

VERANT WORTUNG

Das Nachhaltigkeitsmagazin der NÜRNBERGER Versicherung

Weil
Nachhaltigkeit
mehr ist als Zahlen
und Fakten.

Ausgabe
2023



REINE LUFT FÜR EIN REINES GEWISSEN?

Die freiwillige CO₂-Kompensation durch
Baumpflanzaktionen boomt. *Zu Recht?*



Editorial



Die NÜRNBERGER ist seit jeher ein weltoffenes Unternehmen, das für Toleranz sowie Respekt steht.

Liebe Leserinnen und Leser,

Nachhaltigkeit hat viele Gesichter. Für uns bedeutet sie auch Kontinuität. Denn nur, wenn wir mit Ausdauer und Beharrlichkeit die für uns wichtigen Themen vorantreiben, können wir dauerhaft Erfolg haben. Und das meinen wir nicht nur im wirtschaftlichen Sinne. Als NÜRNBERGER tragen wir Verantwortung für alle relevanten Bereiche unseres Lebens – also auch für Umwelt und Gesellschaft.

Die NÜRNBERGER ist seit jeher ein weltoffenes Unternehmen, das für Toleranz sowie Respekt steht. Deshalb sind Inklusion und Diversity Themen, mit denen wir uns täglich und kontinuierlich beschäftigen. Weil jeder im Unternehmen wichtig ist und die Möglichkeit bekommen soll, seinen Teil zum Erfolg beizutragen – selbstverständlich unabhängig von Geschlecht, Alter, Herkunft, Religion oder physischen und psychischen Fähigkeiten. So haben wir im Haus verschiedene Ansprechpartner, wie etwa den Inklusionsbeauftragten, die nach Lösungen und neuen Ideen suchen, um die NÜRNBERGER jeden Tag ein Stück besser zu machen.

Auch an anderer Stelle setzen wir auf Kontinuität. Wir fördern zum Beispiel das Sprachprojekt Klexi schon seit 2017 – ein einzigartiger Beitrag, um Kinder beim Deutschlernen zu unterstützen. Denn die seit Jahren anhaltenden Flüchtlingswellen und die dringend notwendige Zuwanderung auf dem deutschen Arbeitsmarkt zeigen eines mehr als deutlich: Der Erwerb der deutschen Sprache ist zentraler Bestandteil einer erfolgreichen und nachhaltigen Integration.

Geht es um das Geld unserer Kunden, das wir verantwortungsvoll und gewinnbringend anlegen, sind wir auch hier einen bedeutenden Schritt in Sachen Nachhaltigkeit vorangekommen: Wir sind den Principles for Responsible Investment (PRI) beigetreten.

Damit setzen wir ein klares Zeichen nach innen und außen. Wir handeln kontinuierlich im Sinne der Nachhaltigkeit und somit unserer Kunden.

Aber wir sorgen uns nicht nur um die finanzielle Situation unserer Kunden. Als Gesundheitspartner sind wir bestrebt, dass sie gar nicht erst krank werden. Die digitale Plattform Coach:N macht es ihnen einfach, fit und aktiv zu sein. Und mit unserem unabhängigen Partner BetterDoc unterstützen wir unsere Einkommensschutz-Kunden dabei, dass sie schnell wieder genesen. Damit beschreitet die NÜRNBERGER auch beim Thema Gesundheit neue, nachhaltige Wege.

Nicht zuletzt spielt Kontinuität eine wichtige Rolle, wenn es um die Führung des Konzerns geht. Die Unternehmensstrategie wird verantwortungsbewusst weiterentwickelt, auch wenn künftig ein neuer Vorstandsvorsitzender die Geschicke des Unternehmens lenkt. Einen nachhaltigeren Ansatz kann es nicht geben.

Doch machen Sie sich selbst ein Bild vom kontinuierlichen Einsatz der NÜRNBERGER für Nachhaltigkeit. Viel Freude beim Lesen!

Armin Zitzmann

Dr. Armin Zitzmann
(Vorstandsvorsitzender bis 30. April 2023)

Harald Rosenberger

Harald Rosenberger
(Vorstandsvorsitzender ab 1. Mai 2023)



6 Darfs ein Scheibchen mehr Nachhaltigkeit sein?



38 „Mein Gesundheits-Kick“

Inhaltsverzeichnis

→ Wirtschaft & Werte

06 Darfs ein Scheibchen mehr Nachhaltigkeit sein?

Kunden sollen vor dem Kauf eines Versicherungsprodukts entscheiden, wie grün es sein soll.

10 Aus PRInzip nachhaltig?

6 Prinzipien und ihr Einfluss auf die nachhaltige Kapitalanlage.

12 Mit klugem Einkauf die Welt verbessern.

Auch eine Versicherung kann einiges tun gegen soziale Ungerechtigkeit in der Welt.

14 Taxo... was?

Die EU-Taxonomie wird Fahrt aufnehmen.

→ Menschen & Gesellschaft

18 Inklusion. Diversity.

Ist das nicht alles das Gleiche?
Inklusion und Diversity aus Sicht der NÜRNBERGER.

24 Wenn die Seele schmerzt ...

Die externe Mitarbeiterunterstützung der NÜRNBERGER.

30 Hallo Klexi, wir lernen Deutsch

Ein kleiner Hase nimmt Kindern mit Migrationshintergrund die Angst vor der deutschen Sprache.

32 Mit Kunst dem Stillschweigen begegnen

Der Bundesverband Kinderhospiz setzte zu seinem 20-jährigen Jubiläum die Aufmerksamkeitskampagne „Facing the Taboo“ um.



24 Wenn die Seele schmerzt ...



50 Reine Luft für ein reines Gewissen?

38 „Mein Gesundheits-Kick“

Gemeinsam mit dem 1. FC Nürnberg e. V. hat die NÜRNBERGER das bundesweit erste Präventionsprogramm für Fußballbegeisterte entwickelt.



54 Wer kommt hier noch ins Schwärmen?

→ Umwelt & Region

48 Ein Königreich für ein Pferd?

Mit einer eigens gegründeten Task Force stellt sich die NÜRNBERGER der Energiekrise entgegen.

50 Reine Luft für ein reines Gewissen?

Die freiwillige CO₂-Kompensation durch Baumpflanzaktionen boomt. Zu Recht?

54 Wer kommt hier noch ins Schwärmen?

Wie fleißige Bienen die Dächer der NÜRNBERGER zum Summen bringen.

FAIR FORMULIERT

Umgang mit der Gender-Frage

Wir nehmen die Themen Geschlechtergerechtigkeit, Diversität und Chancengleichheit sehr ernst. Derzeit erarbeiten wir hierzu eine Corporate Policy. Mit ihr wollen wir den Erwartungen aller Dialogpartner der NÜRNBERGER optimal gerecht werden. Bis zu deren endgültiger Festlegung gehen wir in diesem Magazin einen hoffentlich auch für Sie tragbaren Weg, der ebenso themensensibel wie lesefreundlich sein soll: Wir wechseln zwischen gängigen Formulierungsvarianten zur gendergerechten Sprache, die grundsätzlich alle Geschlechter und gesellschaftlichen Teilgruppen mitmeinen.

Darfs ein Scheibchen mehr Nachhaltigkeit sein?

„Möchten Sie nachhaltig in Ihre Rente investieren?“ So oder so ähnlich könnte eine der ersten Fragen im Beratungsgespräch zur Altersversorgung lauten. Denn seit August 2022 gibt es die sogenannte Nachhaltigkeitspräferenzabfrage. Doch wird auf die Aspekte der Nachhaltigkeit seitens der Verbraucher wirklich Wert gelegt? Und welche Rolle spielen dabei Vermittler und Makler?

Die Nachhaltigkeitspräferenzabfrage verpflichtet Makler und Vermittler seit August 2022, den Verbraucher dazu zu bringen, bei der Wahl von Finanzprodukten wenigstens einmal und zumindest kurz über das Thema Nachhaltigkeit nachzudenken. Eine gemeinsame Studie der NÜRNBERGER Versicherung und YouGov im Jahr 2020 offenbarte, dass es noch großen Aufklärungsbedarf gibt und dass das Thema vorrangig bei den jüngeren Generationen im Fokus steht.

Jüngere Generationen für nachhaltige Produkte zugänglicher

Insgesamt konnten sich zum Zeitpunkt der Befragung 2020 nur 28 % der ca. 2.000 Befragten aus dem gesamten Bundesgebiet vorstellen, dass sie Nachhaltigkeitsaspekte bei der künftigen Auswahl der Versicherung berücksichtigen. Die Ergebnisse seit Einführung der Nachhaltigkeitspräferenzabfrage im August 2022 belegen nun, dass die Bedeutung der Nachhaltigkeit auch aktuell gering ist. Lediglich

8 % der Kunden schenken dem Thema Nachhaltigkeit bereits Beachtung. Trotz des bestehenden Interesses an nachhaltigen Produkten wären lediglich 12 % von ihnen bereit, mehr dafür zu zahlen. Und knapp 14 % würden ein bestehendes Versicherungsverhältnis kündigen, falls es einen nachhaltigeren Wettbewerber gibt. Ein Blick in die Altersstruktur der Befragten aus dem Jahr 2020 zeigt: Je jünger die Befragten sind, desto mehr spielt Nachhaltigkeit eine Rolle.

Fast die Hälfte der unter 30-Jährigen stuft die Nachhaltigkeitsaktivitäten eines Unternehmens als wichtiges Entscheidungskriterium ein.

In dieser Altersstufe kann sich fast jeder Vierte (23 %) vorstellen, eine bestehende Versicherung aufgrund von Nachhaltigkeitsaspekten zu wechseln. Und jeder Fünfte (20 %) wäre sogar bereit, mehr dafür zu zahlen.



Der Kunde spielt für die Finanzierung von nachhaltigen Projekten eine wichtige Rolle. Durch Investitionen in erneuerbare Energien, Klimaschutzmaßnahmen und soziale Projekte kann der Kunde einen wichtigen Beitrag zur Förderung einer nachhaltigeren Zukunft leisten.

Verunsicherung aufseiten der Vermittler

Wie die Studie zeigt, sind die Verbraucher also an nachhaltigen Finanz- und Anlagelösungen interessiert, sie nehmen jedoch eher eine passive Rolle ein. Auf der anderen Seite stehen die Vermittler, die mit der doch oftmals noch sperrigen Abfragepflicht von Nachhaltigkeitspräferenzen überfordert sind – auch mangels wirklich passender nachhaltiger Versicherungsprodukte.

Doch die ESG – Environmental Social Governance-Regulatorik wird zukünftig weiter zunehmen. Die EU wird ihr Ziel, bis 2050 klimaneutral zu sein, mit Hochdruck auch in der Versicherungsbranche vorantreiben. Bei der konkreten Umsetzung vor und während des Beratungsgesprächs mit dem Kunden entstehen Herausforderungen und Chancen. Gerade die Chancen gilt es jetzt zu nutzen, um das Thema Nachhaltigkeit nicht nur regulatorisch durch Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen bei Kunden mit Mindestanforderung zu erfüllen.

Versicherer, Makler und Vermittler haben dabei eine wichtige Rolle. Gemeinsam können sie es schaffen, den Menschen das Thema Nachhaltigkeit näherzubringen, die Themenkomplexität aufzubrechen und den Menschen die Kraft von nachhaltigem

Handeln bewusst zu machen. „Begeisterung erzeugen“ ist das Zauberwort. Die Abfrage von Nachhaltigkeitspräferenzen im Beratungsgespräch ist dann nicht mehr der Punkt auf der To-Do-Liste, den es abzuholen gilt, sondern kann der Beginn einer wundervollen, nachhaltigen Erlebnisreise sein, die die Welt ein bisschen besser macht.

Nachhaltige Finanzberatung auf dem Vormarsch

So sieht es auch Gottfried Baer, Geschäftsführer MehrWert GmbH und seit über 13 Jahren in der nachhaltigen Finanzberatung tätig. Der Finanzmarkt ist für ihn der entscheidende Weichensteller für die Transformation, und sich selbst sieht er hier in der Pflicht.

Baer ist nur ein Vertreter einer immer größer werdenden Gemeinschaft „grüner Makler“. Bei allen stehen Werte, Prinzipien und Ideale im Fokus. Der Kunde legt also nicht nur Geld beiseite, sondern er tut damit sich selbst und seiner Umwelt etwas Gutes. Er erkennt Sinn und Wirkung seiner Investition. Ein Antrieb, der Verbraucher nachweislich auch dazu bewegt, im Bioladen einzukaufen oder zu spenden. Die finanziellen Determinanten rücken in den Hintergrund, die Freude am gemeinsamen verantwortungsvollen Handeln für eine bessere Welt überwiegt.



Der größte Vorteil für den Kunden ist es, auch mit seinen Finanzen entsprechend seinen Werten die Welt mitgestalten zu können.

Niklas Krämer, Finanzberater, WertWende GmbH



Gottfried Baer
MehrWert GmbH

Mich begeistert ganz einfach der Sinn dahinter. Wir nennen es „Gewinn mit Sinn“. Wenn Gelder in Anlagen mit echtem positivem Impact landen, dann bewegen wir die Welt ein kleines Stück weit positiv mit. Das ist mein Antreiber und begeistert mich bei der nachhaltigen Beratung und Produktempfehlung.

In meinen Augen gibt es für Kunden einen Gewinn hoch zwei. Das heißt, dass Kunden neben einem monetären Gewinn, der durchaus im Vergleich sehr gut ist, auch einen ideellen Gewinn erhalten. Sprich: dass sie mit ihrer Geldanlage, wenn sie tatsächlich einen nachweisbaren Impact erzielen, etwas Positives für Gesellschaft und Natur erreichen.



Niklas Krämer
WertWende GmbH

An der Beratung macht mir am meisten Freude, diesen Funken der Handlungsfähigkeit auch bei Menschen zu entzünden, die zu mir oft aus einer ablehnenden Haltung gegenüber dem Status Quo in der Finanzbranche kommen. Der größte Vorteil für den Kunden ist es, auch mit seinen Finanzen entsprechend seinen Werten die Welt mitgestalten zu können. Netter Nebeneffekt des ESG-Managements ist, dass Nachhaltigkeits-Risiken z. B. aus überbewerteten Anlagen der CO₂-Blase am Kapitalmarkt gemieden und das persönliche Portfolio geschützt werden. Für meine Kund:innen und mich ist allerdings entscheidend, über ESG hinauszudenken, etwa in Form von Aktionärsaktivismus und Impact Investments, bei denen ich mich als Anleger aktiv an der Corporate Governance beteiligen kann.



Andreas Maul
AM Versicherungsmakler und SicherGRÜN

Ich lebe und arbeite nachhaltig, und das bereits seit 2008. Nachhaltigkeit ist nicht unbedingt Verzicht für mich, sondern eine umweltbewusste und verantwortungsvolle Ressourcennutzung. Ich bin überzeugt, dass viele Kleinigkeiten in unserem Leben auf das Thema Nachhaltigkeit einzahlen. Mein Büro befindet sich in einem nachhaltigen Gebäude, ich arbeite mit nachhaltigen Arbeitsmitteln und fahre Bahn. Diesen ganzheitlichen Ansatz verfolge ich auch in meinen Kundengesprächen. Mein erklärtes Ziel: das Bewusstsein meiner Kunden für Nachhaltigkeit und Umwelt zu schärfen. Wenn ich den Denkanstoß geben kann, dass meine Kunden ihre Lebensweise Schritt für Schritt ändern, dann bin ich begeistert. Ich bin überzeugt, dass meine Kunden durch den nachhaltigen Beratungsansatz eine bessere und bewusstere Lebensweise umsetzen, einfach ein schöneres Leben führen.



David Klevesahl
Ecoplanfinanz

Mit meiner Arbeit ermögliche ich Menschen in kurzer Zeit einen Zugang zu verantwortungsvollen Investments und schütze sie so vor Greenwashing. Das treibt mich an. Den größten Vorteil für den Kunden sehe ich in den hohen Renditechancen, die erreicht werden können. In Anbetracht der zu erreichenden Klimaziele und dabei ganz ohne gegen die eigenen Prinzipien verstoßen zu müssen, ist dies für alle Seiten eine Win-Win-Situation.



Tom Wonneberger
Progress Finanzplanung Dresden

Nachhaltigkeit beginnt ja nicht beim Versicherungsprodukt oder Tarif. Das zeigen wir gut in unserem Leitfaden. Nachhaltigkeit beginnt bei Finanzentscheidungen in einem ganzheitlichen Ansatz des Haushalts allgemein. Das bedeutet, dass es darum geht, den Haushalt wirtschaftlich nachhaltig aufzustellen: keine Kredite, ausreichend Liquidität, Absicherung existenzieller Risiken. Damit verhindern wir relative Armut (Sustainable Goal 1), sichern Gesundheit und Wohlbefinden (Sustainable Goal 3). Hier kann man die Produktauswahl, wo möglich und sinnvoll, durch Nachhaltigkeitsaspekte ergänzen. Ein finanziell nachhaltigerer Haushalt bedeutet im Übrigen wieder nachhaltigeres Geschäft, da Verträge bei Krisen nicht sofort gekündigt werden.



Stephan Busch
Progress Finanzplanung Dresden

Nachhaltige Kundenberatung und Produktempfehlung bedeutet, dass die Entscheidungen der Kund:innen Bestand haben. Dadurch steigere ich die Loyalität meiner Kund:innen und deren Vertrauen. Ich erhalte mehr Empfehlungen und bekomme weniger Stornos. Mein Geschäft wird nachhaltiger. Es geht gerade nicht darum, mal eben auf den Trendzug „Nachhaltigkeit“ aufzuspringen und bei der nächsten Gelegenheit wieder abzuspringen. Wer es also ernst meint, erzielt eine Win-Win-Win-Situation.



Matthias Franke
framtid - Finanz- und Versicherungsmakler GmbH

Was mich persönlich begeistert, sind die Geschichten, die nachhaltigen Investitionsmöglichkeiten, etwa hinter den Geldanlagen. Ich unterhalte mich mit dem Kunden nicht ausschließlich darüber, welchen Ertrag seine Geldanlage, sein Sparvertrag erzielt hat, sondern betrachte gemeinsam mit ihm auch die Unternehmen, in die investiert wird, viel genauer. Geldanlage und Sparen wird so viel nachvollziehbarer und erlebbarer. Die Menschen, die ich berate, legen nicht nur Geld beiseite, sondern erkennen auch den Sinn, die Wirkung ihrer Investition. Ist das nicht befriedigend?

Es grünt so grün!

Wir haben bei Experten nachgefragt, was sie bei der nachhaltigen Kundenberatung und Produktempfehlung antreibt und wie sie diese Begeisterung für ihre Kunden nutzen. Außerdem: Wo sie den größten Vorteil für ihre Kunden sehen, nachhaltig zu investieren.

Ein 5-köpfiges Team unter der Leitung von Daniel Winkler kümmert sich um die Anforderungen der PRI.



Verantwortung in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG-Kriterien) für Investitionsentscheidungen wider. „Wir haben die PRI im Jahr 2021 unterzeichnet. Denn wir sind davon überzeugt, dass Unternehmen, die ESG-Themen strategisch managen, in Zukunft klare Wettbewerbsvorteile haben und langfristig eine bessere Performance aufweisen können“, erklärt der Kapitalprofi. Unterzeichner der PRI zu sein, ist gar nicht so einfach: „Anders als wenn man ein stilles Mitglied in einem Sportverein ist, wird man als PRI-Investor wirklich immens gefordert. Man hat seine Pflichten und die werden

tatsächlich geprüft und abgefragt.“ Daran arbeiten bei der NÜRNBERGER Markus Rath, Leiter der Kapitalanlagen Planung, Steuerung und Berichte, und ein 5-köpfiges Team.

Unterzeichner haben Pflichten

Insgesamt gibt es sechs Prinzipien, zu denen sich Unterzeichner verpflichten. „Da ist zum einen die fortlaufende Integration von ESG-Kriterien in die Analyse- und Entscheidungsprozesse der Kapitalanlage. Zum anderen geht es darum, Unternehmen und Körperschaften, in die man investiert, zu einer angemessenen Offenlegung in Bezug auf ESG-Themen anzuhalten. Darüber hinaus müssen Unterzeichner in regelmäßigen Reportings die Einbeziehung von Nachhaltigkeit in ihre eigenen Kapitalanlagen offenlegen“, erklärt Tom Ammann aus dem PRI-Team.

Kunde profitieren, Investoren kommt Schlüsselfunktion zu

Ganz schöner Aufwand. Doch was haben eigentlich Kunde und Investor davon? Julia Spill, Mitarbeiterin aus dem Team um Markus Rath, kennt die Antwort: „So kann die NÜRNBERGER die Akzeptanz und die Umsetzung der ESG-Prinzipien in der Investmentbranche vorantreiben und macht ihr Handeln transparent. Außerdem trägt sie dazu bei, ein nachhaltiges globales Finanzsystem zu schaffen.“ Und ihr Kollege Attila Balogh ergänzt: „Die Auswirkungen von Nachhaltigkeitsthemen auf Investoren- und Finanzmärkte waren vor Kurzem noch relativ unbekannt und blieben deshalb unbeachtet. Mit den PRI ist das Vergangenheit.“

Aus PRInzip nachhaltig?

6 Prinzipien und ihr Einfluss auf die nachhaltige Kapitalanlage.

In öffentlichen Diskussionen zum breiten Themenfeld Nachhaltigkeit, zwischen griffigen Schlagwörtern wie Emissionen, Energiekrise oder CSR, begegnet uns regelmäßig eine weitere kleine, aber ebenso bedeutsame Abkürzung: PRI. Sie fällt häufig im Zusammenhang mit nachhaltigen Kapitalanlagen. Doch was genau bedeutet sie und was hat eine Versicherung wie die NÜRNBERGER damit zu tun?

Daniel Winkler ist Finanzexperte bei der NÜRNBERGER und Leiter der Abteilung Kapital-Investment. Der promovierte BWLer sitzt in seinem Büro im

Nürnberger Business Tower. „PRI begegnet vielen zunächst wie eine weitere, sperrige Abkürzung“, zeigt sich der Experte verständnisvoll und erklärt dann, „dahinter verbirgt sich aber eine wirklich sinnvolle Richtlinie in punkto Nachhaltigkeit am internationalen Anlagemarkt.“ Denn PRI stehe für Principles for Responsible Investment – also Prinzipien für verantwortungsvolle Geldanlagen, so Winkler weiter. Formuliert hat diese Grundsätze eine von den UN unterstützte Finanzinitiative. Denn bisher wird Nachhaltigkeit zwar durch zunehmende Regularien eingefordert, ist aber von Geset-

zes wegen als Begriff noch nicht ausreichend und verbindlich messbar definiert. Die PRI sollen hier Standards bieten, an denen sich verantwortungsbewusste Investoren bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit im Unternehmen orientieren können.

Immenser Zuspruch spiegelt zunehmende Bedeutung von ESG-Kriterien wider

Der Initiative sind seit ihrem Start 2006 mehr als 4.000 institutionelle Investoren beigetreten – auch die NÜRNBERGER. Der immense Zuspruch spiegelt die zunehmende Bedeutung von



Die sechs Prinzipien der PRI

- 1 ESG-Themen in die Analyse- und Entscheidungsprozesse im Investmentbereich einbeziehen
- 2 Aktive Anteilseignerin sein und ESG-Themen in unserer Investitionspolitik und -praxis berücksichtigen
- 3 Unternehmen und Körperschaften, in die wir investieren, zu einer angemessenen Offenlegung in Bezug auf ESG-Themen anhalten
- 4 Akzeptanz und Umsetzung der Prinzipien in der Investmentbranche vorantreiben
- 5 Zusammenarbeiten, um Wirksamkeit bei der Umsetzung der Prinzipien zu steigern
- 6 Über Aktivitäten und Fortschritte bei der Umsetzung der Prinzipien Bericht erstatten

Mit klugem Einkauf die Welt verbessern.

In der Diskussion um Nachhaltigkeit dreht sich alles nur um Umwelt und Soziales, das E und das S im ESG. Das G aber, die Governance, fristet ein Schattendasein. Obwohl doch die gute Unternehmensführung Voraussetzung ist, dass in E und S Bewegung kommt. Wie unsexy das G ist, das zeigt sich schon am Namen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes. Aber wie wichtig es ist, das zeigt ein Blick hinter die Compliance-Kulissen.

Im Jahr 2021 wurde das neue Gesetz beschlossen. Seine Intention: In Deutschland tätige Unternehmen sollen darauf achten, dass ihre Zulieferer und Dienstleister international Menschenrechte wie Lohn-gerechtigkeit und Verbot von Kinderarbeit einhalten. Und mit solchen Unternehmen, die das nicht tun, sollen sie keine Geschäfte machen. Die Intention des Gesetzgebers: Wenn der politische Druck nicht ausreicht, Menschenrechte durchzusetzen, dann tut es vielleicht der wirtschaftliche Druck. Globale Lieferketten reichen oft in Länder, in denen es mit Rechten für Arbeiter und gerechter Entlohnung nicht weit her ist. Darum hält Tanja Hannich die Regelung von der NÜRNBERGER Compliance-Abteilung für den richtigen Weg: „Ich bin so froh, dass die Bundesregierung, unabhängig vom nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschen, ganz konkrete Forderungen für die

globalen Geschäftsbeziehungen aufgestellt hat.“

Da stellt sich natürlich die Frage, welche „globalen Geschäftsbeziehungen“ ein in Deutschland tätiges Versicherungsunternehmen pflegt. Bei einem Thema ist das recht offenkundig: der Einkauf, vor allem von Werbemitteln, die häufig in Asien und Ländern der Dritten Welt hergestellt werden. Das musste vor einigen Jahren ein Sportartikelhersteller aus der Nähe von Nürnberg am eigenen Leib erfahren, als sich herausstellte, dass seine Fußbälle in Asien von Kindern produziert wurden. Einen solchen Reputationsschaden möchte sich jedes Unternehmen gerne ersparen. Deshalb achtet die NÜRNBERGER sehr genau darauf, dass ihre Lieferanten die Einhaltung der Menschenrechte garantieren. Sie müssen entsprechende Erklärungen abgeben, die stichprobenartig überprüft werden. Gerade beim Thema Wer-



Durch verantwortungsvolles Einkaufen kann jedes Unternehmen dazu beitragen, die Arbeitsbedingungen von Menschen gerade in Entwicklungsländern zu verbessern.

bemittel war die NÜRNBERGER dem Gesetzgeber einen Schritt voraus: Sie arbeitet schon seit einigen Jahren daran, den Anteil der nachhaltigen Werbemittel Schritt für Schritt zu erhöhen. Zurzeit sind es 25 %, in 2 Jahren sollen es 50 % sein. Bei der Kleidung liegt die Quote sogar schon bei 60 %. Bevorzugter Anbieter ist die Firma Outfitter. Als vor einigen Jahren ein neuer Vorzugslieferant gesucht wurde, war nicht der Preis das einzig entscheidende Kriterium. Zertifizierungen (Öko-Tex Standard), Hersteller/Lieferkette/Menschenrechte wurden schon beim Erstgespräch geklärt. Outfitter konnte die Einhaltung dieser Anforderungen garantieren. Sie sind Bestandteil des Rahmenvertrags. Besonders überzeugend: eine umweltfreundliche Faser, hergestellt aus recycelten Plastikflaschen. Gesammelt werden

die Flaschen zuvor in Küstengebieten von Ländern ohne funktionierendes Müll- und Recycling-System, um zu verhindern, dass sie früher oder später in unseren Ozeanen landen. Im sogenannten Lieferantenkodex fragt die NÜRNBERGER all dies von ihren (potenziellen) Partnern ab und stellt so die

Einhaltung des Lieferkettengesetzes sicher.

Weniger offensichtlich, dafür aber genauso relevant ist die Bedeutung des Gesetzes für den Bereich Software-Kauf und -Wartung. „Viele Software-Käufe beinhalten Wartungsverträge,

und diese Wartungen werden von IT-Spezialisten in Ländern wie Indien durchgeführt, die nicht gerade für die Einhaltung ihrer Menschenrechte bekannt sind. Es hat uns auch etwas überrascht“, sagt Tanja Hannich. „Aber umsatzmäßig ist dies der größte relevante Posten in unseren Lieferketten.“

Die NÜRNBERGER arbeitet zurzeit mit Hunderten Lieferanten zusammen. Aus denen diejenigen herauszufiltern, die gegen Menschenrechte verstoßen, das ist eine Detektivarbeit, die ein Versicherungsunternehmen sicher nicht umfassend leisten kann. Aber bemühen sollte es sich dennoch darum. Dafür bedient sich Compliance einer Risikoanalyse, in der die Dienstleister aus Branchen mit den größten Risiken geclustert werden. Und auf die hat man dann ein besonders wachsames Auge. Darüber hinaus hat Compliance im Intranet eine „öffentliche Beschwerdestelle“ eingerichtet, an die sich Whistleblower wenden können, wenn sie einen Verstoß vermuten.

Das öffentliche Bekenntnis zu den Forderungen des Lieferkettengesetzes und dessen Umsetzung ist für die NÜRNBERGER Nachhaltigkeitsbeauftragte Alexandra Mardefeld weit mehr als nur Bürokratie. „Das Gesetz ist ein wichtiger Baustein der Nachhaltigkeit, die nicht nur Umwelt und Soziales umfasst, sondern eben auch Governance. Das Lieferkettengesetz leistet einen bedeutenden Beitrag zur guten Unternehmensführung. Und zahlt dabei auch auf die soziale Komponente ein.“

Taxo... was?

Taxonomie – wer genau weiß, was sich hinter diesem Begriff verbirgt, kann diesen Beitrag getrost überspringen.



Die EU-Taxonomie ist Teil des Green Deals. Dessen übergeordnetes Ziel ist Europas Klimaneutralität bis 2050.

Wer jedoch bei Taxonomie eher an eine Neuerung aus der Taxibranche als an den Green Deal der EU denkt, kann sich hier dem Thema vorsichtig nähern. Eines vorweg: Ob Kunde, Vermittler oder Investor, ob Asset Manager, Produktentwickler oder Schadensachbearbeiter – die EU-Taxonomie wird Fahrt aufnehmen. Und das nicht nur in der Versicherungsbranche.

Was die EU-Taxonomie ist und wer berichtet

Das Wort Taxonomie kommt aus dem Altgriechischen und setzt sich aus taxis und nomos zusammen. Übersetzt bedeutet es Ordnung und Gesetz. Laut Duden steht der Begriff für die



Wenn wir [...] unsere Produkte stärker an der EU-Taxonomie ausrichten möchten, müssen wir bei Neuentwicklungen diese Kriterien mitdenken.

Roland Rück, SHUK-Produktmanagement

„Einordnung in ein bestimmtes System“. Dieser Artikel beschäftigt sich mit der EU-Taxonomie-Verordnung (im Folgenden EU-Taxonomie genannt), die zum 1. Januar 2022 in Teilen in Kraft getreten ist. Kurz gesagt, stellt die EU-Taxonomie ein Klassifizierungssystem für ökologisch nachhaltige Wirtschaftsaktivitäten dar. Im allerweitesten Sinne könnte sie mit dem Nutri-Score bei Lebensmitteln verglichen werden, der beim Einkauf als schnelle Orientierung dient, um gesündere Lebensmittel ausfindig zu machen. Die EU-Taxonomie bewertet Wirtschaftsaktivitäten von Unternehmen als ökologisch nachhaltig, wenn sie bestimmte Kriterien erfüllen, wie z. B. einen geringen CO₂-Ausstoß bei der Produktion. Große Unternehmen sind im Rahmen der nichtfinanziellen Berichterstattung verpflichtet, den Anteil ihrer nach

der EU-Taxonomie als ökologisch nachhaltig anzusehenden Umsatzerlöse, Investitionsausgaben und Betriebsausgaben anzugeben – bzw. die Versicherungswirtschaft ihre gebuchten Prämien. „Diese nichtfinanziellen Berichtspflichten werden sich künftig sogar noch erheblich ausweiten, da die Vorgaben laufend ergänzt werden. Zudem wird der Stellenwert der ESG-Kriterien für Unternehmen immer wichtiger. ESG ist die englische Abkürzung für Environment, Social und Governance, also Umwelt, Soziales und Unternehmensführung“, erklärt Roland Rück, der federführend am nichtfinanziellen Berichtsteil der NÜRNBERGER mitarbeitet. Das klingt zunächst einmal nach einem ziemlichen Mehraufwand für die berichtspflichtigen Unternehmen. Stellt sich die Frage, was genau mit der EU-Taxonomie erreicht werden soll.



▲ **Roland Rück** hat sich zum ESG-Berater sowie zum Fachberater für nachhaltiges Versicherungswesen® weitergebildet und arbeitet federführend am nichtfinanziellen Berichtsteil der NÜRNBERGER mit.

Das Ziel

Die EU-Taxonomie soll Kapitalflüsse in ökologisch nachhaltige Wirtschaftsaktivitäten lenken. Die Idee ist, dass privates Kapital in Unternehmen investiert wird, die ökologisch nachhaltig wirtschaften und gleichzeitig eine verantwortliche Unternehmensführung betreiben. Wenn Nachhaltigkeit zu einem wichtigen Bewertungskriterium bei Investitionsentscheidungen wird, kann dies einen klimafreundlichen Umbau von Wirtschaftssektoren unterstützen, u. a. mit dem Ziel, die Reduzierung umweltschädlicher Treibhausgase voranzutreiben.

Taxonomiefähig und taxonomiekonform

Woher weiß ein Unternehmen jetzt eigentlich, welche seiner Wirtschaftstätigkeiten in die Taxonomie-Berichterstattung einfließen kann? Die Antwort scheint relativ einfach: Wenn sich eine Wirtschaftsaktivität im Taxonomie-Regelwerk der EU wiederfindet, ist diese grundsätzlich taxonomiefähig. Taxonomiefähig bedeutet erst einmal nur, dass die Wirtschaftsaktivität nach Einschätzung der EU zum Erreichen der Klimaziele beitra-

gen kann. Taxonomiekonform geht dann einen Schritt weiter. Damit eine Wirtschaftsaktivität tatsächlich ökologisch nachhaltig ist, also die sogenannte Taxonomiekonformität erreicht wird, muss diese die im Rahmen der Umweltziele vorgegebenen Kriterien erfüllen. Momentan sind allerdings nur die ersten beiden Umweltziele der EU-Taxonomie „Bekämpfung des Klimawandels“ und „Anpassung an den Klimawandel“ für 15 Wirtschaftsaktivitäten abschließend definiert. Ein Beispiel macht es klarer. Das Herstellen von grauen Zement-

klinkern ist nach dem EU-Regelwerk eine taxonomiefähige Wirtschaftsaktivität. Die Vorgabe ist, dass dabei pro Tonne produziertem Zement maximal nur 0,722 Tonnen CO₂ oder vergleichbare Gase ausgestoßen werden dürfen. Dieser Wert wird anhand der oberen 10 % der effizientesten Anlagen in der EU berechnet und bei Bedarf neu angepasst. Entsprechen Hersteller diesem Standard und erfüllen sie weitere in den RTS (EU-Regulatory Technical Standard) festgelegte Kriterien, ist die Wirtschaftsaktivität taxonomie-

konform – und somit ökologisch nachhaltig. Dies wird jedoch erst ab dem Geschäftsjahr 2023 für die nichtfinanzielle Berichterstattung relevant.

Wie es bei Versicherungsprodukten ist

Als taxonomiekonform gelten somit taxonomiefähige Wirtschaftsaktivitäten, wenn sie bestimmte technische Bewertungskriterien erfüllen. Bei einem Versicherungsprodukt sind das z. B. innovative Versicherungslösungen, die klimabe-

dingte Risiken abdecken, eine vorwärtsgewandte Betrachtung, die erwartete Klimaschäden einkalkuliert, Anreize zur Risikominderung und Boni für das Ergreifen von Präventivmaßnahmen. So stellt etwa der Rabatt in der Kfz-Versicherung bei Nutzung einer Garage einen taxonomiekonformen Anreiz zur Minderung des Risikos von Sturm- und Hagelschäden dar.

Die EU-Vorgaben für versicherungstechnische Tätigkeiten finden sich aktuell alle im Umweltziel „Anpassung an den Klimawandel“ wieder. „Selbst, wenn Versicherungen auf das Ziel „Bekämpfung des Klimawandels“ einzahlen könnten – z. B. bei der Schadenregulierung durch die Übernahme von Mehrkosten für energieeffiziente Geräte –, ist das aktuell nicht für die Berichterstattung relevant. Weil es eben nicht im Regelwerk steht. Wenn wir folglich unsere Produkte stärker an der EU-Taxonomie ausrichten möchten, müssen wir bei Neuentwicklungen diese Kriterien mitdenken“, klärt Roland Rück auf.

Nachhaltig investiert?

Wo kann man also ökologisch nachhaltig investieren und wie den Überblick behalten? Für Aktien und Unternehmensanleihen können prinzipiell ab einer gewissen Unternehmensgröße die Angaben im jeweiligen nichtfinanziellen Bericht herangezogen werden, um den Anteil an nachhaltigen Umsätzen und Investitionen der Wirtschaftstätigkeiten von Unternehmen zu ermitteln. Dieser kann momentan im sehr geringen einstelligen Prozentbereich liegen – sofern die Daten überhaupt verfügbar sind. Dies zeigt unter anderem, dass nicht immer die erforderlichen Daten vorliegen, um die Taxonomiefähigkeit von Wirtschaftsaktivitäten zu ermitteln. Darüber hinaus ist es zu aufwändig, jeden einzelnen Geschäftsbericht zu lesen, denn das wären mehrere tausend Seiten. Dafür gibt es spezialisierte ESG-Datenanbieter, auf die Unternehmen zurückgreifen können.

Und jetzt?

Die EU-Taxonomie mit ihren neuen Berichtspflichten macht die Ernsthaftigkeit des nachhaltigen Engagements durch die Angaben zu „ökologisch nachhaltigen“ Anteilen an Umsatz und Investitionsausgaben nachvollziehbar. Sie schafft Standards, damit Unternehmen und Branchen unter diesem Aspekt miteinander verglichen werden können. Mit der EU-Taxonomie bekommen Investoren, Rückversicherer und Kunden ein weiteres Kriterium, um künftige wirtschaftliche Entscheidungen im Sinne des Klimaschutzes zu treffen.

So funktioniert es

Wann gilt eine Wirtschaftsaktivität als ökologisch nachhaltig im Sinne der EU-Taxonomie? 6 Umweltschutzziele wurden dafür herausgearbeitet.

Die Wirtschaftsaktivität

- Leistet einen wesentlichen Beitrag, um eines oder mehrere EU-Umweltziele zu erreichen (substantial contribution)
- Beeinträchtigt nicht erheblich, dass die 5 weiteren EU-Umweltziele erreicht werden (do no significant harm)
- Hält Mindestvorschriften für Arbeitssicherheit und Menschenrechte ein (Minimum Safeguards)

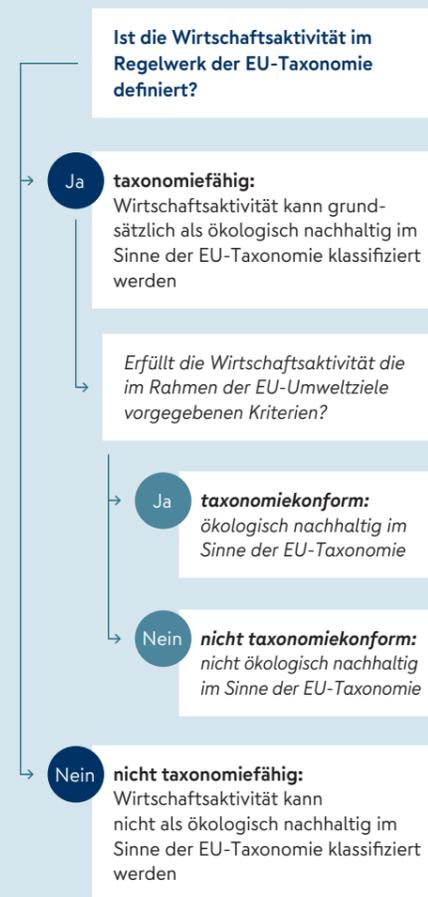
Umweltschutzziele

1. Klimawandel bekämpfen
2. An den Klimawandel anpassen
3. Wasser- und Meeresressourcen nachhaltig nutzen und schützen
4. Zu einer Kreislaufwirtschaft übergehen
5. Umweltverschmutzung vermeiden und vermindern
6. Biodiversität und Ökosysteme schützen und wiederherstellen

Auf einen Blick



Unterschied taxonomiefähig und -konform



Inklusion. Diversity.

Ist das nicht alles das Gleiche?

Ob in Politik, Wirtschaft, Kultur oder Sport: Diversity und Inklusion sind in aller Munde. Matthias Schenk spricht mit den NÜRNBERGER Kollegen Alexandra Mardefeld (Nachhaltigkeitsbeauftragte), Günter Distler (Inklusionsbeauftragter) und Yvonne Raschke (Leiterin HR Kompetenzcenter) über Inklusion und Diversity aus Sicht der NÜRNBERGER.





Studien haben bewiesen: Unternehmen, die Wert auf diverse Teams legen, sind produktiver und offener für Neues.



[SCHENK] Was ist denn der Unterschied zwischen Inklusion und Diversity?

[RASCHKE] Für mich ist Diversity der Oberbegriff und beschreibt die Vielfalt. Inklusion ist für mich immer mit der Frage „Wie?“ verbunden. Also wie gehen wir vor, um die Menschen zu integrieren? Viel wichtiger für mich als die reine Definition: Was kann jeder von uns dazu beitragen, unsere Gesellschaft und unser Miteinander chancengleich zu gestalten, egal woher man kommt, an was man glaubt und wen man liebt?

[DISTLER] Das Amt des Inklusionsbeauftragten ist im Sozialgesetzbuch definiert und kommt aus dem Schwerbehindertenrecht. Inklusion habe ich bisher vor allem in diesem Kontext gesehen. Aber es ist ja viel mehr. Es geht darum, dass alle gleichwertig und gleichberechtigt sind. Und dass jeder am gesellschaftlichen Leben teilhaben kann. Gegenseitiger Respekt und Wertschätzung sind für mich das verbindende Element zwischen Inklusion und Diversity.

[MARDEFELD] Das sind zwei Begriffe, die miteinander verbunden sind. Inklusion bedeutet für mich Chancengleichheit, Diversität die Annahme von Personen. Hier dürfen Religion, Geschlecht usw. keine

Rolle spielen. Alle Menschen müssen sich also in eine Gesellschaft problemlos einbinden dürfen, ohne sich dafür verändern zu müssen.

[SCHENK] In der NÜRNBERGER haben wir seitens des Unternehmens Verantwortliche für diese Themen. Wie kam es dazu?

[RASCHKE] Wir haben uns schon früh in der NÜRNBERGER mit Frauenförderung beschäftigt. Natürlich treiben wir auch seit Jahren das Thema AGG voran. Wir haben etwa eine Anlaufstelle im Haus. Und natürlich spielen Vielfalt und ein diskriminierungsfreies Umfeld eine wichtige



Yvonne Raschke
HR Kompetenzcenter, NÜRNBERGER

Sie leitet das HR Kompetenzcenter in der NÜRNBERGER, in dem HR-Instrumente, HR-Projekte und die Qualifizierung für Innen- und Außendienstmitarbeiter verortet sind.



Alexandra Mardefeld
Nachhaltigkeitsbeauftragte, NÜRNBERGER

Sie leitet das dezentrale Team Nachhaltigkeit in der Rolle der Nachhaltigkeitsbeauftragten Konzern. Sie ist verantwortlich für die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie und setzt die regulatorischen Anforderungen im Nachhaltigkeitskontext um.

Rolle, was ja auch im Führungsverständnis und in unserem Leitbild formuliert ist. Hier wurden in den letzten Jahren an vielen Stellen wichtige Pflänzchen gesetzt. Und die müssen jetzt gepflegt werden und vor allem wachsen.

[MARDEFELD] Seit 1. Januar bin ich Nachhaltigkeitsbeauftragte der NÜRNBERGER. In der Nachhaltigkeit steckt ja auch ESG, also Environmental, Social und Governance. Und der Social-Aspekt ist eben ein wichtiger Teil meiner Tätigkeit. Allein die Tatsache, dass die NÜRNBERGER für Nachhaltigkeit eine eigene Stelle eingerichtet hat, zeigt, wie wichtig uns das Thema ist und dass wir künftig Augenmerk darauf legen.

[DISTLER] Jedes Unternehmen in Deutschland muss das Amt des Inklusionsbeauftragten haben. Bei uns gibt es das seit April 2022. Wir arbeiten sehr gut mit der Schwerbehindertenvertretung zusammen, die das Ganze auch mit vorangetrieben hat. So haben wir neben dem Betrieblichen Eingliederungsmanagement mit dem Amt des Inklusionsbeauftragten eine zweite wichtige Anlaufstelle im Haus. Inklusionsbeauftragter, Schwerbehindertenvertretung und Betriebsrat bilden dabei das sogenannte Inklusionsteam.

[SCHENK] Was hat in Ihren Augen Nachhaltigkeit mit Diversity und Inklusion zu tun?

[DISTLER] Inklusion und Diversity tragen zu einer nachhaltigen Unternehmenspolitik bei. Wenn ich Nachhaltigkeit ganz einfach ausgedrückt umschreibe mit „So können wir auch in Zukunft gut leben“, dann bedeutet das, dass wir Inklusion und Diversity im Unternehmen leben.

[RASCHKE] Genau! Und ich finde es toll, dass Diversity und Inklusion jetzt einen Sog nach oben erleben, indem Nachhaltigkeit auch in der NÜRNBERGER stärker in den Fokus rückt. Die Welt wird immer komplexer und vielfältiger. Schon allein deswegen können wir die Augen vor diesen wichtigen Themen gar nicht verschließen.

[MARDEFELD] Das unterschreibe ich alles zu 100 Prozent. Zudem müssen wir als NÜRNBERGER aufzeigen, was wir alles für die Nachhaltigkeit tun. Das muss natürlich authentisch sein und zu unserer Kultur passen. Dann ist das stimmig und wird von potenziellen Mitarbeitern und Kunden wahrgenommen. Das wird in Zukunft ein Kaufargument für Kunden und ein Signal an Aufsichtsrat und Aktionäre sein.

[SCHENK] Wie weit sind wir bei der Inklusion?

[DISTLER] Wir haben bei uns über 200 Menschen mit Schwerbehinderung. Ziel ist es, dass alle Menschen mit ihren verschiedensten Voraussetzungen die Möglichkeit haben, hier zu arbeiten. Auch die demografische Entwicklung macht das ja schon erforderlich. Klassisches Thema ist natürlich die Barrierefreiheit. So sind wir mit dem Inklusionsamt im Gespräch, wie wir Mitarbeiter, die Hörgeräte tragen, mit bluetoothfähigen Geräten ausstatten, die sie dann mit der Telefon-Software

koppeln können. Wir haben auch eine Kollegin mit Sehbehinderung, die eine spezielle Software erhalten hat, um den Bildschirm besser erkennen zu können. Und wir bieten selbstverständlich auch einen rollstuhlgerechten Zugang zum Gebäude. Grundsätzlich sind wir hier also schon ganz gut aufgestellt.

[SCHENK] Es gibt Studien, die beweisen, dass Unternehmen, die Wert auf möglichst diverse Teams legen, produktiver und offener für Neues sind. Nehmen Sie das bei uns auch wahr?

[RASCHKE] Auf jeden Fall! Wenn man z. B. ein neues Thema auf dem Tisch hat, bietet es sich doch an, die Meinung verschiedener Kollegen einzuholen. Also Menschen mit langer und kurzer Betriebszugehörigkeit, aus unterschiedlichen Bereichen, mit unterschiedlichem Ausbildungshintergrund und aus verschiedenen Hierarchiestufen. Im Haus haben wir schon Projekte, in denen crossfunktionale Teams arbeiten. Ich denke auch an unsere Barcamps. Da arbeiten ja automatisch ganz diverse Gruppen zusammen.

[MARDEFELD] Man kann durch Diversity extrem viel in den einzelnen Teams erreichen. Das heißt aber auch: Diversität in einem Team kann auch unbequem sein. Wenn man sich nur mit Leuten umgibt, die genauso ticken wie man selbst, ist es immer einfach. Meine Erfahrung zeigt:

je bunter das Team, desto besser die Ergebnisse. Wenn etwa ein langjähriger Mitarbeiter aus IT, ein branchenfremder Vertriebler und eine Person aus dem Fachbereich mit Deutsch als Fremdsprache zusammenarbeiten, wird dies andere Ergebnisse liefern als ein homogenes Team. Das alles hat immensen Einfluss auf die Produkt- und Softwareentwicklung.

[SCHENK] Welche Rolle nehmen unsere Führungskräfte ein, wenn es um Diversity und Inklusion geht?

[MARDEFELD] Ich selbst will eine Vorbildfunktion insofern einnehmen, als ich mit dem Thema Diversity keine Berührungängste habe. Ich nehme nämlich wahr, dass manchmal noch Unsicherheiten herrschen. Je mehr man sich mit dem Thema auseinandersetzt und die Ängste abbaut, umso diverser kann ein Team auch werden. Daher ist es ganz wichtig, Vorbehalte und Ängste abzubauen. Die Herausforderung: alle Führungskräfte im Haus dort abzuholen, wo sie gerade stehen.



Günter Distler
Inklusionsbeauftragter, NÜRNBERGER

Er ist Inklusionsbeauftragter der NÜRNBERGER und tätig in den Bereichen Betriebliches Eingliederungsmanagement und Betriebliches Gesundheitsmanagement. Er unterstützt die Mitarbeiter dabei, gesund zu bleiben, gesund zu werden und trotz gesundheitlicher Einschränkungen ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten zu können.

[DISTLER] Für mich ist die Rolle der Führungskraft eine ganz wichtige, wenn nicht sogar die wichtigste überhaupt. Denn sie ist die Person, die die Unternehmenskultur als Multiplikator weitergibt, für die Zusammensetzung des Teams verantwortlich zeichnet und für eine positive Stimmung sorgt. Wenn man ein Vorbild hat, das Diversität vorlebt, ist das natürlich entscheidend für den Erfolg.

[SCHENK] In Zukunft wird es für unsere Kunden und Aktionäre noch wichtiger sein, wie divers und inklusiv die NÜRNBERGER agiert. Wo sehen Sie uns hier in 10 Jahren?

[RASCHKE] Ich würde mir wünschen, dass der Mehrwert, den Diversity und Inklusion mit sich bringen, in unserer NÜRNBERGER DNA programmiert wird. Dass wir uns ausschließlich mit der Frage beschäftigen, wie wir Dinge tun. Dass wir also ein Arbeitsumfeld haben, bei dem es völlig egal ist, aus welchen Kontexten heraus die Mitarbeiter kommen. Wo also das Ergebnis zählt und sich jeder Einzelne zugehörig fühlt und seine volle Leistungsfähigkeit einbringen kann.

[MARDEFELD] Für mich ist in 10 Jahren die Nachhaltigkeit innerhalb der NÜRNBERGER mit all ihren Aspekten strategisch in allen Kapiteln mitgedacht – und nicht nur als Einzelkapitel. Wir haben Transparenz sowie Sichtbarkeit geschaffen und Berührungängste abgebaut.

[DISTLER] Ich wünsche mir, dass die Themen in der Strategie und in der Unternehmenskultur fest verankert und authentisch gelebt werden. Darunter verstehe ich auch, dass das bei jedem Mitarbeiter zu 100 Prozent angekommen ist. Dass es völlig normal ist, in diversen und inklusiven Teams zu arbeiten. Dass die Mitarbeiter das auch gar nicht mehr anders wollen. Es ist einfach normaler Alltag.

[SCHENK] Vielen Dank für das Gespräch.

Wenn die Seele schmerzt ...

Immer mehr Menschen klagen heute darüber, dass es ihnen einfach zu viel wird: Corona-Pandemie, Ukraine-Krieg, Energie- und Klimakrise, Inflation ... Schlechte Nachrichten, tatsächliche und subjektiv wahrgenommene Belastungen prasseln nur so auf uns ein. Die Folge: Psychische Erkrankungen haben exponentiell zugenommen.



Im folgenden Artikel geht es unter anderem um psychische Erkrankungen und Schicksalsschläge. Falls Sie akut Hilfe benötigen, wenden Sie sich bitte an die Ansprechpartner unserer externen Mitarbeiterunterstützung.

Besonders Berufstätige leiden im zunehmenden Spannungsfeld zwischen Ansprüchen und Erwartungen – den eigenen wie denen anderer –, Leistungs- und Termindruck, im Job wie privat. Familiäre Verpflichtungen lassen sich nicht wegdrücken: Ein Angehöriger wird pflegebedürftig, die Kinder fordern zwischen Homeoffice, Haushalt und Homeschooling Aufmerksamkeit und Zuwendung ein, die Partnerschaft leidet. Und dann muss man sich auch noch finanziell ganz lang machen ... Kein Wunder, dass permanente Überlastung, das ständige Gefühl von Unzulänglichkeit und Überforderung heute zum Alltag dazugehören. Verantwortungsvolle Arbeitgeber können jedoch nicht tatenlos danebenstehen, wenn

ihre Mitarbeiter Hilfe benötigen – aus ethischen, aber auch aus wirtschaftlichen Gründen. Immer mehr Arbeitgeber übernehmen daher Verantwortung und bieten ihren Angestellten externe Beratungsdienste. Denn es kann hilfreich sein, die eigene Lage zusammen mit einer neutralen und unabhängigen Person aus einer anderen Perspektive zu betrachten und mit professioneller Unterstützung Lösungswege zu erarbeiten.

Auch die NÜRNBERGER hat längst erkannt, dass ihre Mitarbeiter und Führungskräfte mehr Unterstützung brauchen – und einen frischen, unvoreingenommenen Blickwinkel –, um in der modernen Arbeitswelt gesund,

ausgeglichen und optimistisch zu bleiben. Deshalb hat das Unternehmen eine externe Mitarbeiterunterstützung eingeführt: Die bundesweit tätige und mit hervorragenden Referenzen ausgestattete Firma Diaphon aus Erlangen hilft seit 1. Oktober 2022 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, ihre innere Balance wiederherzustellen und zu stärken – körperlich wie mental. **Der Service ist zu 100 % anonym, vertraulich und natürlich kostenfrei.**

So ist der Service für unsere NÜRNBERGER Mitarbeiter erreichbar:

- Notfalltelefon mit Erreichbarkeit 7 Tage pro Woche
- Frauenspezifische Nummer für Anruferinnen, die das Gespräch mit einer weiblichen Ansprechpartnerin bevorzugen
- Chatberatung und Videosprechstunde über datenschutzkonformes Onlinetool
- Vor-Ort-Sprechstunden nach Bedarf/Notwendigkeit
- Auf Wunsch englischsprachige Beratung

Wichtig:

Der Datenschutz und die Anonymität sind zu 100 % gewährleistet. Die NÜRNBERGER erhält keine Information, welcher Mitarbeiter das Angebot für welchen Anlass nutzt. Das Angebot ist nicht begrenzt, es ist für jeden NÜRNBERGER Mitarbeiter (und nahe Angehörige) zugänglich und nicht mit individuellen Kosten verbunden.

Die Beratungsfelder der externen Mitarbeiterunterstützung:



Versorgungsmanagement & Lotsendienst
Ursachenklärung (Anamnese), Aufzeigen von Lösungswegen, Vermittlung spezifischer Hilfsangebote, z. B. ambulante Therapie, stationärer Aufenthalt, Facharzttermin, Beantragen einer Reha-Maßnahme, aber auch nicht-medizinische Unterstützungsmöglichkeiten wie Haushaltshilfe im Krankheitsfall, Erziehungs- und Familienberatung, Pflege- und Demenzberatung, Schuldnerberatung



Gesund bleiben & Gesund werden

Bei (chronischen) Erkrankungen, unspezifischen körperlichen Symptomen, schlechtem Schlaf oder anderen gesundheitlichen Problemen kann die externe Mitarbeiterunterstützung helfen, einen besseren Umgang mit der Situation zu finden. Bei Bedarf erhalten Mitarbeiter Informationen zu Selbsthilfegruppen für sich selbst oder für Angehörige.



Notfälle & Krisen

Unterstützung in einer akuten Notsituation bzw. Krise, z. B. Todesfall in der Familie oder akute Depression mit Suizidgedanken



Arbeit & Leistungsfähigkeit

Beratung rund um die Themen Zusammenarbeit und mentale Gesundheit, z. B. bei Konflikten, Schwierigkeiten im Umgang mit Veränderungen oder Erschöpfung



Familie & Partnerschaft

Beratung bei Problemen in der Familie und Partnerschaft auch für nahe Angehörige, z. B. Essstörung des Kindes, Pflegefall in der Familie oder schwere Krankheitsdiagnose des Partners



Belastung & Überlastung

Wenn berufliche und/oder private Anforderungen zu hoch erscheinen oder man das Gefühl hat, einfach nicht mehr zur Ruhe zu kommen



Führung & Unterstützung

Beratung und Coaching für Führungskräfte, HR und Betriebsratsmitglieder zum Umgang mit herausfordernden Situationen, z. B. Konflikt unter Mitarbeitern



Die externe Mitarbeiterunterstützung in der NÜRNBERGER

Die NÜRNBERGER hat ein Personalwesen (HR) mit eigener Beratungskompetenz – warum dann noch eine externe Mitarbeiterunterstützung? Oder anders: Warum gibt die NÜRNBERGER Geld dafür aus?

[WILBRAND] Das Angebot ist in keinsten Weise als Konkurrenz zu den bewährten HR-Strukturen zu sehen, sondern als sinnvolle Ergänzung und fachlicher Sparringspartner.

[GREINACHER] Wir haben ganz klar eine externe Rolle – das hat zum einen Vorteile die Schweigepflicht betreffend, zum anderen ermöglicht dies einen komplett neutralen Blick, da wir nicht Teil der Organisation sind. Diese Form des „Add-on“ zu bestehenden innerbetrieblichen Beratungsstrukturen praktizieren wir mit großem Erfolg bei vielen

unserer Kunden. Das hat sich sehr bewährt.

Herr Greinacher, was hat Sie dazu bewogen, einen Service wie Diaphon zu gründen?

[GREINACHER] Meine langjährige Tätigkeit als therapeutischer Leiter in einem großen psychiatrischen Klinikverbund. Hier habe ich auf der einen Seite miterlebt, wie hervorragend Menschen mit psychischen Erkrankungen geholfen werden kann. Leider kam diese Hilfe in beruflicher Hinsicht in der Regel viel zu spät: Menschen mit gravierenden psychosozialen Belastungen, oder gar psychischen Erkrankungen, sind überproportional häufig von Arbeitslosigkeit betroffen. Und dabei ist doch für schwer belastete Menschen der Arbeitsplatz in der Regel ein ganz wichtiges

halt- und strukturgebendes Element. Dieses Thema hat mich sehr umgetrieben, ich habe mich wissenschaftlich ausführlich damit beschäftigt und Vorträge gehalten: Wir müssen psychosozial belasteten Mitarbeitenden frühzeitiger Hilfe und Unterstützung anbieten, „helfen, wenn es raucht, bevor es brennt“. Das ist unser Ansatz, verbunden mit dem Ziel, Arbeitsunfähigkeit zu vermeiden, bzw. die Arbeitsfähigkeit bestmöglich wiederherzustellen. Aus diesem Anspruch entstand mit viel Herzblut und Engagement die Firma Diaphon.

Viele Erwerbstätige zögern sicher lange, bevor sie emotionale und psychische Belastungen nach außen tragen. Wann ist der richtige Zeitpunkt, auf Sie zuzukommen?

[GREINACHER] Der richtige Zeitpunkt ist immer der, wenn ich

merke, dass mir die Dinge über den Kopf zu wachsen scheinen. Wenn mich die Aufgaben, die ich zu erfüllen habe, belasten, wenn ich unter dem Druck dieser Belastung leide. Warnsignale können Schlafstörungen sein, das ständige Gefühl der Niedergeschlagenheit, ein deutlicher Interessenverlust oder wenn mich nahestehende Personen wiederholt darauf ansprechen, dass sie sich Sorgen machen. Spätestens, wenn ich mich hilflos oder gar verzweifelt fühle, sollte ich mich jemandem anvertrauen, der mir neutral zuhört und eine erste fachliche Einschätzung gibt. Ausdrücklich sehen wir uns als Ansprechpartner für jede Art der Belastung, egal ob Alltagsstress, Beziehungsprobleme oder psychiatrische Themen.

[WILBRAND] Oft ist die Hemmschwelle groß, Hilfe anzunehmen, da gibt es leider immer noch viele Vorbehalte und Klischeevorstellungen auszuräumen. Wenn ein Unternehmen Beratung anbietet, ist das ein Zeichen für einen offenen Umgang und die Wertschätzung der Mitarbeitenden. Wenn ein Mitarbeiter die Hilfe annimmt, ist das ein Zeichen von Stärke.

Wer sind die Ansprechpartner bei Diaphon und wie sieht ihre Qualifikation aus?

[GREINACHER] Danke für diese Frage, die auf unser Alleinstellungsmerkmal abzielt: Bedingt durch meine langjährige klinische Tätigkeit besteht das Team von Diaphon ausschließlich aus sehr erfahrenen Kolleginnen und Kollegen aus dem sozialmedizinischen Hilfesystem: SozialpädagogInnen mit thera-



Wir müssen [...] frühzeitig Hilfe und Unterstützung anbieten, „helfen, wenn es raucht, bevor es brennt“.

Tim Greinacher, Geschäftsführer Diaphon

peutischer Zusatzausbildung, psychologische PsychotherapeutInnen, FachärztInnen für Psychiatrie und Psychosomatische Medizin und ausgebildete Trauerbegleiter. Selbst unsere Verwaltungsfachkraft kommt aus dem klinischen Bereich. Das ist bedeutsam, denn neben dem Aspekt der Schweigepflicht ist es mir extrem wichtig, die Ratsuchenden stets in fachlich besten Händen zu wissen – grade in kritischeren Situationen. Wichtig zu wissen: Wir sind kein Callcenter und die Anrufenden erhalten direkt einen fachlich qualifizierten Ansprechpartner. Aber auch hier der Hinweis: Trotz unseres fachlichen Hintergrunds geht es in den Beratungen keinesfalls nur um klinisch relevante Themen, sondern durchaus auch um größere und kleinere alltägliche Problemsituationen fernab des klinischen oder psychiatrischen Kontexts.

Viele werden denken: Die NÜRNBERGER sieht das nur unter wirtschaftlichen Aspekten. Die Mitarbeiter sollen „funktionieren“ ...

[GREINACHER] Ich sage mal ganz provokant: Im Endeffekt wird das vermutlich auch so sein. Alle Unternehmen arbeiten in einem renditeorientierten Um-

feld und mittlerweile weiß man, dass ein gesundes Unternehmen und gesunde Mitarbeitende sich gegenseitig bedingen. Ich bin nach meiner langjährigen Erfahrung überzeugt davon, dass Gesundheitsorientierung und ein qualitativ hochwertiges Angebot der externen Mitarbeiterunterstützung einen sehr positiven wirtschaftlichen Effekt für die nutzenden Unternehmen haben.

[WILBRAND] Ganz plastisch ausgedrückt: Wenn Mitarbeitende erleben, dass der Arbeitgeber sie in einer für sie sehr schwierigen Lebenssituation unterstützt und „nicht hängen gelassen hat“, dann wird das die Bindung und Einsatzbereitschaft gegenüber dem Unternehmen nachhaltig steigern. Das gilt übrigens auch für unbelastete Kolleginnen und Kollegen, die sehen, wie ehrlich Firmenwerte bei der NÜRNBERGER gelebt werden.

Dennoch: Rechnet sich die externe Mitarbeiterunterstützung für die NÜRNBERGER – wie sieht die Kosten-Nutzen-Analyse aus?

[GREINACHER] Auch das drücke ich wieder plakativ aus: Der Flurschaden, den es hinterlässt, wenn eine wirkliche

Katastrophe wie z. B. ein Suizid eingetreten ist, ist gewaltig. Und zwar nicht „nur“ auf betroffene MitarbeiterInnen bezogen, sondern auch für hinterbliebene KollegInnen und Führungskräfte, und dieser sehr negative Nachhall kann Jahre andauern.

[WILBRAND] Selbstverständlich ist alles gut investiert, was zu Gesundheit und Gleichgewicht der Mitarbeiter beiträgt, auch wenn es nicht um Krisensituationen geht, sondern um gängige Belastungen, denen viele von uns ausgesetzt sind und die unsere Leistungsfähigkeit im Alltag beeinflussen.

[GREINACHER] Viele Beispiele aus der Vergangenheit zeigen, dass wir Eskalationen häufig verhindern und im besten Fall frühzeitig Unterstützung anbieten konnten. Davon profitieren alle Beteiligten.

Wie groß schätzen Sie den Beratungsbedarf der Mitarbeiter denn ein?

[WILBRAND] Grundsätzlich: Wo viele Menschen arbeiten,

„menschelt“ es auch. Allgemein kann man sagen, dass der Beratungsbedarf immer dann größer wird, wenn Veränderungssituationen zunehmen. Diese Veränderungen können privater, beruflicher oder auch gesellschaftlicher Natur sein. Gerade die vergangenen 3 Jahre haben eindrücklich gezeigt, wie sehr uns allen externe Faktoren wie die Pandemie oder der furchtbare Angriffskrieg in der Ukraine auf die Seele schlagen und uns an Grenzen bringen können.

[GREINACHER] Auch größere Change-Prozesse in Unternehmen lassen bei uns regelmäßig die Kontaktaufnahmen in die Höhe schnellen. In der Regel ist es die Summe an Belastungsfaktoren, die Menschen in die Überlastung führen kann – nicht die einzelnen Faktoren selbst.

Unabhängig davon sind für Sie vielleicht 2 nüchterne Zahlen interessant: Der aktuelle Gesundheitsreport der DAK gibt an, dass jeder 10. Arbeitnehmer riskanten Alkoholkonsum praktiziert, andere Gesundheitsreporte zeigen auf, dass bei jedem

5. Beschäftigten schon mal eine Depression diagnostiziert wurde. Gleichzeitig brechen viele haltgebende Strukturen weg. Ich meine es ganz ehrlich, wenn ich Ihnen sage, dass ich es gerne anders hätte. Aber der Bedarf ist sehr hoch und die Tendenz geht leider nach oben, grade auch bei jungen Menschen.

„Mental Health“ gilt in Deutschland ja eher als Privatsache ... Muss man sie auch organisational betrachten?

[GREINACHER] Ich weiß gar nicht, ob man diese starke Abgrenzung zum Privaten tatsächlich noch zieht: Eine gesunde mentale Verfassung ist wesentliche Grundlage für berufliche Leistungsfähigkeit. Spätestens wenn diese beeinträchtigt ist, hat das auch eine negative Auswirkung auf die jeweilige Organisation. Und eben nicht nur für die erkrankte Person, sondern auch für die Teammitglieder, denn die eingeschränkte berufliche Leistungsfähigkeit Einzelner führt in der Regel zu einer Arbeitsverdichtung für die anderen, was weitere Überlastungen zur Folge haben kann. Die Grenzen zwischen Privatem und Beruflichem verschwimmen hier meiner Ansicht nach.

Wie hoch ist die Akzeptanz für eine externe Mitarbeiterberatung in einem Unternehmen wie der NÜRNBERGER? Wie offen sind die Menschen dafür?

[WILBRAND] Ein solches Angebot funktioniert nur, wenn es mit der nötigen Sorgfalt eingeführt wird und die Mitar-



◀ Jeanette Wilbrand
Gesundheitsmanagerin im Bereich Human Resources, verantwortet die externe Mitarbeiterunterstützung in der NÜRNBERGER.



◀ Tim Greinacher
Diplom-Sozialpädagoge, ist Gründer und Geschäftsführer der Firma Diaphon. Zu seinen Kunden zählen große und mittelständische Unternehmen in ganz Deutschland, Österreich und der Schweiz.

beiter ausreichend Vertrauen in die Angebote ihres Arbeitgebers haben. Beides hat bei der NÜRNBERGER herausragend gut funktioniert.

[GREINACHER] Wir legen viel Wert auf ein geeignetes Kommunikationskonzept und die rechtzeitige Einbindung von Arbeitgeber- und Betriebsratsseite, damit die Akzeptanz so hoch wie möglich ist. Was bei der NÜRNBERGER einfach besonders gut geholfen hat, war die sorgfältige und professionelle Vorbereitung durch die innerbetriebliche Gesundheitsmanagerin Jeanette Wilbrand. So konnten wir uns im Vorfeld optimal abstimmen und die Kommunikation an die individuellen Gegebenheiten im Unternehmen anpassen. Das Angebot wird sehr gut angenommen und wir erhalten sehr motivierendes Feedback.

Stichwort Datenschutz bzw. Schweigepflicht – die Sorge der Mitarbeiter, wie vertraulich mit ihren sensiblen privaten Informationen umgegangen wird, ist aber sicher groß.

[GREINACHER] Die Schweigepflicht steht bei uns an erster Stelle: Wir sind gesetzlich, vertraglich und natürlich auch moralisch strikt an die Schweigepflicht gebunden. Darauf müssen sich unsere Kunden verlassen dürfen und dafür garantiere ich. Es ist von beiden Parteien ausdrücklich durch eine vertragliche Vereinbarung festgelegt worden, dass die Kontakte zwischen Mitarbeitenden und Diaphon absolut vertraulich sind. Ohne dieses Vertrauen hätte sich auch Diaphon nicht so erfolgreich entwickelt. Darüber hinaus sind unsere Systeme und Prozesse strikt datenschutzkonform, dies wird auch sorgfältig von unserem bestellten externen Datenschutzbeauftragten überwacht.

Wendet sich das Angebot an eine spezielle Zielgruppe in der Belegschaft, z. B. eine spezielle Altersgruppe?

[WILBRAND] Das Angebot steht ausdrücklich allen Ziel- und Altersgruppen zur Verfügung und auch die Altersstruktur des Teams von Diaphon ist darauf eingestellt.

Kurz und knackig: Passt die externe Mitarbeiterunterstützung also zur NÜRNBERGER?

[GREINACHER] Was sollte ich in meiner Rolle anderes darauf antworten als JA? Ich kann nur sagen: Die bisherige Zusammenarbeit macht meinem Team und mir wirklich Freude: eine offene Kommunikationskultur, wertschätzende Führungskräfte, angenehme Mitarbeitende – mein Team und ich freuen uns sehr auf die weitere Zusammenarbeit! Und um nicht zu ernst zu wirken und noch etwas Maßgeschneidertes zur NÜRNBERGER zu sagen: Wir sprechen auch fließend fränkisch!

Vielen Dank für das Gespräch.

Für mehr mentale Gesundheit:
Die externe Mitarbeiterunterstützung hilft anonym, kostenfrei und professionell in belastenden Situationen wie Konflikten, Veränderungen oder Krisen – egal ob beruflich oder privat.

Was ist Diaphon?

Diaphon wurde vor 20 Jahren von Geschäftsführer Tim Greinacher in Erlangen gegründet. Das qualifizierte Team leistet neutrale Ersthilfe für Mitarbeiter, Angehörige und Führungskräfte in Belastungssituationen. Beratungsschwerpunkte sind Personalentwicklung, betriebliches Gesundheitsmanagement, Unterstützung von Wiedereingliederungs-Prozessen, Suchtpräventionsprogramme, psychische Gesundheit am Arbeitsplatz, Employee Assistance Programs (EAP), Einigungsstellenverfahren und interne Unternehmenskommunikation. Aktive und bundesweite Beratungstätigkeit für verschiedene DAX®-Konzerne sowie große und mittelständische Unternehmen. Diaphon kooperiert mit einem ausgewählten und bundesweiten Netzwerk von langjährig erfahrenen Fachärzten, niedergelassenen Therapeuten, Akut- und Rehakliniken, psychosozialen Beratungsstellen und Selbsthilfegruppen.



Über 150.000 Kinder haben bereits vom Sprachprojekt „Hallo Klexi – wir lernen Deutsch“ profitiert. Die Nachfrage nach den von der Stiftung NÜRNBERGER Versicherung geförderten Lernpaketen für 3- bis 10-Jährige ist groß, auch durch die Folgen des Ukraine-Kriegs.

Im Zuge der Flüchtlingskrise 2015/2016 kamen über eine Million schutzsuchende Menschen nach Deutschland. Unter ihnen viele Kinder. Deren Einbindung in den Unterricht gestaltete sich schwierig, denn es fehlte an geeigneten Lehr- und Lernmaterialien, um Deutsch als Zweitsprache zu vermitteln. Mit einer bis heute bundesweit einzigartigen Initiative reagierte die Stiftung NÜRNBERGER Versicherung auf das Problem. Gemeinsam mit Experten formulierte sie die Rahmenbedingungen für ein Sprachprojekt, dessen inhaltliche und gestalterische Umsetzung die Artemino Design und Kommunikation GmbH übernahm. Ausgehend von Nürnberg wird „Hallo Klexi – wir lernen Deutsch“ nun in den 5 bayerischen Regierungsbezirken Mittel-, Ober- und Unterfranken, Oberpfalz und Niederbayern genutzt.

Kindgerecht aufgebaut

„Hallo Klexi“ greift Situationen aus dem Alltag der Kinder auf, lädt diese zum Aussprechen erster deutscher Wörter und im weiteren Verlauf zu Dialogen ein. Im Lernheft und auf 200 Wortkarten wird die Sprache über farbenfrohe Bilder

sichtbar. Hauptfigur und Sympathieträger des Lernprogramms ist das Hasenkind Klexi aus der bekannten Kinderbuchreihe „Dürer und Klexi“ von Birgit Osten. Klexi passt zur Lebens- und Gedankenwelt der Kinder: Er ist neugierig, abenteuerlustig und nicht perfekt. Beim Malen hinterlässt er überall Kleckse und auch sonst macht er immer wieder Fehler. In Form einer Handpuppe wird er zum Assistenten von Pädagogen und nimmt den Kindern die Angst davor, beim Sprechen etwas falsch zu machen.

Der Bedarf ist weiterhin groß

Neben Kindertagesstätten und Grundschulen rufen unter anderem sonderpädagogische Einrichtungen die kostenfreien Lernpakete ab. So haben in rund 8.000 verschiedenen Organisationen bereits über 150.000 Kinder spielerisch den Zugang zur deutschen Sprache erhalten. Um aus der Ukraine geflüchtete Kinder beim Deutschlernen zu unterstützen, hat die Stiftung NÜRNBERGER Versicherung ein Sonderbudget zur Verfügung gestellt. Zur Förderung der Freundschaft zwischen den Nachbarländern Deutschland und Tschechien wurde ergänzend eine zweisprachige Variante der Lehr- und Lernmaterialien aufgelegt.



Weitere Informationen
zu Klexi finden Sie unter
www.hallo-klexi.de



Joachim Herrmann
Bayerischer Staatsminister
des Innern, für Sport und Integration

„Hallo Klexi“ ist ein hervorragendes Integrationsprojekt, das Kindern im Kindergarten- und Grundschulalter sehr erfolgreich dabei hilft, Deutsch als Zweitsprache zu erlernen.



Dr. Armin Zitzmann
Vorstandsvorsitzender der NÜRNBERGER
Versicherung bis 30. April 2023

Kinder sind unsere Zukunft! Aus Kindern werden Erwachsene, die unsere Gesellschaft bilden, die Werte leben und unsere Wirtschaft tragen. Deshalb ist die Investition in die Bildung unserer Kinder die beste Nachhaltigkeit, die man sich vorstellen kann – für unser aller Zukunft!



Gerlinde Wanke
Vorsitzende der Geschäftsführung der
Stiftung NÜRNBERGER Versicherung

Es ist toll, dass eine wissenschaftliche Studie belegt, dass über die Klexi-Lernmaterialien auch die Eltern der Kinder erreicht werden. Eine besondere Rolle kommt dabei der Webseite www.hallo-klexi.de zu. Dort sind unter anderem Audiodateien hinterlegt, mit denen die korrekte Aussprache geübt werden kann.



Birgit Osten
Projektleiterin „Hallo Klexi –
wir lernen Deutsch“

Mein Schlüsselmoment in 6 Jahren ‚Hallo Klexi‘ war die Begegnung mit Nomuun aus der Mongolei. Ich wusste nicht, dass sie seit ihrer Ankunft in Deutschland noch kein einziges Wort gesprochen hatte. Als Gast in ihrer Kita habe ich einen Erzählkreis gebildet und den Hasen Klexi – die pädagogische Handpuppe des Sprachprojekts – erklären lassen, wie er heißt, woher er kommt, was er gerne macht. Dann hat Klexi die Kinder nach ihren Namen gefragt. Als Nomuun an der Reihe war, hat sie ganz zaghaft und leise ihren Namen gesagt. Ihr stolzes Lächeln und das überraschte Strahlen in den Augen ihrer Erzieherinnen werde ich nie vergessen.



Hans-Peter Schmidt
Vorsitzender des Stiftungsrats der Stiftung
NÜRNBERGER Versicherung

Sprache ist die wichtigste Grundlage der Integration. Gerade mit Blick auf den Fachkräftemangel ist es wichtig, zu einem schnellen und sicheren Spracherwerb der Migranten beizutragen. ‚Hallo Klexi‘ macht es den Kindern leicht, Deutsch als Zweitsprache zu erlernen und in ihren Familien die Rolle von ‚Sprach-Influencern‘ zu übernehmen.

Facing the Taboo

Mit Kunst dem Stillschweigen begegnen.

Der Bundesverband Kinderhospiz setzte zu seinem 20-jährigen Jubiläum die Aufmerksamkeitskampagne „Facing the Taboo“ um. Die NÜRNBERGER Versicherung unterstützte den Start der Wanderausstellung umfassend.

Soziale Isolation – das ist eines der größten Probleme, dem sich Familien mit einem schwerkranken Kind gegenübersehen. Weil fast alle Menschen, die ihnen begegnen und von ihrem Schicksal erfahren, nicht sicher sind, wie sie richtig reagieren, was sie sagen können, vielleicht auch fragen dürfen. Aus Verlegenheit erfolgt häufig ein Rückzug, der einem Stillschweigen Raum gibt, das die Betroffenen noch mehr vom gesellschaftlichen Leben und der gerade in dieser herausfordernden Zeit so wichtigen Interaktion abtrennt.

Der Tod, insbesondere der Tod junger Menschen, ist nach wie vor eines der größten Tabuthemen unserer Zivilisation. Mit der Aufmerksamkeitskampagne „Facing the Taboo“ versuchte der Bundesverband Kinderhospiz anlässlich seines 20-jährigen Bestehens entgegenzuwirken.

Zum Dialog provoziert

Künstlerisch umgesetzt wurde „Facing the Taboo“ von Christopher Bohlender, einem der ehrenamtlichen Botschafter des Bundesverbands Kinderhospiz und seiner in München ansässigen Mensch Kreativagentur. Im Zentrum des als Wanderausstellung konzipierten Kunstprojekts standen vier großflächige, durchscheinende Portraits. Auf ihnen zu sehen waren hoffnungsvoll blickende Kinder, ihre Gesichter in einer Art Auflösungsprozess begriffen. Dem Betrachter fiel zuerst das Strahlen in den Augen auf, Ausdruck purer Lebendigkeit und Lebensfreude. Und erst allmählich, beim näheren Hinsehen, wurden ihm das Verschwinden der Konturen und die damit metaphorisch dargestellte Vergänglichkeit des Seins bewusst. Verstärkt kam dieser Effekt in den kampagnenbegleitenden TV-Spots mit



den bekannten Schauspielern Dieter Hallervorden und August Zinner zum Ausdruck. Durch komplexe 3D-Animationen und eindringliche Worte wirkten diese noch ergreifender und hallten lange nach. „Facing the Taboo“ thematisierte ganz bewusst die Grenzbereiche zwischen Leben und Tod, zwischen strahlendem Licht und Dunkelheit. Es übersetzte die Kinderhospizarbeit in eine Bildsprache, die berührte, provozierte, sensibilisierte und – das war das Ziel – Menschen zum Dialog anregte und damit das Stillschweigen brach.

Gemeinsam mehr erreicht

Als langjähriger Partner des Bundesverbands Kinderhospiz unterstützte die NÜRNBERGER Versicherung den Start der Wanderausstellung in Nürnberg umfassend. Durch intensives Networking wurden die Voraussetzungen geschaffen, die Installation über einen Zeitraum von drei Wochen im innen-

stadtnahen und doch geschützten Innenhof der Lorenzkirche zu zeigen. Einmal mehr konnte die NÜRNBERGER Versicherung so den mit ihrem CSR-Leuchtturmprojekt Kinderhospizarbeit verbundenen Ansatz gerecht werden, sich aktiv einzubringen, neue Wege zu gehen und öffentlichkeitswirksam zu agieren. Marketingleiterin Dr. Karoline Haderer blickt zufrieden zurück: „Wir haben unser Netzwerk geöffnet und versucht, das Maximum herauszuholen. Mit der Aufnahme von ‚Facing the Taboo‘ in das Programm der Blauen Nacht und einer Plakataktion rund um die Lorenzkirche haben wir lokal Aufmerksamkeit generiert. Kommunikativ haben wir das Thema über unsere Unternehmenskanäle breit gestreut, ergänzend eine Pressekonferenz und eine Vernissage organisiert. Die Zusammenarbeit hat sehr gut geklappt und wir sind dem Projektbüro der Blauen Nacht, dem BIBEL MUSEUM BAYERN, Billmann Event, FRAPACK und Stadtreklame Nürnberg für die Unterstützung dankbar.“

3 Stimmen zu „Facing the Taboo“



Franziska Kopitzsch
Geschäftsführerin Bundesverband
Kinderhospiz

„Uns ist es wichtig, die Kinderhospizarbeit in die Mitte der Gesellschaft zu holen. Die meisten Menschen verbinden mit dem Begriff Krankheit, Trauer, Tod. Doch die Kinderhospizarbeit ist nicht nur dunkel. Die Familien konzentrieren sich auf das Hier und Jetzt und versuchen die ihnen zur Verfügung stehende Zeit mit Licht und Glücksmomenten zu füllen. Mentale Grenzen zu überwinden, Berührungängste abzubauen, das ist es, was wir erreichen möchten.“

Christopher Bohlender
Ehrenamtlicher Botschafter des BVKH
und Initiator des Kunstprojekts

„Die Entstehung des Projekts verdankt sich der Experimentierfreude und der Neugier, die Grenzen der gegenständlichen Fotografie aufzulösen. Nicht nur visuell, sondern auch thematisch geht es bei dem Projekt ums Äußerste – um das Sterben von Kindern. Dieses Tabu wird in Kunst verwandelt. So werden die Menschen in den Ausstellungen künstlerisch mit etwas konfrontiert, das so schwer zu ertragen ist: mit der eigenen Endlichkeit. Doch ‚Facing the Taboo‘ bleibt nicht bei der Vergänglichkeit stehen, sondern rückt das Leben ins Zentrum. Nicht umsonst stehen Kinderportraits im Mittelpunkt der Ausstellung als zerbrechliche Motive aus Glas, die von innen heraus zu leuchten scheinen.“

Dr. Karoline Haderer
Marketingleiterin der NÜRNBERGER Versicherung

„Mit jedem Schritt näher traten die Kindergesichter stärker von ihrem tiefschwarzen Untergrund hervor. Und mit jedem Schritt näher erkannte man, dass ein Schatten über ihnen lag. Sinnbildlich für das schwere Schicksal, das diese Jugendlichen teilen. Vor den Exponaten stehend hat man sich selbst in der gläsernen Oberfläche gespiegelt. Eine Reflexion, die zur Reflexion angeregt hat.“

„Das Leben feiern“ – wir machen mit!

Das Motto unseres **Kooperationspartners Bundesverband Kinderhospiz** war uns auch 2022 wieder Ansporn und Verpflichtung zugleich. Bei unterschiedlichsten Anlässen haben wir unser CSR-Leuchtturmprojekt platziert und so das Schicksal von über 50.000 lebensverkürzend erkrankten Kindern und ihren Familien in den Mittelpunkt gestellt. Einmal mehr waren wir von der positiven Resonanz und der aktiven Unterstützung durch Mitarbeiter, Geschäfts- und Sponsoringpartner, Medien und Öffentlichkeit beeindruckt.



Spende von Kuscheldecken

Neben finanziellen und kommunikativen Leistungen unterstützen wir den Bundesverband Kinderhospiz immer wieder mit Sachspenden. Vorstandsmitglied Andreas Politycki übergab in diesem Jahr superflauschige Kuscheldecken an Geschäftsführerin Franziska Kopitzsch. Diese werden in verschiedenen Pflegeeinrichtungen an lauen Sommerabenden, bei gemütlichen Vorlesestunden und Spaziergängen mit Rollstuhlfahrerinnen und -fahrern Freude bereiten.

**„Facing the Taboo“
trifft Blaue Nacht**

Im heiteren Treiben der Blauen Nacht luden wir die Besucher ein, im geschützten Innenhof der Lorenzkirche ein paar Minuten gedanklich innezuhalten, zu spüren, mit welcher Kraft Kunst berühren kann, und zu erkennen, dass es für den Einzelnen einfach, für die Gesellschaft jedoch wenig bereichernd ist, Tabus ungefragt zu akzeptieren. Wir danken dem Projektbüro der Stadt Nürnberg für die Möglichkeit, das Thema Kinderhospizarbeit im Rahmen der größten Kunst- und Kulturnacht Deutschlands zu platzieren. (Foto: Blaue Nacht/Steffen Kirschner)



Posts für App und Hilfeportal

Den Launch der von uns mitfinanzierten App, deren Konzept von Bundesminister Hubertus Heil im Rahmen des „Civic Innovation Platform“-Wettbewerbs ausgezeichnet wurde, begleiteten wir aktiv über unsere Social-Media-Kanäle. Kurz vor Weihnachten lenkten wir den Fokus unserer Follower in bewährter Weise auf das von unserer Stiftung unterstützte Hilfeportal „Frag OSKAR“, das allen Menschen, die mit dem Tod eines Kindes oder Jugendlichen konfrontiert sind, beratend zur Seite steht. An 365 Tagen, rund um die Uhr und komplett kostenfrei.



Zur Kinderhospiz App
kostenlos für
◀ Android oder iOS ▶
herunterladen.



Wunschbaum-Zeit

Nach einer coronabedingten Pause durften wir kurz vor Weihnachten unsere Aktion „Wunschbaum für Geschwisterkinder“ wieder aufgreifen. Das Prinzip ist ganz einfach: Wir stellen Karten mit Herzenswünschen auf unseren Wunschbaum im Foyer, Mitarbeitende wählen eine Karte aus, besorgen das Geschenk und geben es bei den NÜRNBERGER Junioren ab, die den Versand an den Bundesverband Kinderhospiz organisieren. Datenschutzkonform werden die Geschenke dann an die Geschwister schwerkranker Kinder gesendet, die im anstrengenden Pflegealltag oft zurückstecken müssen und sich über die Aufmerksamkeit sehr freuen.



20 Jahre Bundesverband Kinderhospiz

Wir waren bei der großen Jubiläumsveranstaltung im Europapark Rust dabei und erhielten spannende Ein- und Ausblicke. Beim Kongress „Kinderhospiz 2.0 – Wandel, Visionen, Zukunft“ standen Chancen und Risiken der Digitalisierung von Beratungs- und Betreuungsangeboten zur Debatte. Beschwingt, im Stil der 20er Jahre, ging es beim Gala-Abend zu. Freunde, Förderer, Mitarbeitende und betreute Familien feierten Sabine Kraft, die 18 Jahre lang die Geschicke des Bundesverbands Kinderhospiz gelenkt hatte, für ihr Lebenswerk und erlebten die harmonische Übergabe an die neue Geschäftsführerin Franziska Kopitzsch. Am nächsten Morgen lernten wir einen Großteil der Botschafter des Verbandes kennen und durften in einem spontanen Redebeitrag unser Engagement für die Kinderhospizarbeit vorstellen. Unser Ansatz, die Öffentlichkeit und Mitarbeitende über Aktionen und Kampagnen sensibel an das Tabuthema „Kind und Sterben“ heranzuführen, wurde mit viel Applaus gewürdigt.



Die NÜRNBERGER Junioren unterstützten die Wunschbaum-Aktion tatkräftig und kamen ob der vielen Geschenke in ihrem Büro vorzeitig in Weihnachtswichtelstimmung.

Mit Spenden zeigt die „NÜRNBERGER Familie“ Solidarität



#StayWithUkraine

Durch den Krieg in der Ukraine sind unter anderem Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen stark in Mitleidenschaft gezogen. Wir unterstützen die Bemühungen des Bundesverbands Kinderhospiz im Bereich der Geflüchtetenhilfe und tragen dazu bei, dass lebensbedrohlich und lebensverkürzend erkrankte Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene sowie trauernde Kinder aus den gefährdeten Regionen des Landes evakuiert werden können.



Kinder-Lebens-Lauf

NÜRNBERGER Etappe

Wechselnd besetzte Radteams von Mitarbeitenden brachten die Engelfackel, das Symbol des Kinder-Lebens-Laufs, in drei Etappen vom Business Tower Nürnberg zum Forum Dunkelbunt nach Regensburg, einem ambulanten Kinderhospizdienst. Der Weg führte entlang des Ludwig-Donau-Main-Kanals und des Schwarze-Laab-Radwegs. Alle Beteiligten hatten viel Spaß und versprochen: Beim nächsten Mal sind wir wieder dabei!

Wir sind stolz, die Fackel und ihren Spirit weitergetragen zu haben!



Fackelankunft am Business Tower

Vom 7. April bis zum 7. Oktober führte der Kinder-Lebens-Lauf durch ganz Deutschland. Über 3.000 Mit- und Mutmacher beteiligten sich an der Aktion des Bundesverbands Kinderhospiz, darunter die NÜRNBERGER Versicherung. Unser Vorstandsmitglied Harald Rosenberger schloss sich dem elfköpfigen Läuferteam aus Bamberg an, das die Engelfackel zum Business Tower Nürnberg brachte. Zum Begrüßungskomitee zählten, passend zu unserem vernetzten Denken, neben Vertretern aus dem Kinderhospizbereich auch Repräsentanten aus Sport und Wirtschaft, darunter der 1. FC Nürnberg, der HC Erlangen und die CSR-affine Firma Frapack.



Coach:N-Challenge

Anlässlich des Kinder-Lebens-Laufs riefen wir die User unserer Fitness- und Gesundheits-App Coach:N zu einer Charity-Aktion auf. Unterstützt von den Profi-Teams des 1. FC Nürnberg und des HC Erlangen legten sie innerhalb von 15 Tagen die Gesamtstrecke des Kinder-Lebens-Laufs von 7.000 Kilometern etwas mehr als 6 Mal zurückgelegt. Ein tolles Ergebnis, das eine *Spende von uns in Höhe von 15.000 Euro an den Bundesverband Kinderhospiz* auslöste.



3, 2, 1 ... deins – große Kunstauktion

Über das renommierte Auktionshaus Franke haben wir rund 100 Gemälde und Objekte sowie einen Oldtimer aus unserem Bestand an interessierte Kunstliebhaber und Sammler versteigert. Den Gesamterlös von 50.007,67 Euro spendeten wir an den Bundesverband Kinderhospiz. Unter anderem konnte so eine neue, barrierefreie App realisiert werden, die wichtige Inhalte und Vernetzungsmöglichkeiten für Betroffene und deren Familien, Kinderhospizeinrichtungen und Interessierte bereitstellt.

Gemeinsam stark für schwerstkranke Kinder!

Mottospieltag beim HC Erlangen

Beinahe schon traditionell trugen die Handballer des HC Erlangen am ersten Heimspieltag nach dem Tag der Kinderhospizarbeit grüne Accessoires. Angelehnt an die grünen Schleifen, die als Symbol für den jährlichen Aktionstag am 10. Februar stehen, drückten sie so ihre Solidarität mit lebensverkürzend erkrankten Kindern und Jugendlichen und ihren Familien aus. Die Fans des Vereins wurden über ein Halbpauseninterview, Posts und weitere Kommunikationskanäle behutsam mit dem CSR-Engagement ihres Premiumsponsors in Berührung gebracht.





In Kooperation mit dem Medical Team und dem UnserClub.de-Team des 1. FC Nürnberg e. V.

Ein Kick für Gesundheit & Gemeinwohl

Gemeinsam mit dem 1. FC Nürnberg e. V. hat die NÜRNBERGER Versicherung das bundesweit erste Präventionsprogramm für Fußballbegeisterte entwickelt. Das spezifische Kraft- und Ausdauertraining für Erwachsene trägt dazu bei, Fitness und Lebensfreude zu steigern.

Papier ist geduldig. Weshalb stehen diese drei Worte am Beginn einer Reportage, die sich mit einem gesundheitssportlichen Angebot befasst? Weil der Präventionskurs „Mein Gesundheits-Kick“ durch seine inhaltliche Ausrichtung, einen Beitrag zum Gemeinwohl leisten zu wollen, in den Bereich der CSR-Aktivitäten der NÜRNBERGER Versicherung fällt. CSR steht für Corporate Social Responsibility und damit für die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen. Ein spannendes, ernst zu nehmendes und sehr komplexes Themenfeld, in dessen Kontext reine Lippenbekenntnisse leider häufig zu finden sind.

Wie agiert die NÜRNBERGER Versicherung in diesem Spannungsfeld? Im Geschäftsbericht des Unternehmens steht: „Nur wer den Blick auf das Große und Ganze bewahrt, kann nachhaltig agieren. Deshalb ist es uns wichtig, im Rahmen unserer Kooperationen nicht nur finanzielle Mittel zu geben, sondern die Beweggründe, Freuden und Sorgen unserer Partner zu verstehen und für beide Seiten passende Ansätze zu finden. Auf dieser Basis realisieren wir Aktionen und Projekte für Fans, aktive Sporttreibende, ehrenamtlich

Engagierte, Familien und junge Talente.“

Ein hehres Ziel, das unter dem Motto „Gemeinschaft ist Leben“ verschiedene Einzelmaßnahmen vereint. Ein aktuelles Beispiel ist der bereits genannte, gemeinsam mit dem 1. FC Nürnberg e. V. entwickelte und offiziell lizenzierte Präventionskurs „Mein Gesundheits-Kick“.

Ausgangslage: Der schlafende Riese Ü-Fußball

Sport bewegt Millionen Menschen in ganz Deutschland. Die einen präferieren das Fansein, feuern ihr Idol oder ihr Team im Stadion, an der Strecke oder vor dem Fernseher aktiv an und bewegen sich eher weniger in ihrer Freizeit. Die anderen können sich nichts Schöneres vorstellen, als sich regelmäßig auszupeinern, an die eigenen Grenzen zu gehen, sich im Wettkampf zu messen. Rund 27 Millionen Menschen gehören einem Sportverein an, was den organisierten Sport zur größten Bürgerbewegung dieses Landes macht. Während Disziplinen wie Tennis, Hockey und Golf gut durch die Pandemiejahre gekommen sind, mussten andere Sportarten herbe Verluste kompensieren.

Wie ist es dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) ergangen, dem mit knapp über 7 Millionen Mitgliedern größten nationalen Sportfachverband der Welt? Seinen über 24.300 angeschlossenen Fußballvereinen ist es erst 2022 gelungen, die coronabedingten Verluste zu egalisieren. Und auch bei den Aktiven und den gemeldeten Mannschaften zeichnet sich mittlerweile wieder ein positiver Trend ab,

wie ein Blick in die

Ist die Pandemie bzw. deren (vermeintliche) Überwindung ein Treiber für die unterschiedliche Mitgliederentwicklung in den einzelnen Sportarten? Hat sie als eine Art Katalysator fungiert, der unterschwellig bereits vorhandene Entwicklungspotenziale schneller zu Tage treten ließ und so eine Art natürlichen Selektionsprozess in Gang gesetzt hat? Haben Menschen in unsicheren, wirtschaftlich herausfordernden Zeiten nach Einsparpotenzialen gesucht und die über Jahre stillschweigend bezahlte, nie auf einen passiven Status gesetzte Vereinsmitgliedschaft einfach gekündigt? Wird die gegenwärtige Inflation weitere Mitglieder zum Austritt veranlassen? Welche Mehrwerte kann und muss ein Sportverein bieten, wenn ihm das verbindende Wir-Gefühl durch Lockdown-Regelungen und ein im Nachgang geändertes Sozial- und Freizeitverhalten genommen wird? Reicht es aus, wenn der DFB angesichts des demografischen Wandels auf seiner Homepage dafür wirbt, mit Fußball spielend gesund zu bleiben und das dank Mannschaftssportlicher Angebote quasi ein Leben lang? Ist es in diesem Kontext nicht verwunderlich, wenn der Verband unter der Rubrik „Gesund im Alter“ für Ü-Sportler (die Altersgruppe der über 30-Jährigen betreffend, die früher als „alte Herren“ bezeichnet wurden) lediglich eine ärztliche Tauglichkeitsuntersuchung vor der Teilnahme an Training und Wettkampf nahelegt und darüber hinaus nur auf eine externe Website mit einem Alltags-Trainings-Programm für über 60-Jährige verweist? Wie werden eigentlich Seniorinnen, die

Victoria Knorr-Held aus dem UnserClub.de-Team des 1. FC Nürnberg e. V. ist Sportwissenschaftlerin und zeigt, wie die „Mein Gesundheits-Kick“-Übungen richtig ausgeführt werden.



Statistik zeigt:

Saison	Aktive gesamt	Mannschaften gesamt	Senioren-Mannschaften	Damen-Mannschaften
2021/2022	2.208.769	127.917	39.336	4.479
2020/2021	1.817.364	126.526	38.577	4.204
2019/2020	2.005.832	130.979	39.656	4.678
2018/2019	2.180.707	133.098	40.313	5.200
2017/2018	2.216.909	139.097	41.545	5.427

Quelle: www.dfb.de/verbandsstruktur/mitglieder/aktuelle-statistik/

Von der Idee zur Umsetzung: Fußball trifft Gesundheitssport

in der DFB-Statistik im Gegensatz zu den Senioren nicht separat geführt werden, für Fußball begeistert? Hat der Verband das große Potenzial des schlafenden Riesen Ü-Fußball eigentlich schon erkannt? Und müsste, wenn dies nicht der Fall sein sollte, nicht die Basis, also der einzelne Verein, eigenständig zukunftsfähige, den Bedürfnissen (immer älterer) Mitglieder gerecht werdende Konzepte entwickeln und umsetzen, um dauerhaft bestehen zu können? Und wenn ja, wie soll das auch noch auf ehrenamtlicher Basis geleistet werden?

Fragen über Fragen, deren Versuch der Beantwortung den Rahmen dieses Artikels sprengen würde. Doch in Kombination mit intensiven Internetrecherchen, Rückmeldungen aus der Vereinsszene, speziell des 1. FCN, und der Befragung fußballaffiner Kollegen konnte das Sponsoringteam der NÜRNBERGER Versicherung ableiten, wo Potenziale im Vereinsalltag bestehen und wie gerade die Zielgruppe der über 30-Jährigen wieder stärker in diesen involviert und damit zu mehr Bewegung motiviert werden kann. Die Idee von „Mein Gesundheits-Kick“ war geboren.

Bereits kurz vor dem Beginn der Coronapandemie tauschten sich der 1. FCN und die NÜRNBERGER intensiv aus und entwickelten ein Leitbild für die weitere Zusammenarbeit, das die Gemeinschaft und Mehrwerte für diese in den Mittelpunkt stellt. Im Zuge diverser Workshops wurden auch die Bewegungsangebote des 1. FCN für verschiedene Altersstufen genauer betrachtet. Es zeichnete sich ein ähnliches Bild wie beim DFB ab: Mannschaftssport für alle, dazu abwechslungsreiche Angebote, um speziell Kinder und Jugendliche an den Fußball und das Fanssein heranzuführen, jedoch mit Ausnahme der Abnehm-Aktion „XXL-Cluberer“ und einiger Lauf- und Yogatreffs wenige breiten-sportliche Angebote für Erwachsene und Senioren.

Der Ansatz der NÜRNBERGER Versicherung, einen lizenzierten Präventionskurs für die Altersgruppe der über 30-Jährigen zu entwickeln, die häufig aus familiären und zeitlichen Gründen oder aus Angst vor Verletzungen ihre Fußballschuhe an den Nagel hängen und den Vereinen als aktive Mitglieder verloren gehen, stieß beim 1. FCN auf reges Interesse. Basierend auf den von der Zentralen Prüfstelle Prävention erstellten Vorgaben

entwarfen die Sportwissenschaftlerinnen Dr. Natalie Schwägerl, Victoria Knorr-Held und das Medical Team des 1. FCN ein umfassendes Kurskonzept mit detaillierten Stundenverlaufsplänen. In den 10 Einheiten, die jeweils 90 Minuten umfassen, geht es darum, den Teilnehmenden dauerhaft Spaß an Bewegung zu vermitteln und sie über Gemeinschaftserlebnisse wieder an den Vereinssport heranzuführen.

Im Zentrum stehen die Komponenten Ausdauer und Kraft. Erfahrungen im Bereich Fußball sind keine Voraussetzung fürs Mitmachen. Denn passend zu den für Präventionskurse geltenden Richtlinien und mit Blick auf die Umsetzbarkeit zu Hause sind die Übungen so gewählt, dass sie kein Vorwissen erfordern und in der Regel ohne Partner sowie großen Material- und Platzbedarf durchführbar sind. Herzstück von „Mein Gesundheits-Kick“ ist das 150 Seiten umfassende, reich bebilderte Handbuch. In diesem werden zu Beginn theoretische Grundlagen vermittelt. Der Praxisteil beinhaltet detaillierte Beschreibungen sämtlicher im Kurs vorkommender Übungen. Am Ende sind ein Bewegungstagebuch und Hinweise zum Erstellen eines eigenen Trainingsplans integriert, damit die Teilnehmenden auch nach Kursende am Ball bleiben.

Verankerung: Ein Mosaikstein der Gesundheitspartner-Vision

„Mein Gesundheits-Kick“ ist das erste in Deutschland lizenzierte Präventionsprogramm für Fußballbegeisterte. Die abwechslungsreichen Übungen helfen allen, die etwas für ihren Körper tun und das nächste Fitnesslevel erreichen möchten. Ganz behutsam und ausgehend von ihrem individuellen Trainingsniveau. Der erste „Mein Gesundheits-Kick“-Kurs wird im Frühjahr 2023 auf dem Trainingsgelände des 1. FCN durchgeführt. Fußballvereine



jeder Größe sind aufgerufen, das Programm in ihr Angebot zu integrieren. Für zehn Pilotvereine stellt die NÜRNBERGER Versicherung ein umfangreiches Materialpaket zur Verfügung. Darüber hinaus erhalten sämtliche Kursanbieter für ihre Teilnehmenden gedruckte Handbücher und kostenfreie Aktivierungscodes für die Gesundheits-App Coach:N. Diese kommt im Verlauf des Kurses immer wieder zum Einsatz. Entweder um über virtuelle Challenges die Teilnehmenden zum Erreichen von Gemeinschaftszielen zu motivieren oder um mit über 3.000 Coachings aus den Bereichen Bewegung, Ernährung und Achtsamkeit für noch mehr Übungsvielfalt zu sorgen.

Weshalb bringt eine Versicherung persönliche und finanzielle Ressourcen auf, um einen Präventionskurs ins Leben zu rufen und zu begleiten? „Weil wir uns immer stärker in der Rolle des Gesundheitspart-



Der abwechslungsreiche Präventionskurs „Mein Gesundheits-Kick“ hat zum Ziel, Fitness und Lebensfreude der Teilnehmenden zu steigern.

ners unserer Versicherten sehen. Je länger die Menschen fit und gesund sind, desto besser ist das für uns als Risikoträger und für die Gesellschaft. Und wenn wir als langjähriger Fußballsponsor sehen, dass es eine Angebotslücke für eine attraktive Alters- und Zielgruppe gibt, dann werden wir aktiv“, erklärt Andreas Politycki, Vorstandsmitglied der NÜRNBERGER Versicherung. Also lebt das Unternehmen den Gedanken der Corporate Social Responsibility – indem es das Große und Ganze im Blick behält und im Rahmen seiner Möglichkeiten einen Beitrag zu einer etwas besseren Welt leistet. Nicht ganz uneigennützig, dafür aber mit viel Engagement, Leidenschaft und Freude.

Papier ist geduldig, hieß es zu Beginn dieses Artikels. Aber in diesem Fall war es nur ein erfreulich kurzer Schritt vom Konzeptpapier für „Mein Gesundheits-Kick“ zur Umsetzung in die Praxis.

KONTAKT FÜR KURSANBIETER/VEREINE

„Mein Gesundheits-Kick“ ist ein nach §20 SGB V zertifizierter Gesundheitskurs, der sich auf das Handlungsfeld Bewegung konzentriert. Kursleitende mit entsprechender Qualifikation, wie Sportwissenschaftler, Physiotherapeuten, Sport- und Gymnastiklehrer, können „Mein Gesundheits-Kick“ als Präventionskurs anbieten. Wird der Kurs bei der Zentralen Prüfstelle Prävention registriert, können sich Teilnehmende die Kursgebühr (anteilig) von ihrer Krankenkasse erstatten lassen.

Natürlich kann das Präventionsprogramm auch „einfach so“, d. h. ohne Registrierung, von Übungsleitern und Trainern in das Vereinsangebot integriert werden.

Ausführliche Stundenpläne, das Handbuch in digitaler Version und kostenfreie Coach:N-Aktivierungscodes stellt das Sponsoringteam der NÜRNBERGER Versicherung gerne zur Verfügung.



Interessenten schreiben eine E-Mail an sponsoring@nuernberger.de oder einfach QR-Code scannen und Anfrage absenden

Mein Gesundheits-Kick

Eine ganzheitliche Mini-Einheit für zwischendurch

Aufwärmen

Das Aufwärmen ist ein wichtiger Bestandteil jeder Trainingseinheit. Denn beim Aufwärmen werden der Bewegungsapparat und die Psyche optimal auf die kommende Belastung vorbereitet.

Bring deinen Körper auf Betriebstemperatur



Übung 1: Schattenboxen

2 Minuten Intervall

- Nimm einen aufrechten, hüftbreiten Stand ein und beuge die Knie leicht
- Balle deine Hände zu einer lockeren Faust und halte diese in etwa auf Höhe des Kinns
- Versuche, einen imaginären Gegner mit Luftschlägen zu treffen, bleibe in Bewegung und vergiss nicht, Schläge selber zu blocken und auszuweichen, um anschließend zu kontern
- Achte darauf, dass du deine Arme beim Schlag nie komplett durchstreckst und schnell wieder in die Ausgangshaltung zurückkehrst



Übung 2: Achterbahn

2 x 30 Sekunden in jede Richtung

- Nimm einen weiten Stand ein; das bedeutet, deine Füße stehen parallel und deutlich weiter als hüftbreit, Hüfte und Oberkörper sind nach vorne gerichtet
- Beuge den Oberkörper nach vorne und rolle einen Fußball in Form einer Acht um die Beine
- Vergiss den Richtungswechsel nicht
- Bei der zweiten Runde gibst du den Fußball auf Kniehöhe in Form einer Acht um die Beine
- Vergiss auch hier den Richtungswechsel nicht

Ausdauer

Als Alternative zum Joggen, Radfahren oder Schwimmen eignen sich ausdauerorientierte Übungen.



Übung 1: Bergsteiger

2 - 3 x 15 - 30 Wiederholungen

- Mobilisiere deine Hände, indem du sie 15 Sekunden in jede Richtung kreist
- Nimm die hohe Liegestützposition ein und achte darauf, dass sich deine Handgelenke direkt unter den Schultergelenken befinden. Deine Rumpf- und Gesäßmuskulatur sind angespannt.
- Ziehe nun abwechselnd das rechte und linke Knie nach vorne unter den Bauch
- Beginne langsam und steigere dein Tempo moderat; je schneller du die Bewegung ausführst, desto anstrengender wird es



Übung 2: „Mummy Kicks“

2 - 3 x 30 - 40 Sekunden

- Nimm einen aufrechten, hüftbreiten Stand ein
- Strecke die Arme auf Brusthöhe gerade nach vorne
- Überkreuze die ausgestreckten Arme abwechselnd vor dem Körper
- Bringe gleichzeitig abwechselnd ein Bein gestreckt nach vorne und halte den Fuß so, als wolltest du mit dem großen Zeh die Wassertemperatur im Schwimmbad testen

Kraft

Bei „Mein Gesundheits-Kick“ trainierst du vorwiegend mit dem Widerstand des eigenen Körpergewichts.



Übung 1: Flieger im Liegen

2 x 8 - 12 Wiederholungen

- Komme in Bauchlage und strecke die Beine aus
- Strecke die Arme aus, drehe die Handflächen zum Körper
- Spanne die Rumpfmuskulatur an und hebe Arme und Beine vom Boden ab
- Variante: Zur Steigerung hältst du einen Fußball zwischen den Händen, während du die Übung ausführst



Übung 2: Bauchpresse

2 x 10 - 12 Wiederholungen

- Komme in Rückenlage und stelle die Beine angewinkelt auf (der Oberschenkel-Unterschenkel-Winkel beträgt ca. 60 Grad)
- Spanne die Bauchmuskeln an und hebe Kopf und Schultern leicht vom Boden ab
- Zieh dich mithilfe der Bauchmuskulatur nach oben und kehre dann langsam und kontrolliert wieder in die Ausgangsstellung zurück

Cool-down

Dieser leitet das Ende deines Trainings ein und hilft dir, den Körper langsam wieder herunterzufahren und abzukühlen. **Fester Bestandteil zu Beginn sind 5 Minuten lockeres Auslaufen, auch gerne auf der Stelle.**

Weitere Varianten im Flyer



Übung 1: Entspannen mit der Faszien-Rollmassage

ca. 1 - 2 Minuten pro Region und Seite

- Nimm eine rückwärtige Stützposition ein und lege den Fußball unter eine Wade; das andere Bein stellst du zur Stabilisierung auf dem Boden auf
- Rolle gleichmäßig und langsam mit der Wade über den Ball
- Um den Druck zu erhöhen, kannst du das andere Bein immer wieder anheben oder auf dem zu massierenden Bein ablegen
- Vergiss den Seitenwechsel nicht
- Deine Oberschenkel-Rückseite und dein Gesäß ebenfalls aus dieser Position heraus ausrollen



Übung 2: Gedrehter Frosch

1 - 2 x 30 Sek./Seite

- Komme in den Vierfüßlerstand
- Strecke den linken Arm mit der Einatmung nach oben zur Decke und folge ihm mit deinem Blick
- Beim Ausatmen senkst du den Arm, führst ihn unter dem rechten Arm/der rechten Schulter durch und legst ihn gemeinsam mit dem Kopf am Boden ab
- Deine linke Schulter liegt nun auch am Boden
- Bleibe einige Atemzüge in dieser Position



Die neue Photovoltaikanlage wird installiert.

Ein Königreich für ...

... ein Pferd? Im 21. Jahrhundert sicher nicht. Heute hätte Richard III. sein Königreich im Theaterstück von Shakespeare wohl eher gegen ein vollständig geladenes Elektroauto getauscht. Aber genau beim Aufladen des Gefährts fangen die Probleme an. Denn Strom und auch andere Energieformen sind teuer und knapp.

Worin liegen die Ursachen? Zuallererst sicherlich darin, dass Deutschland arm ist an eigenen (fossilen) Rohstoffen. Rund 70 % des Energieverbrauchs wird durch Importe verschiedener Energieträger gedeckt. (Quelle Umweltbundesamt).

Energie sparen heißt die Devise

Bekanntermaßen geht also am Energiesparen bzw. am effizienten Umgang mit den wertvollen Ressourcen kein Weg vorbei. Dadurch lassen sich die Kosten reduzieren, eine gravierendere Knappheit hoffentlich abwenden – und etwas mehr Unabhängigkeit vom globalen Energiemarkt erreichen. Nicht zu vergessen der

positive Effekt aufs Klima: Ein bewusster Umgang mit den Energieressourcen verringert den CO₂-Ausstoß, wirkt dem Klimawandel entgegen und sorgt dafür, dass wir nicht mehr verbrauchen als unsere Erde überhaupt verkraften kann. (siehe auch Kasten Erdüberlastungstag).

Was macht die NÜRNBERGER?

Mit einer eigens gegründeten Task Force stemmt sich auch die NÜRNBERGER der Energiekrise entgegen: Das Team kümmert sich um die Planung und Umsetzung diverser Energiesparmaßnahmen. Dabei ist bei allem Ernst der Lage wichtig, nicht den Kopf zu verlieren und die Dinge trotz

allem mit einer gewissen Gelassenheit anzugehen. Das betont auch Matthias Klingert, Mitglied der Task Force und zuständig für das Technische Gebäudemanagement: „Sorgen müssen wir uns aktuell keine machen. Wir haben uns auf alle (bekannten) Eventualitäten gut vorbereitet und trotzen auch dieser Krise.“

Umgesetzte Energieeinsparmaßnahmen in 2022

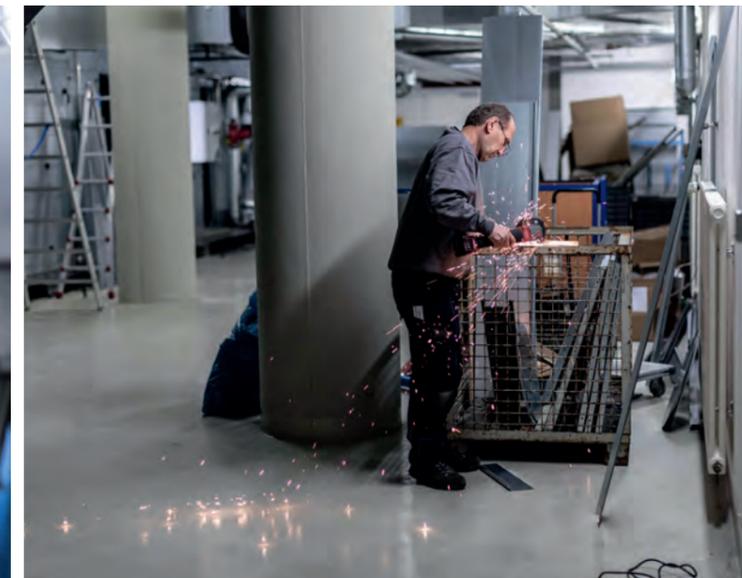
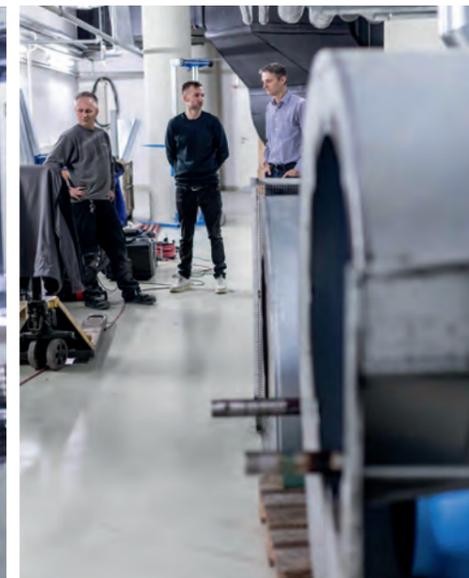
- Die Temperatur in Büroräumen und in speziellen Bereichen wurde neu geregelt: Tagsüber wurde dafür der Sollwert auf 18°C reduziert (Die Mitarbeiter können die Raumtemperatur individuell auf bis zu 21°C erhöhen)

- Das nächtliche Anstrahlen von Gebäuden der NÜRNBERGER (Leuchtreklame etc.) und Gebäudeteilen der GD wurde dauerhaft abgeschaltet – z.B. beim Tower, Helideck und der Innenhofbeleuchtung
- Glühlampen und Leuchtstoffröhren wurden und werden durch energieeffiziente LED-Lampen ersetzt sowohl im Innen- als auch im Außenbereich; z. B. Bürobeleuchtung Blockrand; Flurbeleuchtung Blockrand; Arkadenbeleuchtung außen etc.

Was ist in 2023 geplant?

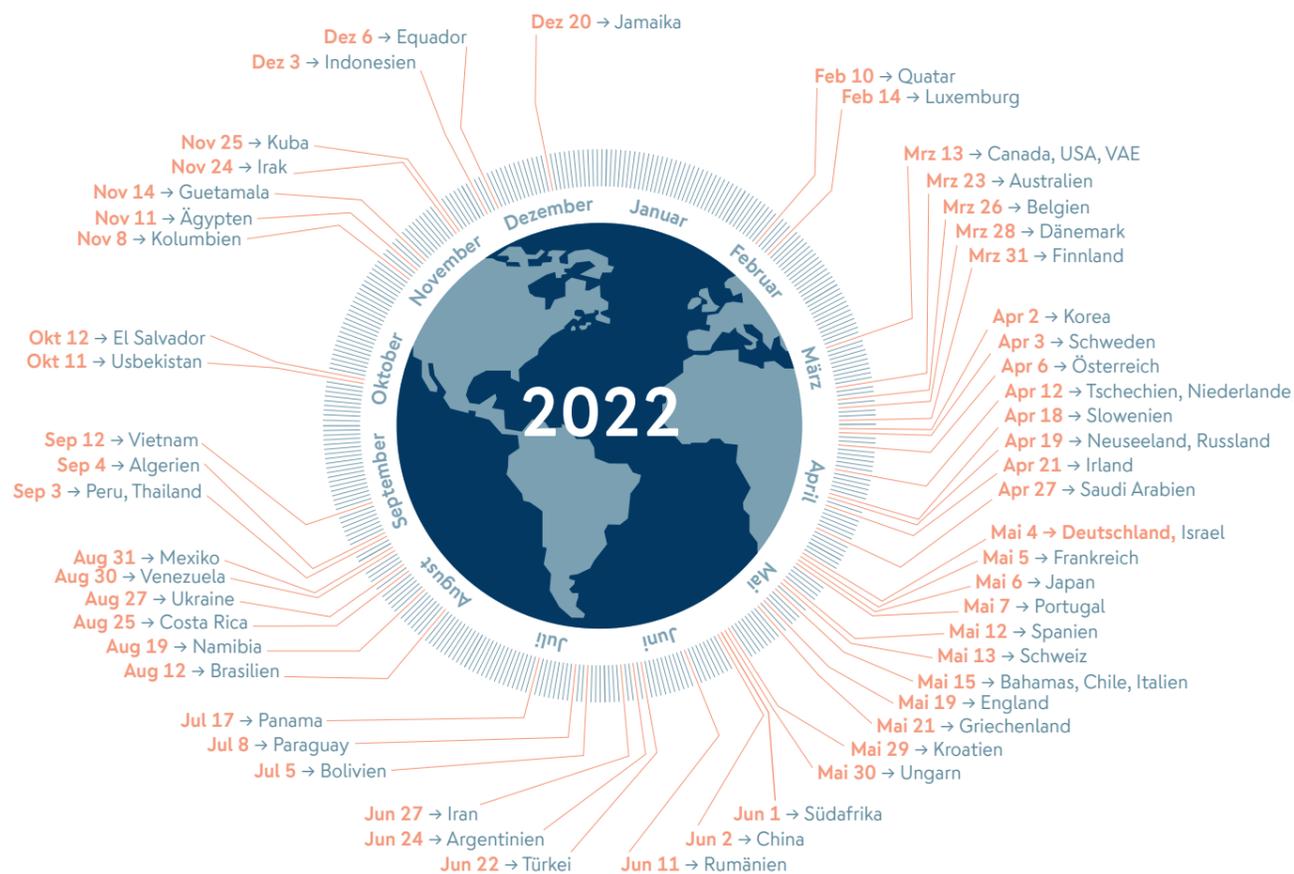
- Auf dem Dach der Generaldirektion wird eine Photovoltaikanlage mit insgesamt 1.116 Modulen installiert. Diese erzeugen pro Jahr bis zu 376.762 kWh/a.
- Die beiden großen Lüftungsanlagen im Business Tower werden energetisch saniert: Durch den Einsatz moderner und effizienterer Antriebe lassen sich je Anlage mindestens 10 % Strom pro Jahr einsparen.

Die energetische Sanierung der beiden Lüftungsanlagen ist ein großes Projekt. Aber es lohnt sich.



Was hat es mit dem Erdüberlastungstag auf sich?

Im Jahr 2022 fiel der Erdüberlastungstag (Earth Overshoot Day) auf den 28. Juli. Er kennzeichnet das Datum, an dem wir Menschen alle biologischen Ressourcen verbraucht haben, die die Erde im Laufe eines Jahres regeneriert (laut den Berechnungen des Global Footprint Network).



Und eigentlich ist es noch viel schlimmer: Würden die Ressourcen der Erde zu gleichen Anteilen auf alle Länder gemäß der Zahl ihrer Bewohnerinnen und Bewohner verteilt, hätte Deutschland seinen Anteil im Jahr 2022 bereits Anfang Mai aufgebraucht. Ab diesem Datum leben die Deutschen demnach auf Kosten anderer Länder bzw. auf

Kosten zukünftiger Generationen. Auf die globale Bevölkerung hochgerechnet, benötigen wir Deutschen für unseren Lebensstil die Landfläche von über 3 Erden. Mit vielfältigen Folgen für die Umwelt, wie unter anderem Klimawandel, Artensterben oder schrumpfende Wälder. (Quelle Umweltbundesamt)



3 einfache Tipps zum Energiesparen im Homeoffice

Klima schützen, Kosten senken, unabhängiger werden von Energieimporten – das sind gute Gründe, auch den Energieverbrauch im Homeoffice mal genauer unter die Lupe zu nehmen.

1 Tageslicht nutzen, indem man den Schreibtisch nahe eines Fensters positioniert (idealerweise im rechten Winkel zum Fenster). Falls es nicht ohne künstliches Licht geht, dann sollte man auf energieeffiziente Leuchtmittel achten.

2 Auf Stand-by verzichten und alle Geräte ausschalten. Ob Drucker, Laptop oder Modem: Wichtig ist, möglichst alle Geräte abends komplett vom Stromnetz zu trennen – am einfachsten über eine zentrale Steckerleiste. Übrigens: Wer zumindest teilweise mit dem kleineren Laptop arbeitet und auf den großen Bildschirm verzichtet, spart zusätzlich Energie – denn die kleinen Geräte sind energieeffizienter, um lange Akkulaufzeiten zu gewährleisten.

3 Den PC energieeffizient nutzen. Ein zu heller Bildschirm frisst unnötig Strom – denn es gilt: Je dunkler der Bildschirm, desto geringer der Energieverbrauch. Außerdem lässt sich viel Energie sparen, indem man regelmäßig alle nicht benötigten Programme und Anwendungen schließt und auch auf einen Bildschirmschoner verzichtet.

Machen Sie mit!

Lassen Sie es uns wissen. Schreiben Sie einfach einen Post dazu auf Ihrem Social-Media-Account und markieren Sie uns.

Reine Luft für ein reines Gewissen?

Die freiwillige CO₂-Kompensation durch Baumpflanzaktionen boomt. *Zu Recht?*

Wer einen Barfußschuh kauft, pflanzt automatisch einen Baum. Gleiches gilt für Käufer bestimmter Sorten von Toilettenpapier, Bierkästen, Versicherungen, Zahnpasta – selbst mit dem Kauf von Kondomen bekommt irgendwo auf der Welt ein kleiner Setzling seine Chance. Auch wer heutzutage immer noch in den Urlaub fliegen möchte, kann den hinterlassenen CO₂-Fußabdruck per Mausklick in eine Baumspende umwandeln und somit sein Umweltgewissen erleichtern.

Keine Frage, rund um das gestiegene Nachhaltigkeitsbewusstsein der Öffentlichkeit hat sich ein regelrechtes Baumpflanz-Business entwickelt. Schließlich kann Gutes-Tun so einfach sein. Doch ist es das tatsächlich? Wie leicht lässt sich die CO₂-Bilanz durch Aufforstung ausgleichen? Und wie sinnvoll sind all die Projekte, die verschiedenste Organisationen weltweit anbieten?

Wer sich mit dem Thema eingehender beschäftigt, kann schnell den Überblick verlieren. Experten-Interviews, Podcasts, Artikel – das Netz ist voll von überzeugenden Argumenten für eine wirksame CO₂-Kompensation durch gezielte Aufforstung. Gleichzeitig führen ebenso viele Biologen, Förster und andere Fachleute nachvollziehbare Argumente an, weshalb Baumpflanzaktionen eher bequemer Ausgleichshandel als nachhaltiger Klimaschutz sind.



Letztlich ist es wie so häufig: Es gibt kein Schwarz oder Weiß. Wer das Für und Wider von Baumpflanzaktionen als persönliche CO₂-Kompensation abwägt, trifft auf ein hoch komplexes und widersprüchliches Themenfeld.

Bäume schützen nicht nur das Klima

Die gute Nachricht ist: In einem Punkt sind sich alle einig: Wälder sind gut für das Klima. Mit ihrer Fotosynthese entziehen Bäume der Luft das klimaschädliche CO₂, das wir mit unseren Abgasen verursachen, und setzen dieses erst wieder frei, wenn sie verrotten oder verbrennen. Jährlich speichern sie so 6 % der globalen CO₂-Emissionen.

Außerdem sind Wälder unverzichtbar für den Erhalt der biologischen Vielfalt, indem sie den verschiedensten Pflanzen- und Tierarten Lebensraum bieten. Und nicht zuletzt erzielen sie einen kühlenden Effekt – in Zeiten der globalen Erwärmung ein ebenfalls unschätzbare Wert. Deshalb gilt es unbestritten, weltweit die Wälder zu schützen und zu pflegen. Und dort, wo es wirklich Sinn macht, auch aufzuforsten.

Ein paar Bäume machen noch keinen Wald

Genau hier liegt der Knackpunkt: Nicht immer ist freiwillige CO₂-Kompensation in Form von Aufforstung sinnvoll – und auch möglich. Sogenannte CO₂-Rechner rechnen zwar in Sekundenschnelle aus, wie viele Bäume es benötigt, den persönlichen CO₂-Abdruck auszugleichen. Aber wer denkt, das Problem damit kurzfristig gelöst zu haben, macht es sich zu einfach: Bäume zu pflanzen, ist eine langfristige Investition. Je jünger Bäume sind, desto

weniger Kohlenstoffdioxid können sie speichern. So vergehen mitunter bis zu 20 Jahre, bis eine aufgeforstete Fläche eine positive CO₂-Bilanz aufweisen kann. Vor- ausgesetzt, das neue Wäldchen hat in all der Zeit Trockenheit und Brände, Stürme oder Schädlingsbefall überstanden.

Aus Platz- und Kostengründen wird ein Großteil der Aufforstungsprojekte in südlicheren Gebieten der Erde wie Südamerika umgesetzt. Der Vorteil: Die klimatischen Bedingungen rund um den Äquator begünstigen ein schnelleres Wachstum. Die Nachteile: Häufig werden Monokulturen angelegt, die wiederum die einheimische Biodiversität gefährden. Auch könnten Aufforstungsflächen die illegale Waldrodung sogar fördern. Schließlich steigt deren ökonomischer Wert. Und mit ihm die Gefahr, dass genau diese Flächen immer wieder bepflanzt und gerodet werden – bevor die Klimaschutzwirkung sich überhaupt entfalten kann.

Emissionen vermeiden statt ausgleichen

Unter dem Strich leisten Wälder einen immensen Beitrag zum weltweiten Klimaschutz. Wer sich mit gutem Gewissen bei Baumpflanzprojekten engagieren möchte, sollte sich im Vorfeld gut über die jeweilige Organisation informieren und auch darüber, ob diese internationale Qualitätsstandards erfüllt. Aufforstung kann aber aus den oben genannten Gründen nur ein Teil der Lösung sein. Um den Klimawandel zu bremsen, müssen in erster Linie die bestehenden Wälder geschützt werden. Und wir alle sollten durch einen nachhaltigen und bewussten Lebensstil Emissionen vermeiden und verringern. Das ist auf jeden Fall sinnvoller als diese im Nachhinein aufwendig auszugleichen.

Bestehende Bäume schützen

– so einfach geht's

Den persönlichen CO₂-Abdruck zu verringern, kann ziemlich unübersichtlich erscheinen. Was kann ich denn konkret beitragen, heute, im Hier und Jetzt, fürs Klima, für die Bäume? Wir haben ein paar Ideen zusammengestellt, die Bäume schützen und damit unserem Klima dienen. Gutes-Tun kann also doch ganz einfach sein:

1 | Bäume pflegen

Bäume pflanzen ist eine Investition in die Zukunft. Die Wälder zu erhalten und zu schützen, die bereits unseren Sauerstoff produzieren und CO₂ binden, ist eine höchst wirksame Maßnahme. Abgesehen von global angelegten Initiativen zum Schutz des Regenwaldes kann man sich ganz konkret um die Bäume vor der Haustür kümmern: Erde auflockern, damit das Wasser besser an die Wurzeln dringt, Kräuter pflanzen für eine lockere Erde und Patenschaften für Stadtbäume übernehmen. Grundsätzlich gilt: Wer den Wald kennt, kann ihn besser schützen und weiß ihn schnell zu schätzen. Denn der Wald ist nicht nur gut fürs Klima, sondern auch für die Seele und die Gesundheit. Wer beim Waldspaziergang ein Tütchen zum Müllsammeln mitnimmt, kann der Natur gleich etwas zurückgeben.

Müllsammeln mit den Kids weckt Schatzsuchergefühle.



Eine Freude für die Umwelt, das Klima und das Auge: nachhaltige Geschenkverpackungen.



2 | Papier sparen

Deutschland ist Europas größter Papierproduzent. Das Holz dafür stammt selten aus heimischen Wäldern, es wird in Brasilien, Indonesien oder Skandinavien unter nicht immer nachvollziehbaren Bedingungen geschlagen und hat einen langen Weg zurückgelegt, bevor es blütenweiß in den Regalen auf uns wartet. Papier sparen bedeutet Ressourcen schonen und das ist im digitalen Zeitalter leichter geworden: Das papierlose Büro ist auf dem Vormarsch. Auch für zuhause gibt es mittlerweile genügend Apps, die den Einkaufszettel durch eine digitale Variante ersetzen. Genauso kann man auch mal zum Lappen greifen statt zur Küchenrolle, und beim Geschenkeeinpacken gibt es viele kreative wiederverwendbare Varianten. Die Stoffserviette hat schon vielen Generationen vor uns gute Dienste geleistet, der Umstieg auf Stofftaschentücher kann schon mal einen Gedanken wert sein.

3 | Recycling

Wir haben hierzulande ein hervorragend funktionierendes Recycling-System. Wir müssen es nur nutzen! Mit einer aufmerksamen Mülltrennung ist schon viel gewonnen. Man sollte also immer der recycelten Variante den Vorzug geben, sei es beim Toilettenpapier oder Schulheft, dem Kaffeebecher to go oder der Funktionsjacke. In Bezug auf den Schutz von Bäumen nutzen wir ebenso Recyclingpapier: Es kommt in der Regel aus Deutschland und verbraucht bei der Herstellung im Vergleich zur Frischfaser 60 % weniger Energie und 70 % weniger Wasser. Die Papierfaser ist zudem sehr langlebig. Eine Studie der TU Darmstadt deutet darauf hin, dass die Fasern sogar deutlich mehr als sieben Recyclingdurchläufe überleben. Das Gütesiegel Blauer Engel kann hier als Orientierung dienen. Es gibt mittlerweile auch Schreiner, die sich auf die Wiederaufbereitung alten Holzes für neue Möbel spezialisiert haben.

Fehlgedruckte als Schmierpapier: Um den Fehlgedruckten doch noch einen Sinn zu geben, einfach die Rückseite verwenden, um Ideen oder Gedanken festzuhalten.



4 | Verpackungen vermeiden

Es sind die kleinen Dinge, die zusammen eine große Wirkung haben. Auch wenn beim Einkauf die Wahl der Papier- statt Plastiktüte umweltfreundlicher scheint, die Produktion einer Papiertüte verschlingt mehr CO₂ als die Plastikvariante! Auf der anderen Seite ist die Papiertüte weniger schädlich für die Umwelt. Das heißt: Verpackungen in der Gemüseabteilung, am Kühlregal oder an der Kasse vermeiden und die Tragetasche aus Jute oder recyceltem Kunststoff selbst mitbringen. Wenn das nicht geht, die Tüten so oft nutzen wie möglich, 4 bis 5 Mal. Das gleiche gilt für den Onlinekauf: Kartons wiederverwenden, sonst recyceln – oder einfach mal wieder einen Stadtbummel machen und vor Ort einkaufen. Mit dem Fahrrad natürlich.



Nachhaltig und clever! Schon mal daran gedacht, dass man auch Geschenke in unseren Taschen verschicken kann? We like!

5 | E-Mails reduzieren

Ist E-Mail die klimafreundlichere Variante zum Brief? Nur bedingt! Eine normale E-Mail ohne Anhang verursacht bereits etwa zehn Gramm Kohlenstoffdioxid, welches der Klimabilanz einer Plastiktüte entspricht. Es wurde berechnet, dass ein Arbeitnehmer täglich durch E-Mailverkehr so viel CO₂ verursacht, als würde er eine 11 Kilometer lange Autofahrt zurücklegen. Besonders viel Energie schluckt das lange Speichern in elektronischen Postfächern. Was hilft: Newsletter abbestellen, Benachrichtigungen von Facebook & Co ausschalten und regelmäßig im Postfach aufräumen.



Elektronische Post verbraucht viel mehr Energie als gedacht.

Ja! Ein bunter Gemüseteller kann Regenwälder retten!



6 | Ernährung und Konsum

Weniger Fleisch und tierische Produkte zu essen bzw. zu kaufen, hat große Auswirkungen. Der Regenwald wird vor allem gerodet, um Platz zu schaffen für Weidflächen und den Anbau von Soja, das als Futtermittel dient. So regional und biologisch wie möglich einkaufen ist für alle, die nicht verzichten wollen, die bessere Lösung. Auch für Palmöl werden weltweit Wälder gerodet und stattdessen Ölpalmen-Plantagen angepflanzt. Man findet es in zahlreichen Lebensmitteln wie Margarine, Müsli, Schokolade, Schokoaufstrichen, Fertiggerichten und in Kosmetik. Bio-Produkte und Erzeugnisse mit zertifiziertem Palmöl gibt es.

7 | Gütesiegel

Die Nachfrage nach Produkten aus Holz ist in den letzten Jahren gestiegen. Beim Kauf sollte man darauf achten, dass sie mit einem Siegel gekennzeichnet sind. Auch für Möbel gibt es das Umweltzeichen Blauer Engel. Genauso kann das FSC-Siegel als erste Orientierung dienen, allerdings ist es nicht so streng wie der Blaue Engel.



Garantiert: Produkte mit dem Blauen Engel belasten die Umwelt weniger.



◀ Unser Kollege und Hobby-Imker Steffen Putz lässt seine Bienen gerne schwärmen, um ihrem Wesen gerecht zu werden.



▲ Erste üppige Pollen-Power im Frühling: Weidekätzchen sind eine feine Adresse, aber selten überall vorhanden.



▲ Die Renaturierung von Bergbaufolgelandschaften birgt auch für Wildbienen und andere Insekten neuen Lebensraum.

Wer kommt hier noch ins Schwärmen?

Blühende Obstbäume, große Blumenkelche gefüllt mit Pollen und Nektar, Bienenwachs, goldener Honig: So ein Bienenleben hört sich nahezu perfekt an. Doch machen wir den fleißigen Co-Produzenten von Früchten und Gemüse das Leben schwer, zerstören ihre Lebensräume und treiben dabei den Verlust von Biodiversität voran. Lässt sich diese Entwicklung umkehren?

Ein sonores Brummen liegt in der Luft, wenn sich die ersten Frühblüher in der Natur zeigen. Süß duftend locken die Blüten der Weidekätzchen Bienen an. Sie finden hier einen reichlich gedeckten Tisch, um sich für das große Arbeits- und Flugpensum der nächsten Monate zu stärken – und natürlich für die Aufzucht ihres Nachwuchses.

Verzerrtes Bild

Und genau da beginnt der Interessenkonflikt zwischen Biene und Mensch. Denn Nahrung und Lebensräume sind eben nicht immer und überall geboten. Schon gar nicht in Zeiten des Klimawandels, in denen Monokulturen die Landschaft prägen, Pestizide eingesetzt werden, die Vielfalt der Pflanzen immer weiter zurückgeht und sterile,

pfllegeleichte Gärten mit kunstvoll angelegten Steinwüsten angesagt sind. Flurbereinigungen in der Vergangenheit taten ihr Übriges, dass Waldstücke und Bachränder beseitigt wurden. Es muss die Frage gestellt werden, wie das ökologische System ohne die Mitwirkung von Bienen und Insekten aufrechterhalten werden soll. Schließlich sind sie an mehreren Stellen in der Nahrungskette für Mensch und Tier relevant. Der Einsatz von Roboter-Insekten ist längst keine Science Fiction mehr, sondern wird bereits in der Forschung erprobt. Aber muss es wirklich so weit kommen?

Während sich Honigbienen der Fürsorge von Imkern sicher sein können, sind die Wildbienen – zu denen auch die Hummeln zählen – auf sich gestellt. Gerade sie versinnbildlichen die Artenvielfalt.



Efeu-Blüten sind ab Ende August vor allem der „Arbeitsort“ von Efeu-Seidenbienen. Aber auch andere Artgenossen können hier noch Nektar tanken.

Wenn Frühlingsboten, Sommer- und Herbstblüten um uns herum ihre Farbenpracht entfalten, ist für die Bestäuber Hochkonjunktur. Dabei leisten vor allem die oft unscheinbaren kleinen Verwandten der Honigbiene extrem hochwertige Arbeit. Seite an Seite mit ihren Artverwandten bzw. anderen Insekten. Sie fliegen zahlreiche Kultur- und Wildpflanzen an und bestäuben sie. Immerhin sind etwa 80 % aller Nutzpflanzen – eben auch unsere Obst- und Gemüsepflanzen – von der Bestäubung abhängig. Ohne Bestäubungsarbeit dieser fleißigen, unbezahlten Landwirtschaftshelfer würde die jährliche Ernte viel geringer ausfallen.

Wilde in Gefahr

Sie tragen Namen wie Hosenbiene, Schneckenhaus-Mauerbiene, Keulhornbiene, Fuchsrote Sandbiene oder Bunte Blattschneiderbiene. Wildbienen unterscheiden sich nicht nur in ihrem Aussehen, sondern auch in ihren Lebensformen: Neben nur 2 bis 3 mm großen Arten erreichen etwa Hummelköniginnen Größen von über 2 cm, die Blauschwarze Holzbiene gar 3 cm. Manche Wildbienen schmücken sich mit einem flaumigen Pelz, andere ahmen Fliegen bzw. Wespen nach oder sind auffällig gefärbt. Erstaunlich ist auch ihre Anpassungsfähigkeit an örtliche Gegebenheiten (mehr auf Seite 59).

Sie leben im Gegensatz zu den Honigbienen nicht in Staaten, sondern solitär – und zwar im sandigen oder lehmigen Boden, in Stängeln, Totholz oder Mauerritzen. Neben den Honigbienen gibt es in Deutschland über 550 verschiedene Bienenarten, davon stehen rund 50 % auf der Roten Liste. Nun könnte man annehmen, dass das trotzdem noch eine hohe Vielfalt an Arten darstellt. Doch gerade weil sich unter den Wildbienen auch viele auf bestimmte Blüten und Pflanzen spezialisiert haben, kommt es zu Versorgungslücken.

Vor diesem Hintergrund ist auch eine Zahl aussagekräftig, die auf der Biodiversitätskonferenz 2022 in Montreal fiel: Demnach habe sich die **Biomasse der Insekten in den letzten 30 Jahren um 76 % reduziert!**

Darauf fliegt die Bee Family

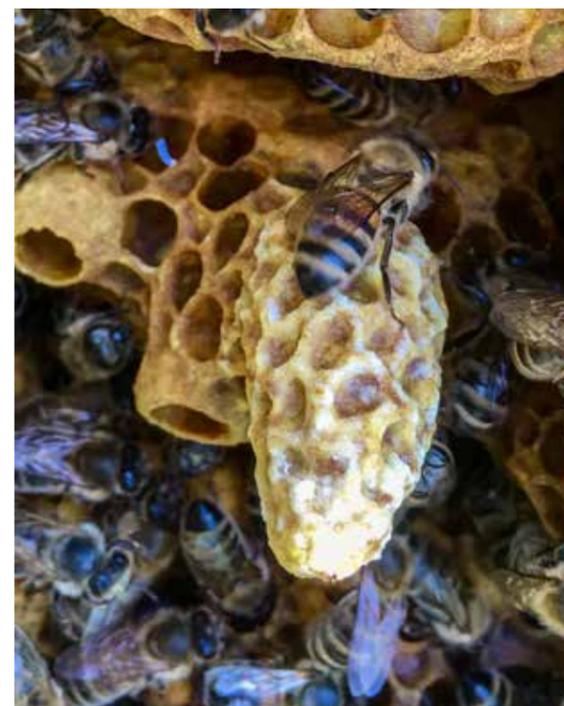
Offene, unbewachsene Bodenflächen, Steilwände sowie Hänge und Böschungen – das alles sind Strukturen, die das Überleben der Arten sichern, Nistplätze bieten und die Nahrungssuche einfacher machen. Es wäre alleine schon hilfreich, urbane Brachflächen weiter sich selbst zu überlassen, Verkehrsinseln oder Dächer zu begrünen und so wichtige Rückzugsgebiete zu schaffen. Selbst auf den Flachdächern der NÜRNBERGER wiegen sich verschiedene Gräser und lassen sich im Sommer Bienen beobachten, die wild blühende Kräuter anfliegen. Wo man die Natur lässt, erobert sie sich Stück für Stück Territorium zurück – manchmal auch unter scheinbar widrigsten Bedingungen.

Das lässt sich insbesondere in sogenannten Bergbaufolgelandschaften beobachten. Dort, wo sich Jahrzehnte die Maschinen des Tagebaus in Boden und Gestein gefressen haben, blieben wahre Mondlandschaften zurück. Ohne Zutun des Menschen sind heute auf großen, vermeintlich kargen Gebieten vereinzelt Gräser und Pflanzen zurückgekehrt. Und wenn man genauer hinsieht, auch noch mehr: In Mitteldeutschland (Lausitz) haben Experten sogar rund 260 Wildbienen entdeckt, die sich hier angesiedelt haben. Ein neuer Lebensraum, der für die Biodiversität weit verzweigte Chancen bietet – bis hin zur Entstehung eines Waldes mit interessanter Flora und Fauna.

First-Class-Insektenparadiese

Es geht aber auch einige Nummern kleiner in unserem eigenen Mikrokosmos: auf Balkonen, Terrassen oder im Garten. Tatsächlich sind es auch hier die einfachen Dinge, die Großes bewirken. So kann der schönste Blüentraum vollkommen nutzlos für Insekten sein, wenn diese dort keine Pollen bzw. Nektar finden, z. B. bei gefüllten Blüten oder Geranien. Aber dafür lässt sich ein bienenfreundlicher Ausgleich schaffen: Kräuter wie z. B. Thymian oder Schnittlauch blühen lassen, statt abzuschneiden – und sie werden umschwärmt. Auch der genügsame, sonnenverliebte und trockenheitsverträgliche Oregano lockt je nach Sorte mit rosa, lila oder weißen Blüten von Juni bis Oktober Bienen und Schmetterlinge an. Zu den Unwiderstehlichen gehören auch Disteln oder gar der Efeu, der mit seinem üppigen Wuchs so manchen Hobbygärtner zur Verzweiflung bringt. Auch hier hat die Natur ein besonderes Spektakel vorgesehen.

Denn während die Bestände vieler anderer Wildbienenarten in den letzten Jahrzehnten zurückgegangen sind, scheint die Efeu-Seidenbiene dieser Entwicklung zu trotzen. Sie ist die am spätesten fliegende Wildbienenart. Ihren großen Auftritt hat sie ab Ende August oft bis Ende Oktober. Dann schwelgt sie im Pollenrausch der Efeu-Blüten. So hat also auch dieses in Gärten oft nicht gern gesehene Gewächs einen enormen Nutzen.



Wesensgemäße Imkerei

In letzter Zeit hat die Hobby-Imkerei stark an Popularität zugenommen und in Städten sieht man immer häufiger auf den Dächern von Gewerbeimmobilien Bienenstöcke stehen. Auch unser Kollege Steffen Putz ist seit Jahren Hobby-Imker. Er schwört auf die sogenannte wesensgemäße Imkerei. Dabei geht es weniger um den Honigertrag als um einen respektvollen Umgang mit dem Wesen „Biene“ bzw. dem Bienenvolk. Hier dürfen Bienen z. B. schwärmen und frei ihre eigenen Waben bauen. Denn es entspricht dem Wesen der Biene, sich in Schwärmen fortzupflanzen. Ferner wird auf die künstliche Bienenköniginnenzucht verzichtet und stattdessen auf die natürliche Begattung gesetzt. Dennoch ist die wesensgerechte Imkerei nicht darauf ausgerichtet, dass die Bienen sich selbst überlassen werden. Denn Hobby-Imkerei bedeutet ebenso wie die professionelle Imkerei, Verantwortung für die Bienen zu übernehmen.



Das Begrünen von Dächern leistet gerade im urbanen Umfeld einen wichtigen Beitrag, um Insekten mehr Raum, Schutz und Nahrung zu bieten.

Eine globale Aufgabe

Alle können einen Beitrag leisten, um den auch für Menschen wichtigen Schutz der Arten voranzutreiben und das gesamte Ökosystem zu stabilisieren. Was bei Klimawandel und Naturzerstörung anfängt, geht beim Artensterben weiter. Nichts davon lässt sich isoliert betrachten. Wie sehr sich hier eines zum anderen fügt, war auch ursächlich für das Montrealer Abkommen. Demzufolge haben sich damit im Dezember 2022 rund 200 Teilnehmerländer der Konferenz darauf geeinigt, 30 % ihrer Landes- und jeweils zugehörigen Meeresfläche bis 2030 unter Schutz zu stellen. Dabei steht im Vordergrund, vorhandene Lebensräume zu schützen und bereits geschädigte wiederherzustellen. Außerdem soll der Einsatz von Pestiziden im gleichen Zeitraum halbiert werden. Doch der Weg zurück zur Natur ist ein langer, auf dem es nur eine Richtung geben kann: vorwärts.



Mission Grün: Bauanleitung für Insektenhotels

Ein warmes Plätzchen auf einem Balkon oder einer Terrasse reicht für ein kleines Insektenhotel aus. Friedliche Wildbienen und andere nützliche Insekten finden dort ihr Zuhause. Wie man es selbst ganz einfach bauen kann, zeigen wir hier.

Ein tolles Projekt auch für Kinder



So geht's

- 1 Nehmen Sie die Dose und säubern Sie sie mit Wasser. Bitte hier kein Spülmittel verwenden, da sich sonst die Insekten ggf. später nicht mehr ansiedeln.
- 2 Nachdem die Dose trocken ist, sollten Sie den scharfen Rand mit einer Zange nach innen biegen, um zu vermeiden, dass sich jemand schneidet. Alternativ dazu kann man die scharfe Kante mit Schleifpapier glätten.
- 3 Gerne könne Sie das Haus jetzt von außen verzieren. Hier raten wir zu natürlichen Materialien. Denn chemische Lacke und Klebstoffe stoßen die Insekten ab. Auch die Füllung muss dringend unbehandelt und naturbelassen bleiben.
- 4 Bereiten Sie jetzt die Bambusröhrchen oder Pflanzstängel vor. Schneiden Sie sie auf die Tiefe der Dose zurecht. Die Löcher sollten beim Schneiden nicht splintern, wenn doch, dann einfach noch einmal nachschleifen, damit keine Kanten oder Spitzen die Insekten verletzen können. Jetzt schichten Sie Ihr Füllmaterial möglichst eng in die Dose, so dass nichts mehr herausfällt, wenn Sie sie auf den Kopf stellen.
- 5 Jetzt befestigen Sie den Draht an der Dose, so dass oben eine kleine Schlaufe entsteht. Suchen Sie sich einen geeigneten Standort und hängen Sie die Dose wie rechts unter „Standort“ beschrieben auf. Achten Sie bitte darauf, dass die Dose bei Wind nicht extrem schaukelt.

Werkzeug

- Säge oder eine scharfe Gartenschere
- Nägel und Hammer für die Löcher
- Schleifpapier

Materialien

- leere und saubere Konservendosen mit einer Mindestlänge von 10 cm
- Füllmaterialien: Nist- oder Bambusröhrchen, Schilfhalm, Stängel von Obststräuchern (Himbeere, Holunder etc.)
- Bindfaden
- Watte oder Baumwolle

Standort

- Der Standort sollte möglichst sonnig sein – am besten nach Süden ausgerichtet.
- Die Dose so anbringen, dass der Wind sie nicht zu Fall bringen kann.
- Die Dose leicht geneigt aufhängen, damit Feuchtigkeit abfließen kann.
- Die Dose in einer Höhe von mindestens 80 cm anbringen.
- Der Standort sollte am besten umgeben sein von Pflanzen, Blumen.

Exkurs

Welche Bienen welche Lochdurchmesser zum Ansiedeln gernhaben:

- Maskenbienen: 2,5 bis 4 mm
- Löcherbienen: 3 bis 3,5 mm
- Scherenbienen: 3 bis 5 mm
- Stahlblaue Mauerbiene: 4 bis 5 mm
- Rote Mauerbiene: 5 bis 7 mm
- Gehörnte Mauerbiene: 6 bis 10 mm
- Wespen: 2,5 bis 4 mm



Falls Sie keine Nist- oder Bambusröhrchen haben, können Sie hier welche bestellen. Einfach QR-Code scannen.

und die kleine Bienenkunde

Ihre Namen sind oft speziell. Auch bei der Nahrung sind einige Wildbienen sehr eigen: Die einen sind hoch spezialisiert auf bestimmte Pflanzen (oligolektische Arten), die anderen weniger (polylektisch). So findet die Dunkelfransige Hosenbiene Gefallen an Kratzdisteln, die Geißklee-Sandbiene ist auf Geißklee angewiesen.

Bunte Blattschneiderbiene

lat.: *Megachile versicolor*

Eine der farbenfrohesten unter den Wildbienen und weit verbreitet. Sie fliegt von Mai bis September und baut ihr Nest mit Blattstücken. Beim Nistplatz zeigt die kleine Biene Vorlieben für Waldränder, Magerrasen sowie Gartenanlagen und geeignete Nisthilfen. Vor allem markhaltige Pflanzenstängel von Königskerzen, Holunder und Brombeeren kommen ihr gelegen. Felsspalten oder offene Fugen von Trockenmauern tun es aber auch.



Blaue Holzbiene

lat.: *Xylocopa violacea*

Metallisch-blauschwarz schimmernd ähnelt sie mit ihrer Statur von bis zu 28 mm der Hummel. Ab Ende Mai nistet sie in selbstgenagten Gängen in Totholz, Stängeln oder großen Baumpilzen. Im Gegensatz zu anderen Wildbienen ist die Holzbiene ist nicht auf bestimmte Pflanzen spezialisiert. Jedoch scheint sie Blüten des Blauregens und Lupinen sehr zu mögen. Grundsätzlich fliegt sie auf Korb-, Lippen- und Schmetterlingsblütler.



Fuchsrote Sandbiene

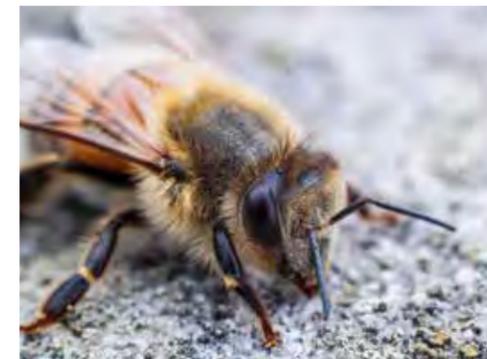
lat.: *Andrena fulva*

Sie trägt einen leuchtenden fuchsroten Pelz (nur die Weibchen). Meist ist sie schon ab März in lichten Wäldern, Gärten und Parks zu sehen. Als Nistplatz gräbt sie eine zentimetertiefe Röhre besonders gern in halbschattige oder besonnte Böden, wo sie oft Kuckucksbienen „untergeschoben“ bekommt. Sie liebt z. B. Nektar und Pollen von Ahorn, Berberitze, Weißdorn, Johannisbeersträuchern oder Kreuzblütlern wie Raps und Weiden.

Gehörnte Mauerbiene

lat.: *Osmia cornuta*

Ihr Name sagt es schon: Sie findet sich bereits ab Mitte März häufig in Siedlungsbereichen – auch von Großstädten. Das Weibchen besitzt zusätzlich zu den Fühlern versteckte Hörnchen. Zum Nisten wählt sie vor allem Hauswände, sonnige Lehm- und Steilwände, Mauer Ritzen, Löcher im Wandverputz, Bambusröhrchen (Ø ca. 8 mm). Als Baumaterial nutzt sie feuchten Lehm. Bei der Pollensuche hat sie ein Faible für Rosengewächse.



Etwa ein Drittel aller Wildbienen sind Spezialisten

Impressum

Herausgeber

NÜRNBERGER Beteiligungs-AG
Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg
E-Mail: presse@nuernberger.de

Chefredaktion

Franziska Lexa

Projektkoordination

Tanja Pappert

Artdirection

Julia Dresel

Bildredaktion/Illustration

Julia Dresel, Christine Kähl, Konstanze Sterzel,
Marina Woollen und Kollegen

Autoren

Susanne Bartzack, Christine Kaiser, Franziska Lexa,
Alexandra Lill, Ivonne Löblein, Martina Mergenthaler,
Manuela Oertel, Silke Runkel, Matthias Schenk,
Dr. Natalie Schwägerl, Ulrich Zeidner

Lektorat

größel KOMMUNIKATION,
Bettina Sandmann
www.graessel-kommunikation.de

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind für die Dauer des Urheberrechts geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Personen- und Funktionsbezeichnungen stehen für alle Geschlechter gleichermaßen.

Bildnachweis

S. 1 EMILI_VISION/E+/Getty Images ; **S. 6** Nick Rains/Corbis Documentary/Getty Images; Oscar Wong/Moment/Getty Images ; **S. 7** Joern Siegroth/Moment/Getty Images ; **S. 8** Gottfried Baer: Gottfried Baer; Niklas Krämer: Niklas Krämer, WertWende; Stephan Busch: Thomas Schlorke Dresden ; **S. 9** Matthias Franke: Die Hoffotografen Fotostudio Berlin – Business Fotos; Andreas Maul: Imke Folkerts Fotografin in Oldenburg; Tom Wonneberger: Thomas Schlorke Dresden; David Klevesahl: Studioline Fotostudio in Hamburg ; **S. 10** Ahmed Areef/EyeEm/Getty Images; Gerolamo Auricchio/EyeEm/Getty Images; NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 11** magesBazaar/Photodisc/Getty Images; NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 14** David Wall/Moment/Getty Images; Leonidas Santana/iStock/Getty Images Plus/Getty Images ; **S. 15–19** NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 20** Hinterhaus Productions/DigitalVision/Getty Images; Jasmin Merdan/Moment/Getty Images ; **S. 20/21** NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 22/23** NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 24** Aleksandr Zubkov/Moment/Getty Images; Maria Korneeva/Moment/Getty Images ; **S. 24/25/26/29** NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 30** Illustrationen von Birgit Osten ; **S. 31** Berny Meyer; NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 33** Steffen Kirschner/viaframe ; **S. 44** Steffen Kirschner/viaframe ; **S. 35** Steffen Kirschner/viaframe; Bundesverband Kinderhospiz e.V.; NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 36** Bundesverband Kinderhospiz e.V.; MarianVejcik/iStock/Getty Images Plus/Getty Images; NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 37** HC Erlangen/Sportfoto Zink; NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 38–48** NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 49** Tatiana Buzmakova/iStock/Getty Images Plus/Getty Images ; **S. 50** SolStock/E+/Getty Images ; **S. 51** EMILI_VISION/E+/Getty Images ; **S. 52** Halfpoint/iStock/Getty Images Plus/Getty Images; VICUSCHKA/Moment/Getty Images; NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 52/53** Nisian Hughes/DigitalVision/Getty Images ; **S. 53** Erik Isakson/DigitalVision/Getty Images; karandaev/iStock/Getty Images Plus/Getty Images; NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 54** Steffen Putz ; **S. 55** Ulrike Leone/iStock/Getty Images Plus/Getty Images; photography by Ulrich Hollmann/Moment/Getty Images; NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 56** Yusuf Ismail/iStock/Getty Images Plus/Getty Images ; **S. 57** Steffen Putz; NÜRNBERGER Versicherung ; **S. 58** hsvrs/iStock/Getty Images Plus/Getty Images; Emilija Manevska/Moment/Getty Images ; **S. 59** Noviceshooter98 Photography/Moment/Getty Images; grafxart8888/iStock/Getty Images Plus/Getty Images; Jivko Nakev/500px/Getty Images; D-Steinmeyer/iStock/Getty Images Plus/Getty Images; NÜRNBERGER Versicherung



NÜRNBERGER
VERSICHERUNG

www.nuernberger.de/verantwortung

NÜRNBERGER Beteiligungs-AG, Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg

X552_202303 M