, wenn Rechtswidriges stehen bleibt, und die Prüfungszeiträume kurz sind, besteht das Risiko, dass die Unternehmen im Zweifel eher zu viel löschen. Das heißt: Auch Inhalte, die eigentlich durch das Recht auf freie Meinungsäußerung geschützt sind, fliegen raus. „Overblocking“ nennt man es, wenn die Löschbrigade im Internet über das Ziel hinausschießt. Löschen die Anbieter zu viel, drohen ihnen keine Konsequenzen.

Das Prüfen auf Rechtswidrigkeit ist eigentlich eine hoheitliche Aufgabe des Staates – das NetzDG trägt diese Pflicht aber privaten Unternehmen auf. Das ist ein verfassungsrechtliches Problem, insbesondere mit Blick auf die Meinungsfreiheit. Und: Selbst für versierte Juristen ist es nicht immer einfach, zwischen freier Meinungsäußerung, Satire und Straftaten zu unterscheiden. Juristische Laien bei sozialen Netzwerken dürften damit überfordert sein. Schon kurz nach Inkrafttreten des NetzDG machte ein satirischer Beitrag des Magazins „Titanic“ das Problem anschaulich: Er verstieß nicht gegen das Gesetz, wurde aber dennoch gelöscht.

NETZDG-GEGENENTWURF VON DER ARAG UND VON IT-RECHTSEXPERTEN

Auch die ARAG ist unzufrieden mit dem NetzDG. Ihr geht es dabei insbesondere um das Persönlichkeitsrecht. „Mit Blick auf die mehr als 80-jährige Expertise des Unternehmens in nationalen wie internationalen Rechtsfragen ist die ARAG überzeugt, dass dieses wichtige Rechtsgut in Deutschland auch durch das NetzDG nicht wirksam geschützt wird“, fasst Klaus Heiermann, Vorstand der ARAG Holding SE, zusammen.

Doch statt nur Gesetzeskritik zu üben, unterstützte die ARAG die unabhän-



WAS SAGT DAS GESETZ?

Cybermobbing wird gesetzlich nicht direkt bestraft. In einem Cybermobbingfall können Gesetze des Strafgesetzbuchs greifen. Drei Paragrafen:

§185 Beleidigung

Die Beleidigung wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr – verbunden mit einer Tätlichkeit bis zu zwei Jahren – oder Geldstrafe bestraft.

§186 Üble Nachrede

Wer eine Tatsache behauptet oder verbreitet, die jemanden verächtlich macht oder in der öffentlichen Meinung herabwürdigt, die nicht wahr ist, kann mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder Geldstrafe bestraft werden.

§187 Verleumdung

Wer wider besseres Wissen in Beziehung auf einen anderen eine unwahre Tatsache behauptet oder verbreitet, welche denselben verächtlich macht oder in der öffentlichen Meinung herabwürdigt, kann mit Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder Geldstrafe bestraft werden.

Den genauen Wortlaut der Paragrafen, finden Sie online unter:
www.gesetze-im-internet.de/stgb

Weitere Paragrafen, die den Cybermobbingstrafbestand tangieren, wie Nachstellung oder Nötigung und Bedrohung haben wir online zusammengestellt:
www.arag.com/de/cybermobbing/strafen



?? WIE WIRD GELÖSCHT?

Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) zwingt soziale Netzwerke dazu, alle nach deutschem Recht „offenkundig rechtswidrigen“ Beiträge von Nutzern, etwa solche mit hetzerischen Inhalten, binnen 24 Stunden zu löschen oder in Deutschland zu blockieren. Doch wie wird überhaupt gelöscht? Facebook hält sich bedeckt, was seine Löschkriterien angeht, und handelt hauptsächlich nach den firmeneigenen Gemeinschaftsstandards. Grundsätzlich sieht Facebook das NetzDG kritisch. Im Transparenzbericht 2018 schreibt Facebook: „Wir halten uns an die Vorgaben des NetzDG in Deutschland. Dennoch teilen wir nach wie vor die Kritik an dem Gesetz. Denn die Frage, ob ein Inhalt rechtswidrig ist, sollte bei Gerichten und nicht bei Unternehmen liegen.“

Der Transparenzbericht 2018 von Facebook unter:

www.tinyurl.com/Facebook-transparenzbericht

gige Forschungsstelle für IT-Recht und Netzpolitik der Universität Passau (For..Net) bei der Ausarbeitung einer Alternative zu dem umstrittenen Gesetz. „Rechtsstaatlichkeit und Chancengleichheit gelten natürlich auch im Netz, ohne dabei über das Ziel hinauszuschießen. Entsprechende Lösungen sind möglich und machbar“, unterstreicht Klaus Heiermann.

CYBERMOBBING ALS EIGENER STRAFTATBESTAND

Prof. Dr. Dirk Heckmann (siehe Interview), Leiter der Passauer Forschungsstelle, und die ehemalige For..Net-Geschäftsführerin Dr. Anne Paschke formulierten einen umfassenden Alternativentwurf zum NetzDG, das Persönlichkeitsrechtsschutzgesetz (PRG). „Die schwere Ehrverletzung im Internet gehört als eigener Tatbestand ins Strafgesetz und muss mit einer entsprechenden Strafandrohung versehen werden“, erläutert Prof. Dr. Dirk Heckmann. Dieser neue „Cybermobbingstraftatbestand“ greift dann, wenn die Attacken das Opfer so unter Druck setzen, dass es seine Lebensumstände ändert – also, wenn der Betroffene beispielsweise seinen Arbeitsplatz wechselt, sich gar nicht mehr aus dem Haus traut oder psychisch beziehungsweise körperlich krank wird. Eine zusätzliche Strafverschärfung ist vorgese-

hen, wenn die Ehrverletzung im Netz das Opfer in den Suizid treibt. Der Gesetzesentwurf geht aber weit über bloße Strafnormen hinaus. So wird insbesondere der Opferschutz stark verbessert. Neben einer Ermittlungspflicht von Amts wegen erhalten Opfer schwerer Ehrverletzung einen Opferanwalt und psychosoziale Prozessbegleitung.

Das Herzstück des Gesetzesentwurfs ist die Neuregelung im Telemedienrecht, die ausdrücklich als Gegenentwurf zum NetzDG verfasst wurde. Provider und Plattformbetreiber sollen nicht an die Stelle der Gerichte treten. Stattdessen sollen die Betreiber das zur Verfügung stellen, was sie am besten können, um Persönlichkeitsrechte zu schützen – nämlich die Technologie. Der Passauer Entwurf sieht vor, dass die Unternehmen dazu verpflichtet werden, Möglichkeiten zur Meldung und Kenntlichmachung von problematischen Inhalten bereitzustellen. Gemeldete Inhalte sollen von den Betreibern nicht mehr gelöscht, sondern zur Beweissicherung dokumentiert werden. Für die Durchsetzung der Löschung braucht es einen gerichtlichen Beschluss. Die rechtliche Abgrenzungsfrage zwischen Ehrverletzung, einfacher Beleidigung und freier Meinungsäußerung im Netz wird so wieder in den Zuständigkeitsbereich der Gerichte überführt – wo sie auch klar hingehört. ■■■

OPFER SCHÜTZEN – TÄTER BESTRAFEN

INTERVIEW

Das Persönlichkeitsrechtsschutzgesetz (PRG) ist ein Alternativentwurf zum umstrittenen Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG). Ausgearbeitet wurde es federführend von Prof. Dr. Dirk Heckmann, Leiter der Forschungsstelle für IT-Recht und Netzpolitik der Universität Passau und der ehemaligen For..Net-Geschäftsführerin Dr. Anne Paschke. Im Interview erläutert Prof. Dr. Heckmann die Schwerpunkte des Gesetzesentwurfs.



Was ist aus Ihrer Sicht das größte Manko des derzeit geltenden Rechts?

PROF. DR. HECKMANN Erstens: Wir haben keine effektive Rechtsdurchsetzung. Es ist unhaltbar, dass über 90 Prozent der Straftaten im Netz wie Verleumdung und üble Nachrede praktisch nicht verfolgt werden. Ich glaube, es ist einmalig, dass die Rechtsdurchsetzung hier weitgehend versagt. Zweitens: Es gibt definitiv zu wenig Opferschutz. Und drittens: Statt die Technologiekompetenz der Plattformbetreiber zu nutzen, macht man sie zu Richtern. Das ist der falsche Ansatz.

Ihr Alternativentwurf konzentriert sich auf strafbare Aussagen im Netz. Wo wird die Grenze gezogen?

PROF. DR. HECKMANN Wir haben tatsächlich Abgrenzungsprobleme zwischen erlaubter Meinungsäußerung und strafbarer Ehrverletzung. In unserem Gesetzesentwurf konzentrieren wir uns auf die schweren Fälle. Wir sprechen ganz bewusst von schwerwiegender Ehrverletzung, die die Lebensführung des Betroffenen nachhaltig

beeinträchtigen. Hier wollen wir ein Zeichen setzen und uns ist vollkommen klar, dass dies nicht die Problemlösung für alle rechtswidrigen Äußerungen im Netz ist. Aber wenn wir zunächst die krassen Fälle angehen, kommen wir ein gutes Stück voran.

Nach Ihrem Entwurf sollen gegebenenfalls strafbare Inhalte gekennzeichnet, aber nicht gelöscht werden, bis der Fall juristisch geklärt ist. Warum?

PROF. DR. HECKMANN Unser Vorschlag verpflichtet die Plattformbetreiber zur Kennzeichnung: „Achtung, dieser Beitrag könnte strafbar sein!“ Wer ein solches Posting teilt, macht sich zum Mittäter. Die Markierung ist zudem der Beweis, dass die Plattformbetreiber wissen, dass ein Beitrag wahrscheinlich gesetzeswidrig ist. Lassen sie ihn stehen, machen sie sich mit haftbar.

Ihr Entwurf legt großen Wert auf den Opferschutz. Wie soll das erfolgen?

PROF. DR. HECKMANN Wir möchten, dass bei schwerwiegenderen Taten von Amts wegen ermittelt wird. Es kann nicht sein,



Prof. Dr. Dirk Heckmann

Inhaber des Lehrstuhls für Öffentliches Recht, Sicherheitsrecht und Internetrecht an der Universität Passau und Mitglied der Datenethikkommission der Bundesregierung. Heckmann ist seit 2003 auch nebenamtlicher Verfassungsrichter am Bayerischen Verfassungsgerichtshof.

dass die Opfer erst einen Antrag stellen müssen. Die Provider müssen die Inhalte speichern und der Justiz zur Verfügung stellen. Im Rahmen der elektronischen Aktenführung hat sie den Fall sofort auf dem Schirm, was das Verfahren beschleunigt. Für die Opfer ist das sehr wichtig und von schnellen Urteilen versprechen wir uns eine präventive Wirkung. Wir fordern zudem einen Opferanwalt, der vom Staat bezahlt wird. Daneben brauchen die Opfer psychosozialen Beistand. Sie leiden unter ihrer Situation und brauchen jemanden, der sie auffängt.

Das ganze Interview mit Prof. Dr. Dirk Heckmann unter www.arag.com/de/nachhaltigkeit





***Quellen:**

„Regelungen zum Thema Cybermobbing in anderen Staaten“, Ausarbeitung der wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestags:
www.tinyurl.com/mobbingrecht-weltweit

„A Guide to Worldwide Bullying Laws“, Henry Carus + Associates – www.tinyurl.com/Worldwide-Bullying-Laws

JAPAN | 2013 hat Japan ein Gesetz erlassen, dass Schulen dazu verpflichtet, das Thema (Cyber-)Mobbing direkt anzusprechen. Das Gesetz weist die Schulen an, Präventionsmaßnahmen zu ergreifen und jeden Fall von Cybermobbing zu melden.



DIE PERFIDE HASS-SPASS- GEWALT

REPORTAGE

Für viele Cybermobber ist ihr Tun nur ein „Spaß“ – doch die Wirkung von Hass im Netz ist für Opfer fatal. Er kann Leben zerstören und das gesellschaftliche Klima vergiften. Und auch vor dem Gesetz sind Ehrverletzungen kein Kavaliersdelikt.



KARIN VOGELSBERG



DANIEL HOFER

Dunja Hayali ist eine der bekanntesten deutschen Moderatorinnen – und überzeugte Kämpferin gegen Hass im Internet. Ihren „Trollen“, „Hatern“ und „Fröschen“ auf Facebook und Instagram begegnet sie mit Humor und mit Haltung.

Als die TV-Moderatorin Dunja Hayali 2016 die Auszeichnung „Goldene Kamera“ in der Kategorie „Beste Information“ erhielt, nutzte sie ihre Dankesrede, um öffentlich auf ein brisantes Thema aufmerksam zu machen: Hass – vor allem im Netz. Immer wieder wird die Journalistin in den sozialen Medien und in Leserbriefen persönlich angefeindet. In ihrer bewegenden Ansprache berichtete sie von Bedrohungen, Beleidigungen, Beschimpfungen und Vergewaltigungswünschen: „Glaubt eigentlich jemand, dass das was bringt, dieser ganze Hass?“, fragte Hayali. Auch die Kanadierin Anita Sarkeesian, feministische Medienkritikerin und Bloggerin, veröffentlichte Anfang 2016 verletzende Tweets, die sie

innerhalb von nur einer Woche erhalten hatte – es waren 157, darunter etliche Mord- und Vergewaltigungsdrohungen. Sängerin und Eurovision-Song-Contest-Gewinnerin Lena Meyer-Landrut wehrte sich öffentlich gegen Mobbing und sprach in der Presse darüber, wie Hasskommentare sie belasten. Die Grünen-Politikerin Renate Künast (siehe Interview, Seite 28) wollte ebenfalls Attacken nicht mehr unkommentiert hinnehmen, als sie sich entschloss, einige Verfasser der an sie gerichteten Hassbotschaften persönlich aufzusuchen. Die Politikerin und gelernte Juristin stellte alarmiert fest: Die Pöbeleien stammen oft von wohl situierten Menschen, die „einfach mal richtig loslegen“ wollen. „Wenn das die wertegeleitete



TATORT ARBEITSPLATZ

Mobbing und Cybermobbing betrifft alle, wie die „Mobbingstudie 2018“ des Bündnisses gegen Cybermobbing aufzeigt. Über 4.000 Erwachsene ab 18 Jahren wurden dafür befragt. Laut Studie findet mehr als jede zweite Attacke (57 Prozent) am Arbeitsplatz statt.

Über **30%**
der Befragten waren schon einmal
MOBBINGOPFER,
die Zahl wächst weiter.

FRAUEN & 
JUNGE sind besonders
betroffen
MENSCHEN

Der **ARBEITSPLATZ**
gehört mit  **57%**
zu den häufigsten Mobbingumfeldern.

Durch Mobbing
krankgeschrie-
bene Mit-
arbeiter kosten
Unternehmen
5 Milliarden 
EURO

Mobbingopfer wechseln
DOPPELT
so oft ihren Arbeitsplatz.

Quelle | Bündnis gegen Cybermobbing, Mobbingstudie 2018
www.tinyurl.com/mobbingstudie2018

Mittelschicht in Deutschland ist, haben wir ein Problem“, warnte Künast in einem „Spiegel“-Videointerview zu ihren persönlichen Erfahrungen mit den Mobbern.

DAS INTERNET ALS „BEÄNGSTIGENDER ORT“

Es ist kein Zufall, dass die angeführten vier Beispiele Frauen betreffen, denn Antifeminismus und Frauenhass nehmen beim Cybermobbing einen großen Raum ein. „Selbstbewusste Frauen erleben häufig extrem sexualisierte verbale Aggressionen“, stellt die österreichische Journalistin und Publizistin Ingrid Brodnig fest. Die 35-Jährige hat Bücher über Hass im Netz und Fake News geschrieben und vertritt ihr Land im Rahmen der EU-Initiative „Digital Champions“. Brodnig spricht hier nicht nur aus eigener Erfahrung: Die Menschenrechtsorganisation Amnesty International warnt, das Internet sei vielfach ein „beängstigender Ort“ für Frauen. Im Auftrag von Amnesty International befragte das Meinungsforschungsinstitut Ipsos Mori 4.000 Frauen in acht Ländern. Das Ergebnis: Knapp ein Viertel der Umfrageteilnehmerinnen waren mindestens einmal zum Opfer von Anfeindungen im Netz geworden. In knapp der Hälfte der Fälle waren die Hassbotschaften frauenfeindlichen oder sexistischen Inhalts. Frauen haben ein 1,5-fach höheres Mobbingrisiko als Männer. Zu diesem Schluss kommt die Studie „Mobbing und Cybermobbing bei Erwachsenen“, die das Bündnis gegen Cybermobbing und die Medienexpertin Dr. Catarina Katzer mit Unterstützung der ARAG SE durchführten. Die Untersuchung ist eine von insgesamt drei von der ARAG geför-

„Beleidigungen, Bedrohung, Beschimpfung und Hass haben nichts mehr mit Meinungsfreiheit zu tun.“

Dunja Hayali | Journalistin und Moderatorin

derten Studien zum Thema Cybermobbing. Die beiden anderen Studien befassen sich mit Cybermobbing an Schulen und mit einem internationalen Vergleich der Problematik (siehe auch Seiten 4 und 20).

PERSÖNLICHES LEID UND HOHE KOSTEN FÜR DIE ALLGEMEINHEIT

Doch natürlich werden nicht nur Frauen online attackiert. Das Problem betrifft die ganze Gesellschaft und hat sich zum zerstörenden Hassphänomen entwickelt, dem täglich Millionen Menschen ausgesetzt sind: In sozialen Netzwerken, Mails, Chatrooms, Videos und in Messaging-Diensten werden Menschen aller Altersklassen und Berufe angefeindet, diffamiert, belästigt, bedrängt, genötigt. Egal ob Mann oder Frau, reich oder arm, prominent oder nicht. Das belegen auch die Ergebnisse der Studien von der ARAG SE, dem Bündnis für Cybermobbing und Dr. Katzer.

„Cybermobbing droht zur Zeitbombe des Internets zu werden, weil nicht nur Kinder und Jugendliche diesem Phänomen hilflos ausgesetzt sind, sondern zunehmend auch immer mehr Erwachsene Opfer von Cybermobbing werden“, resümiert Dr. Catarina

Katzer, Autorin der Vergleichsstudie „ARAG Digital Risks Survey“ und Leiterin des Instituts für Cyberpsychologie und Medienethik in Köln. Man muss sich nur einige zentrale Ergebnisse der ARAG Studien ansehen, um den Ernst der Lage zu begreifen: Rund eine Million Erwerbstätige in Deutschland werden gemobbt. Daraus entstehen direkte und indirekte Schäden in Höhe von 15 bis 50 Milliarden Euro – etwa durch Produktionsausfälle und Krankheit, verbunden mit Langzeitschäden, die nicht bezifferbar sind. Viele Opfer werden infolge der Mobbingattacken psychisch oder körperlich krank. Zu den typischen körperlichen Beschwerden zählen Schlafstörungen, Bluthochdruck, Kopf- und Brustschmerzen sowie Magenprobleme. Fast die Hälfte der Mobbingopfer klagt zudem über Persönlichkeitsveränderungen und Depressionen. Mehr als jedes zehnte Opfer hat Selbstmordgedanken. Opfer von Mobbing und Cybermobbing haben jährlich fünf Krankheitstage mehr als nicht betroffene Kollegen.

Das Bündnis gegen Cybermobbing stellt fest, dass 85 Prozent der Bürger meinen, dass Cybermobbing zunimmt. Dahinter steckt mehr als ein subjektives Empfinden, denn Wissenschaftler bestätigen, dass Smartphones als „Smart Weapons“



HILFE GEGEN MOBBING AM ARBEITSPLATZ

Mobbing am Arbeitsplatz bleibt oft unbeachtet – auch, weil niemand gerne darüber spricht. Nach Umfragen des Bündnisses gegen Cybermobbing melden lediglich 27 Prozent der gemobbten Arbeitnehmer die Vorfälle ihren Vorgesetzten. Die Mehrheit nimmt Schikane schweigend hin. Nur ein Viertel der Unternehmen bietet eine Anlaufstelle für Beschwerden über Mobbing. Ein Fünftel hat Leitlinien für Fairness am Arbeitsplatz. Und nur 16 Prozent der Unternehmen bieten Fort- und Weiterbildungen zum Thema Konfliktmanagement am Arbeitsplatz an.

Bei der ARAG SE hat man das Problem erkannt und gehandelt: Hier ist der respektvolle Umgang miteinander in den Leitlinien, den ARAG Essentials, niedergelegt. Fairness bedeutet für die ARAG, Chancengleichheit zu schaffen, Toleranz zu leben, bereichsübergreifend zu denken und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu fördern.

Der Betriebsrat der ARAG SE ist in Gesprächen mit dem Arbeitgeber, um ein Konfliktmanagement für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu installieren. Erste Workshops hierzu fanden statt. Einige Betriebsratsmitglieder werden zu Konflikt- und Mobbingberatern ausgebildet. Das Angebot soll zunächst am Standort Düsseldorf implementiert werden.

GRI

Vielfalt und Chancengleichheit

Weitere Informationen zum Thema finden Sie auf Seite 79.

„Wir setzen uns für die Chancengleichheit im Cyberlife ein, denn das Netz ist kein rechtsfreier Raum.“

Dr. Dr. h. c. Paul-Otto Faßbender | Vorstandsvorsitzender ARAG SE

sind auf Smartphones und Tablets jederzeit angreifbar. Es gibt kaum Rückzugsmöglichkeiten vor den öffentlichen, endlosen Pöbeleien. Gerade das macht Cybermobbing so perfide.

SADISMUS UND BÖSWILLIGKEIT ALS AUSLÖSER VON CYBERMOBBING

Doch wie kommt es überhaupt zu diesen Attacken und welche Motive haben die Täter? Es ist zum einen die Anonymität und die Unsichtbarkeit im Netz, die enthemmt und soziale Regeln aushebelt: Man tippt Worte, Beschimpfungen, Pöbeleien in die Tastatur, die man seinem Gegenüber niemals ins Gesicht sagen würde. Manche unterschätzen die Wucht dieser Botschaften und rechnen gar nicht mit einer Reaktion des Angefeindeten. Der Täter ist ja nicht dabei, wenn der Betroffene die Nachricht erhält und muss dessen Gefühle von Angst, Trauer, Verzweiflung oder Wut nicht miterleben. Von „emotionaler Fahrerflucht“ spricht der amerikanische Psychologieprofessor John Suler in diesem Zusammenhang.

Cybermobbing immer mobiler machen – jederzeit und überall können Täter Hassbotschaften losschicken. Und für die Betroffenen gibt es kein Entkommen. Denn sie

„Digital Champion“ Ingrid Brodnig unterscheidet zwischen zwei Täterprofilen: Es gebe die „Trolle“ und die „Glaubenskrieger“. „Trolle“ sind Sadisten, die bewusst und zum Spaß provozieren. Sie erfreuen sich am seelischen Leid anderer. Fast ein Drittel der Mobber handelt nach Erkenntnissen des Bündnisses gegen Cybermobbing aus reinem Vergnügen an der Gehässigkeit, 22 Prozent tun es aus Langeweile. Und das gilt für Jugendliche und Erwachsene gleichermaßen. Den sogenannten „Glaubenskriegern“ geht es laut Brodnigs Definition darum, ihre Meinung durchzusetzen. Ihnen mit Gegenargumenten zu begegnen, ist zwecklos. Sie wollen nicht diskutieren, sondern beanspruchen, die Wahrheit für sich gepachtet zu haben. Journalistin Dunja Hayali weiß ebenfalls aus eigener Erfahrung, dass manche Angreifer durch Dialogangebote und Sachlichkeit nicht mehr zu erreichen sind: „Keiner hört keinem mehr zu, Worte werden einem im Mund verdreht und wenn man nicht die Meinung des Gegenübers vertritt, ist man ein Idiot, ein Lügner, eine Schlampe oder total ferngesteuert.“

DIE „FREIE MEINUNGSÄUSSERUNG“ HAT GRENZEN

Ihr Tun rechtfertigen Cybermobber gerne als „Recht auf freie Meinungsäußerung“ oder als „Satire“. Aber damit machen sie es sich nicht nur moralisch, sondern auch juristisch geschehen zu einfach. Denn das World Wide Web ist kein rechtsfreier Raum. Artikel 1 des deut-



Von links: Digitalunternehmer Nico Lumma, Bundestagsabgeordnete Renate Künast (Bündnis 90/Die Grünen), Handelsblatt-Redakteur Johannes Steger, Klaus Heiermann (Vorstand ARAG Holding SE) und Sabine Frank, Leiterin Regulierung und Verbraucherschutz bei Google Deutschland, diskutierten in Berlin, was die Chancen und Risiken des Netzdurchsetzungsgesetzes sind.

ANTWORTEN AUF HASS IM NETZ

Ende November 2018 fand in Berlin eine Diskussionsrunde zu einem ernsten Thema statt: „Hassmichleiser – Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) und Wirklichkeit“. Ein geladen hatte das Handelsblatt, Partner der Veranstaltung war die ARAG. Die Teilnehmer diskutierten darüber, was die Chancen und Risiken des NetzDG sind. Und ob es eine nachhaltige Lösung für Hass, Fake News und Mobbing im Netz geben kann.

Mit dem NetzDG, dass Anfang 2018 in Kraft getreten ist, wollte die Bundesregierung ursprünglich ein einheitliches Verfahren schaffen, nach dem klar geregelt ist, was von digitalen Plattformen verschwindet und was nicht. Das Gesetz schreibt vor, dass Plattformen wie Facebook oder YouTube strafbare Inhalte, nachdem Nutzer sie gemeldet haben, binnen fester Fristen löschen müssen. Doch die Kritik am Gesetz war und ist groß: Vor allem die Tatsache, dass nun Konzerne darüber entscheiden, was Recht oder Unrecht ist, und nicht mehr die Justiz.

schen Grundgesetzes „Die Würde des Menschen ist unantastbar“ ist nicht mit einer Ausnahme für das Internet versehen. Die freie Meinungsäußerung ist ein wertvolles Recht der Bürger gegenüber dem Staat. Sie ist allerdings auch mit Pflichten und gesetzlichen Einschränkungen verbunden und endet beispielsweise dort, wo man die Ehre eines anderen beleidigt. Das macht auch die Europäische Menschenrechtskonvention in Artikel 10 sehr deutlich. Ebenso wenig ist alles erlaubt, nur weil der Absender es als „Satire“ deklariert. Es handelt sich beispielsweise nicht um Satire,

wenn Menschen rückschädigende Aussagen in den Mund gelegt werden. Die Gradwanderung zwischen freier Meinungsäußerung und angeblich satirischen Seitenheben gerät so jedoch zusehends zum rechtlichen Balanceakt. Dr. Dr. h. c. Paul-Otto Faßbender, Vorsitzender der ARAG SE, sorgt sich deshalb zu Recht um die Persönlichkeitsrechte im Netz. Er warnt: „Durch Cybermobbing und Cybergewalt werden Handlungsmuster vermittelt, erlernt und angewendet, die auf eine systematische Verletzung von Persönlichkeitsrechten abzielen.“





DAS NETZ ZURÜCK- EROBERN

Die Autorin und Journalistin Ingrid Brodnig beschäftigt sich mit den Auswirkungen der Digitalisierung auf unsere Gesellschaft. Die 35-Jährige hat drei Bücher zu diesem Themenkomplex verfasst, zuletzt „Lügen im Netz“, das sich mit politischer Manipulation im Internet beschäftigt.

Brodnig verfasst eine wöchentliche IT-Kolumne namens #brodnig für das Nachrichtenmagazin „Profil“ und wurde von der österreichischen Bundesregierung 2017 zum „Digital Champion“ Österreichs in der EU-Kommission ernannt, eine unabhängige Position zur Förderung des digitalen Bewusstseins. Ihre Arbeit wurde mit mehreren Preisen ausgezeichnet.

DAS NETZDG LÄSST RAUM FÜR VERBESSERUNGEN

Die Wahrung der Persönlichkeitsrechte im Internet sieht die ARAG auch durch das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) nicht wirksam geschützt. Die Kritik am Gesetz war und ist groß. Es greift seit Anfang 2018 und nimmt vor allem die Anbieter von sozialen Medien in die Pflicht: Sie müssen rechtswidrige Posts innerhalb kurzer Fristen löschen. Problematisch daran ist, dass nicht Gerichte darüber befinden, ob ein Inhalt gegen Gesetze verstößt, sondern die Plattformanbieter. Auch der Opferschutz kommt aus Sicht der ARAG SE zu kurz. Bei einigen Anbietern ist zum Beispiel das Prozedere zur Meldung eines rechtlich zweifelhaften Inhalts viel zu kompliziert. Dabei steht der Opferschutz ganz oben auf der Liste, wenn man internationale

Experten nach Eindämmung von Cybermobbing fragt. Ein SOS-„Knopf“ auf allen Social-Media-Plattformen könnte helfen.

Das NetzDG ist nach Meinung von Fachleuten ein erster Schritt in die richtige Richtung, sollte aber nachgebessert werden. Unterstützt von der ARAG SE hat daher die unabhängige Forschungsstelle für IT-Recht und Netzpolitik der Universität Passau (For..Net) eine Alternative zu dem umstrittenen Gesetz formuliert. Der Entwurf von Prof. Dr. Dirk Heckmann (siehe Interview, Seite 17), Leiter der Passauer Forschungsstelle, und der ehemaligen For..Net-Geschäftsführerin Dr. Anne Paschke sieht einen eigenen Straftatbestand für schwere Ehrverletzung im Internet vor, ebenso einen verbesserten Opferschutz. Im Herbst 2018 brachte die Fraktion Bündnis 90/ Die Grünen einen Antrag zur Änderung des

„Es lohnt sich, das Internet als einen Ort der Aufklärung zu verteidigen.“

Ingrid Brodnig | Autorin und Journalistin

WIE SICH DER HASS DURCH DIE SOZIALEN MEDIEN FRISST

Ein Blick in die Kommentare diverser Social-Media-Seiten zeigt, wie die Anonymität des Internets enthemmt. Wie zum Beispiel in der Gruppe „Asylflut stoppen – auch in Niederbayern“.

Rudolf M. unwissende propaganda ard und zdf rentner
Gefällt mir · vor 6 Stunden

Antwort verfassen ...

Helga W. Wie wäre es mit Giftgas, kostet ned soviel und wir wären einige Probleme los... krieg ich einen Hals wenn ich sehe wie unser Land und unsere Bürger so im Stich gelassen werden ...
Gefällt mir · Antworten · 2 Likes · 28. November um 10:19

Martin G. Zu Hart :)
Gefällt mir · 1 Like · 28. November um 12:23

Antwort verfassen ...

Detlef S. Was ist das denn für ein idiot das ist ohne Worte
Gefällt mir · Antworten · 2 Likes · 27. November um 16:58

Antwort verfassen ...

Gesetzes gegen Internethetze in den Bundestag ein. Die Partei fordert eine „Gesamtstrategie gegen Verrohung im Netz“ und will unter anderem, dass widerrechtlich gelöschte Inhalte wieder eingestellt werden müssen („Put-Back“). Auf Kosten der Netzwerkbetreiber fordern die Grünen außerdem eine Clearingstelle für spezielle Streitfälle, damit sich Nutzer gegen die ungerechtfertigte Löschung von Inhalten wehren können.

HASS MACHT VOR DER ANALOGEN WELT NICHT HALT

Das Thema Cybermobbing verdient die große Aufmerksamkeit, die es erregt. Denn der Hass existiert nicht nur in einer virtuellen Parallelwelt, sondern hat auch ganz handfeste Auswirkungen auf den persönlichen Alltag. Gegenüber dem Deutschlandfunk sagte die Rechtspolitikerin der Grünen, Renate Künast: „Mit 30 Millionen Nutzern von Facebook in Deutschland wirkt sich diese ganze Pöbelei, selbst wenn sie noch nicht strafbar ist, doch auf das reale, auf das analoge Leben aus. Da stellt sich die Frage: Wollen wir eigentlich, dass diese digitale Welt, die im Analogen auch wirkt, einfach so munter weiter macht und Leute werden gemobbt, angepöbelt?“ „Hass im Netz hat eine ansteckende Wirkung. Ich glaube nicht, dass das Internet die Ursache für gesellschaftliche Dissonanz ist. Wohl aber kann es diese Dissonanz verstärken und vorantreiben“, mahnt auch Ingrid Brodnig. Die Autorin plädiert daher für Null Toleranz: Hass im Netz nicht hinnehmen, nicht kleinreden. Angriffe mel-

den und sich hinter die Attackierten stellen. In den eigenen Profilen und Blogs Spielregeln aufstellen, zum Beispiel auf die Regeln der Höflichkeit pochen und einen konsequenten Verzicht auf Schimpfwörter durchsetzen. Denn wo Beleidigungen ausgetauscht werden, ist eine sachliche Auseinandersetzung nicht mehr möglich. Es spricht für sich, dass nach Erkenntnissen des Bündnisses für Cybermobbing jeder fünfte Cybermobbingtäter selbst schon Opfer von Angriffen im Netz war. Folgerichtig nennen 28 Prozent der Täter Rache als Motiv.

DIE OPFER DÜRFEN NICHT SCHWEIGEN

Aggression mit Aggression zu begegnen, führt indes nicht aus einer Gewaltspirale. Opfern von Cybermobbing empfiehlt Ingrid Brodnig stattdessen drei klare Schritte: Die Hassbotschaften

per Screenshot dokumentieren, die Angriffe öffentlich machen und Anzeige erstatten. Wer sich dabei Unterstützung sichern will, kann das ARAG Internet-Rechtsschutzprodukt ARAG web@ktiv (siehe Seite 7) in Anspruch nehmen. Es deckt die aktive Strafverfolgung bei Mobbing ab, die Löschung rufschädigender Inhalte, bietet Schutz bei Urheberrechtsverstößen, bei online abgeschlossenen Verträgen und bei Daten- und Identitätsdiebstahl.

Trotz des Ernstes der Lage will „Digital Champion“ Brodnig das Internet aber nicht verteufeln. Im Gegenteil: Das Netz sei schließlich nicht „fertig“, die Aufgabe, es sicherer zu machen und Persönlichkeitsrechte besser zu schützen, müssten sich alle auf die Fahnen schreiben. „Es lohnt sich, das Internet als das zu verteidigen, was es eigentlich sein sollte – ein Ort der Aufklärung“, so Brodnig. ■■■

BESUCHSTERMIN EINER VERHASSTEN

INTERVIEW

Hassbotschaften im Netz beschäftigen Renate Künast als Politikerin (Bündnis 90/Die Grünen). Darum hat sie ihre Hasser besucht – und war erstaunt.

Frau Künast, Sie befassen sich als Politikerin mit dem Problem „Hass im Netz“, sind aber auch als Person Attacken ausgesetzt. Wie schätzen Sie die Situation ein: Nimmt Cybermobbing zu?

RENATE KÜNAST Ja, Cybermobbing nimmt schon alleine deshalb zu, weil immer mehr Kinder im Netz unterwegs sind. Das Mobbing vom Schulhof verlagert sich mehr und mehr auf Chatgruppen und auf soziale Medien. Höchst problematisch ist auch Cybergrooming, also Handlungen, die einen sexuellen Missbrauch von Kindern und Jugendlichen vorbereiten. Die Täter nutzen soziale Netzwerke im Internet, um nach ihren Opfern zu suchen. Eine aktuelle Studie aus Hessen zeigt: Über ein Drittel der Befragten wurde bereits im Internet beleidigt. Vor allem jüngere Men-

schen und Menschen aus Einwandererfamilien weisen dabei signifikant höhere Werte auf. Von den 18- bis 24-Jährigen geben 69 Prozent an, sie seien online beleidigt worden. Das hat Folgen: 17 Prozent der Betroffenen berichten von Depressionen; bei den jungen Erwachsenen sind es sogar 30 Prozent.

Sie haben Personen, von denen Sie im Netz angegriffen wurden, besucht. Warum haben Sie sich dazu entschlossen und was haben diese Treffen ergeben?

RENATE KÜNAST Ich war neugierig, welche Menschen sich hinter den elektronischen Mitteilungen verbargen, wen ich da kennenlernen. Wichtig war und ist mir das Gespräch auch mit Kritikern und die Auseinandersetzung mit unbequemen Meinungen.

Ich war überrascht, wie unterschiedlich die Menschen hinter den Postings waren. Die eine Gruppe verband Sorgen aus dem Alltag und die Befürchtung, in der Politik nicht ernstgenommen zu werden. Eine andere Gruppe war manifest rechtsextrem.

Aus den Gesprächen habe ich mitgenommen, dass wir Entscheidungen transparenter machen müssen. Aber das ist nicht alles, Politik muss insgesamt die Alltagssituation mehr in den Fokus nehmen.

Was sollten Politik und Zivilgesellschaft gegen Cybermobbing unternehmen?

RENATE KÜNAST Gemäß UN-Kinderrechtskonvention haben Kinder ein Recht auf Schutz, Förderung und Partizipation. Deshalb ist es erforderlich, ein digitales Umfeld zu schaffen, in dem sie Angebote kompetent und selbstbestimmt nutzen können und vor Risiken geschützt sind. Dazu gehört die Vermittlung von Medienkompetenz, unter anderem in der Schule. Zudem müssen kompetente, unabhängige und kostenfreie Informations- und Beratungsstellen für Kinder und Jugendliche erreichbar sein. Bereits jetzt sind Suchmaschinenanbieter und kommerzielle, allgemein zugängliche Telemedien mit entwicklungsbeeinträchtigenden oder jugendgefährdenden Inhalten verpflichtet, einen Jugendschutzbeauftragten zu bestellen. Die

„Wir brauchen eine Gesamtstrategie gegen die Verrohung des Diskurses und die Einschüchterung im Netz.“

Renate Künast | Politikerin (Bündnis 90/Die Grünen)

Überprüfung dieser Angebote muss intensiviert werden, da viele Anbieter die Bestimmungen nicht einhalten.

Ihre Partei kritisiert Aspekte des NetzDG: Wo sehen Sie die größten Schwächen?

RENATE KÜNAST Grobe handwerkliche Fehler des NetzDG müssen dringend nachgebessert werden. Die Grünen haben dazu ein umfassendes Maßnahmenpaket beantragt.* Ich fordere eine Konkretisierung des Melde-und-Abhilfe-Verfahrens sowie eine wirksame Gesamtstrategie gegen die Verrottung des Diskurses und Einschüchterung engagierter Menschen im Netz.

Auch wenn die EU-Kommission nicht interveniert hat: Wir wissen, dass sie das NetzDG als Testballon betrachtet. Das Gesetz findet internationale Beachtung und auch unliebsame Nachahmung.

Umsso wichtiger ist eine ehrliche und sorgsame Auseinandersetzung mit dem, was seit einigen Jahren im Netz passiert: Die Neue Rechte nutzt modernste, teils militärische Strategien, um die Spaltung der Gesellschaft voranzutreiben. Die sozialen Netzwerke sind Treibstoff des Populismus: Stark verkürzte Nachrichten, gezielte Falschinformation und organisierte Hasskampagnen heizen die Stimmung an. Es braucht eine gesamtgesellschaftliche Anstrengung, um unsere Demokratie zu schützen. Die Regierung steht dabei vor der Herausforderung, die Balance zwischen Persönlichkeitsschutz und Meinungsfreiheit zu wahren.

Wie können Social-Media-Nutzer selbst zu ihrem Schutz beitragen?

RENATE KÜNAST Nutzerinnen und Nutzer müssen sich fragen: Von wem möchte ich online gesehen werden? Wer soll mir Nach-

richten schreiben können? Und was schreibe ich öffentlich? Hier brauchen wir ein viel größeres Bewusstsein für die realen Auswirkungen, die Inhalte im Netz erzeugen können. Nutzerinnen und Nutzer können aber auch gegenseitig zu ihrem Schutz beitragen: Initiativen wie #ichbinhier schaffen Solidarität mit Betroffenen. Letztendlich muss man aber klar sagen, es sind die Täter und Unternehmen, die in die Pflicht genommen werden müssen – nicht die Betroffenen.

*Den Antrag von Bündnis 90/Die Grünen an den Deutschen Bundestag finden Sie unter: dip21.bundestag.de/dip21/btd/19/059/1905950.pdf



Renate Künast

Die engagierte Juristin, Grünen-Politikerin und Bundestagsabgeordnete ist oft Ziel heftiger Verbalattacken bei Facebook & Co. Darum ging die 63-Jährige in die Offensive, reiste zu den Absendern, suchte das Gespräch. In ihrem Buch „Hass ist keine Meinung: Was die Wut in unserem Land anrichtet“ (2017) analysiert sie, woher der Hass kommt und wohin er führen wird, wenn nicht eingegriffen wird.



GESICHTER ZUR STIMME

REPORTAGE

Digitale Serviceangebote und persönliche Kundenberatung, geht das? Es geht, wie ein Besuch im ARAG Servicebereich zeigt. Mit viel Zeit für den Kunden kümmern sich kompetente Mitarbeiter dort jeden Tag um telefonische Anfragen.



SEBASTIAN LÜHMANN



JAN LADWIG

Wenn es um die Servicequalität deutscher Unternehmen geht, hat sich in der viel zitierten „Servicewüste Deutschland“ zwar einiges getan, trotzdem bleibt die Wüste immer noch sehr karg. Stattdessen wollen immer neue Ratgeber Verbrauchern dabei helfen, sich einen Weg durch den Dschungel der telefonischen Warteschleifen zu bahnen. Der Wirtschaftskolumnist Tom König widmete dem Dilemma sogar ein Buch unter dem Titel „Ich bin ein Kunde, holt mich hier raus: Irrwitziges aus der Servicewelt“. Dabei

ist gerade die Kundenzufriedenheit ein wesentlicher Erfolgstreiber für Unternehmen, wie etliche Marktforschungsstudien belegen. Danach wollen Kunden vor allem eines: schnell und einfach Antworten auf ihre Fragen bekommen – und nicht stundenlang in der Telefonwarteschleife hängen oder drei Tage auf eine Antwort-E-Mail warten. Annette Golisch kennt das. Die Versicherungsexpertin arbeitet seit 20 Jahren im ARAG Servicebereich und berät dort jeden Tag telefonisch Kunden. Regel Nummer eins: Geduld. Trotz Zeitdruck nimmt sich die

50-Jährige für jeden Anrufer Zeit, bis das Anliegen geklärt ist. Bei 49 Anrufen, die ein Vollzeitmitarbeiter im Serviceteam pro Tag im Schnitt bekommt, eine Herausforderung. Denn jeder Fall ist anders. Und gerade weil jeder Anrufer ein individuelles Anliegen hat, ist eine 08/15-Beratung absolut fehl am Platz. Darum legt die ARAG viel Wert auf eine kompetente Beratung, die Kunden wirklich weiterhilft. So beraten in Düsseldorf und München circa 700 Expertinnen und Experten die Kunden persönlich und stehen ihnen mit Rat





Annette Golisch, Sebastian Filo und Linn Henning (v.l.) bilden ein perfektes Wissensnetzwerk, das Kunden jeden Tag hilft und auch auf die außergewöhnlichsten Fragen Antworten weiß.

und Tat zur Seite. „Wir haben nicht für jedes Problem sofort eine Lösung, aber wir bemühen uns, die Fragen so vollständig und verständlich wie möglich zu beantworten“, sagt Annette Golisch. Genau damit punktet die ARAG, wie etwa eine Kundenzufriedenheitsanalyse der ARAG Krankenversicherung 2018 ergeben hat (siehe rechts).

ES GEHT UM DEN BESTMÖGLICHEN KUNDENSERVICE

Was Annette Golisch an ihrer Arbeit mag? „Es ist die Mischung aus Fachwissen einerseits und Vertrauen der Kunden in unsere Beratung andererseits, wenn man bedenkt wie offenherzig unsere Kunden mit uns kommunizieren und uns persönlich ja gar nicht kennen.“ Ihr Kollege Sebastian Filo nickt und ergänzt: „Bei uns ist der Kunde nie alleine.“ Sebastian Filo ist fast so lange dabei wie Annette Golisch. Vor 18 Jahren begann der heute 44-Jährige seine Karriere im Unternehmen. Als Fachabteilungsreferent Planung und Steuerung im ARAG Kundenservice sieht er in dieser Kundennähe ein ganz typisches „ARAG Merkmal“. Darin

liegt seiner Meinung nach der große Unterschied zu „herkömmlichen“ Callcentern. Im Gegensatz zu diesen arbeiten im ARAG Kundenservice nur ausgebildete Versicherungsangestellte, die schon lange im Unternehmen sind. Teilweise haben sie ihre Ausbildung hier absolviert. Hinzu kommen die Weiterbildungen, um immer auf dem neuesten Stand zu sein. „Regelmäßige Schulungen und professionelle Coachings sind Pflicht bei uns, um gut und umfassend beraten zu können“, unterstreicht Sebastian Filo.

Der ARAG Servicebereich in Düsseldorf setzt sich aus vier Abteilungen zusammen: Dem Kunden-, Rechts- und Schadenservice sowie der ARAG Service GmbH für Notrufe. In München sitzt der Kunden- und Leistungsservice. In allen Abteilungen macht der Telefondienst den Hauptteil der Arbeit aus – also rund 50 Prozent der Arbeitszeit. Die Coachings fokussieren sich daher auf die täglichen Herausforderungen am Telefon, zum Beispiel das Konfliktmanagement oder die professionelle Gesprächsführung. Für besonders emotionale Themen, wie etwa die schwere Erkrankung eines Kun-

GRI

Kundenorientierung

Weitere Informationen zum Thema finden Sie auf Seite 65.

„Es ist die Mischung aus Fachwissen einerseits und Vertrauen der Kunden in unsere Beratung andererseits, die ich an meiner Arbeit schätze.“

Annette Golisch | Kundenservice, Düsseldorf

SEHR HOHE ZUFRIEDENHEIT

Laut einer internationalen Markenstudie* unter 15.000 Konsumenten in zwölf Ländern erwarten 80 Prozent der Befragten von Unternehmen vor allem, dass ihnen zugehört wird und ihre Anliegen ernst genommen werden, jedoch sahen nur 13 Prozent diese Erwartung erfüllt.

In puncto Kundenzufriedenheit liegt die ARAG über den Erwartungen: Die Kundenumfrage 2018 unter knapp 8.800 Kunden der ARAG Krankenversicherung ergab beispielsweise, dass 87 Prozent der Befragten mit der ARAG zufrieden oder sehr zufrieden sind. Außerdem ergab die Umfrage eine sehr hohe Zufriedenheit mit den Mitarbeitern, wenn es einen telefonischen Kontakt gegeben hatte. Hier lagen die Werte bei fast 100 Prozent. Wenn ein telefonischer Kontakt bestand, waren:



mit der **Vollständigkeit der Antworten** zufrieden



mit der **Verständlichkeit der Antworten** zufrieden



mit der **Freundlichkeit der Mitarbeiter** zufrieden



mit der **Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter** zufrieden



mit der **Einhaltung der getroffenen Zusagen** zufrieden

Quelle | ARAG Kundenzufriedenheitsbefragung 2018,

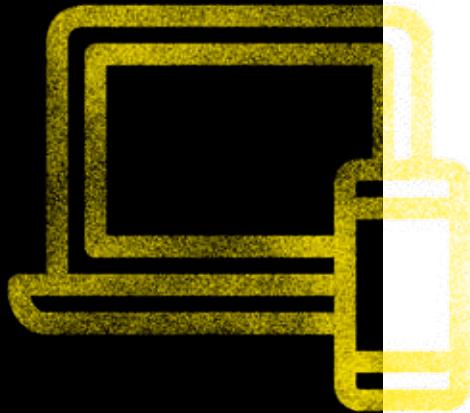
*Branshare-Studie 2014, Edelmann

den oder eines seiner Angehörigen, gibt es noch einmal speziell ausgebildete Kollegen, die empathisch mit der Situation umgehen können, professionell durch den Dschungel des Gesundheitswesens führen, Terminvereinbarungen für die Patienten übernehmen oder sich um Arztrechnungen kümmern. „Es geht uns darum, den Kunden bestmöglich zu unterstützen und ihn zu entlasten“, beschreibt Nicolas Pörtl, Hauptabteilungsleiter im Kunden- und Leistungsservice ARAG Krankenversicherungs-AG in München, den Serviceanspruch.

DIGITALISIERUNG SCHAFT ZEIT FÜR BERATUNG

Schulungen und Coachings der ARAG Serviceexperten führen externe Trainer und interne Spezialisten und Telefoncoaches durch. Zu den internen Spezialisten gehört Linn Henning. Die 33-Jährige ist seit Kurzem Fachreferentin und arbeitet seit 2014 im ARAG Rechtsservice in Düsseldorf. Als gelernte Juristin coacht sie ihre Kollegen und kümmert sich um rechtliche Angelegenheiten. Die fachlichen Schulungen bereiten Mitarbeiter auf neue Produkte und Verordnungen vor und auf eine veränderte Gesetzeslage. „Gerade für unsere Abteilung ist es enorm wichtig, immer über die neueste Gesetzeslage informiert zu sein. In Bereichen wie der Arzthaftung geht es um hohe Streitwerte und Geldsummen. Um Fehler zu vermeiden, haben wir regelmäßig Meetings und Besprechungen“, betont die Juristin.





DIGITAL FIT GEMACHT

Mehr als die Hälfte der deutschen Unternehmen investiert in die digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter. Das ergab die Umfrage „Digital Office Index 2018“ des Digitalverbands Bitkom (www.tinyurl.com/digital-office-index). Auch bei der ARAG steht die digitale Weiterbildung der Mitarbeiter ganz oben auf der Agenda. Darüber hinaus kommen für die Servicemitarbeiter neue Ansätze für einen Perspektivenwechsel zum Einsatz:

- Servicemitarbeitern stehen spezielle, interne Telefoncoaches zur Verfügung, um Kundengespräche zu reflektieren.
- In Design Thinking Workshops erarbeiten Mitarbeiter Lösungsvorschläge für die Praxis.
- In Rollenspielen schlüpfen Mitarbeiter in die Kundenrolle und „spielen“ Gespräche nach, um noch besser vorbereitet zu sein.
- In Innovationsteams mit Mitarbeitern und Führungskräften werden neue Ideen, Verbesserungsvorschläge und Innovationen besprochen und weiterentwickelt.

GRI

Aus- und Weiterbildung

Weitere Informationen zum Thema finden Sie auf Seite 77.

„Beim Wandel hin zu einem datengetriebenen, smarten Unternehmen sind wir einen großen Schritt vorangekommen.“

Nicolas Pöltl | Kunden- und Leistungsservice, München

Dafür ist natürlich die entsprechende Zeit nötig. Um sie für die Beratung zu haben, werden Prozesse bei der ARAG an anderer Stelle konsequent digitalisiert. „Wir sehen in der Digitalisierung einen zusätzlichen Service- und Kommunikationskanal, den wir ganz aktiv nutzen, um dem Verbraucher Mehrwerte zu liefern. Unsere Kunden sind heute wesentlich besser informiert als früher, da sie sich vorab im Internet in die Materie einlesen. Dadurch ist die Fragestellung viel präziser und geht viel tiefer in die Materie“, weiß Linn Henning. Schon deshalb sei es wichtig, fachlich stets auf dem neusten Stand zu sein und sich Zeit für seine Kunden zu nehmen. „Durch die Digitalisierung haben wir mehr Möglichkeiten, Fragen detailliert zu beantworten“, fährt Henning fort.

Die Digitalisierung weiter voranzutreiben, ist Sebastian Filos Aufgabengebiet. „Wir haben damit begonnen, viele der einfachen Vorgänge mit Robotersoftware maschinell zu verarbeiten, um eine schnellere Bearbeitung zu bieten“, erklärt er. Das erleichtert dem Kunden die Beschaffung benötigter Unterlagen und nimmt Kollegen Arbeit ab, die sie wiederum für Telefonate und Beratungen oder Coachings nutzen können.

WIN-WIN-SITUATION FÜR DIE KUNDEN UND DIE ARAG

Nur ein Beispiel für einen digitalen Service, der auf Kundenseite sehr gut angenommen wird, ist die „ARAG GesundheitsApp“. Sie bietet Privatversicherten vollautomatisch einen kompletten Überblick über ihre medizinische Historie. Über die App erhält der Kunde innerhalb weniger Klicks benötigte Unterlagen, Einblick in seine Gesundheitsakte und kann Fragen stellen, ohne anrufen zu müssen: Welche Medikamente wurden genommen? Wann war der letzte Zahnarztbesuch? Welche Diagnosen wurden gestellt und welche Therapien durchgeführt? „All diese Informationen haben Kunden mit der App stets griffbereit und können sie durch persönliche Notizen ergänzen“, berichtet Nicolas Pöltl. Ein weiterer Vorteil: Eingereichte Rechnungen werden rasch und zügig überwiesen und das schätzen Kunden natürlich besonders. Und während landauf, landab noch über Arten elektronischer Gesundheitsakten diskutiert wird, ist die ARAG digital ein Pionier, der es einfach gemacht hat.

Nach anderthalb Jahren am Markt hat die App über 100.000 Nutzer. „Seit ihrer Veröffentlichung hat unser Wachstum nochmal

stark zugenommen. Unsere Kunden honorierten die vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten“, sagt Nicolas Pörtl stolz. Auch er begann seine Karriere vor neun Jahren bei der ARAG. Seit 2014 ist der 39-Jährige in München und kümmert sich wie sein Kollege Sebastian Filo in Düsseldorf um den Ausbau der digitalen Services. Im Erfolg der App sieht er eine Win-win-Situation. Nicolas Pörtl: „Unsere Kunden sind sehr zufrieden damit, weil sie Zeit und Lauferei sparen, wir sparen Geld, da wir Anliegen über die App noch besser automatisiert verarbeiten können, und insgesamt fällt viel weniger Papier an, was schlussendlich auch der Umwelt zugutekommt.“

FLIXCHECK STATT BÜROKRATISCHER HECKMECK

Ein weiteres digitales Servicehighlight ist die „TeleClinic App“. Sie ermöglicht es, per Videochat mit einem Arzt zu kommunizieren. Das ist besonders praktisch bei kleineren Beschwerden, deren Ursache nicht klar ist, wie etwa bei Hautauschlägen. Via App können Kunden einfach per Video mit einem Arzt sprechen, der eine erste Diagnose stellen und bei Bedarf sogar Rezepte auf das Smartphone des Patienten schicken kann. „Auch diese Funktion nutzen Kunden immer häufiger“, so Nicolas Pörtl.

Doch auch Kunden, die digital nicht so bewandert sind, profitieren von innovativen Angeboten. Beim „Flixcheck“ werden Kunden individuell zusammengestellte Abfragen via SMS/E-Mail auf das Smartphone geschickt und so kleinere konkrete (Schäden-)Fälle direkt bearbeitet. Der Kunde gelangt über den mitgesandten Link auf die Flixcheck Webanwendung und kann den Check beantworten – ganz unkompliziert und ohne das Herunterladen einer App. Mit großem Erfolg: Bislang wurden 7.000 solcher Chats verschickt und die Kundenzufriedenheit liegt bei 100 Prozent. „Das ist toll“, freut sich Sebastian Filo. „Damit haben wir nicht gerechnet, aber es freut uns umso mehr.“



Geballtes Versicherungs-Know-how: Das ARAG Serviceteam um Annette Golisch, Linn Henning und Sebastian Filo (v. l.) ist dank langjähriger Erfahrung, regelmäßiger Workshops und Schulungen sowie einem internen Wiki fachlich immer auf dem neusten Stand.

GRI

Datenschutz

Weitere Informationen zum Thema finden Sie auf Seite 88.

HIGHSPEED IN DER LETZTEN HÜTTE

REPORTAGE

Während die Politik in Deutschland über den Breitbandausbau „an jeder Milchkanne“ diskutiert, machen es die Skandinavier einfach. Gute Voraussetzungen für die digitalen ARAG Angebote in Norwegen.



KARIN VOGELSBERG



KATHRINE SØRGÅRD

Skandinavien ist bei der Digitalisierung ein Vorbild. Etwa bei der Verwaltung: Nach Angaben der EU-Kommission belegen bei der Digitalisierung der Bürgerdienste die Länder Finnland, Estland und Dänemark die ersten drei Plätze. Deutschland rangiert auf Platz 21 von 28 EU-Mitgliedsstaaten. Norwegen gehört zwar nicht zur EU, die Bürger sind aber ebenfalls bestens vernetzt. Im Frühjahr 2018 wählte der Berliner Fachkongress „Digitaler Staat“ das Königreich als Vorbild für smarte Verwal-

tung und E-Government. Die Kongressteilnehmer erfuhren, dass die 5,3 Millionen Einwohner des dünn besiedelten Landes über ein flächendeckendes 4G-Breitband-Internet verfügen, zu dem so gut wie alle Haushalte Zugang haben. Dank eines persönlichen Identifikationscodes (ID) kann jeder Bürger digital sämtliche Behörden- und Bankangelegenheiten erledigen sowie Arzttermine vereinbaren. Egal ob Firmengründung, Steuererklärung oder Geburtsanzeige – in Norwegen geht alles digital.





NORWEGEN SETZT AUF DIGITALISIERUNG

Digital nicht hinterm Mond: Das Arctic Hideaway liegt auf der abgelegenen norwegischen Insel Fleinvær und fördert bei Gästen die „digitale Entgiftung“. Wi-Fi gibt es aber auch dort auf Wunsch.

Seit 2014 arbeitet Norwegen nach dem Prinzip „Digital-by-default“. Das heißt, dass alles, was Bürger und Behörden miteinander abzuwickeln haben, möglichst auf digitalem Wege passieren soll. Während in Deutschland bei fast jedem Behördenbesuch die Bürgerdaten neu aufgenommen werden, weil dutzende Register parallel geführt werden, reicht in Norwegen ein einziger Eintrag. Dann haben alle Behörden die Daten zur Verfügung. Das Land hat seine öffentliche Verwaltung im letzten Jahrzehnt sehr erfolgreich digitalisiert: Regierungsbehörden und Gemeinden sind vollständig vernetzt.

Zusammen mit dem konsequenten Ausbau des High-speed-Internets sind das auch sehr gute Voraussetzungen für die Entwicklung des Angebots innovativer Webservices, wie sie von der ARAG Scandinavia AS angeboten werden, sei es im Bereich Telemedizin oder beim Immobilienkauf. Quasi auf Knopfdruck sind alle Daten für Immobilienpartner von der ARAG Scandinavia AS und für Kunden individuell abrufbar (siehe auch Interview, Seite 39). So verbessert die ARAG Scandinavia AS den (digitalen) Kundenservice und die Effizienz insgesamt.

EINE FESTE GRÖSSE IN SKANDI- NAVIEN

Johan Dolven (siehe Interview) gründete die HELP Forsikring AS 2005 in der norwegischen Hauptstadt Oslo. Damals gab es in Norwegen Rechtsschutzversicherungen noch nicht als eigenständiges Produkt. Durch die HELP und die ARAG hat sich das Angebot inzwischen in Norwegen, Schweden und Dänemark etabliert. In allen drei Ländern besitzt die ARAG einen Marktanteil von gut 70 Prozent. In Norwegen arbeiten 145 Mitarbeiter für die ARAG Scandinavia AS, in Schweden 34 und in der Niederlassung Dänemark fünf.

Die ARAG Scandinavia AS bietet Rechtsschutz nicht nur für Privatpersonen, sondern auch für Gewerkschaften an. Das Unternehmen kooperiert mit etwa einem Dutzend Gewerkschaften und erreicht so insgesamt 300.000 norwegische Familien. Die Kundenzufriedenheit liegt bei 90 Prozent.

Die ARAG Scandinavia AS bietet Privat-Rechtsschutz für den Beruf und das private Umfeld, ein Schwerpunkt ist der Immobilienkäufer-Rechtsschutz.

Die ARAG SE erwarb im Jahr 2007 erste Anteile an der HELP Forsikring AS; 2013 übernahm der ARAG Konzern alle Anteile.

www.help.no

GRI

Digitalisierung und Innovative Kundenangebote

Weitere Informationen zu den Themen finden Sie auf Seite 61 und 63.

TELEMEDIZIN ERREICHT AUCH ENTLEGENE ORTE

Im norwegischen Gesundheitswesen spielt die Digitalisierung ebenfalls eine große Rolle. Die Telematikinfrastruktur gilt als die beste in ganz Europa. So verfügen beispielsweise Rettungswagen, die nicht ärztlich besetzt sind, über einen Tele-EKG-Dienst, der Sanitätern bei Verdacht auf einen akuten Herzinfarkt hilft. Telemedizin kommt zum Einsatz, um Patienten auf Schiffen und Ölplattformen zu versorgen. Norwegische Krankenhäuser investieren massiv in Informations- und Kommunikationstechnik. Das nordeuropäische Land treibt zudem technische Lösungen voran, die ältere und chronisch kranke Menschen im Alltag unterstützen und deren Lebensqualität verbessern können. Laut einer Studie, die im Auftrag des norwegischen Telekommunikationskonzerns Telenor durchgeführt wurde, sind im öffentlichen Gesundheitswesen Norwegens langfristig erhebliche Einsparungen möglich, wenn die Kommunen in Unterstützungstechnologien für öffentliche Einrichtungen investieren.

DIGITALISIERUNG BRINGT WIRTSCHAFTLICHE VORTEILE

Die wirtschaftlichen Vorteile der Digitalisierung bewertet auch der Networked Readiness Index (NRI)  des Weltwirtschaftsforums. Informations- und Kommunikationstechnologie in Verbindung mit nutzerfreundlichen Rahmenbedingungen, vernünftigen Regeln und einer erstklassigen Infrastruktur können den Weg für volkswirtschaftliche Vorteile ebnen, so das Weltwirtschaftsforum. Im NRI 2016 belegt Norwegen den vierten Platz

nach Singapur, Finnland und Schweden. Deutschland erreicht nur Rang 15 von insgesamt 139 bewerteten Ländern.

Johan Dolven, CEO der norwegischen Tochtergesellschaft der ARAG Scandinavia AS, sieht drei Hauptgründe für den Erfolg der neuen Technologien in Skandinavien.

Erstens: die umfassende technische Durchdringung. Die skandinavischen Länder Norwegen, Schweden und Dänemark gehören bei der digitalen Infrastruktur weltweit zur Spitzengruppe.

Zweitens: Die Behörden präsentieren sich als Vorreiter und bieten schon seit Jahren digitale Bürgerdienste an. Für die Skandinavier sind diese Services inzwischen nicht mehrwegzudenken.

Drittens: Die elektronische ID ist das „Sesam-öffne-dich“ für alle öffentlichen Dienste. Mit dieser ID können auch Kunden von der ARAG Scandinavia AS auf ihr persönliches Portal bei der Versicherung zugreifen. „Dieses Passwort ist gut gesichert – so gut, dass man damit sogar wählen kann“, sagt Johan Dolven.

„Vielleicht sind solche digitalen Lösungen in kleineren Ländern einfacher durchzusetzen als in einem Land wie Deutschland“, meint Dolven. Zudem erkennt er in Skandinavien ein großes Vertrauen der Bürger in den Staat und in die Technologie. Den Ausbau der Digitalisierung sieht Dolven als politische Aufgabe. Den Deutschen gibt er den Rat, ebenfalls einen elektronischen Identitätsnachweis einzuführen: „So wird die Digitalisierung wirklich Teil des täglichen Lebens.“ 

VORREITER BEI BITS UND BYTES

INTERVIEW

Die skandinavische ARAG Tochtergesellschaft ARAG Scandinavia AS nutzt die Vorteile der Digitalisierung. Ein verbesselter Kundenservice und mehr Effizienz sind starke Argumente für Investitionen in die Technik, meint CEO Johan Dolven.

Digitale Dienste gehören in Skandinavien zum Alltag. Auch die ARAG Scandinavia AS treibt ihre digitalen Angebote voran. Was ist Stand der Dinge?

JOHAN DOLVEN Wir haben vor etwa fünf Jahren angefangen, zunächst intern alle Prozesse zu digitalisieren. Das heißt: Unsere Anwälte arbeiten nicht mehr mit Papierdokumenten und unsere Schadenregulierung nutzt modernste Technologie. Wir arbeiten zudem mit Schnittstellen zu externen Systemen, beispielsweise bei unseren Vertriebspartnern. Seit zwei, drei Jahren investieren wir verstärkt in digitale Lösungen für unsere Kunden.

Wie profitieren Ihre Kunden davon?

JOHAN DOLVEN Sie sparen viel Zeit, weil alle relevanten Dokumente vorliegen. Wenn jemand ein Haus gekauft hat, haben wir zum Beispiel über unsere Immobilienpartner alle Informationen darüber. Dabei ist das System vollkommen transparent. Jeder Kunde hat sein individuelles Portal, in das er sich mit seiner ID einloggt. Dort findet er alle seine Versicherungsangelegenheiten an einem Ort und kann Dokumente direkt in unser System laden. Er kann zudem die Arbeit der Rechtsanwälte verfolgen und ist stets auf dem aktuellen Stand.



Was sagen die Kunden dazu?

JOHAN DOLVEN Die Akzeptanz ist hoch. Mehr als 50 Prozent aller Fälle werden über das Portal gemeldet. Ebenfalls 50 Prozent der Kunden verfolgen ihren Versicherungsfall über das Portal. Wir bitten die Kunden bei jedem Log-out um ihr Feedback und die Rückmeldungen sind sehr positiv. Typische Aussagen sind zum Beispiel: „Log-in und Handhabung sind einfach“ und „Es ist über das Portal viel einfacher, Kontakt zur ARAG aufzunehmen.“

Den Rückmeldungen der Kunden entnehmen wir, dass sie unser Angebot verantwortungsbewusst nutzen und sich Gedanken darüber machen. Wir erhalten viele gute Hinweise und Anregungen. Dafür sind wir dankbar, denn auf dieser Basis können und wollen wir uns ständig verbessern.



Johan Dolven

Der 55-Jährige ist CEO der norwegischen ARAG Tochter ARAG Scandinavia AS und sieht das Unternehmen als Rechtsschutzpionier in Nordeuropa. Insbesondere beim Kauf oder Verkauf von Immobilien ist Rechtsschutz in Norwegen sehr gefragt.

Wie hilft die ARAG Scandinavia AS Kunden im Bereich Cybermobbing?

JOHAN DOLVEN Hier haben wir uns vom ARAG Produkt web@ktiv inspirieren lassen. Unser Angebot heißt WebHelp und hilft Kunden etwa, wenn sie beleidigende Inhalte aus dem Internet entfernen wollen oder bei Identitätsdiebstahl.

EINE FRAGE DER VERANTWORTUNG

FRAGEN & ANTWORTEN

Für die ARAG bedeutet Nachhaltigkeit vor allem, Verantwortung zu übernehmen – für Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre, die Gesellschaft und die Umwelt. Dabei steht stets das Recht auf Chancengerechtigkeit im Zentrum. Im Zuge der Digitalisierung wird die Chancengerechtigkeit auch in der digitalen Welt immer wichtiger, weshalb sich der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht vertieft mit dem Thema beschäftigt. Die Fragen und Antworten illustrieren die vielfältigen Themen, die die ARAG im Zuge der digitalen Transformation bewegen. Darüber hinaus berichtet die ARAG transparent über alle Themen, die für ihre Stakeholder besonders relevant sind und bei denen das Unternehmen wesentlich zur nachhaltigen Entwicklung beiträgt.

FRAGEN

01 Welchen Einfluss hat die Digitalisierung auf die Geschäftstätigkeit der ARAG? // **02** Mit welchen Innovationen hat die ARAG 2018 ihr Angebot erweitert? // **03** Wie lernen Lehrer mit Mobbing umzugehen? // **04** Gibt es einen Schutz, der Verursacher von Mobbing und Rufschädigung zur Verantwortung zieht? // **05** Warum ist das deutsche Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) umstritten? // **06** Welchen Stellenwert hat der Datenschutz für die ARAG? // **07** Warum investiert die ARAG in die digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter? // **08** Welche Auswirkungen hat die Digitalisierung auf die Gesundheit und Arbeitssicherheit der ARAG Mitarbeiter? // **09** Wie engagiert sich die ARAG bei der Förderung der Digitalkompetenzen von Kindern und Jugendlichen? // **10** Wie bereiten sich andere Länder auf die digitalisierte Welt vor und wie sorgen sie für Chancengleichheit?



ANTWORTEN

01

Die Digitalisierung hat starken Einfluss auf alle Aspekte der Geschäftstätigkeit der ARAG und ist ein zentrales Thema im Unternehmen. Deshalb setzt die ARAG auf das Smart Insurer Program. Als zentrales Managementinstrument soll es das Kundenerlebnis durch einfache Prozesse und zeitgemäße Produkte weiter verbessern.

Siehe Seite 61

02

Die ARAG hat ihr Produktpotfolio 2018 mit innovativen Angeboten zielgerichtet erweitert. Zu den neuen Produkten zählen beispielsweise der ARAG Miet-Rechtschutz Sofort mit Rückwärtsdeckung sowie der ARAG Unfall-Schutz mit dem Zusatzbaustein Fit Plus, der unter anderem einen telemedizinischen Service beinhaltet.

Siehe Seite 65

03

Zum Beispiel durch Weiterbildungsangebote wie „Konfliktmanagement an Schulen“, das die ARAG fördert.

Siehe Seite 9

04

Mit ARAG web@ktiv bietet ARAG Opfern ein Internet-Rechtsschutzpaket mit umfassenden Leistungen, mit aktiver Strafverfolgung.

Siehe Seite 9

05

Weil über das Löschen von Inhalten Gerichte entscheiden sollten und nicht alleine kommerzielle Plattformen wie Facebook, Twitter & Co. Die ARAG und IT-Rechtsexperten plädieren darum für ein Persönlichkeitsrechtsschutzgesetz (PRG).

Siehe Seite 17

06

Der Datenschutz hat für die ARAG eine hohe Priorität und basiert auf einem gut abgestimmten, internen Regelwerk. Dabei werden alle regulatorischen Anforderungen wie beispielsweise die EU-Datenschutzgrundverordnung berücksichtigt. Zudem hält sich die ARAG an die Regeln der deutschen Versicherungswirtschaft zum Umgang mit personenbezogenen Daten.

Siehe Seite 88

07

Zum Beispiel um Prozesse zu automatisieren, um mehr Zeit für die persönliche Kundenberatung zu haben. Durch regelmäßige Workshops, Coachings und Design-Thinking-Workshops macht die ARAG ihre Mitarbeiter digital fit.

Siehe Seite 34

08

Einerseits werden Arbeitszeit und Arbeitsort durch die Digitalisierung immer flexibler, was sich positiv auf die Work-Life-Balance auswirken kann. Andererseits bestehen auch Risiken, beispielsweise durch ständige Erreichbarkeit. Die ARAG nimmt diese Entwicklung sehr ernst und begegnet diesen Herausforderungen mit individuellen Angeboten für ihre Mitarbeiter.

Siehe Seite 74

09

Die ARAG setzt sich seit vielen Jahren für den Schutz von Kindern und Jugendlichen vor Gefahren im Internet ein. Unter anderem führt die ARAG zusammen mit der Deutschen Kinder und Jugendstiftung (DKJS) seit 2017 das Programm „bildung.digital“ durch, das Schulen in Deutschland unterstützt, Konzepte der digitalen Bildung zu entwickeln und umzusetzen.

Siehe Seite 83

10

Besonders die skandinavischen Länder rüsten sich mit digitalen Dienstleistungen wie Behördengängen oder Arztbesuchen. Die skandinavische ARAG Tochtergesellschaft ARAG Scandinavia AS nutzt diese Vorteile.

Siehe Seite 38

GRI-Bericht

Allgemeine Angaben	43
Organisationsprofil	43
Strategie	47
Ethik und Integrität	47
Unternehmensführung	48
Einbindung von Stakeholdern	49
Vorgehensweise bei der Berichterstattung	51
<hr/>	
Themenspezifische Angaben	54
Ökonomische Themen	54
Wirtschaftliche Leistung	54
Gesellschaftliche Wertschöpfung	55
Verantwortungsvolle Vergütung und Anreize	57
Fairer Wettbewerb und Vermeidung von Interessenkonflikten	58
Unternehmenskultur und -auftrag	60
Digitalisierung	61
Innovative Kundenangebote	63
Kundenorientierung	65
Verantwortungsvoller Investor	67
Ökologische Themen	68
Energieverbrauch und Emissionen	68
Soziale Themen	72
Arbeitsbedingungen	72
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	74
Aus- und Weiterbildung	77
Vielfalt und Chancengleichheit	79
Gesellschaftliches Engagement	82
Politisches Engagement	84
Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen	85
Transparente Geschäftsführung und Dienstleistungen	86
Cyberrisiken und Datenschutz	88
Compliance	90
<hr/>	
GRI-Inhaltsindex	92

Allgemeine Angaben

Organisationsprofil

102-1	Name der Organisation
-------	-----------------------

ARAG SE

102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen
-------	--

Der ARAG Konzern ist das größte familiengeführte Versicherungsunternehmen in Deutschland und zählt zu den drei weltweit führenden Rechtsschutzanbietern. Im Fokus stehen innovative Versicherungsprodukte und Dienstleistungen für Privat- und Gewerbe-kunden. Als vielseitiger Qualitätsversicherer bietet die ARAG ihren Kunden in Deutschland neben dem Kerngeschäft Rechtsschutz auch bedarfsoorientierte Produkte und Services im Komposit- und Personenversicherungsgeschäft an. International setzt das Unternehmen gezielt auf Wachstumspotenziale im Rechtsschutzgeschäft.

Für weitere Informationen siehe Geschäftsberichte 2018 Konzernabschluss ARAG Holding SE, ARAG Allgemeine Versicherungs-AG, ARAG Krankenversicherungs-AG

102-3	Hauptsitz der Organisation
-------	----------------------------

Düsseldorf, Deutschland

102-4	Anzahl der Länder, in denen das Unternehmen tätig ist
-------	---

17

102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform
-------	--------------------------------------

Die ARAG SE ist die operative Holding der ARAG. Ihre Vorstandsmitglieder sind für die strategische Leitung des Konzerns, für das operative deutsche Rechtsschutzgeschäft und die internationalen Einheiten verantwortlich. Die Vorstände der ARAG Allgemeine Versicherungs- AG und der ARAG Krankenversicherungs-AG verantworten die operative Führung ihrer Gesellschaften. Als Familienholding verwaltet die ARAG Holding SE das Gesamtvermögen des ARAG Konzerns.

102-6**Märkte**

Im Kernsegment Rechtsschutz gestaltet die ARAG ihre Märkte mit innovativen Produkten und Services national und international maßgeblich mit. Das internationale Rechtsschutzgeschäft ist seit einigen Jahren das größte Konzerngeschäftsfeld. In Deutschland beweist sich der Kompositversicherer ARAG Allgemeine in einem hart umkämpften Markt als attraktiver Anbieter von Sach-, Haftpflicht- und Unfallversicherungen, die zahlreiche hervorragende Platzierungen bei unabhängigen Leistungsvergleichen erzielen. Mit einer breiten Palette an leistungsstarken Produkten unterstreicht die ARAG Kranken im Markt der privaten Krankenversicherung ihre Rolle als attraktiver Anbieter von Krankenvoll- und Krankenzusatzversicherungen.

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

Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2018 Konzernabschluss ARAG Holding SE.

102-7**Größe der Organisation**

Mit weltweit über 4.100 Mitarbeitern erwirtschaftet der ARAG Konzern in insgesamt 17 Märkten ein Umsatz- und Beitragsvolumen von mehr als 1.640.000 T€.

Die ARAG SE beschäftigt weltweit ca. 2.700 Mitarbeiter. In diesem Bericht gehen die quantitativen Darstellungen zu den Mitarbeitern falls möglich und sinnvoll über die Grenzen der ARAG SE hinaus und umfassen weitere Mitarbeiter des ARAG Konzerns. Der genaue Umfang wird jeweils bei der entsprechenden Angabe erläutert. Dasselbe gilt für Angaben zum Energieverbrauch und zu den Treibhausgasemissionen.

Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2018 Konzernabschluss ARAG Holding SE.

102-8**Zusammensetzung der Belegschaft*****Zusammensetzung der Belegschaft nach Arbeitsvertrag und Beschäftigungsverhältnis**

Anzahl Personen, Stand 31.12.2018¹

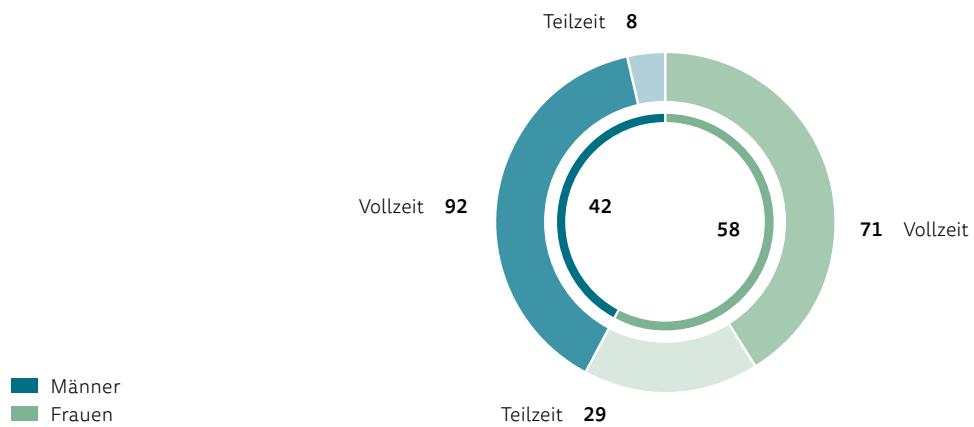
	Deutschland		International		Total
	Männer	Frauen	Männer	Frauen	
Belegschaft nach Arbeitsvertrag	509	552	823	1.326	3.210
Unbefristet	481	532	731	1.168	2.912
Temporär	28	20	92	158	298
Belegschaft nach Beschäftigungsverhältnis²	481	532	731	1.168	2.912
Vollzeit	465	370	653	834	2.322
Teilzeit	16	162	78	334	590

¹ Ohne 39 Praktikanten, Trainees und Lernende sowie ohne passive Mitarbeiter.

² Nur unbefristete Mitarbeiter.

Unbefristete Mitarbeiter nach Geschlecht und Beschäftigungsverhältnis

(in Prozent)



* (bezieht sich auf Titel von 102-8)

Die Daten beziehen sich auf den Hauptsitz von ARAG in Deutschland und Außenstellen/Tochtergesellschaften in Österreich, Belgien, Kanada, Dänemark, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Norwegen, Portugal, Slowenien, Spanien, Schweden, UK und den USA. Nicht eingeschlossen sind die operativen Versicherungsgesellschaften in Deutschland sowie die zum ARAG Konzern gehörenden deutschen Dienstleistungsgesellschaften.

102-9

Lieferkette

In Deutschland bezieht der ARAG Konzern mit einem Einkaufsvolumen von rund 79.500 T€ Leistungen von 1.380 Lieferanten.¹ Die Leistungen umfassen zehn Warengruppen. Dazu gehören unter anderem IT, Marketing und Kommunikation, Facility-Management, Reisen und Veranstaltungen, Finanzdienstleistungen und professionelle Dienstleistungen wie externe Schadensachbearbeiter oder Prüfgesellschaften. Der Einkauf von Leistungen liegt im Verantwortungsbereich des Zentraleinkaufs. In der Purchasing Policy definierte Leistungen können direkt von den Fachbereichen eingekauft werden.

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

Die Berechnungsmethode wurde gegenüber dem Nachhaltigkeitsbericht 2017 geändert. Angewendet auf das Geschäftsjahr 2017 ergibt sich mit der hier gewählten Methode ein Einkaufsvolumen von 76.700 T€, das bei 1.415 Lieferanten bezogen wurde.

102-10**Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette**

Im Berichtsjahr gab es beim ARAG Konzern keine relevanten strukturellen Änderungen.

102-11**Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip**

Risikomanagement ist eine Kernkompetenz des ARAG Konzerns als Versicherungsunternehmen und daher wichtiger Bestandteil der Geschäftssteuerung. Ausführliche Erläuterungen zur Risikosteuerung sind im Geschäftsbericht zum Konzernabschluss der ARAG Holding SE sowie in den jeweiligen Einzelabschlüssen der Versicherungsunternehmen aufgeführt. Zudem veröffentlicht der Konzern vollständige jährliche Berichte über die nachhaltige finanzielle Solvabilität in entsprechenden Berichten über Solvabilität und Finanzlage (SFCR).

Darüber hinaus betrachtet die ARAG es als ihre Pflicht, Umweltrisiken vorzubeugen. Zu diesem Zweck ist ein entsprechendes Umweltmanagement an den jeweiligen Unternehmensstandorten eingerichtet, wobei Maßnahmen zur Ressourcenschonung (Energie, Wasser, Papier) im Fokus stehen. Als Versicherungsunternehmen nimmt für die ARAG das nachhaltige Kapitalanlagemanagement eine zunehmend wichtigere Rolle ein.

Weitere Informationen dazu finden sich auf Seite 67 in diesem Bericht.

102-12**Externe Initiativen**

Im Jahr 2017 hat ARAG die „Charta der Vielfalt“ unterzeichnet, eine Unternehmensinitiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen und Institutionen, die unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Angela Merkel steht. 2018 wurden keine zusätzlichen Selbstverpflichtungen unterzeichnet.

102-13

Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen

Die ARAG ist Mitglied im Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV), in der Arbeitsgruppe Versicherungswirtschaft bei der Landesregierung Nordrhein-Westfalen und engagiert sich in der „Finanzplatz München Initiative“. Zusätzlich sind die internationalen Niederlassungen und Tochtergesellschaften üblicherweise Mitglied in den Branchenverbänden der jeweiligen Länder.

Strategie

102-14

Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers

Siehe Seite 2 in diesem Bericht.

Ethik und Integrität

102-16

Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen

Die Konzernleitlinien – die ARAG Essentials – enthalten die Unternehmensziele und zeigen auf, wofür sich Mitarbeiter, Führungskräfte und Eigner gemeinsam einsetzen. Neben dem Selbstverständnis der ARAG sind auch der unternehmerische Auftrag und die Unternehmenswerte darin verankert. Die ARAG Essentials dienen den Mitarbeitern als Orientierungshilfe, um die Zukunft des Unternehmens im Sinne der Kunden engagiert zu gestalten. Die ARAG Leadership Standards, die auf den ARAG Essentials aufbauen, bieten Unterstützung bei der Umsetzung der Vorgaben im Geschäftsalltag. Die ARAG Essentials werden allen neuen Mitarbeitern ausgehändigt. Zudem organisiert die ARAG 90-minütige Workshops, um sich mit Kollegen über die Inhalte auszutauschen. Auf der Konzernwebseite gibt es zusätzlich ein Onlinetool, das spielerisch die Kernaussagen der ARAG Essentials kommuniziert sowie über die einzelnen internationalen Standorte informiert – in allen 13 Konzernsprachen.

Unternehmensführung

102-18 Führungsstruktur

Der ARAG Konzern

Vermögens-
und Beteiligungs-
verwaltung

ARAG Holding SE

Operative
Konzernholding

ARAG SE

und Rechtsschutz-
versicherung

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

**Konzern-
entwicklung/
Betriebs-
organisation**

**Konzern
Vertrieb/
Produkt und
Innovation**

**Konzern
Finanzen**

**Konzern IT
und
Operations**

**Konzern
Risiko-
management/
Konzern
Controlling**

Operative
Versicherungs-
gesellschaften

**ARAG Allgemeine
Versicherungs-AG**

(Kompositversicherungen)

**ARAG Kranken-
versicherungs-AG**

(Krankenversicherungen)

**Interlloyd
Versicherungs-AG**

(ausgerichtet auf
Maklervertrieb)

**Internationale
Gesellschaften**

(Rechtsschutz/
Rechtsdienstleistung)

Dienstleistungs-
gesellschaften

ARAG IT GmbH

(IT-Dienstleistungen für den
ARAG Konzern)

**Cura Versicherungsvermittlung
GmbH**

(Vermittlungsgesellschaft)

**ARAG Service
Center GmbH**

(Notruftelefonie)

Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2018 Konzernabschluss ARAG Holding SE.

Einbindung von Stakeholdern

102-40 Liste der Stakeholdergruppen

Zu den wichtigsten Stakeholdergruppen des ARAG Konzerns gehören die Kunden sowie die Mitarbeiter. Darüber hinaus sind Geschäftspartner, Lieferanten, Industrieverbände und regulatorische Institutionen bedeutende Stakeholder.

102-41 Tarifverträge

71 Prozent der Mitarbeiter der ARAG SE Deutschland unterstehen Tarifverträgen. Zusammen mit den Mitarbeitern der Außenstellen in Österreich, Belgien, Kanada, Dänemark, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Norwegen, Portugal, Slowenien, Spanien, Schweden, UK und den USA beträgt der Anteil von Mitarbeitern mit Tarifverträgen 51 Prozent.

102-42 Ermittlung und Auswahl der Stakeholder

Die ARAG steht in intensivem Austausch mit Stakeholdern, die einen wesentlichen Einfluss auf den Erfolg des Unternehmens haben und die ihrerseits durch die Geschäftsaktivitäten der ARAG maßgeblich beeinflusst werden. Dazu gehören insbesondere die Kunden sowie die Mitarbeiter. Diese relevanten Gruppen werden fortlaufend und anlassbezogen durch entsprechende Marktforschung zu ihrer Haltung gegenüber der ARAG und ihrer Einschätzung des Unternehmens befragt. Ferner werden durch die Stakeholder freigegebene Daten zur Verbesserung der Dienstleistungen erhoben und ausgewertet.

102-43 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern

Der verantwortungsvolle Umgang mit Mitarbeitern sowie Kunden und Geschäftspartnern basiert im ARAG Konzern auf einem langfristig ausgerichteten Unternehmensansatz. Die ARAG positioniert sich als der international erfolgreiche, innovative Qualitätsversicherer – unabhängig und in Familienbesitz. Von diesem Grundverständnis leitet das Unternehmen seine gesellschaftliche Verantwortung ab und verfolgt diese mit großem Engagement. Das klare Ziel des ARAG Gründers Heinrich Faßbender dient der ARAG seit mehr als 80 Jahren unverändert als Richtschnur ihres unternehmerischen Handelns: Allen Bürgern soll Chancengleichheit vor dem Recht ermöglicht werden. Durch diese Grundidee ist ein hohes Maß an gesellschaftlicher Verantwortung direkt im Geschäftsmodell der ARAG verankert.

Gemäß diesem unternehmerischen Auftrag stellt die ARAG den Kunden und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt. Das Unternehmen ermittelt die Kundenzufriedenheit und -erwartungen kontinuierlich auf vielfältige Weise: Über Feedbackfragebögen und eine Onlineplattform führt es Kundenbefragungen durch. Zudem nutzt die ARAG im Rahmen der Marktforschung Fokusgruppen und marktvergleichende Mehrbezieherstudien. In Zusammenarbeit mit Marktforschungsinstituten führt das Unternehmen qualitative und quantitative Studien durch, um spezifische Fragestellungen zu beantworten.

Seit Ende 2016 betreibt die ARAG als Pilotprojekt eine Online-Community – den ARAG Denkraum. Ziel ist es, mit den Kunden in einen direkten Dialog zu treten und gemeinsam Neues zu entwickeln. Hier führt die ARAG beispielsweise Befragungen zu konkreten Themen, Produkten und Prozessen durch oder diskutiert mit Kunden in offenen Foren.

Offline führte die ARAG im Mai 2018 eine qualitative Untersuchung zu ihrem Produkt web@ktiv durch, deren Ergebnisse für die Ausgestaltung der neuen Produktgeneration genutzt wurden.

Ende November 2018 lud die ARAG erstmals Rechtsschutzkunden zu zwei „Runden Tischen“ in die Düsseldorfer Konzernzentrale ein. In einem moderierten Gespräch erhielten die Teilnehmer Gelegenheit, über ihre persönlichen Erfahrungen mit der ARAG zu sprechen sowie ihre Wünsche und neue Ideen zu kommunizieren. Dieser direkte und offene Meinungs- und Erfahrungsaustausch gewährte der ARAG unmittelbaren Einblick in Kundenerwartungen und -bedürfnisse, die als Basis für eine Optimierung von Serviceleistungen und internen Prozessen dienen.

102-44

Wichtige Themen und vorgebrachte Anliegen

Aus Marktforschungserhebungen wird deutlich, dass sich Kunden neben der zuverlässigen und tragfähigen Versicherungsdeckung insbesondere digitale Lösungen und Kommunikationsmöglichkeiten wünschen. Gleichzeitig besteht nach wie vor der Wunsch nach individueller und persönlicher Betreuung, bestenfalls durch einen festen Ansprechpartner. Der Kunde möchte – je nach Bedarf und Anlass – frei zwischen den unterschiedlichen Kommunikationskanälen wählen können. Grundsätzlich wird erwartet, dass Anliegen einfach, schnell und digital gelöst werden. Freundlichkeit, Kompetenz, Zuverlässigkeit und Empathie sind „weiche“ Faktoren, die Kunden von den Mitarbeitern erwarten.

Daneben fragen Kunden vermehrt innovative Produkte nach, die einen verlässlichen Schutz bieten bei Schäden, die beispielsweise aufgrund der zunehmenden Internetkriminalität entstehen. Die ARAG plant deshalb, Mitte 2019 einen leistungsstarken, neuen web@ktiv Tarif sowohl für Privatpersonen als auch für Selbstständige auf den Markt zu bringen (*Weitere Informationen zu web@ktiv finden sich auf Seite 9 in diesem Bericht*). Bei der Entwicklung flossen viele Rückmeldungen und Wünsche von Kunden und Vertriebspartnern ein.

Bei den Mitarbeitern der ARAG steht vor allem ein guter Ausgleich zwischen Berufs- und Privatleben im Mittelpunkt. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie genießt einen hohen Stellenwert. Die ARAG reagiert mit entsprechenden Angeboten auf diese Anliegen.

Weitere Angaben dazu finden sich ab Seite 72 in diesem Bericht.

Vorgehensweise bei der Berichterstattung

102-45 Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten

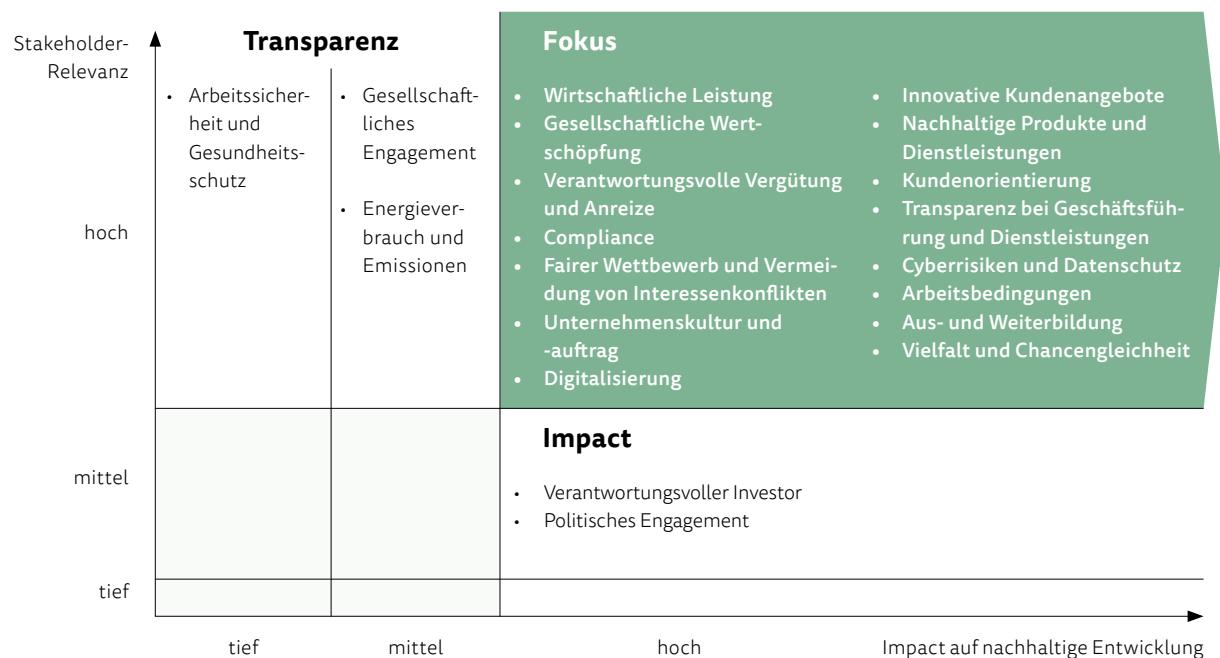
Die Nachhaltigkeitsberichterstattung umfasst alle wesentlichen deutschen und internationalen Versicherungsunternehmen der ARAG Holding SE.

Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2018 Konzernabschluss ARAG Holding SE.

102-46 Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen

Die Grundsätze zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Berichtsqualität wurden im gesamten Berichterstattungsprozess angewendet. Zur Bestimmung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen überprüfte und aktualisierte die ARAG 2018 im Rahmen eines Workshops die zwei Jahre zuvor in einem umfassenden Prozess erarbeitete Liste wesentlicher Themen. Im Jahr 2016 wurden die Perspektiven verschiedener Funktionen, die Sicht des Konzerns, der einzelnen deutschen und internationalen Konzerngesellschaften sowie der bedeutendsten Stakeholdergruppen berücksichtigt. An der Aktualisierung waren die wichtigsten Konzernbereiche beteiligt. Diese waren jedoch aufgefordert, ihre Erfahrung aus dem intensiven Austausch mit externen Stakeholdern einzubringen und so auch die Außensicht auf das Unternehmen zu berücksichtigen. In die GRI-Berichterstattung wurden alle Themen aufgenommen, die für die Stakeholder in hohem Maße relevant sind oder bei denen die ARAG einen hohen Impact auf die nachhaltige Entwicklung hat. Gemäß Mandat des Aufsichtsrats wurden dieser Prozess und seine Ergebnisse von einem Wirtschaftsprüfer begleitet und geprüft. Die Ergebnisse fließen auch in die nichtfinanzielle Konzernerklärung im Rahmen der Umsetzung des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes ein.

102-47**Liste wesentlicher Themen**



102-48**Neudarstellung von Informationen**

Einige Angaben wurden gegenüber dem Vorjahresbericht korrigiert, beispielsweise aufgrund neuer Berechnungsmethoden. Die Änderungen sind an den entsprechenden Stellen vermerkt.

102-49**Änderungen bei der Berichterstattung**

Aufgrund der Überprüfung und Aktualisierung der wesentlichen Themen im Herbst 2018 (vgl. Angabe 102-46) umfasst die Nachhaltigkeitsberichterstattung für das Berichtsjahr 2018 20 Themen. Für eine Übersicht der wesentlichen Themen siehe Angabe 102-47.

102-50**Berichtszeitraum**

Kalenderjahr 2018

102-51	Datum des letzten Berichts
	Juni 2018
102-52	Berichtszyklus
	Jährlich
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht
	Kathrin Köhler/Katharina Pförtner Corporate Responsibility & Nachhaltigkeit Konzernkommunikation/Marketing
	ARAG SE ARAG Platz 1, 40472 Düsseldorf Tel: +49 (0)211 963-2225 Fax: +49 (0)211 963-2220 nachhaltigkeit@arag.de
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards
	Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option „Kern“ erstellt.
102-55	GRI-Inhaltsindex
	Siehe Seite 92 in diesem Nachhaltigkeitsbericht
102-56	Externe Prüfung
	Es wurde keine Prüfung durchgeführt.

Themenspezifische Angaben

Ökonomische Themen

Wirtschaftliche Leistung

103-1/2/3 Managementansatz

Der ARAG Konzern ist das größte Familienunternehmen in der deutschen Versicherungsbranche und zählt zu den drei weltweit führenden Rechtsschutzanbietern. Als unabhängiges Unternehmen in Familienbesitz verfolgt die ARAG eine langfristig ausgerichtete Strategie und setzt mit einer konservativen Risiko- und Solvabilitätspolitik auf nachhaltig profitables Wachstum. Die Bewahrung der kleinteiligen Risikostruktur mit einer guten Risikostreuung steht dabei im Mittelpunkt.

Im Kern des unternehmerischen Selbstverständnisses steht die Unabhängigkeit der ARAG. Sie steht als Leitmotiv für alle Bereiche der Geschäftstätigkeit und erlaubt es der ARAG, sich voll und ganz auf die Interessen der Kunden als wichtigste Stakeholder zu konzentrieren. Die Ressourcen des Unternehmens werden vorrangig dafür eingesetzt, die Kundenbedürfnisse zu bedienen und die Leistungsversprechen zu erfüllen. Die zurückhaltende Dividendenpolitik der ARAG unterstreicht diesen Ansatz. Die Gewinne verbleiben überwiegend im Unternehmen und werden reinvestiert, um die finanzielle Substanz und Investitionsfähigkeit zu stärken. Unabhängigkeit und Internationalität bilden auch die Grundlage der Markenstrategie der ARAG.

Im deutschen Markt setzt der ARAG Konzern auf die Weiterentwicklung des Geschäfts in den Sach- und Krankenversicherungen. International wird das Rechtsschutzgeschäft weiter dynamisch ausgebaut. Im Rahmen eines Planungsprozesses werden die aus dieser zweidimensionalen Wachstumsstrategie abgeleiteten Umsatz- und Ergebnisziele auf die einzelnen Führungsbereiche heruntergebrochen. Mehrere Instrumente tragen dazu bei, dass die ARAG die gesteckten Wachstumsziele erreicht. Dazu gehören die Dreijahresplanung für alle Konzerngesellschaften, das Zielvereinbarungssystem, das umfangreiche Risikomanagementsystem nach Solvency II unter Anwendung eines partiell internen Risikomodells und das Interne Steuerungs- und Kontrollsystem (ISKS).

Der ARAG Konzern mit seinen internationalen Gesellschaften sieht sich einem steigenden Wettbewerbsdruck durch neue Anbieter ausgesetzt, die mit innovativen Produkten und Formen der Kundeninteraktion den Wettbewerb umgestalten. 2018 wurde der Wettbewerb in einigen Märkten zusätzlich durch Fusionen und Übernahmen neugestaltet, so zum Beispiel in den Niederlanden und in Belgien. Die ARAG ist dank ihrer hohen Innovationsfähigkeit jedoch gut aufgestellt, um wettbewerbsfähig zu bleiben und beispielsweise die Chancen der digitalen Transformation gewinnbringend zu nutzen. Trotz des gestiegenen Wettbewerbsdrucks und reifer Märkte konnte die ARAG 2018 wie bereits in den Vorjahren Kunden hinzugewinnen und ihre Beitragseinnahmen steigern. Insgesamt war der Geschäftsverlauf 2018 sowohl in Deutschland als auch international sehr erfolgreich.

201-1

Wertschöpfung und ihre Weiterverteilung

Siehe Geschäftsbericht 2018 Konzernabschluss ARAG Holding SE

Gesellschaftliche Wertschöpfung

103-1/2/3

Managementansatz

Am Hauptsitz in Düsseldorf ist der ARAG Konzern mit circa 1.400 Beschäftigten ein wichtiger Arbeitgeber, der nicht nur die Beschäftigungsquote positiv beeinflusst, sondern auch zur Steigerung der Standortattraktivität beiträgt. Der Wirtschaftsstandort Nordrhein-Westfalen profitiert in vielfältiger Weise von der Geschäftstätigkeit der ARAG. So unterstützt die ARAG zum Beispiel zahlreiche Arbeitsstellen in der Lieferkette und im Vertrieb. Als attraktiver Arbeitgeber schafft das Unternehmen auch an seinen internationalen Standorten gesellschaftlichen Wert, indem es zukunftsfähige und verlässliche Arbeitsplätze zur Verfügung stellt. Die geringe Fluktuation und die langjährige Beschäftigungs dauer unterstreichen dies.

Dank der konsequenten Stärkung der Marke und einem aktiven Personalmanagement besitzt die ARAG als Familienunternehmen in der Finanzwirtschaft eine hohe Attraktivität für Bewerber. Die Förderung lokaler Fach- und Führungskräfte gehört dabei schon seit Jahrzehnten zur Personalstrategie der ARAG. Dies gilt auch für die höchste Management- und Führungsebene. Im internationalen Geschäft dient dies insbesondere auch dazu, die im Versicherungsgeschäft unentbehrliche Kundennähe sicherzustellen. So ist es beispielsweise in Belgien – einem Land mit drei Sprachregionen – entscheidend, lokale Fachkräfte zu rekrutieren. Die Sprachkompetenzen sind auch bei ARAG Kanada entscheidend. In Skandinavien achtet die ARAG darauf, Mitarbeiter aus allen Regionen zu beschäftigen, um so die Vielfalt der Gesellschaft widerzuspiegeln. Nur so kann das Unternehmen den bestmöglichen Service für Kunden in der ganzen Region anbieten.

Für den ARAG Konzern unterliegt das Thema gesellschaftliche Wertschöpfung jedoch einem weitreichenden Bedeutungswandel, denn der demografische Wandel stellt die gesamte Versicherungswirtschaft vor erhebliche Herausforderungen, nicht zuletzt in Deutschland. Die ARAG erwartet, dass in den kommenden zehn Jahren mehr als 30 Prozent der deutschen Belegschaft durch Erreichen des Pensionsalters aus dem Arbeitsprozess scheiden werden. Damit geht Expertise verloren, die frühzeitig durch eine adäquate Rekrutierungspolitik ersetzt werden muss. Hinzu kommt, dass die ARAG bereits jetzt national und international mit Unternehmen innerhalb und außerhalb der Versicherungsbranche im direkten Wettbewerb um die besten Arbeitskräfte steht. Das Unternehmen rechnet damit, dass sich dieser Wettbewerb zukünftig weiter verschärfen wird.

Deshalb hat die Abteilung Human Resources im Berichtsjahr im Rahmen eines umfassenden Programms Art und Abläufe von Rekrutierungsmaßnahmen überarbeitet. Unter dem Titel „Einstellungssache“ konnte die Zahl qualifizierter Bewerber dank einer webbasierten „active sourcing“ Kampagne sowie einem mit besonderen Anreizen ausgestatteten Empfehlungsprogramm um rund 20 Prozent gesteigert werden. Durch Investitionen in die Weiterbildung der Mitarbeiter sowie den Ausbau des Gesundheitsprogramms ARAGcare wird die ARAG die Arbeitsplatzattraktivität in Zukunft ebenfalls weiter erhöhen. Weitere Angaben zum Thema Aus- und Weiterbildung finden sich ab Seite 77, Informationen zum Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz ab Seite 74 in diesem Bericht.

Kommende Fachkräfte haben eine klare Erwartungshaltung an die digitalen Fähigkeiten ihres Arbeitgebers. In diesem Bereich zeigt sich das Unternehmen bereits seit einigen Jahren belastbar aufgestellt. Die ARAG verfolgt konsequent das 2018 ins Leben gerufene ARAG Smart Insurer Program, mit dem Ziel, den Konzern als innovativen Arbeitgeber zu positionieren. Die Wirksamkeit dieser Maßnahmen wird unter anderem durch die jährlich stattfindende Fluktuationsmessung überprüft. Weitere Informationen zum Smart Insurer Program finden sich ab Seite 61 in diesem Bericht.

202-2 Standortbezogene Managementauswahl

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

203-2 Volkswirtschaftliche Auswirkungen

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der ARAG rund um den Hauptgeschäftsstandort Düsseldorf wurde zuletzt 2011 in einer Studie zur Bedeutung der Versicherungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen untersucht. Die Studie zeigte, dass die Geschäftstätigkeit der ARAG zahlreiche Stellen in der Lieferkette und im Vertrieb schafft. Zudem stärkt das überdurchschnittliche Einkommensniveau der ARAG Beschäftigten das direkte Umfeld. Insgesamt flossen so jährlich rund 180.000 T€ in den Wirtschaftsstandort.

Auch an den internationalen Standorten trägt die ARAG zur wirtschaftlichen Entwicklung und Beschäftigung bei. Dabei besitzt die ARAG in Spanien, Italien und Skandinavien eine hohe Attraktivität als marktführendes Unternehmen in ihrem Spezialsegment. In den Niederlanden zählt die ARAG zu den bedeutendsten Arbeitgebern in der Rechtsbranche und gehört zu den drei größten Arbeitgebern rund um den Standort Leusden.

Verantwortungsvolle Vergütung und Anreize

103-1/2/3 Managementansatz

Eine verantwortungsvolle Vergütungspolitik ist ein wesentlicher Bestandteil der Governance jedes Unternehmens und daher auch für alle Gesellschaften der ARAG Gruppe von besonderer Wichtigkeit. Durch eine leistungs- und marktgerechte Vergütung sichert die ARAG ihre Attraktivität für Fach- und Führungskräfte. Dies ist die Grundlage für nachhaltigen Geschäftserfolg durch motivierte und leistungsorientierte Organmitglieder und Mitarbeiter. Gleichzeitig muss jedoch sichergestellt werden, dass die Vergütungspolitik die richtigen Anreize setzt und keine Risiken oder Lenkungseffekte erzielt, die dem Unternehmen und damit seinen Stakeholdern schaden könnten.

Die Vergütungspolitik der ARAG ist in der Gruppen- und Einzelvergütungsleitlinie sowie dem Handbuch Entgeltmanagement geregelt. Diese Regelungen sind auch für alle internationalen Niederlassungen und Tochtergesellschaften verpflichtend. Das Handbuch Entgeltmanagement enthält die allgemeinen Grundsätze der Vergütungspolitik, der Vergütungsstruktur der verschiedenen Funktionsgruppen, der Kultur der Gehaltsanpassungen sowie der Prozesse des Entgeltmanagements. Diese basieren auf kontinuierlich aktualisierten, systematischen Marktvergleichen. Für die Vergütung ist die Konzernfunktion Human Resources zuständig. Human Resources handelt für die Mitarbeiter im Auftrag des Vorstands der jeweiligen Gesellschaft, für die Vorstände im Auftrag der Aufsichtsräte.

Die variable Vergütung der Vorstände ist zu 40 Prozent an kurzfristige und zu 60 Prozent an langfristige wirtschaftliche Ziele gekoppelt. Bei den Führungskräften werden zusätzlich zu den kurzfristigen ökonomischen Zielen auch soziale Faktoren wie beispielsweise Fairness, Offenheit und Weitsicht berücksichtigt. Diese leiten sich aus den ARAG Essentials ab und fließen als qualitative Bewertungskriterien in die individuelle Zielvereinbarung ein. Eine zentrale Herausforderung besteht darin, die Vergütung und Anreize so festzulegen, dass sie die Unternehmensziele unterstützen und zugleich in ihrer Wirkungsweise überschaubar und nachvollziehbar für alle Mitarbeiter sind. Die internationalen Niederlassungen und Tochtergesellschaften können zusätzliche, marktspezifische Vergütungsregeln festlegen. In Italien ist die variable Vergütung an die Erreichung der im strategischen Dreijahresplan festgelegten Ziele gekoppelt. Ein Validierungskomitee überprüft zudem die Form und Angemessenheit der Vergütung bei allen Mitarbeitern unter dem CEO. In Spanien hängt die variable Vergütung von der Qualitätsbewertung durch die Makler als wichtigste Vertriebspartner ab.

Die Zielvereinbarungssystematik als wesentlicher Teil der Vergütungssysteme wird jährlich von der Hauptabteilung Human Resources auf ihre Angemessenheit geprüft. Die Ergebnisse der Prüfung werden den Aufsichtsräten der jeweiligen Gesellschaft erläutert, damit diese die Systematik unter Berücksichtigung des Versicherungsaufsichtsgesetzes (VAG) beurteilen können.

Fairer Wettbewerb und Vermeidung von Interessenkonflikten

103-1/2/3 Managementansatz

Als Versicherer mit einem Geschäftsschwerpunkt im Rechtsschutz ist die Einhaltung aller gesetzlichen und regulatorischen Vorschriften für die ARAG von elementarer Bedeutung. Folglich ist das Unternehmen der Vermeidung von Interessenkonflikten verpflichtet. Die ARAG bekennt sich zum fairen Wettbewerb und schützt ihn durch Vorkehrungen, die über die gesetzlichen Standards hinausgehen. Damit hält die ARAG ihren guten Ruf und das Vertrauen der Kunden aufrecht. Image und Vertrauen sind im geschäftlichen Verkehr wichtige Wettbewerbsfaktoren.

Neben den gesetzlichen Bestimmungen berücksichtigt die ARAG auch Leitlinien und Empfehlungen internationaler Organisationen wie Transparency International und der Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD). Die Compliance-Leitlinie und der Code of Compliance formulieren unternehmensinterne Vorgaben und Handlungsanweisungen für Mitarbeiter zum Umgang mit Einladungen, Werbemaßnahmen und Unternehmensveranstaltungen und fordern deren Einhaltung. Die Compliance-Leitlinie regelt unter anderem, dass es Mitarbeitern nicht erlaubt ist, Dritten im Zusammenhang mit der Geschäftstätigkeit – direkt oder indirekt – unberechtigte Vorteile anzubieten oder zu gewähren oder solche anzunehmen oder einzufordern. Diese Bestimmung bezieht sich sowohl auf Geldzahlungen als auch auf andere Leistungen. Werbege schenke und Einladungen sind so auszuwählen, dass jeglicher Anschein von Unredlichkeit und Inkorrekttheit vermieden wird. Gegenüber Beamten und anderen Amtsträgern sind Geschenke prinzipiell untersagt und Interessenkonflikte sind grundsätzlich zu vermeiden. Im Februar 2018 trat die Umsetzung der EU-Richtlinie über Versicherungsvertrieb (Insurance Distribution Directive [IDD]) in Deutschland in Kraft, deren Fokus unter anderem auf einem verstärkten Verbraucherschutz und einer Harmonisierung der Wettbewerbsbedingungen für alle Akteure im Versicherungsvertrieb lag. Für die Umsetzung dieser weitreichenden Aufgabenstellungen initiierte die ARAG im Januar 2017 ein konzernweites Projekt, welches die neuen Regelungsinhalte neben der ARAG SE in allen operativen Versicherungsgesellschaften (ARAG Allgemeine Versicherungs-AG, Interlloyd Versicherungs-AG, ARAG Krankenversicherungs-AG), internationalen Niederlassungen sowie Dienstleistungsgesellschaften (Cura Versicherungsvermittlung GmbH, CUR Versicherungsmakler GmbH, ARAG Service Center GmbH) implementieren sollte. Ziel war es, zeitgerecht Gesetzeskonformität sicherzustellen. Allein in Deutschland bestand das Projekt aus neun Teilprojekten mit 97 Arbeitspaketen, für deren Umsetzung die Niederlassungsleiter in der Verantwortung standen. In den europäischen Niederlassungen wurden 63 Arbeitspakte implementiert. Das Projekt wurde zum 23. Februar 2018, mit dem Inkrafttreten der IDD-Richtlinie, erfolgreich beendet.

Zusätzliche Herausforderungen ergeben sich durch die Digitalisierung. Sie bringt einen starken Wandel der klassischen Geschäftsmodelle in der Versicherungsbranche mit sich, insbesondere im Vertrieb. Die ARAG richtete 2018 besonderes Augenmerk auf Vertriebsplattformen im Internet, die – entgegen der Vorgaben der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) – Provisionen ganz oder teilweise an Kunden weiterleiten. Bei Vorliegen entsprechender Tatsachen beendete die ARAG die Zusammenarbeit.

Die Compliance-Funktionen und zuallererst die Vorgesetzten und Mitarbeiter des ARAG Konzerns tragen Verantwortung dafür, dass die Vorgaben eingehalten werden. Bereits 2013, vor Inkrafttreten der Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD), traten alle deutschen Versicherungsgesellschaften der ARAG dem GDV-Verhaltenskodex für den Versicherungsvertrieb bei, in dessen Leitsätzen der Umgang mit Interessenkonflikten ausdrücklich verankert ist. Um die Übereinstimmung mit dem Kodex sicherzustellen, hat die ARAG die internen Vorschriften und Maßnahmen im Zweijahresrhythmus durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer untersuchen lassen. Die Prüfungsergebnisse sind auf der Webseite des GDV publiziert und öffentlich einsehbar. In keiner der bisherigen Prüfungen der ARAG Gesellschaften wurden Abweichungen zum Kodex festgestellt.

Zusätzlich zur Einhaltung aller konzernweiten Kodizes und Richtlinien stellen die internationalen Gesellschaften und Niederlassungen sicher, dass sie stets in Übereinstimmung mit allen länderspezifischen rechtlichen Vorschriften und Branchennormen handeln.

205-1 Prüfung von Risiken aufgrund von Interessenkonflikten

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

205-2 Schulung zur Vermeidung von Interessenkonflikten und Bestechung

Die Mitglieder des Aufsichtsrats, alle Vorstände sowie die Führungskräfte der ersten und zweiten Führungsebene werden regelmäßig im Rahmen der allgemeinen Compliance-Schulungen hinsichtlich der Vermeidung von Interessenkonflikten geschult. Die Führungskräfte sind gemäß dem „Train the Trainer“-Konzept zur Schulung und Unterrichtung ihrer

Mitarbeiter verpflichtet. Darüber hinaus kommuniziert die ARAG aktuelle Informationen zu diesen Themen regelmäßig und anlassbezogen über das Intranet. Die internationalen Standorte sind angehalten, zusätzliche länderspezifische Trainings durchzuführen. Für das Jahr 2019 ist eine großangelegte, internationale Schulungskampagne auf Mitarbeiterebene geplant, die auch das Thema „Compliance“ umfassen wird. Die Schulungsmaterialien wurden 2018 zusammen mit einem externen Dienstleister fertiggestellt.

205-3 Fälle von Interessenkonflikten

2018 wurden keine Fälle von Interessenkonflikten mit nachteiligen Folgen registriert.

Unternehmenskultur und -auftrag

103-1/2/3 Managementansatz

Als Versicherer arbeitet die ARAG in einem wettbewerbsintensiven Umfeld und in teilweise sehr reifen Märkten. Unter diesen Rahmenbedingungen sind betriebswirtschaftliche Optimierungen fast nicht mehr zu erzielen, ohne Qualitätsverluste bei der Erfüllung des Leistungsversprechens in Kauf zu nehmen. Dies ist für die ARAG jedoch kein gangbarer Weg. Sie setzt auf eine klar definierte Unternehmensprogrammatik, die Orientierung schafft, Ziele setzt, Aufträge definiert und so gemeinschaftliches Handeln ermöglicht. Die genannten Faktoren tragen alle zum „ARAG Spirit“ bei, der die Mitarbeiter motiviert und ihre Leistungsbereitschaft stärkt. Er wird damit zu einem immer wichtigeren Wettbewerbsvorteil.

Diese Unternehmenskultur spiegelt sich in den ARAG Essentials wider, die seit 2006 einen klaren handlungsleitenden Aktions- und Führungsrahmen für den gesamten Konzern vorgeben. Die ARAG Essentials setzen sich aus dem unternehmerischen Selbstverständnis und Auftrag sowie den sechs Unternehmenswerten zusammen und schaffen so die Voraussetzungen für ein abgestimmtes und zielgerichtetes Handeln in einem internationalen Kontext (*weitere Informationen zum Thema „Ethik und Integrität“ finden sich unter der Angabe 102-16 auf Seite 47 in diesem Bericht*). Neben den ARAG Essentials wird die Unternehmenskultur durch international verbindliche Führungsleitlinien – die ARAG Leadership Essentials – geprägt. Sie enthalten Vorgaben und Anregungen für eine werteorientierte Führungsarbeit. Die Erfüllung der Vorgaben ist fester Bestandteil der Beurteilungs- und Zielvorgabeinstrumente innerhalb der Führungsarbeit.

Die ARAG passt ihre Unternehmensprogrammatik periodisch an bedeutende Veränderungen im unternehmerischen Umfeld an. Es ist beispielsweise unbestritten, dass die voranschreitende Digitalisierung des Versicherungsgeschäfts eine gründliche Überprüfung erfordert. Diese Überprüfung ist Bestandteil des ARAG Smart Insurer Programs (*weitere Informationen dazu finden sich auf Seite 61 in diesem Bericht*). Dabei stehen insbesondere das

Selbstverständnis sowie der unternehmerische Auftrag im Mittelpunkt. Im Rahmen eines dezentralen Workshop-Prozesses wurden insgesamt 85 nationale und internationale Einzelmaßnahmen zur Fortschreibung der digitalen Agenda beschrieben und dem Vorstand zur Bewertung und Priorisierung vorgelegt. Dieser Bottom-up-Ansatz demonstriert die Praxistauglichkeit der ARAG Unternehmenskultur auch bei einem kontroversen Zukunftsthema wie der Digitalisierung.

Digitalisierung

103-1/2/3 Managementansatz

Die Digitalisierung ist für die ARAG neben der Internationalisierung ein zentrales Thema, das alle Aspekte der Geschäftstätigkeit stark beeinflusst. Mit der digitalen Transformation sind Veränderungen und Chancen verbunden, die längst inhärenter Bestandteil des nationalen und internationalen Geschäfts sind. Sie werden auch in Zukunft aktiv angegangen. Der Digitalisierungsprozess wird als übergreifendes Entwicklungsthema dezentral organisiert, wobei das ARAG Smart Insurer Program als zentrales Managementinstrument die wesentlichen Ansprüche, Entwicklungsschwerpunkte und Verantwortlichkeiten formuliert. Ziel des Programms ist es, durch die Nutzung digitaler Technologien das Kundenerlebnis weiter zu verbessern. Dabei stehen die Entlastung von Kunden bei Antrags- und Kontrollprozessen sowie eine stärkere Transparenz bei kundennahen Abläufen im Vordergrund. Das ARAG Smart Insurer Program ist somit nicht nur technologie-, sondern vor allem kundengetrieben. Der Fortschritt der Umsetzung wird ebenfalls anhand der Vorgaben des Smart Insurer Programs überprüft, wobei bereichsspezifische Indikatoren angewendet werden (zum Beispiel die Kundenzufriedenheit).

Der Konzern setzt bei der Umsetzung bewusst auf die Eigenverantwortung der Führungsbereiche und lässt den Teams eine hohe Gestaltungsfreiheit. Dasselbe trifft auf die internationalen Niederlassungen und Gesellschaften zu. In den Niederlanden übersetzte die ARAG das Smart Insurer Program in lokal angepasste, strategische Ziele. So soll die Digitalisierung beispielsweise dazu genutzt werden, die Arbeitsplatzattraktivität und Zusammenarbeit zu verbessern. 2018 wurde ein erster Schritt dahin mit der Einführung der internen sozialen Plattform ARAG for Everybody gemacht.

Schon vor der Erarbeitung des Smart Insurer Programs hat die ARAG die Chancen der Digitalisierung gezielt genutzt und über die letzten Jahre eine Vielzahl digitaler Produkte, Dienstleistungen und Prozesse auf den Weg gebracht. Die Spanne reicht von der Einrichtung neuer Kundenportale über eine erste Alexa-Anwendung, die Interessenten im Rechtsschutzbereich ein ARAG Produkt vorschlägt und zugleich den Versicherungsbeitrag berechnet, bis hin zum weiteren Ausbau digitaler Verkaufsprozesse. Ein Beispiel dafür ist der Verkaufsprozess des neu eingeführten ARAG Unfall-Schutzes mit dem Zusatzbaustein Fit Plus. Der Verkauf erfolgt über das iPad und ist besonders transparent. Der Berater kann alle Antragsdetails für den Kunden gut sichtbar aufnehmen und übersichtlich darstellen. Bei der Gesundheitsprüfung werden alle notwendigen Gesundheitsdaten erfragt, damit sich Rückfragen vermeiden lassen.

Ein weiteres Beispiel ist der innovative ARAG Miet-Rechtsschutz Sofort mit Rückwärtsdeckung, der online beantragt werden kann. Der Interessent muss lediglich eine Telefonnummer und Erreichbarkeitszeiten angeben. Innerhalb eines Werktags ruft die ARAG zurück, um Details und die Versicherbarkeit des jeweiligen Falls zu klären. Sind alle Bedingungen erfüllt, wird die Schadendeckung zugesagt und die Police versandt. Zusätzlich erhält der Kunde per SMS die Schadennummer und einen Link zum Schadentracking auf der ARAG Website. So kann der Kunde den Status der Schadenbearbeitung einfach nachverfolgen. Die Kunden honorieren diese Innovationsfreudigkeit des Unternehmens. Der Bestand der Online-Kunden wächst kontinuierlich und hat allein 2018 um 10 Prozent zugenommen.

Da Kunden immer mehr Bereiche ihres persönlichen Lebens online regeln, nimmt der Bedarf an geeigneten Versicherungsangeboten zu. Nachgefragt werden vor allem Produkte, die Schutz vor Schäden in der digitalen Welt bieten, beispielsweise durch die zunehmende Internetkriminalität. 2019 erweitert die ARAG deshalb die Produktlinie web@ktiv, die verlässlich Schutz vor den Gefahren des Internets bietet. 2018 brachte die ARAG in Skandinavien zudem ein Produkt zum Schutz bei Cybermobbing auf den Markt, das in Zusammenarbeit mit dem Telekom-Anbieter Telenor vertrieben wird (*weitere Informationen dazu finden sich auf Seite 39 in diesem Bericht*).

Die internationalen Niederlassungen und Tochtergesellschaften lancierten ebenfalls eine Vielzahl digitaler Produkte, Dienstleistungen und Prozesse. In den USA ermöglicht die ARAG ihren Kunden via Online-Tool, schnell und einfach einen spezialisierten Anwalt für ihr Anliegen zu finden. In Skandinavien können die ARAG Kunden das neue My-Page-Kundenportal nutzen. Auf diesem persönlichen Kundenportal haben sie rund um die Uhr Zugang zu allen Dokumenten, können Schadensfälle melden und mit ihren Anwälten kommunizieren. Über My Page werden bereits mehr als die Hälfte der Schadensfälle gemeldet (*weitere Informationen dazu finden sich auf Seite 39 in diesem Bericht*).

Entscheidend für den Erfolg des digitalen Transformationsprozesses bei der ARAG wird es sein, die Digitalisierung als kundenzentriertes Entwicklungsprogramm zu begreifen, das durch die neuen technologischen Möglichkeiten unterstützt wird. Die Nutzung von Big Data wird beispielsweise dazu führen, Angebote noch genauer auf die Kundenbedürfnisse auszurichten. Zugleich strebt die ARAG Effizienzsteigerungen an, da das Unternehmen in den kommenden zehn Jahren rund ein Drittel der Belegschaft durch die demografische Entwicklung verlieren wird. Dieser Verlust an Expertise wird nicht allein durch Nachbesetzungen zu kompensieren sein. ARAG in Italien hat bereits 2018 begonnen, gewisse administrative Aufgaben wie die Angebotserstellung oder die erste Sortierung von E-Mails mithilfe von intelligenter Software effizienter zu absolvieren. Darüber hinaus muss die ARAG neue Arbeits- und Arbeitsplatzkonzepte entwerfen, die allen Mitarbeitern passende Rahmenbedingungen bieten. Deshalb startete sie Ende 2018 das Projekt Upgrade your Work. Im Rahmen dieses Projekts werden zunächst alle Mitarbeiter in Deutschland mit neuen Computern ausgestattet, um ihren Arbeitseinsatz für das Unternehmen optimal zu gestalten.

Innovative Kundenangebote

103-1/2/3 Managementansatz

Die ARAG ist ein vielseitiger Qualitätsversicherer, der seinen Privat- und Gewerbekunden in Deutschland neben dem Kerngeschäft Rechtsschutz auch Produkte und Dienstleistungen im Komposit- und Krankenversicherungsgeschäft anbietet. Das Unternehmen legt Wert auf ein bedarfsgerechtes Produktportfolio und hervorragende Betreuung. Um langfristige Kundenbeziehungen zu erhalten, antizipiert die ARAG sich verändernde Kundenbedürfnisse und passt ihr Portfolio entsprechend mit innovativen Angeboten an.

Die Ressorts Produkte und Innovation sowie Vertrieb sind hauptsächlich für die Produktinnovation verantwortlich. Sie befolgen dabei einen klar definierten Produktentwicklungsprozess und beziehen Erkenntnisse aus dem Vertrieb, dem Schadenservice und dem Kundenservice in die Entwicklung und Optimierung von Versicherungslösungen ein. Dazu tauscht sich das Produktmanagement regelmäßig mit den Mitarbeitern aus, die täglich mit den Kunden in Kontakt stehen. Gezielte Marktforschung und regelmäßige Kundenumfragen liefern ebenfalls wichtige Informationen über Trends und Bedürfnisse am Markt. In Österreich führte die ARAG einen Maklerbeirat ein, der es dem Unternehmen ermöglicht, Feedback zu Produkten und Innovationen direkt von den Vertriebspartnern zu erhalten. Die Kunden können ihre Meinung zudem via SMS an die ARAG schicken.

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

2018 hat die ARAG ihr Versicherungsportfolio weiter zielgerichtet den Kundenbedürfnissen angepasst. Aufgrund der positiven Kundenresonanz auf die Einführung der Police ARAG Verkehrs-Rechtsschutz Sofort – dem ersten Produkt auf dem deutschen Markt mit Rückwärtsdeckung – hat die ARAG 2018 erneut eine besondere Innovation eingeführt. Der ARAG Miet-Rechtsschutz Sofort bietet neben dem klassischen Versicherungsschutz auch eine Rückwärtsdeckung für ausgewählte, private mietrechtliche Angelegenheiten. Dazu zählen zum Beispiel Streitigkeiten um Nebenkosten, Reparaturen, Kautionsrückzahlung und Mieterhöhung. Die zweite Produktvariante ARAG Miet-Rechtsschutz Sofort Extra sichert zudem Streitigkeiten rund um die Abwehr einer Eigenbedarfskündigung ab. In der Rückwärtsdeckung ist ein Schadenfall aus klar definierten Mietrechtskonstellationen versichert, der bis zu zwölf Monate zurückliegt. Die Kunden profitieren dabei ohne Wartezeit von einer innovativen Absicherungsmöglichkeit, während sich die ARAG einen vielversprechenden Zugang zu einer breiten Zielgruppe schafft.

Eine weitere Neuerung ist der ARAG Unfall-Schutz mit dem Zusatzbaustein Fit Plus der ARAG Allgemeine Versicherungs-AG. Bei diesem Produkt profitiert der Kunde nach einem Unfall neben finanzieller Unterstützung von umfassender Hilfe, um wieder „auf die Beine zu kommen“. So übernimmt die ARAG beispielsweise die Kosten für Physiotherapie, einen Personal Trainer, Ernährungsberatung sowie Bewegungs- und Laufanalyse. Zusätzlich erstattet die ARAG ihren Fit-Plus-Kunden unfallbedingte Schäden am eigenen Sportgerät, ersetzt die Kosten für Wettkampf anmeldungen oder Skipassgebühren und zahlt einen Erste-Hilfe-Kurs bei einem Kooperationspartner. Als besonderes Highlight enthält der Fit-Plus-Baustein einen telemedizinischen Service des ARAG Kooperationspartners Tele-Clinic. Möchte sich der Kunde nach einem Unfall ärztlich beraten lassen oder eine medizinische Zweitmeinung einholen, erreicht er bei der TeleClinic an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr über 200 Ärzte verschiedener Fachrichtungen – all dies ganz bequem via App, Website oder Telefon. Damit geht die ARAG weit über die üblichen Leistungen einer Unfallversicherung hinaus.

Zudem bietet der ARAG Unfall-Schutz einen Soforthilfe-Service bei Krebserkrankungen, wobei der Kunde bereits bei der Erstdiagnose, ab Stadium 1, die vereinbarte Summe erhält.

Einzigartig in der Branche ist das Krankenhaus- und Arbeitsunfähigkeits-Tagegeld. Für jeden Tag, den Versicherte nach einem Unfall stationär behandelt werden, erhalten sie ein vereinbartes Krankenhaus-Tagegeld. Dieses zahlt die ARAG für mindestens sieben Tage, selbst wenn Versicherte ambulant operiert werden. Wenn der Kunde danach weiterhin arbeitsunfähig ist, zahlt die ARAG bis zu 28 Tage lang ein Arbeitsunfähigkeits-Tagegeld. Damit reagiert die ARAG auf die immer kürzer werdenden Krankenhausaufenthalte und unterstützt den Heilungsprozess zu Hause.

Auch die internationalen Niederlassungen und Tochtergesellschaften passen ihre Angebote laufend an sich verändernde Kundenbedürfnisse an. So hat beispielsweise ARAG Belgien ermittelt, dass zwei der größten rechtlichen Anliegen der Bevölkerung die Themen Scheidung und Hausbau betreffen. Beide Themen wurden daher als neue Module in Rechtsschutzprodukte aufgenommen. Aus demselben Grund wurde für Firmenkunden ein neues Produkt zur Deckung von Steuerstreitigkeiten lanciert. Die ARAG in Griechenland hat ihr Portfolio 2018 mit einem neuen Rechtsschutz-Angebot für Start-ups erweitert und ein Zusatzmodul für Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit dem Gebrauch von Drohnen lanciert.

Den Erfolg der Produktinnovationen überprüft die ARAG anhand von Umsatz- und Rentabilitätszahlen. Auch Feedbacks von Kunden und Mitarbeitern liefern wichtige Anhaltspunkte über die Zufriedenheit, die erneut in die Produktoptimierung einfließen. 2018 wurde die ARAG zudem zum dritten Mal in Folge bei den „Plus X Awards“ zur innovativsten Marke im Bereich Versicherungen gekürt. Diese erneute Auszeichnung mit dem renommierten Markenpreis unterstreicht die Innovationskraft des Unternehmens und zeigt, dass es zukunftsorientiert an den richtigen Themen arbeitet.

Kundenorientierung

103-1/2/3 Managementansatz

Als innovativer Qualitätsversicherer ist es der Anspruch der ARAG, Probleme der Kunden zu lösen. Deshalb stehen bei allen Geschäftsaktivitäten die Interessen der Kunden im Mittelpunkt, sei es bei der Beratung, beim Verkauf oder bei der Kundenbetreuung im Schadenfall. Ziel ist es, den Kunden bei allen Schritten optimal und individuell zu begleiten und administrative Hürden weitestgehend abzubauen. Die Kundenorientierung ist damit eine Querschnittsaufgabe, deren Erfüllung die dezidierte Mitwirkung aller Mitarbeiter des Konzerns erfordert.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, bietet die ARAG in Deutschland und an den internationalen Standorten ihren Mitarbeitern regelmäßige Weiterbildungen und Coachings an. Damit garantiert sie, dass alle Mitarbeiter sowohl in fachlicher als auch emotionaler Hinsicht einen hohen Ausbildungsstand aufweisen. Letzteres ist insbesondere für die professionelle Unterstützung im Schadenfall sowie im Rahmen des telefonischen Konfliktmanagements zentral. Für besonders anspruchsvolle Situationen verfügt die ARAG sogar über ausgebildete Seelsorger, die den Kunden optimale Unterstützung bieten können.

Der digitale Wandel und die Entwicklung hin zum Smart Insurer ermöglicht es der ARAG nicht zuletzt, bei der Kundenorientierung neue Wege zu gehen. So stehen den Kunden heute viele Wege zur Verfügung, um mit der ARAG in Kontakt zu treten (Telefon, Chat, App, Social Media, postalisch). Darüber hinaus lancierte die ARAG 2018 den sogenannten Flixcheck. Die ARAG schickt dem Kunden nach einer Anfrage per SMS einen personalisierten Link, der auf eine WebApp führt, wo der Kunde das angefragte Dokument zur Weiterverwendung findet. Umgekehrt kann der Kunde sein Anliegen einfach und schnell dokumentieren – entweder als Texteingabe, durch das Aufnehmen von Fotos oder durch eine Unterschrift auf dem Smartphone. Alle Angaben gehen automatisch im Flixcheck-Portal beim ARAG Kundenservice ein, der sich umgehend um das Anliegen kümmert (weitere Informationen zum ARAG Kundenservice finden sich ab Seite 30 in diesem Bericht).

Auch im persönlichen Beratungsgespräch verwendet die ARAG digitale Hilfsmittel, um das Kundenerlebnis zu verbessern. Seit 2018 nutzen alle Kundenberater in Deutschland iPads. Dadurch werden verschiedene Alternativen besser vergleichbar und der Berater kann dem Kunden das Angebot leichter erklären. Zudem lässt sich das Beratungsgespräch automatisch dokumentieren und dem Kunden digital übermitteln.

In den Niederlanden führte die ARAG den Chatbot Lisa ein, der Kunden juristische Ratsschläge gibt, beispielsweise bei Problemen im Online-Shopping. Lisa lernt kontinuierlich dazu und beantwortet auch praktische Fragen betreffend Öffnungszeiten und Kontaktinformationen. Auch in Spanien hat die ARAG einen Chatbot eingeführt, der die Kunden bei Fragen zur Reiseversicherung berät und vor allem von jüngeren Kunden geschätzt wird. Als wichtigster Vertriebskanal sind auch die Makler von herausragender Bedeutung, weshalb ARAG Spanien 2018 eine neue Vertriebsplattform entwickelt hat, die den Verkauf via Makler an die Endkunden deutlich vereinfacht.

Ein zentraler Aspekt der Kundenorientierung ist es, Produkte anzubieten, die von den Kunden nachgefragt werden. Durch Zertifizierungen sowie Befragungen von Kunden und Vertriebspartnern stellt die ARAG eine hohe Qualität sicher. Die ARAG in Skandinavien erhebt beispielsweise schon seit ihrer Gründung bei jedem einzelnen Fall die Kundenzufriedenheit. Die wichtigste Frage dabei ist, ob der Kunde die ARAG an Familie und Freunde weiterempfehlen würde. Seit mehr als zehn Jahren erreicht sie Kundenzufriedenheitswerte von über 90 Prozent.

Zudem lässt die ARAG durch die Teilnahme an unabhängigen Tests und Ratings ihre Angebote regelmäßig prüfen. Sowohl den Produkten als auch den Dienst- und Beratungsleistungen wird dabei immer wieder ausgezeichnete Qualität bescheinigt. Für das Geschäftsjahr sind dies auszugsweise:

Deutschland:

- Gesamtsieg „Innovativste Marke des Jahres 2018“ („Plus X Award“)
- Prädikat „Hervorragend“ für den ARAG Aktiv Rechtsschutz Premium für Familie und Komfort für Single (Franke und Bornberg FFF)
- TÜV Zertifizierung mit Prädikat „Sehr gut“ für den ARAG Aktiv Rechtsschutz Komfort und Premium sowie „Gut“ für den ARAG Aktiv Rechtsschutz Basis
- Prädikat „Hervorragend“ für den ARAG Unfall-Schutz Premium, inklusive Unfall-Schutzbrief und Fit Plus (Franke und Bornberg FFF)
- Bestnote (5 Sterne – Ausgezeichnet) für den ARAG Unfall-Schutz Komfort und Premium (Morgen&Morgen Rating)

International:

- Österreich: Erster Platz beim Rechtsschutz-Award des Österreichischen Versicherungsmagazins (AssCompact)
- Spanien: Bester Rechtsschutzversicherer im jährlichen Versicherungsbarometer des Spanischen Versicherungsmakler-Verbands (ADECOSE)
- Italien: Bestes Digitalmarketing für Versicherungsmakler bei den „Italy Insurance Forum Awards 2018“ für eine Online-Verkaufsplattform

Verantwortungsvoller Investor

103-1/2/3 Managementansatz

Die ARAG hat den Anspruch, ihrem Ruf als verantwortungsvolles Unternehmen auch im Asset-Management gerecht zu werden. Sie tätigt ihre Investitionen deshalb unter Beachtung ökologischer, sozialer und Governance-Kriterien, sogenannter ESG-Kriterien. Diese unterstützen die Risikobeurteilung einer Investition, da sie eine zusätzliche Perspektive einbringen und so eine umfassendere Beurteilung des Risiko-Rendite-Profils möglich machen.

Um einen einheitlichen Ansatz sicherzustellen, verabschiedete die ARAG 2018 die Richtlinie „Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in der Kapitalanlage“. Im Zuge der Umsetzung der Richtlinie implementierte die ARAG einen Negativfilter mit norm- und wertbasierten Ausschlusskriterien. Zudem nahm sie das Thema Nachhaltigkeit als Beurteilungskriterium auf, das im Due-Diligence-Prozess zur Auswahl von extern mandatierten Investment-Managern angewendet wird. Schließlich baut die ARAG im Rahmen des Alternative-Investment-Programms auch ihr Engagement für nachhaltige Infrastruktur aus. Sie tut dies durch indirekte Investitionen in entsprechende geschlossene Fondsvehikel, jedoch nicht über Direktinvestitionen.

Die ARAG SE hat sich zum Ziel gesetzt, dass der Anteil der Direktanlagen, die die ARAG-Mindeststandards erfüllen, die Mindestquote von 97 Prozent nicht unterschreitet. Die Direktanlage macht nach Marktwerten ca. 35 Prozent des Gesamtbestands aus. Für indirekte Anlagen hat die ARAG noch keinen Zielwert definiert. Der Funktionsbereich Konzern Asset Management ist für die Umsetzung und Überprüfung dieser Vorgaben verantwortlich.

FS10 Interaktionen mit Geschäftspartnern und Investitionsempfängern

Es findet kein systematischer Austausch mit Investitionsempfängern hinsichtlich ESG-Themen statt.

FS11 Überprüfung der Investitionen und Anlagen

Die Liste der Ausschlusskriterien findet unmittelbar Anwendung für die von der ARAG verwalteten fungiblen Kapitalanlagen. Derzeit bezieht die ARAG SE bei circa 42 Prozent der Kapitalanlagen systematisch ESG-Faktoren ein.

Ein Großteil der Kapitalanlagen der ARAG SE sind Beteiligungen und verbundene Unternehmen. Bezogen auf die fungiblen Kapitalanlagen (Direktanlage und Spezialfonds) werden ESG-Faktoren bei circa 66 Prozent der Kapitalanlagen systematisch einbezogen.

Ökologische Themen

Energieverbrauch und Emissionen

103-1/2/3 Managementansatz

Energie ist ein zentraler Bestandteil des betrieblichen Kontinuitätsmanagements. Die Verfügbarkeit der IT-Infrastruktur und der IT-Systeme sowie ein angenehmes Raumklima in den Gebäuden hängen entscheidend von einer beständigen Energieversorgung ab. Die Hauptabteilung Zentrale Dienste Konzern, die direkt an den Vorstand berichtet, ist zuständig für die kontinuierliche Aufrechterhaltung der Arbeitsplatzkapazitäten und Arbeitsplatzfunktionalitäten. Als interner Dienstleister steuert das Facility-Management den Energieverbrauch und den damit verbundenen CO₂-Ausstoß maßgeblich. Der Energieeinkauf und die Ausschreibung sämtlicher damit verbundenen Dienstleistungen liegen im Verantwortungsbereich der Abteilung Einkauf.

Technische Einrichtungen, wie zum Beispiel Bewegungsmelder, Zeitschaltuhren und Temperatursensoren, steuern zahlreiche Anlagen für die Beleuchtung, Heizung, Kühlung und Lüftung der Immobilien sowie für die Infrastruktur. Die ARAG erstellte für die konzerninterne Immobilie am Hauptsitz in Düsseldorf – den „ARAG Tower“ – einen Energieausweis nach den Vorgaben der deutschen Energiesparverordnung (EnEV). Die Resultate zeigen, dass der ARAG Tower gegenüber vergleichbaren Gebäuden sehr gute Werte aufweist. Die ARAG ist bestrebt, diese Werte kontinuierlich zu verbessern, und setzt darum fortlaufend Optimierungsmaßnahmen um. Der Energieverbrauch konnte im aktuellen Berichtszeitraum gegenüber dem Vorjahr erneut reduziert werden. Die Einsparungen sind auf den Einsatz verbrauchsoptimierter Anlagen und Betriebsmittel zurückzuführen, die kontinuierlich verbaut, gesteuert und bedarfsabhängig genutzt werden.

Die ARAG ist sich bewusst, dass es für eine gute Performance im Bereich Energie und Emissionen der Mitwirkung aller Mitarbeiter und Führungskräfte bedarf. Sie führt deshalb regelmäßig Schulungen mit externen Fachunternehmen und Experten durch, die unter anderem die Themen Beleuchtung und Lichttechnik, Lüftung und Klima, Heizung, Aufzugstechnik sowie Schall- und Emissionsschutz im Bürobereich thematisieren. Mittels Bedienungsunterlagen und Nutzungshinweisen werden die Kursteilnehmer für eine energiesparende Anwendung sensibilisiert.

Der Energieverbrauch sowie die Kosten werden jeweils für einen Abrechnungszeitraum von einem Monat erfasst und analysiert. Nachdem die ARAG 2017 die Planung für das betriebseigene Energiekontrollsystem abgeschlossen und das Pflichtenheft für dessen Umsetzung erstellt hatte, wurde 2018 die Ausschreibung für den externen Dienstleister durchgeführt. 2019 stehen die Errichtung und Inbetriebnahme des Energiekontrollsystems an. Das System wird nötige Modernisierungen und Anpassungen der Anlagen direkt sichtbar machen und der ARAG erlauben, das Optimierungspotenzial schneller und gezielter auszuschöpfen.

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

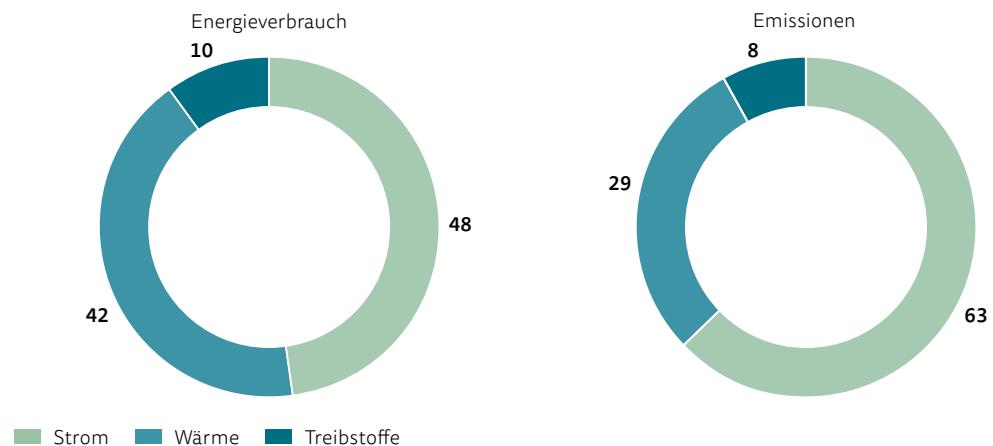
Neben dem Gebäudebetrieb legt die ARAG auch großen Wert auf den Einsatz ressourcenschonender Antriebsmittel in ihrer Fahrzeugflotte. So ersetzte das Unternehmen 2018 am Hauptstandort in Düsseldorf ein Bestandsfahrzeug mit Dieselmotor durch ein Elektrofahrzeug. Die Komplexität der Elektromobilität ist für Fuhrparkbetreiber jedoch enorm hoch. Die innerstädtische Elektromobilitäts-Infrastruktur ist ausgelastet und zusätzliche Kapazitäten sind nur schwer zu beziehen. Das Fuhrparkmanagement der ARAG evaluiert deshalb periodisch die Möglichkeiten eines Ausbaus der Fahrzeuge mit alternativen Antrieben. Darin eingeschlossen ist auch die Prüfung und Bewertung umfangreicher Baumaßnahmen für die Installation von Elektrotankstellen im privaten oder teilöffentlichen Bereich.

Die Optimierung der Fahrzeugflotten war 2018 auch ein wichtiges Thema an einigen internationalen Standorten. Die ARAG in Österreich achtete bei der Auswahl neuer Fahrzeuge spezifisch auf geringe Emissionswerte. In Belgien installierte die ARAG eine Elektrotankstelle auf dem Firmenparkplatz. Zudem passte das Unternehmen die Flottenstrategie an. Diese sieht neu vor, Dieselfahrzeuge zukünftig durch alternative Antriebe zu ersetzen. In den Niederlanden ist ebenfalls ein klarer Trend weg von Dieselfahrzeugen und hin zu Elektrofahrzeugen zu beobachten. Diese Transition wird von der Regierung mit steuerlichen Anreizen gefördert, weshalb die ARAG begonnen hat, die Emissionswerte bei der Neuan schaffung von Firmenfahrzeugen stärker zu gewichten.

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

Energieverbrauch und Emissionen nach Quellen

(in Prozent)



Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen Deutschland¹

	2018	2017	Delta
Energieverbrauch (in MWh)	13.892	14.686	- 5 %
Strom	6.973	7.048	- 1 %
Wärme	6.871	7.585	- 9 %
Heizöl	-	-	-
Erdgas	2.774	3.937	- 30 %
Fernwärme	4.097	3.648	12 %
Treibstoffe	48	53	- 10 %
Diesel	47	50	- 6 %
Benzin	1	3	- 66 %
CO₂-Emissionen (in tCO₂e)²	4.545	4.718	- 4 %
Scope 1	581	821	- 29 %
Brennstoffe	568	807	- 30 %
Treibstoffe	13	14	- 9 %
Scope 2	3.963	3.897	2 %
Strom ³	3.054	3.087	- 1 %
Fernwärme	910	810	12 %

¹ Die Daten beziehen sich auf den ARAG Hauptsitz in Düsseldorf und Außenstellen in Deutschland.

² Berechnet nach den Richtlinien des WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocols. Scope 1: Treibhausgasemissionen, die bei der Nutzung von z. B. Heizungen und Fahrzeugen entstehen. Scope 2: Treibhausgasemissionen, die bei der Produktion von Strom und Fernwärme entstehen.

³ Die mit dem Stromverbrauch assoziierten Treibhausgasemissionen wurden gemäß „location-based approach“ nach Greenhouse Gas Protocol Scope 2 Standard ausgewiesen.

Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen global¹

	2018	2017	Delta
Energieverbrauch (in MWh)	22.561	23.156	- 3 %
Strom	10.894	11.000	- 1 %
Wärme	9.425	10.105	- 7 %
Heizöl	196	340	- 42 %
Erdgas	4.426	5.383	- 18 %
Fernwärme	4.803	4.382	10 %
Treibstoffe	2.243	2.051	9 %
Diesel	1.766	1.627	9 %
Benzin	476	425	12 %
CO₂-Emissionen (in tCO₂e)²	7.096	7.254	- 2 %
Scope 1	1.552	1.737	- 11 %
Brennstoffe	959	1.194	- 20 %
Treibstoffe	593	542	9 %
Scope 2	5.544	5.517	0 %
Strom ³	4.477	4.544	- 1 %
Fernwärme	1.066	973	10 %

¹ Die Daten beziehen sich auf den ARAG Hauptsitz in Düsseldorf und Außenstellen in Deutschland, Österreich, Belgien, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Portugal, Slowenien, Spanien, UK und den USA.

² Berechnet nach den Richtlinien des WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocols. Scope 1: Treibhausgasemissionen, die bei der Nutzung von z. B. Heizungen und Fahrzeugen entstehen. Scope 2: Treibhausgasemissionen, die bei der Produktion von Strom und Fernwärme entstehen.

³ Die mit dem Stromverbrauch assoziierten Treibhausgasemissionen wurden gemäß „location-based approach“ nach Greenhouse Gas Protocol Scope 2 Standard ausgewiesen.

302-4	Reduktion Energieverbrauch
305-5	Reduktion Treibhausgasemissionen

Der Stromverbrauch in Deutschland konnte seit 2014 um durchschnittlich 466 MWh pro Jahr reduziert werden. Das entspricht einer jährlichen Emissionsreduktion von knapp 220 Tonnen CO₂-Äquivalenten (tCO2e). Im Jahr 2018 wurden keine nennenswerten Einzelmaßnahmen zur Optimierung des Energieverbrauchs umgesetzt. Vielmehr wurde die ganzheitliche Strategie weiterverfolgt, die vorhandene Anlagentechnik im Betrieb bedarfsabhängig weiter zu optimieren. Damit konnte der Stromverbrauch gegenüber dem Vorjahr erneut erfolgreich reduziert werden. Die Einsparung von 794 MWh entspricht einer Reduktion von 5 Prozent.

Das Berichtsjahr war jedoch auch von extremen Wetterbedingungen geprägt, die einen wesentlichen Einfluss auf den Verbrauch von Fernwärme hatten. Diese wird für die Heizung und Kälteerzeugung am Standort Düsseldorf eingesetzt wird. Der Verbrauch der Fernwärmeenergie stieg gegenüber dem Vorjahr um fast 10%.

An den internationalen Standorten wurden ebenfalls Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs und der CO₂-Emissionen umgesetzt. Die ARAG in Österreich installierte eine energieeffizientere Klimaanlage und offerierte ihren Mitarbeitern Tickets für den öffentlichen Verkehr. In Italien ließ die ARAG 2015 einen Energieaudit durchführen, woraus mehrere Maßnahmen abgeleitet und über die letzten Jahre umgesetzt wurden. Diese beinhalteten unter anderem die Umstellung auf LED-Leuchtmittel, die Optimierung der Einstellzeiten der Heizung und Klimaanlagen sowie die vermehrte Nutzung der Bahn bei Geschäftsreisen. Durch die Bahnreisen allein wurden 2018 12,6 tCO2e eingespart (im Vergleich zu Flugreisen an die entsprechenden Destinationen). 2019 wird die ARAG in Italien – wie gesetzlich vorgeschrieben – ein erneutes Energieaudit durchführen und weitergehende Maßnahmen definieren. In den Niederlanden führte die ARAG ebenfalls einen neuen Mobilitätsplan ein, der die Benutzung von Fahrrädern und öffentlichen Verkehrsmitteln fördert. Zudem ersetzte das Unternehmen die Belüftungsanlage und stattete alle Waschräume mit Bewegungsmeldern und LED-Leuchtmitteln aus, um den Energieverbrauch und die Emissionen weiter zu reduzieren.

Soziale Themen

Arbeitsbedingungen

103-1/2/3 Managementansatz

Die ARAG ist ein verlässlicher, aber auch anspruchsvoller Arbeitgeber, der von den Mitarbeitern ein hohes Maß an Engagement, Qualität und Leistungsbereitschaft erwartet. Im Gegenzug bietet sie den Mitarbeitern ein abwechslungsreiches Arbeitsumfeld, das sich durch Chancen und Fairness, Zukunftsorientierung und Sicherheit auszeichnet. Dies ist wichtig, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren und qualifizierte Mitarbeiter und Leistungsträger langfristig an das Unternehmen zu binden. Der ARAG Konzern zählt auf eine kompetente, hoch engagierte und leistungsbereite Belegschaft, die voll auf die Erfüllung des Leistungsversprechens gegenüber den Kunden fokussiert ist.

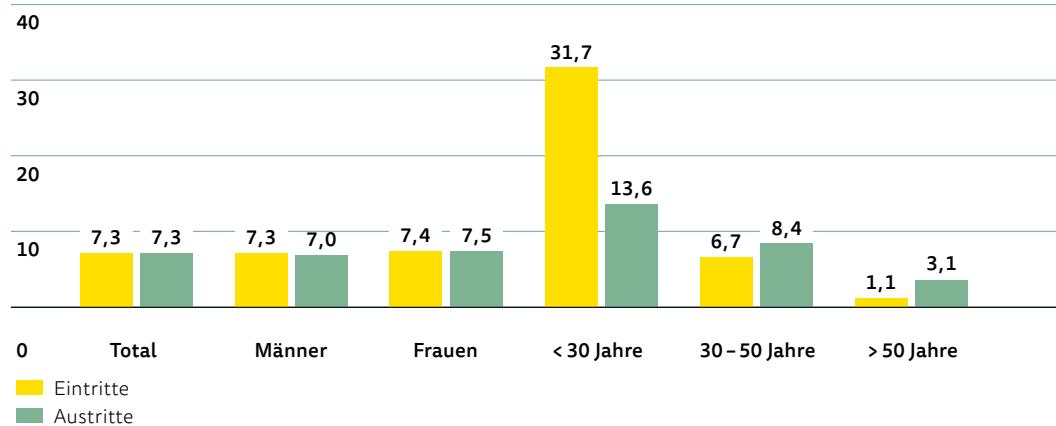
Die ARAG misst der Vereinbarkeit von Beruf und Familie einen hohen Stellenwert bei. Eine zentrale Rolle spielt dabei die Flexibilisierung der Arbeitszeiten und Arbeitsorte. Zudem wird Führen in Teilzeit durch entsprechende Regelungen gefördert und die Mitarbeiter werden bei der Kinderbetreuung unterstützt. Neben speziell eingerichteten „Mit-Kind“-Büros bietet die ARAG zum Beispiel auch Unterstützung bei der Ferienbetreuung von schulpflichtigen Kindern. All diese Angebote stärken das Image als attraktiver Arbeitgeber und die Motivation der Belegschaft, was sich wiederum positiv auf die Leistungsbereitschaft auswirkt. Alle umgesetzten Maßnahmen werden sukzessive durch einen externen Partner überprüft. 2017 ließ sich die ARAG erneut von der berufundfamilie Service GmbH, einer Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, offiziell rezertifizieren. Die Rezertifizierung gilt für drei Jahre.

Um sicherzustellen, dass die eigenen Anstellungsbedingungen im Marktvergleich überdurchschnittlich ausgestaltet sind, setzt die ARAG auf kontinuierliche Marktbeobachtung und Benchmarkanalysen. Steuerungsrelevante Risikokennzahlen, wie beispielsweise die Fluktuationsrate, werden konzernweit erhoben. Sowohl die niedrige Fluktuationsrate als auch die geringe Anzahl unbesetzter Stellen spiegeln die Attraktivität der ARAG als Arbeitgeber wider.

Die internationalen Gesellschaften positionieren sich in ihren jeweiligen Märkten ebenfalls als attraktive Arbeitgeber. In Belgien setzt das Unternehmen vermehrt auf Partnerschaften mit Universitäten, um junge Arbeitskräfte zu rekrutieren. Die ARAG in Österreich wirbt vor allem mit familienfreundlichen Arbeitsbedingungen. So bietet das Unternehmen verschiedene Teilzeitangebote und attraktive Konditionen für Mütter und Väter. ARAG Italien wurde 2018 vom „German Institute for Quality and Finance“ in der Kategorie „Top Career“ ausgezeichnet und erhielt den „Best Job Italy 2019“ Award. Das Unternehmen überzeugte unter anderem durch sein familiäres Arbeitsumfeld sowie die Möglichkeit mobil zu arbeiten, von der aktuell schon 35 Prozent der Mitarbeiter Gebrauch machen.

Fluktuation nach Geschlecht und Altersgruppe

(in Prozent)



Der Prozentsatz weist die Eintritts-/Austrittsrate aus. Es wurden nur unbefristete Mitarbeiter berücksichtigt.

2018 traten 125 Frauen und 88 Männer ins Unternehmen ein. Die Austritte beliefen sich auf 128 Frauen und 85 Männer. Von den Eintretenden waren 84 unter 30 Jahre alt, 119 zwischen 30 und 50 Jahre und 10 über 50 Jahre. Von den Austretenden waren 36 unter 30 Jahre alt, 150 zwischen 30 und 50 Jahre und 27 über 50 Jahre.

Die Daten beziehen sich auf den Hauptsitz von ARAG in Deutschland und Außenstellen/Tochtergesellschaften in Österreich, Belgien, Kanada, Dänemark, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Norwegen, Portugal, Slowenien, Spanien, Schweden, UK und den USA.

Die ARAG gewährt Sozialleistungen, die über das gesetzliche Minimum hinausgehen. Diese umfassen für unbefristet Angestellte beispielsweise eine sofortige unverfallbare, arbeitgeberfinanzierte betriebliche Altersvorsorge inklusive Invaliditätsschutz. Zudem profitieren alle Vollzeitangestellten von Möglichkeiten zur Entgeltumwandlung, subventionierten Verpflegungen und Parkplätzen, Manager-Check-up, Gesundheitstagen und Gesundheitsvorsorgeangeboten. Weitere Angebote beinhalten beispielsweise ein Employee Assistance Program, umfassende Betriebssportangebote sowie Serviceleistungen wie Textilreinigung und Schuhservice direkt im Bürogebäude.

Die Sozial- und Zusatzleistungen der internationalen Gesellschaften weichen aufgrund der jeweiligen spezifischen lokalen Gegebenheiten voneinander ab, sind aber im Allgemeinen sehr umfassend. Die ARAG in Österreich bietet den Mitarbeitern beispielsweise kostenfreie Abonnements für den öffentlichen Verkehr und bezuschusst die Nutzung externer Fitnessangebote. In den Niederlanden profitieren die Mitarbeiter von einem umfassenden Vitality Program, das vielfältige Sportangebote, Massagen am Arbeitsplatz und kostenlose Grippeimpfungen umfasst. In Italien bietet das Unternehmen seinen Mitarbeitern beispielsweise private Sprachkurse und einen Hauslieferdienst für Einkäufe. In Spanien unterstützt die ARAG die Mitarbeiter mit Beiträgen für das Schulmaterial und den Kindergarten. Darüber hinaus profitieren sie von vergünstigter Physiotherapie direkt in den ARAG Gebäuden sowie von einem Frühpensionierungssystem.

401-3 Elternzeit

	Männer	Frauen
Mitarbeiter, die Elternzeit in Anspruch nahmen	19	27
Mitarbeiter, die 2018 nach der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückkehrten	17	10

Die Zahlen beziehen sich nur auf die ARAG SE Deutschland, da die Elternzeit an den internationalen Standorten unterschiedlich geregelt ist und keine vergleichbaren Zahlen erhoben werden können. Ebenfalls nicht berücksichtigt sind die operativen Versicherungsgesellschaften in Deutschland und die zum ARAG Konzern gehörenden deutschen Dienstleistungsgesellschaften

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

103-1/2/3 Managementansatz

Die ARAG setzt hohe Maßstäbe an die Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter. Leistung zu erbringen setzt jedoch voraus, dass man motiviert und bei guter Gesundheit ist. Deshalb setzt die ARAG auf umfassende Arbeitssicherheit und vorbildlichen Gesundheitsschutz. Damit stellt sie nicht nur die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften sicher, sondern erhöht die Zufriedenheit der Mitarbeiter, reduziert Fehlzeiten, verhindert präventiv negative körperliche und psychische Belastungsfolgen und trägt so zu einer besseren Gesundheit der Belegschaft bei. Dies sind wichtige Merkmale, um sich als attraktiver Arbeitgeber am Markt zu positionieren.

Mit der Umsetzung interner Sicherheitsstandards geht die ARAG über die gesetzlichen Vorgaben zur Arbeitssicherheit hinaus. Das Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz fällt in den Verantwortungsbereich der beiden Hauptabteilungen Zentrale Dienste Konzern und Human Resources. Die operative Umsetzung erfolgt durch das Fachreferat für Arbeitssicherheit und Brandschutz mit der Fachkraft für Arbeitssicherheit und dem Brandschutzbeauftragten an den jeweiligen Standorten sowie durch das Abteilungsreferat Organisationsentwicklung und Gesundheitsmanagement.

Die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften und die Vorgaben der Unfallversicherung (VBG) hinsichtlich Ergonomie am Arbeitsplatz werden laufend überprüft und dokumentiert. Durch die Flexibilisierung der Arbeitsorte kommt es auch immer häufiger zu Begehungen und Beurteilungen von Telearbeitsplätzen, die ebenfalls den gesetzlichen Anforderungen entsprechen müssen. Da dies mit einem erhöhten Aufwand verbunden ist, führt die Fachkraft für Arbeitssicherheit vermehrt Fernbetrachtungen durch. Diese können – gemäß Absprache mit den zuständigen Arbeitsschutzbehörden – durch aussagekräftige Fotos, ein Video oder via Video-Live-Chat erfolgen.

Die ARAG pflegt die Sicherheitsorganisation und die sicherheitstechnischen Einrichtungen über die gesetzlichen Anforderungen hinaus. Auch technische Einrichtungen und die Anzahl der Ersthelfer, Brandschutzhelfer und Sicherheitsbeauftragten übersteigen die gesetzlichen Mindestanforderungen. Dank Notfallhandbüchern und einem Sicherheitsstab ist die ARAG gut auf Notfallsituationen vorbereitet. Zudem führt die ARAG jährliche Evakuierungsübungen durch. Die Belegschaft wird mittels E-Learning im Intranet entsprechend unterwiesen. Darüber hinaus werden Mitarbeiter mit besonderen Sicherheitsaufgaben jährlich geschult. In Deutschland finden vier Mal pro Jahr Arbeitsschutzausschusssitzungen (ASA) statt, in denen Belange zum Arbeits-, Brand- und Gesundheitsschutz sowie Lösungsansätze für notwendige Maßnahmen besprochen werden. Dem Ausschuss gehören ein Arbeitgebervertreter, Betriebsratsmitglieder, der Betriebsarzt, die Fachkraft für Arbeitssicherheit, die Sicherheitsbeauftragten und weitere ausgewählte Personen an.

Die ARAG verfügt mit ARAGcare über ein betriebliches Gesundheitsmanagement zur Förderung des Gesundheitsbewusstseins der Mitarbeiter. Es umfasst unter anderem regelmäßige Gesundheitschecks und Vorsorgeaktionen. Die Mitarbeiter haben Zugang zu einem Betriebsarzt, der Sprechstunden, Augenuntersuchungen, kostenlose Grippeimpfungen und ab 2019 auch reisemedizinische Beratung anbietet. Alle Dienste können einfach über eine neue digitale Plattform gebucht werden. Bei Bedarf stehen den Mitarbeitern zudem verschiedene Gesundheitskurse sowie Beratungen durch Kooperationspartner bei Fragen zu Kinderbetreuung, Pflege von Angehörigen oder beruflichen und privaten Problemen zur Verfügung. 2018 wurde beispielsweise eine neue Seminarreihe zum Thema „Positive Psychologie“ lanciert. Für Führungskräfte gibt es einen speziellen Manager Check-up. Zudem steht den Mitarbeitern ein vielfältiges Betriebssportangebot zur Verfügung. Bei langfristigen Ausfällen von Mitarbeitern setzt die ARAG auf ein betriebliches Eingliederungsmanagement zur professionellen Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen und konsultiert externe Experten, um eine optimale Unterstützung der Betroffenen zu garantieren.

Das Abteilungsreferat Organisationsentwicklung und Gesundheitsmanagement der Hauptabteilung Human Resources ist verantwortlich für ARAGcare. Das ARAGcare Gremium steuert das Programm und stimmt es mit der Fachkraft für Arbeitssicherheit, dem Betriebsrat, dem Betriebsarzt und der Schwerbehindertenvertretung ab. 2018 stand beispielsweise die Gefährdung durch psychische Belastungen im Zentrum. Eine Rolle spielen dabei unter anderem die Auswirkungen der Digitalisierung auf das Wohlbefinden der Mitarbeiter. Zwar begünstigt die Digitalisierung die Flexibilisierung von Arbeitszeit und Arbeitsort und trägt damit zur besseren Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben bei.

Doch das Augenmerk muss auch den negativen Effekten gelten. Dazu gehört beispielsweise die ständige Erreichbarkeit. Die ARAG ist bestrebt, diesen Herausforderungen in Zukunft mit individuellen Angeboten zu begegnen, die den unterschiedlichen Zielgruppen und Lebensphasen noch besser gerecht werden.

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

Einige internationale Gesellschaften setzen weitere lokale Maßnahmen um. In Österreich bietet die ARAG den Mitarbeitern vergünstigte Privatkrankenversicherungen und Zugang zu verschiedenen medizinischen Dienstleistungen beim Betriebsarzt, wie beispielsweise Grippe- und Zeckenschutzimpfungen sowie Hör- und Sehtests. Im Vereinigten Königreich lag der Fokus 2018 auf der psychischen Gesundheit der Mitarbeiter. Das Unternehmen setzte sich zum Ziel, das Stigma von psychischen Erkrankungen durch Aufklärung zu bekämpfen. Der allgemeine Umgang mit Depressionen und Angststörungen soll so selbstverständlich sein wie mit einer Grippe oder einem Knochenbruch. 2019 wird das Unternehmen alle Linienvorgesetzten im Rahmen eines Erste-Hilfe-Kurses zur psychischen Gesundheit schulen.

403-2 Unfälle, Krankheiten und Ausfalltage

	Männer	Frauen	Total
Sollstunden	2.415.126	3.257.257	5.672.384
Ausfallstunden	83.576	173.001	256.577
Abwesenheitsrate	3,5 %	5,3 %	4,5 %

2018 gab es weder in Deutschland noch an den internationalen Standorten einen arbeitsbedingten Unfall oder Todesfall. Zahlen beinhalten temporäre Angestellte sowie Praktikanten, Trainees und Lernende. Die Abwesenheitsrate wird errechnet, indem die Ausfalltage durch die Sollstunden geteilt werden.

Die Daten beziehen sich auf den Hauptsitz von ARAG in Deutschland und Außenstellen/Tochtergesellschaften in Österreich, Belgien, Kanada, Dänemark, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Norwegen, Portugal, Slowenien, Spanien, Schweden, UK und den USA.

Aus- und Weiterbildung

103-1/2/3 Managementansatz

Die ARAG hat den Anspruch, sich zu einem der besten Versicherer am Markt zu entwickeln. Um dies zu erreichen, setzt das Unternehmen auf kompetente, hoch engagierte und leistungsbereite Mitarbeiter. Der Berufsausbildung, Qualifizierung und Entwicklung der Mitarbeiter kommt daher eine zentrale Bedeutung zu. Bedarfsgerechte Aus- und Weiterbildungsprogramme sichern die Arbeitsmarktfähigkeit der Mitarbeiter, gewährleisten die Aktualität des Wissens und steigern die Motivation der Belegschaft. Zudem verbessert die ARAG damit die Bindung zwischen dem Unternehmen und Potenzialträgern. Alle Maßnahmen dienen letztendlich der Erfüllung des Markenversprechens als innovativer Qualitätsversicherer.

Die Aus- und Weiterbildung wird in den ARAG Trainingsrichtlinien geregelt. Da die ARAG großen Wert auf Chancengleichheit legt, stehen die Weiterbildungsangebote grundsätzlich allen Mitarbeitern offen. Dabei profitieren nicht nur interne Mitarbeiter in Deutschland und an den internationalen Standorten von weitreichenden Kostenbeteiligungen und Zeitübernahmen, sondern auch die Angestellten im Außendienst. Der Hauptabteilungsleiter Human Resources, der Leiter Personalentwicklung und die Abteilung Personalentwicklung sind für die strategische Führung im Bereich Aus- und Weiterbildung zuständig. Die beiden letzteren verantworten zusammen mit allen Führungskräften der ARAG die operative Umsetzung. Das ARAG Vertriebstraining kümmert sich um die Aus- und Weiterbildung der Vermittler im Stammbetrieb, die größtenteils gemäß § 84 Handelsgesetzbuch (HGB) für die ARAG tätig sind.

Als Versicherungskonzern untersteht die ARAG regulatorischen Vorgaben hinsichtlich der Qualifikation der Belegschaft und der Führungskräfte. Diese ergeben sich beispielsweise aus der Solvency-II-Rahmenrichtlinie oder der Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) der Europäischen Union. Das Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG) und Solvency II waren schon 2017 Bestandteil einer Führungskräfteschulung. 2018 erarbeitete die ARAG ein entsprechendes E-Learning-Programm, das im Frühjahr 2019 lanciert und allen Mitarbeitern zugänglich gemacht wird. 2017 begann die ARAG aufgrund der erhöhten Anforderungen aus der IDD-Richtlinie, die Fachschulungen für kundennahe Fachbereiche an den Standorten Düsseldorf und München zentral zu organisieren. Im Jahr 2018 schloss sie die Neustrukturierung weitgehend ab. Zudem begann die ARAG, die Aktivitäten auf die ARAG IT auszuweiten. Schulungen der ARAG IT werden zukünftig ebenfalls auf ARAG IQ zentral dokumentiert.

Ein Ziel der ARAG ist es, das Angebot kontinuierlich besser digital zu vernetzen und individueller auszustalten. So wurde 2018 beispielsweise das Projektmanagementprogramm mit webbasierten Trainingsformaten ergänzt.

Zudem baute die ARAG verschiedene Lernformate weiter aus, unter anderem zu folgenden Themen:

- SCRUM: ein Vorgehensmodell des Projekt- und Produktmanagements, das insbesondere zur agilen Softwareentwicklung verwendet wird.
- Bikablo: eine moderne Visualisierungsmethode.

- Design Thinking: ein Ansatz, der zum Lösen von Problemen und zur Entwicklung neuer Ideen führen soll. Ziel ist es, Lösungen zu finden, die aus Anwendersicht überzeugend sind.
- Kundenfokusbox: ein Workshop Tool, mit dem Services und Produkte kreiert werden können, die besonders relevant für Kunden sind.

Die Programme richten sich an alle Mitarbeiter und Führungskräfte, die sich mit veränderten Kundenanforderungen und den dadurch veränderten Produkten, Dienstleistungen und Prozessen auseinandersetzen wollen.

Die ARAG gestaltet Aus- und Weiterbildungsprogramme nach dem Bedarf des Unternehmens und der Mitarbeiter. Im Zentrum steht die inhaltliche Nähe der Trainings zum Arbeitsalltag, denn damit wird die Wirksamkeit des Lernprozesses erhöht. Bei neuen Kursen vergleicht die ARAG stets verschiedene Anbieter und stellt durch die gezielte Auswahl von Dienstleistern und Trainern ein qualitativ hochstehendes Angebot sicher. Anhand von Feedbackfragebögen und im Rahmen der jährlichen Mitarbeitergespräche wird die Zufriedenheit mit den Aus- und Weiterbildungen überprüft. Darüber hinaus dokumentiert die ARAG sämtliche geplanten und umgesetzten Weiterbildungsmaßnahmen, inklusive der Kosten und des zeitlichen Umfangs. Daraus gewinnt sie wichtige Erkenntnisse im Hinblick auf die Weiterentwicklung des Aus- und Weiterbildungsangebots.

404-2

Programme für Wissensmanagement und lebenslanges Lernen

Mit ARAG IQ verfügt die ARAG über eine eigene webbasierte Qualifizierungsplattform, die allen deutschen Mitarbeitern ermöglicht, ihr Wissen und ihre Fähigkeiten auf dem neusten Stand zu halten. Zum Angebot gehören rund 150 Präsenzseminare, Trainings sowie E-Learning-Kurse. Schwerpunkte bei der Weiterbildung liegen auf Fach- und Methodenkompetenzen, Führungskompetenzen, persönlichen und sozialen Kompetenzen, versicherungs- und betriebswirtschaftlichem Wissen, Projekt- und Prozessmanagement sowie Fremdsprachen. Dabei achtet die ARAG stets darauf, aktuelle Entwicklungen zu berücksichtigen und ihre Mitarbeiter auf die zukünftigen Branchenanforderungen vorzubereiten. Im Rahmen des Programms Zukunftsinitiative werden beispielsweise Trainings, Workshops und Netzwerkveranstaltungen zu Kreativität und Design Thinking, agilem Projektmanagement und Führung in der Transformation angeboten (*weitere Informationen dazu finden sich auf Seite 34 in diesem Bericht*). Ebenfalls Teil des Angebots sind regulatorisch getriebene Schulungen zur Solvency-II-Rahmenrichtlinie, zum Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG) und zu Themen wie Risikomanagement, Revision und Compliance sowie Datenschutz und Arbeitssicherheit. Die Angebote werden von rund 20 Trainern und diversen externen Kursanbietern bereitgestellt.

Eine wichtige Rolle spielt neben der Aus- und Weiterbildung die Mitarbeiterbindung, um den Bedarf an qualifizierten Fach- und Führungskräften langfristig zu decken. Das Talentmanagementsystem ARAG myCareer unterstützt dieses Ziel durch ein vielfältiges Instrumentarium zur Personalauswahl und -entwicklung. Führungskräfte haben zum Beispiel die Möglichkeit, Kandidaten für Fach- und Führungsfunktionen anzumelden. Zudem

fördert die ARAG Fachspezialisten und Führungskräfte, indem sie ihnen die Möglichkeit bietet, ein berufsbegleitendes Studium oder einen Master of Business Administration (MBA) zu absolvieren.

Die ARAG kümmert sich um die bedarfsgerechte Ausbildung von Kauffrauen und Kaufmännern für Versicherungen und Finanzen. Damit stellt sie nicht nur ausreichenden Nachwuchs sicher, sondern sorgt auch für eine gute demografische Durchmischung des Konzerns. 2018 wurden in Düsseldorf, München und im Stammvertrieb insgesamt 68 Auszubildende in verschiedenen Jahrgängen betreut.

Die individuelle Weiterbildung wird in den jährlichen verbindlichen Mitarbeitergesprächen thematisiert und geplant. 2018 wurden in Deutschland unternehmensweit 3.850 absolvierte Weiterbildungsmaßnahmen dokumentiert. Somit haben Mitarbeiter im ARAG Innendienst an durchschnittlich zwei Weiterbildungsmaßnahmen teilgenommen, was dem Niveau des Vorjahres entspricht.

Die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten an den internationalen Standorten decken sich weitgehend mit denen in Deutschland. Die ARAG in Skandinavien betreibt darüber hinaus eine eigene HELP School, die den Mitarbeitern Kurse zu verschiedenen juristischen Themen anbietet. In den Niederlanden bietet die ARAG neben vielfältigen Weiterbildungsangeboten auch einen zweitägigen Pensionsvorbereitungskurs. ARAG Nordamerika setzt zusätzlich zur fachlichen Weiterbildung auch auf eine umfassende Persönlichkeitsentwicklung. Die Geschäftsleitung ist überzeugt, damit das Selbstvertrauen und Engagement der Mitarbeiter zu steigern und so langfristig ihre Resilienz zu stärken.

404-3 Leistungsbeurteilung und Karriereplanung

Die ARAG schreibt jährlich verpflichtende Mitarbeitergespräche vor. Die Kontrolle durch die Personalabteilung ergab für das Jahr 2018 eine Durchführungsquote von 90 Prozent.

Vielfalt und Chancengleichheit

103-1/2/3 Managementansatz

Für die ARAG sind Fairness und Offenheit gegenüber einer vielfältigen Belegschaft und Gesellschaft zentrale Unternehmenswerte. Denn als international aktiver Versicherer hängt der Unternehmenserfolg auch von einer guten Zusammenarbeit über Länder und Kulturen hinweg ab. Die Erfahrung zeigt, dass divers zusammengesetzte Teams kreative Ideen hervorbringen und damit den langfristigen Erfolg des Unternehmens fördern.

Die ARAG verfolgt einen familienfreundlichen und inklusiven Ansatz, der sich positiv auf die Wahrnehmung von Kunden sowie Mitarbeitern auswirkt. Dies erhöht die Attraktivität der ARAG als Arbeitgeber, eröffnet Möglichkeiten der Zusammenarbeit und begünstigt den Zugang zu vielfältigen Kundengruppen. Darüber hinaus vermeidet die ARAG Reputationsrisiken, die beispielsweise durch die Verletzung des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) entstehen könnten.

Vielfalt und Chancengerechtigkeit sind in der Unternehmensstrategie und den Unternehmenswerten festgeschrieben, um allen Mitarbeitern die gleichen Möglichkeiten zur beruflichen Entwicklung zu bieten – unabhängig von Alter, Nationalität, privaten Lebensumständen oder Familienstand. Damit dieses Ziel erreicht wird, definieren die operativen Strategien der Bereiche Human Resources und Unternehmenskommunikation Maßnahmen zur Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit. Dazu gehört neben flexiblen Arbeitszeitmodellen und Angeboten für Home- und Telearbeit auch die Möglichkeit, Führungspositionen in Teilzeit zu besetzen. In Deutschland waren im Berichtsjahr insgesamt neun Führungspositionen mit Teilzeitmitarbeitern besetzt. 2018 wurden die Voraussetzungen für ortsunabhängiges Arbeiten durch die Bereitstellung von zusätzlicher Software auf mobilen Geräten weiter verbessert. Somit stehen den Mitarbeitern in allen Lebensphasen geeignete Formen der Arbeitsgestaltung zur Verfügung. Mit dem Schwerbehindertenbeauftragten und dem Mobbingbeauftragten verfügt die ARAG zudem über spezifische Verantwortungsbereiche, die dazu beitragen, die Gleichbehandlung im Konzern zu fördern. Mitarbeiter können sich bei Bedarf an diese beiden Stellen und den Betriebsrat wenden.

Zur Förderung der Chancengleichheit zwischen Frauen und Männern erarbeitete die ARAG ein Gender-Diversity-Projekt. Der Handlungskatalog umfasst 20 konkrete Maßnahmen. Dazu zählen unter anderem: die Bereitstellung von kindergerecht ausgestatteten „Mit-Kind“-Büros, das Lebenslagencoaching sowie Beratungsangebote zu Themen wie Kinderbetreuung oder Pflege von Angehörigen. Bis Ende 2018 wurden sämtliche Maßnahmen umgesetzt und das Projekt wurde erfolgreich abgeschlossen.

Getreu dem Leitsatz „Einheit trotz Vielfalt“ zählt neben der Chancengleichheit für Frauen und Männer auch die Internationalität zu den Stärken der ARAG. Das Unternehmen ist stolz darauf, Menschen aus unterschiedlichen Nationen zu vereinen und erachtet inhaltliche und persönliche Individualität als Mehrwert. Internationale Managementseminare, an denen 2018 das gesamte deutsche und internationale Top-Management teilnahm, sowie weitere länderübergreifende Qualifizierungsprogramme helfen, einen konstruktiven Austausch zwischen den Mitarbeitern zu pflegen und damit auch das Verständnis für kulturelle Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu stärken.

Die ARAG überprüft die Wirksamkeit der getroffenen Maßnahmen regelmäßig, unter anderem unter Einbezug von unabhängigen Prüfinstanzen, wie beispielsweise der beruf- und familie Service GmbH (*weitere Informationen zu den Arbeitsbedingungen finden sich auf Seite 74 in diesem Bericht*). Zudem erhebt die ARAG jährlich Statistiken zur Überprüfung der Chancengleichheit zwischen Frauen und Männern. Dazu gehört beispielsweise eine Auswertung der Weiterbildungsmaßnahmen. Diese werden im Rahmen des Controllings bezüglich sozialdemografischer Daten wie Alter, Geschlecht, Betriebszugehörigkeit und Hierarchiestufe überprüft.

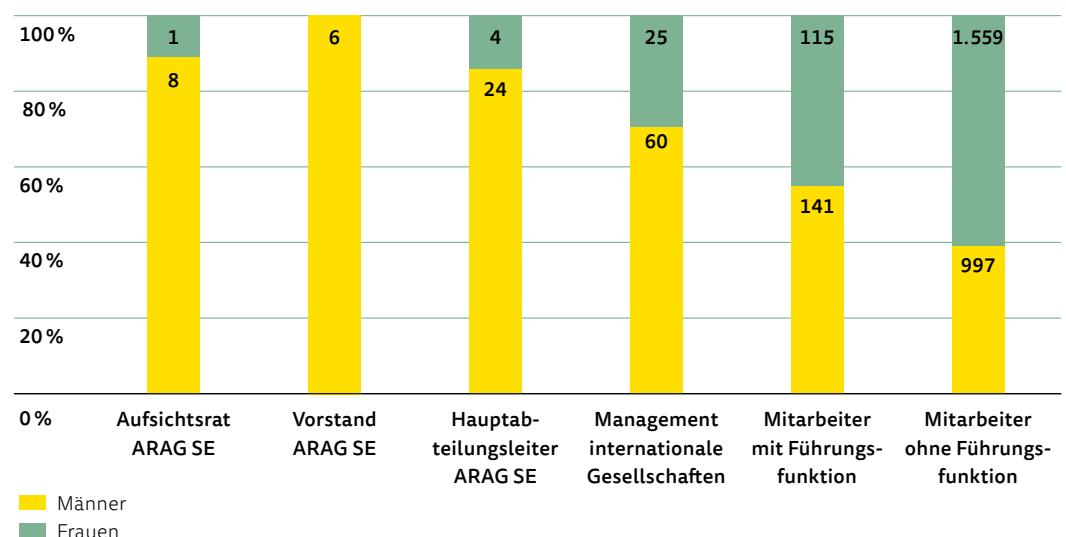
Über die letzten Jahre ist der Frauenanteil auf den obersten beiden Führungsebenen gestiegen. Ein Gleichgewicht ist jedoch noch nicht erreicht. Deshalb setzt die ARAG auf gezielte Frauenförderung durch die weitere Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort sowie verbesserte Kinderbetreuungsangebote. Eine bedeutende Herausforderung besteht jedoch nach wie vor darin, im Management mehr Akzeptanz für Konzepte zu schaffen, die für die Mitarbeiter einen Mehrwert schaffen, aber die organisatorischen Anforderungen

erhöhen. Dies gilt zum Beispiel für Führung in Teilzeit und Homeoffice. In Spanien hat die ARAG 2018 den Chancengleichheitsplan (Plan de Igualdad de Oportunidades) erneuert, der schon 2009 zusammen mit dem Betriebsrat eingeführt worden war, um die Chancengleichheit weiter zu fördern. Der aktualisierte Plan bezieht sich auf eine vertiefte Analyse der Chancengleichheit zwischen Frauen und Männern, die zeigt, dass der Frauenanteil in den letzten zehn Jahren um 8 Prozent gestiegen ist und mittlerweile bei 58 Prozent liegt. Auch auf der Managementebene sind Frauen Ende 2018 besser vertreten als Männer. Während die Lohngleichheit noch nicht vollständig erreicht ist, zeigt sich, dass die Löhne bei den neu eingestellten Mitarbeitern weitestgehend angeglichen wurden.

405-1 Vielfalt in Aufsichtsgremien und Belegschaft

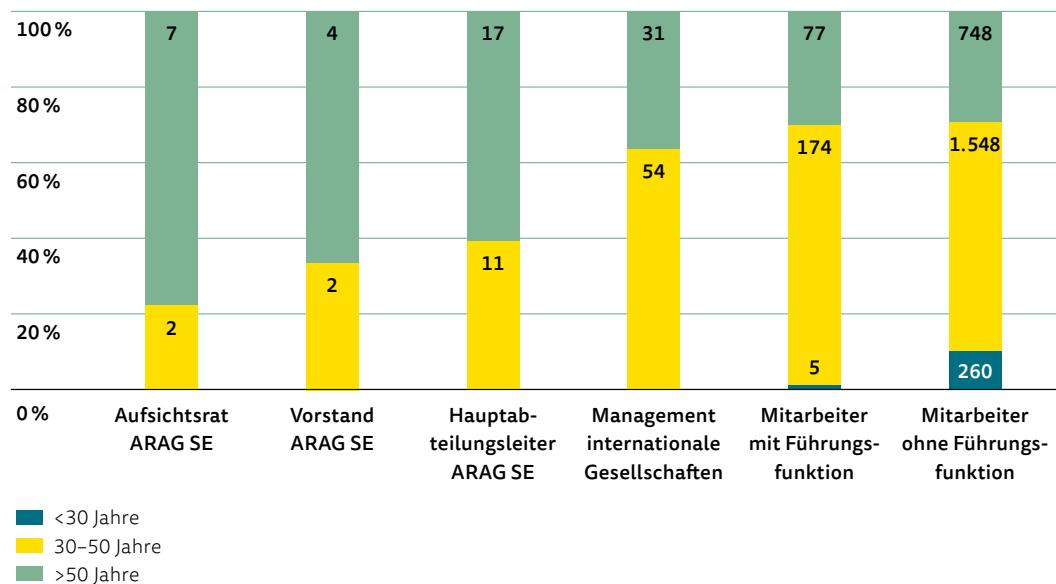
Aufsichtsgremien und Belegschaft 2018 nach Geschlecht

(in Prozent und absoluten Zahlen)



Aufsichtsgremien und Belegschaft 2018 nach Altersgruppen

(in Prozent und absoluten Zahlen)



Die Daten beziehen sich auf den Hauptsitz von ARAG in Deutschland und Außenstellen/Tochtergesellschaften in Österreich, Belgien, Kanada, Dänemark, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Norwegen, Portugal, Slowenien, Spanien, Schweden, UK und den USA. Die Zahlen zum Aufsichtsrat und zum Vorstand wurden im Nachhaltigkeitsbericht 2017 fehlerhaft kommuniziert und sind hier berichtet.

Gesellschaftliches Engagement

103-1/2/3 Managementansatz

Die ARAG legt einen besonders hohen Wert auf die Verbindung von unternehmerischer und gesellschaftlicher Verantwortung. Dies spiegelt sich in einer langfristig ausgerichteten, nachhaltigen Geschäftsstrategie wider und trägt wesentlich zum Unternehmenserfolg bei. Als unabhängiges Familienunternehmen kann die ARAG langfristig und ohne den Druck externer Investoren agieren und so ihre gesellschaftliche Verantwortung glaubwürdig wahrnehmen. Dies ist umso bedeutender, weil Kunden, Geschäfts- und Vertriebspartner sowie Mitarbeiter verstärkt darauf achten, welchen zusätzlichen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Nutzen die ARAG erbringt.

Der unternehmerische Auftrag, der in den Konzernleitlinien, den ARAG Essentials, festgehalten ist, betont das gesellschaftliche Engagement des Konzerns entsprechend ausgeprägt. Die ARAG engagiert sich rund um ihre nationalen und internationalen Geschäftsstandorte, insbesondere in den Bereichen Sport, Kultur und Bildung. Zuständig ist eine eigene Stabsstelle innerhalb der Hauptabteilung Konzernkommunikation/Marketing. Das Engagement wird regelmäßig anhand von Resonanzanalysen und Teilnehmerbefragungen evaluiert.

Im Rahmen ihres gesellschaftlichen Engagements unterstützt die ARAG sowohl Großprojekte mit einstelligen Millionenbudgets als auch kleinere Projekte. Allen Aktivitäten gemein ist das Ziel, die Lebensqualität der lokalen Gesellschaft sowie das wirtschaftliche Umfeld positiv zu beeinflussen. Die ARAG verfolgt dabei einen langfristigen Ansatz und setzt auf regelmäßige Förderungen, die sowohl zur positiven Reputation der ARAG als auch zur Akzeptanz des Geschäftsmodells beitragen.

Zu den wichtigsten Engagements in Deutschland zählt die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS). Darüber hinaus unterstützt die ARAG das Stipendiatenprogramm „Chancen nutzen“ für Studierende der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, das „Deutschland-Stipendium“ für Studierende der Hochschule Düsseldorf (HSD) sowie Förderungen weiterer Hochschulen und Forschungseinrichtungen.

Mit Unterstützung des Ministeriums für Schule und Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen wird das Programm „Konfliktmanagement an Schulen“ allen weiterführenden Schulen und Berufskollegs in NRW angeboten (*weitere Informationen dazu finden sich ab Seite 4 in diesem Bericht*). Die fünf bisherigen Ausbildungsdurchgänge wurden von über 280 Lehrkräften, Fachkräften für Sozialarbeit, Schulleitungen und Eltern von fast 100 weiterführenden Schulen und Berufskollegs in verschiedenen Schulbezirken absolviert. Derzeit wird das Projekt im sechsten Durchgang an 13 weiteren Schulen durchgeführt. Die Teilnehmer werden zu Schulmediatoren ausgebildet und tragen mit dem erworbenen Wissen zur Verbesserung des sozialen Klimas an den Schulen bei, verändern den Umgang mit Konflikten und können wiederum Schüler zu Konfliktlotsen ausbilden. Das Projekt wurde unter dem Namen ARAG Mediators von der Clinton Global Initiative (CGI) als „Commitment to Action“ zertifiziert. Seit 2016 fördert die ARAG außerdem die MediationsZentrale München e. V., die regelmäßig professionell ausgebildete Mediatoren an öffentliche und private Schulen im Großraum München schickt, wo sie als neutrale Ansprechpartner für alle Konflikt- und Problemfälle im schulischen Alltag zur Verfügung stehen.

Ein zentrales Feld des gesellschaftlichen Engagements der ARAG ist der Schutz von Kindern und Jugendlichen vor Gefahren im Internet. Das Unternehmen sieht vor allem Handlungsbedarf in der nachhaltigen Förderung der Medienkompetenz, der Information und Aufklärung sowie Prävention und Sensibilisierung für die Folgen von Mobbing. Daher entwickelte die ARAG gemeinsam mit der Forschungsstelle für IT-Recht und Netzpolitik der Universität Passau eine Alternative zum umstrittenen Netzwerkdurchsetzungsgesetz (*weitere Informationen dazu finden sich ab Seite 12 in diesem Bericht*). Ziel ist es, Nutzer von sozialen Medien besser vor Ehrverletzungen im Internet zu schützen. Die Ergebnisse wurden im Rahmen des „Safer Internet Day“ im Februar 2018 veröffentlicht. Darüber hinaus wurde die Öffentlichkeitswirksamkeit der Thematik durch gezielte Maßnahmen weiter erhöht. Um den aktiven Einsatz gegen Cybergewalt öffentlichkeitswirksam zu präsentie-

ren, wurde im Februar 2019 die Webseite hass-streichen.de online gestellt, die seitdem eine umfassende Sammlung an Informationen rund um das Thema bietet. Im Bereich der digitalen Bildung engagierte sich die ARAG zudem als Partner der DKJS. So startete Ende 2017 das gemeinsame Programm „bildung.digital“, das bundesweit aktuell 40 Schulen dabei unterstützt, Konzepte der digitalen Bildung zu entwickeln und zu verankern.

Beim Düsseldorfer Projekt „Kickwinkel“, das die ARAG gemeinsam mit lokalen Partnern initiiert hat und fortlaufend unterstützt, geht es um das Thema Chancengerechtigkeit. Das integrative Fußballprojekt richtet sich an unbegleitete minderjährige männliche Flüchtlinge aus dem Irak, Afghanistan, Somalia, Eritrea, Gambia, Guinea und dem Iran. Es ermöglicht 20 Jugendlichen, zweimal wöchentlich bei einem Düsseldorfer Verein zu trainieren und organisiert regelmäßig Turniere mit Mannschaften aller Projektpartner. Darüber hinaus unterstützt die ARAG weitere karitative Organisationen und Sportvereine.

Auch international engagiert sich die ARAG über das Kerngeschäft hinaus für die Gesellschaft. In Nordamerika unterstützt das Unternehmen ein von Mitarbeitern geführtes Corporate Social Responsibility Komitee, das lokale Wohltätigkeitsorganisationen finanziell und durch Freiwilligenarbeit der ARAG Mitarbeiter unterstützt. Zudem fördert die ARAG aktiv die „Access to Justice“-Bewegung, die sich dafür einsetzt, dass jede Bürgerin und jeder Bürger Zugang zu juristischer Unterstützung erhält. In den Niederlanden steht die ARAG beispielsweise Sportschiedsrichtern, die Opfer von gewalttätigen Attacken geworden sind, mit kostenloser Rechtsberatung zur Seite und übernimmt anfallende Behandlungskosten. In Griechenland bietet die ARAG kostenlose, telefonische Rechtsberatung für Arbeitnehmer, die ihren Job verloren haben – selbst, wenn sie nicht bei der ARAG versichert sind. Auch diverse Wohltätigkeitsorganisationen sowie Mobbingopfer profitieren von kostenfreier Rechtsberatung.

Für weitere Informationen siehe Geschäftsbericht 2018 Konzernabschluss ARAG Holding SE.

Politisches Engagement

103-1/2/3 Managementansatz

Die Geschäftstätigkeit der ARAG wird maßgeblich von politischen und regulatorischen Entwicklungen beeinflusst. Diese haben direkte Auswirkungen auf die Risikostruktur sowie die Kapitalausstattung des Konzerns und können Produktgestaltung, Vermarktung und Vertrieb prägen. Die ARAG vertritt deshalb die Interessen des Unternehmens im politischen Umfeld und steht dazu in regelmäßigem Kontakt mit Behörden und Politik. Verantwortlich für den politischen Dialog sind der Vorstandsvorsitzende sowie der Generalbevollmächtigte. Ziel des Austauschs ist es, für beide Seiten relevante Themen zu erkennen, um unterschiedliche Sichtweisen aufzudecken und frühzeitig diskutieren zu können. Daher legt das Unternehmen großen Wert auf eine offene und proaktive Informationspolitik.

Die internationalen Gesellschaften sind üblicherweise Mitglied in den Branchenverbänden der jeweiligen Länder. ARAG in Österreich steht zudem regelmäßig in Kontakt mit der Wirtschaftskammer und nimmt einmal pro Jahr an der Diskussion des Wirtschaftsberichts der Bundesregierung teil. ARAG Nordamerika setzt sich sowohl auf Bundes- als auch auf Bundesstaatenebene für günstige Rahmenbedingungen für die Rechtsschutzbranche ein. Das Unternehmen unterhält Beziehungen zu staatlichen Behörden, insbesondere am Hauptsitz in Iowa, und Lobbyisten, die Meinungen zu vorgeschlagenen Gesetzesvorlagen und -änderungen in der bundesstaatlichen Gesetzgebung einholen. Im Vereinigten Königreich setzte sich die ARAG 2018 insbesondere für die Arbeit des Ziviljustizausschusses ein.

415-1 Zuwendungen an die Politik

Der ARAG Konzern ist im Rahmen seiner Möglichkeiten politisch engagiert und setzt sich für die Unterstützung und Förderung der demokratischen Strukturen in Deutschland ein. Dieses Engagement umfasst Spenden an in deutschen Parlamenten vertretene Parteien. Im Berichtsjahr belief sich der Gesamtbetrag der finanziellen Zuwendungen an Parteien auf insgesamt 60 T€. Die internationalen Tochterunternehmen leisteten 2018 keine Zuwendungen an die Politik. In den USA sind solche Zuwendungen von Unternehmen gemäß Bundesrecht verboten.

Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen

103-1/2/3 Managementansatz

Als unabhängiges Familienunternehmen in der Finanzbranche weiß die ARAG um die Bedeutung von Verlässlichkeit, Solidität und unternehmerischer Verantwortung. Das Unternehmen verfolgt deshalb eine langfristige Strategie, die auf nachhaltiges und profitables Wachstum ausgerichtet ist. Die ARAG agiert behutsam, besonnen, mit Geduld und Ausdauer, wobei stets die Interessen der Kunden im Mittelpunkt stehen.

Dies spiegelt sich in den angebotenen Produkten und Dienstleistungen wider, die an den Kundenbedürfnissen und den gesetzlichen Anforderungen ausgerichtet sind. Neben den vielfältigen Rechtsschutzangeboten, die einen inhärent sozialen Nutzen haben, bietet die ARAG speziell zugeschnittene Produkte für Sportvereine und -verbände sowie für Förder- und Karnevalsverbände an. Die Produkte decken beispielsweise die Bereiche Rechtsschutz, Haftpflicht, Unfall, Krankheit, Vermögens- und Umweltschaden sowie Reisegepäck ab. Seit 2016 gibt es zudem die Möglichkeit, einen Sport-Vereinsschutz abzuschließen. Als Europas größter Sportversicherer weiß die ARAG, dass jeder Verein einzigartig ist. Daher gestaltet sie den Versicherungsschutz flexibel und schneidet ihn exakt auf die individuellen Bedürfnisse des Kunden zu. Dies gilt neben dem Sport-Vereinschutz auch für viele weitere Spezialversicherungen, die beispielsweise für die Absicherung von Veranstaltungen sowie die Haltung von Pferden, Sportwaffen oder Booten abgeschlossen werden.

Darüber hinaus umfasst der ARAG Unfall-Schutz mit dem Zusatzbaustein Fit Plus seit 2018 diverse Services mit besonderem sozialem Nutzen. Dazu gehört der telemedizinische Service, der in Zusammenarbeit mit dem Kooperationspartner TeleClinic angeboten wird. Dieser vereinfacht einerseits die Betreuung von Patienten nach einem Unfall und verhindert andererseits unnötige Arztbesuche und Behandlungen, wodurch Gesundheitskosten eingespart werden. Daneben umfasst der ARAG Unfall-Schutz ein Soforthilfeangebot bei Krebserkrankungen sowie ein Krankenhaus- und Arbeitsunfähigkeits-Tagegeld (*weitere Informationen dazu finden sich im Abschnitt ab Seite 63 in diesem Bericht*). An den internationalen Standorten konzentriert sich die ARAG auf Angebote im Rechtsschutzbereich.

Für die Gestaltung neuer nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen zeichnet insbesondere die Abteilung Produktmanagement verantwortlich. Für die Ideenentwicklung gibt es einen klar definierten Prozess, der die Schritte Kalkulation, Generierung, Sammlung, Bewertung und Priorisierung von Produktideen sowie die Nachkalkulation umfasst. Alle Schritte werden von der Controlling-Abteilung begleitet. Schon bei der Produktentwicklung werden die Anforderungen an eine mögliche Zertifizierung (zum Beispiel durch den TÜV) berücksichtigt. Ist ein Produkt auf dem Markt, überprüft die ARAG den Erfolg via Produktratings, Kunden- und Mitarbeiterbefragungen, durch den ARAG Denkraum sowie Nachkalkulationen zur Prüfung der Wirtschaftlichkeit.

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

2018 belief sich der Umsatz im Geschäftsbereich Sport (national und international) auf rund 43.000 T€, was bei der ARAG Allgemeine Versicherungs-AG rund 23 Prozent des selbst abgeschlossenen Geschäfts entspricht.

Transparente Geschäftsführung und Dienstleistungen

103-1/2/3 Managementansatz

Die ARAG legt großen Wert auf transparente Geschäftsführung und Dienstleistungen. Dies fördert das Vertrauen der Kunden und Mitarbeiter und stärkt somit die Glaubwürdigkeit und Wettbewerbsposition der ARAG. Die ARAG Essentials und Leadership Standards schreiben eine offene Kommunikation mit Kunden und Mitarbeitern vor. Sie leiten das Denken und Handeln aller ARAG Mitarbeiter und bieten Orientierung in sich ständig wandelnden Märkten.

In puncto Transparenz ist die Verständlichkeit der Produkt- und Dienstleistungsinformationen eine der zentralen Herausforderungen in der Versicherungswirtschaft. Die ARAG legt großen Wert darauf, alle Produktinformationen und Vertragsbedingungen so verständlich wie möglich zu gestalten, indem beispielweise notwendige juristische Formulierungen mit illustrativen Beispielen ergänzt werden. Bei der Erstellung der Versicherungsbedingungen, Broschüren und Produktinformationen werden deshalb mithilfe einer Software die Kriterien des Hohenheimer Verständlichkeitsindexes angewendet und die Texte entsprechend optimiert.

Eine transparente Geschäftsführung und Dienstleistungen sicherzustellen liegt im Verantwortungsbereich aller Vorstandressorts der ARAG. Die Hauptabteilung Vertriebs- und Produktmanagement ist verantwortlich für die Transparenz der Produktinformationen. Das Unternehmen hat diverse Prozesse umgesetzt, um sicherzustellen, dass es seine Ziele im Bereich Transparenz erreicht. Dazu gehören unter anderem Controlling-Prozesse, juristische Prüfungen zur Sicherstellung der Compliance mit allen internationalen und nationalen Gesetzen und Vorschriften sowie anspruchsvolle Freigabeprozesse bei der Produktentwicklung.

Selbstverständlich hält die ARAG auch an den internationalen Standorten alle relevanten regulatorischen Transparenz- und Verbraucherschutzvorschriften ein und ist bestrebt, Produktinformationen kontinuierlich zu verbessern. Die ARAG Niederlande legt beispielsweise besonderes Augenmerk auf die Schulung der Versicherungsmakler, damit auch diese alle Transparenz- und Aufklärungsvorschriften einhalten.

417-1 Informations- und Kennzeichnungspflichten

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

Cyberrisiken und Datenschutz

103-1/2/3 Managementansatz

Der Geschäftserfolg der ARAG basiert auf einem tadellosen Ruf im Bereich des Datenschutzes. Als Versicherer ist das Unternehmen darauf angewiesen, die für das Versicherungsgeschäft notwendigen Daten von Interessenten und Kunden zu erhalten. Wenn diese davon ausgehen können, dass ihre Daten vertraulich und gesetzeskonform behandelt werden, sind sie in der Regel bereit dazu.

Der Datenschutz rückt außerdem durch die zunehmende Digitalisierung weiter ins Zentrum. Vor diesem Hintergrund legt die ARAG größten Wert auf den Schutz der Daten von Interessenten, Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern, um deren Vertrauen zu erhalten, gesetzliche Vorgaben zu erfüllen und Reputationsschäden zu vermeiden. Das hierzu aktualisierte, umfassende Datenschutzmanagement basiert auf einem gut abgestimmten Regelwerk, bestehend aus der ARAG Informationssicherheitsleitlinie, dem ARAG Informationssicherheitsstandard, der ARAG Leitlinie zum Datenschutz, der ARAG Datenschutzmanagement-Richtlinie sowie weiteren Richtlinien und Arbeitsanweisungen. Diese werden regelmäßig aktualisiert und sind für alle Mitarbeiter im Intranet einsehbar.

Aufgrund der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), die am 25. Mai 2018 in Kraft trat, analysierte die ARAG im Rahmen eines Umsetzungsprojekts die neuen regulatorischen Anforderungen und überführte diese in die ARAG Leitlinie zum Datenschutz sowie die ARAG Datenschutzmanagement-Richtlinie. Das Projekt wurde fristgerecht zum 25. Mai 2018 an allen betroffenen Standorten abgeschlossen. Seither werden sämtliche neuen Datenschutzanforderungen eingehalten. Darüber hinaus hat sich die ARAG freiwillig zur Einhaltung der mit den deutschen Datenschutzbehörden abgestimmten und 2018 überarbeiteten Verhaltensregeln für den Umgang mit personenbezogenen Daten durch die deutsche Versicherungswirtschaft (CoC) verpflichtet. Die Verhaltensregeln schreiben vor, Maßnahmen zur Förderung des Datenschutzes umzusetzen, die über das gesetzliche Minimum hinausgehen. In Italien begann die ARAG 2018 auf Empfehlung der Behörden, ihre Intermediäre einem zusätzlichen Cyber-Security-Audit zu unterziehen. An Standorten außerhalb der EU passt die ARAG ihre Geschäftspraktiken laufend an die geltenden Datenschutzregulierungen an. In Kanada beispielsweise wurde 2018 ein neues nationales Datenschutzgesetz erlassen, das die ARAG seither ordnungsgemäß einhält.

Im digitalen Zeitalter ist Datenschutz eine Querschnittsaufgabe, die in allen Fachabteilungen verankert ist und dort verantwortet wird. Sie werden bei der Erfüllung dieser Aufgabe von der neu etablierten Datenschutzorganisation, der unter anderem der IT-Security-Bauftragte angehört, unterstützt. Der betriebliche Datenschutzbeauftragte (Second Line of Defence) und die Konzernrevision (Third Line of Defence) überprüfen laufend im Rahmen des Three-Lines-of-Defence-Models die Einhaltung aller Datenschutzanforderungen. Darüber hinaus bietet der Datenschutzbeauftragte Schulungen und individuelle Beratung an,

um die datenschutzrechtliche Qualifizierung der Mitarbeiter zu erhöhen und damit das Schutzniveau stetig zu verbessern. Zudem führt die ARAG Sensibilisierungsmaßnahmen sowie verpflichtende Schulungen für die Mitarbeiter durch und informiert in den internen Kommunikationskanälen laufend über Neuerungen und Änderungen.

Der betriebliche Datenschutzbeauftragte lässt die vorgabengetreue Anwendung der Datenverarbeitungsprogramme durch unabhängige Auditoren überprüfen. Regelmäßige Sicherheitsprüfungen an den deutschen und internationalen Standorten liefern zudem Erkenntnisse über Schwachstellen in der Sicherheitsarchitektur, aus denen entsprechende Verbesserungsmaßnahmen abgeleitet werden.

Datenschutzbeschwerden werden laufend überwacht. Diese dienen als Indikator für die Einhaltung der Datenschutzanforderungen im Geschäftsalltag. Wird eine Verletzung des Datenschutzes vermutet, kann zunächst bei der handelnden Fachabteilung Beschwerde eingereicht werden. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, sich an den betrieblichen Datenschutzbeauftragten zu wenden. Aufgrund der gesetzlichen Anforderungen wurde ein neuer Meldeweg für den Fall einer Datenschutzverletzung eingeführt. Innerhalb von 72 Stunden nach Kenntnisnahme des Falls muss die Meldepflicht gegenüber der zuständigen Datenschutzaufsichtsbehörde und gegebenenfalls den Betroffenen wahrgenommen werden. Die größte Herausforderung in den kommenden Jahren besteht darin, die Sensibilität der Fachbereiche und von deren Mitarbeitern zu vertiefen. Dies ist unter anderem zentral, um die neuen Kriterien für Datenschutzverletzungen, wonach jeder Verlust der Vertraulichkeit, Integrität oder Verfügbarkeit eine Verletzung darstellt, besser in der Organisation zu verankern.

Die Sensibilisierung und Schulung der Mitarbeiter werden auch im Zusammenhang mit Cyberattacken immer wichtiger, denn deren Zahl nimmt tendenziell zu. Die Gefahren sind vielfältig und reichen von Phishing-E-Mails zur Einschleusung von Schadsoftware über die Ausnutzung von Schwachstellen in der Software, bis hin zu Erpressungsversuchen. Darüber hinaus versuchen Betrüger beim sogenannten CEO-Fraud, Geldüberweisungen zu erwirken, indem sie Anweisung von der Geschäftsleitung vorgaukeln. Durch den Boom der Crypto-Währungen wurde auch das „Cryptomining“ zu einem Trend, bei dem IT-Ressourcen von Servern und Client-Systemen der angegriffenen Unternehmen zur Berechnung der Internetwährungen missbraucht wurden. Einige dieser Methoden haben sich mittlerweile zu Geschäftsmodellen für Kriminelle entwickelt, weshalb umfassende Schutzvorkehrungen absolut zentral sind. Neben der regelmäßigen Schulung und Sensibilisierung der Mitarbeiter setzt die ARAG auf den Einsatz diverser Systeme zum Schutz der Infrastruktur. Dazu gehören Firewalls, Antivirus-Programme auf Servern und Client-Systemen, Sicherheitsfeatures für Softwarepakete sowie erweiterte Schutzprogramme. Regelmäßige Updates der Betriebssysteme, betriebssystemnahen Software und Datenbanken gehören ebenfalls zu den Standardvorkehrungen. Schließlich werden kritische Geschäftsprozesse jährlich überprüft und überarbeitet und Freigaben erfolgen üblicherweise nach dem Vieraugenprinzip. Damit konnten kritische Vorfälle, die den Geschäftsbetrieb stören, bislang verhindert werden.

418-1 Beschwerden wegen Datenschutzverletzungen

2018 wurden in Deutschland 14 Datenschutzbeschwerden von Dritten registriert. In vier Fällen war die Beschwerde begründet und auf Unachtsamkeit der zuständigen Mitarbeiter zurückzuführen. Die Betroffenen wurden ausführlich und schriftlich über den Sachverhalt informiert. Damit hat die ARAG weitestmöglich Transparenz geschaffen. Es erfolgten keine aufsichtsbehördlichen Maßnahmen. 2018 wurde zudem eine unbegründete Beschwerde über die Datenschutzaufsichtsbehörde LDI NRW registriert.

Compliance

103-1/2/3 Managementansatz

Die Einhaltung sämtlicher gesetzlichen und regulatorischen Vorschriften ist für die ARAG als Versicherungsunternehmen Grundvoraussetzung für den Erhalt der Geschäftslizenz und beeinflusst das Vertrauen der Kunden und anderer Stakeholder maßgeblich. Der Compliance kommt deshalb im gesamten Konzern und in der Wertschöpfungskette höchste Priorität zu.

Um Compliance-Risiken zu minimieren und Reputationsschäden sowie ordnungs- und strafrechtliche Sanktionen zu vermeiden, setzt die ARAG zahlreiche Richtlinien und Prozesse um. Insbesondere die Compliance-Richtlinie und der Code of Compliance informieren über geltende externe und interne Vorschriften. Zentrale und dezentrale Compliance-Funktionen stellen laufend sicher, dass die ARAG in Übereinstimmung mit den geltenden regulatorischen Vorgaben handelt. Compliance-Themen sind zudem Gegenstand regelmäßiger Schulungen. Führungskräfte werden nach dem „Train the Trainer“-Konzept ausgebildet und sind verpflichtet, die Kursinhalte an ihre Mitarbeiter weiterzuvermitteln. Alle deutschen Versicherungsgesellschaften des ARAG Konzerns sind dem Verhaltenskodex des GDV für Vertrieb und Versicherungsprodukte (2013) beigetreten. Dieser schreibt alle zwei Jahre eine Angemessenheitsprüfung vor. Der GDV-Verhaltenskodex sorgt damit für ein hohes Maß an Verbindlichkeit und Selbstkontrolle. Bei der ARAG wurden im Rahmen der bisherigen externen Prüfungen keine Abweichungen zum Kodex festgestellt. Die als Prüfungsgrundlage geltende Beschreibung des Compliance-Management-Systems und der positive Prüfungsbericht der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PwC wurden auf der GDV-Website veröffentlicht. Durch den GDV Verhaltenskodex waren die teilnehmenden Versicherungsgesellschaften des ARAG Konzerns bestens auf die europäische Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) vorbereitet. In anderen europäischen Ländern existiert kein vergleichbarer Verhaltenskodex.

Basierend auf einer jährlichen Compliance-Risikoanalyse erstellt die ARAG einen Compliance-Plan mit entsprechenden Maßnahmen. 2018 standen an allen europäischen Standorten die Umsetzung der IDD-Richtlinie sowie der europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) im Zentrum. In Griechenland wurden Vorbereitungsmaßnahmen getroffen, obwohl das nationale Parlament noch keine Umsetzungsgesetzgebung verabschiedet hat. Daneben führte die ARAG eine ausführliche Risikoanalyse zur

Prävention von Geldwäsche durch. Über den Umsetzungsfortschritt wird im Compliance-Bericht gegenüber dem Vorstand Rechenschaft abgelegt. Der Bericht nimmt unter anderem auf die Auswertungen des Beschwerdemanagementsystems Bezug. Dabei dienen das Beschwerdeaufkommen sowie die Anzahl identifizierter Compliance-Verstöße als Indikator für den Erfolg der Compliance-Bestrebungen. Beschwerden können anonym an die eigens eingerichtete Whistle-Blowing-Stelle gerichtet werden. Darüber hinaus haben alle Mitarbeiter die Möglichkeit, bei der deutschen Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und im Rahmen des Ombudsmannverfahrens Beschwerden einzureichen. Für die Zukunft strebt die ARAG eine stetige Verbesserung der Handhabbarkeit des internen Regelwerks an.

419-1 Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften

2018 wurden gegen die ARAG SE in Deutschland keine Strafen oder Bußgelder aufgrund von Verstößen verhängt.

GRI-Inhaltsindex

Allgemeine Angaben



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

		Seite
GRI 101: 2016	Grundlagen	
GRI 102: 2016	Allgemeine Angaben	
	Organisationsprofil	
102-1	Name der Organisation	43
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	43
102-3	Hauptsitz der Organisation	43
102-4	Anzahl der Länder, in denen das Unternehmen tätig ist	43
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	43
102-6	Märkte	44
102-7	Größe der Organisation	44
102-8	Zusammensetzung der Belegschaft	44
102-9	Lieferkette	45
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	46
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	46
102-12	Externe Initiativen	46
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	47
	Strategie	
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	47
	Ethik und Integrität	
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	47
	Unternehmensführung	
102-18	Führungsstruktur	48
	Einbindung von Stakeholdern	
102-40	Liste der Stakeholdergruppen	49
102-41	Tarifverträge	49
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	49
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	49
102-44	Wichtige Themen und vorgebrachte Anliegen	50

	Vorgehensweise bei der Berichterstattung	Seite
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	51
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	51
102-47	Liste wesentlicher Themen	52
102-48	Neudarstellung von Informationen	52
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	52
102-50	Berichtszeitraum	52
102-51	Datum des letzten Berichts	53
102-52	Berichtszyklus	53
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	53
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	53
102-55	GRI-Inhaltsindex	53
102-56	Externe Prüfung	53

Themenspezifische Angaben

		Seite	Auslassungsgrund
GRI 200	Wirtschaft		
GRI 201: 2016	Wirtschaftliche Leistung		
GRI 103: 2016 103-1/ 103-2/ 103-3	Managementansatz	54	
201-1	Wertschöpfung und ihre Weiterverteilung	55	
GRI 202: 2016	Marktpräsenz		
GRI 103: 2016 103-1/ 103-2/ 103-3	Managementansatz	55	
202-2	Standortbezogene Managementauswahl	56	*
GRI 203: 2016	Indirekte ökonomische Auswirkungen		
GRI 103: 2016 103-1/ 103-2/ 103-3	Managementansatz	55	
203-2	Volkswirtschaftliche Auswirkungen	56	
GRI 205: 2016	Korruptionsbekämpfung		
GRI 103: 2016 103-1/ 103-2/ 103-3	Managementansatz	58	
205-1	Prüfung von Risiken aufgrund von Interessenkonflikten	59	
205-2	Schulung zur Vermeidung von Interessenkonflikten und Bestechung	59	
205-3	Fälle von Interessenkonflikten	60	
	Verantwortungsvolle Vergütung und Anreize		
GRI 103: 2016 103-1/ 103-2/ 103-3	Managementansatz	57	
	Unternehmenskultur und -auftrag		
GRI 103: 2016 103-1/ 103-2/ 103-3	Managementansatz	60	
	Digitalisierung		
GRI 103: 2016 103-1/ 103-2/ 103-3	Managementansatz	61	
	Innovative Kundenangebote		
GRI 103: 2016 103-1/ 103-2/ 103-3	Managementansatz	63	
	Kundenorientierung		
GRI 103: 2016 103-1/ 103-2/ 103-3	Managementansatz	65	

* Daten werden nicht entsprechend erhoben.

		Seite	Auslassungsgrund
	Verantwortungsvoller Investor		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	67	
FS10	Interaktionen mit Geschäftspartnern und Investitionsempfängern	67	
FS11	Überprüfung der Investitionen und Anlagen	67	
GRI 300	Umwelt		
GRI 302: 2016	Energie		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	68	
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	69	
302-4	Reduktion Energieverbrauch	71	
GRI 305: 2016	Emissionen		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	68	
305-1	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	69	
305-2	Energiebasierte indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 2)	69	
305-5	Reduktion Treibhausgasemissionen	71	
GRI 400	Soziales		
GRI 401: 2016	Beschäftigung		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	72	
401-1	Mitarbeiterfluktuation	73	
401-2	Exklusive Sozialleistungen für Vollzeitbeschäftigte	73	
401-3	Rückkehr und Verbleib nach Elternzeit	74	
GRI 403: 2016	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	74	
403-2	Unfälle, Krankheiten und Ausfalltage	76	*
GRI 404: 2016	Aus- und Weiterbildung		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	77	
404-2	Programme für Wissensmanagement und lebenslanges Lernen	78	
404-3	Leistungsbeurteilung und Karriereplanung	79	
GRI 405: 2016	Diversität und Chancengleichheit		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	79	
405-1	Vielfalt in Aufsichtsgremien und Belegschaft	81	

* Daten werden nicht entsprechend erhoben.

		Seite	Auslassungsgrund
	Gesellschaftliches Engagement		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	82	
203-1	Infrastrukturinvestitionen und unterstützte Dienstleistungen	83	
GRI 415: 2016	Politische Einflussnahme		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	84	
415-1	Zuwendungen an die Politik	85	
	Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	85	
FS7	Produkte und Dienstleistungen, die für einen speziellen gesellschaftlichen Nutzen entwickelt wurden	86	
GRI 417: 2016	Marketing und Kennzeichnung		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	86	
417-1	Informations- und Kennzeichnungspflichten	87	
GRI 418: 2016	Schutz der Kundendaten		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	88	
418-1	Beschwerden wegen Datenschutzverletzungen	90	
GRI 419: 2016	Sozioökonomische Compliance		
GRI 103: 2016 103-1/103-2/103-3	Managementansatz	90	
419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften	91	

Informationen

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

Aktuelle **Informationen zum Konzern** erhalten Sie unter folgender Adresse:
ARAG
Konzernkommunikation/Marketing
ARAG Platz 1
40472 Düsseldorf
Telefon 0211 963-3488
Telefax 0211 963-2025
0211 963-2220
E-Mail medien@ARAG.de

Informationen zum Thema Nachhaltigkeit erhalten Sie unter folgender Adresse:
Kathrin Köhler/Katharina Pförtner
Corporate Responsibility & Nachhaltigkeit
Konzernkommunikation/Marketing
Telefon 0211 963-2225
Telefax 0211 963-2220
E-Mail nachhaltigkeit@ARAG.de

Im Internet erhalten Sie aktuelle Informationen über unsere Homepage:
www.ARAG.com

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

Impressum

Gesamtverantwortung	ARAG Konzernkommunikation/Marketing
Redaktion Magazinteil,	
Gestaltung und Realisierung	Kammann Rossi GmbH, Köln
Redaktion und	
Beratung GRI-Bericht	Sustainserv GmbH, Zürich und Boston
Fotografie	Titel, S. 3, 4-5 Getty Images; S. 7 iStockphoto; S. 3, 12-13, 20, 29 Laif; S. 320-35 Jan Ladwig; S. 37 Kathrine Sørgård; S. 25 Verena Brüning; S. 26 Ingo Pertramer
Druck	Druckpartner, Essen

