

WIRKUNGSRATING NACHHALTIGKEIT

Ergebnisbericht

Unternehmen:	Hallesche Krankenversicherung a. G.
Gegenstandsbereich:	Positionierung als Gesundheitspartner
Prüfung:	03/2025

Bewertungsgrundlagen

Branche:	Private Krankenversicherung
Produktgruppe:	Übergreifend
Unternehmensgröße:	Groß
Berichtspflicht:	Ja
Sorgfaltspflichten Lieferkette:	Ja
Taxonomieverordnung:	Ja
Offenlegungsverordnung:	Nein
Finanzmarktrichtlinie:	Nein
Prüfschema:	Basierend auf anerkannten internationalen Referenzwerken der Nachhaltigkeit in Zusammenarbeit mit der Universität Bayreuth; weitere Informationen zum Wirkungsrating und dem Prüf- und Bewertungssystem sind unter www.concern-rating.de veröffentlicht

1 Gesamtergebnis

Der Anbieter erzielt in der Positionierung als kundenzentrierter Gesundheitsdienstleister folgende Gesamtpunkte und Testergebnisse (max. 100 Punkte möglich):



Das Gesamtergebnis ergibt sich aus dem Durchschnitt der folgenden Kriterien:

Kriterium	Bewertung	Veränderung
Nachhaltigkeitskompetenz	ausgezeichnet	+7,6
Kundenorientierte Prozesse	sehr gut	+0,9
Nachhaltige Leistungen	ausgezeichnet	+5,0
Messung der Wirkung	sehr gut	+4,5
Erzielung von Reichweite	sehr gut	+ 0,8

■ 2025 ■ 2023

Sorgfaltsprüfung	Ergebnis
Das DNSH-Prinzip steht dafür, nicht nur im eigenen Kerngeschäft nachhaltig zu sein, sondern auch in anderen Bereichen keine negative Auswirkungen auf ESG-Themen zu verursachen. Deshalb werden Informationen aus Datenbanken und Veröffentlichungen geprüft, die Hinweise auf Verstöße gegen Mindeststandards oder Nachhaltigkeitskriterien geben	Keine Auffälligkeiten

2 Stärkenprofil und Weiterentwicklung

Folgende Stärken und Empfehlungen für die Weiterentwicklung wurden im Rahmen der Datenprüfung und -analyse festgestellt:

Kriterium	Stärken	Empfehlungen
1. Nachhaltigkeitskompetenz	<ul style="list-style-type: none">• Nachhaltigkeit normativ und strategisch stark verankert• Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur etabliert unter breiter Beteiligung der Mitarbeitenden• Vorreiterposition bei der Berücksichtigung von Nachhaltigkeit in der Produktentwicklung (Handprint)• Umfassende Messung von Nachhaltigkeitsindikatoren• Nachhaltigkeitskriterien im Anreizsystem• Breite Verankerung von Nachhaltigkeit in den Verantwortungs- und Organisationsstrukturen	<ul style="list-style-type: none">• Kontinuierlicher Verbesserungsprozess
2. Kundenorientierte Prozesse	<ul style="list-style-type: none">• Konsequenter aus Kundenperspektive entwickelte Produkt- und Dienstleistungslösungen• Strategische und operative Verankerung der Positionierung Gesundheitspartner und damit als Gesundheitsdienstleister für die Kund:innen• Hohe Flexibilität der Leistungen und in der Leistungserbringung, um Veränderungen der Lebenssituation von Kund:innen gerecht zu werden• Auf langfristigen Erhalt und Bezahlbarkeit des Versicherungsschutzes ausgerichtete Geschäftspolitik• Systematische Berücksichtigung von Nachhaltigkeit in der Anlage von Kundengeldern• Längerfristige Erfahrung im Engagement als Kapitalanleger (Active Ownership)• Kundenorientierte Informationen über Kapitalanlagepolitik	<ul style="list-style-type: none">• Kontinuierlicher Verbesserungsprozess• Noch systematischere Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in der Produktentwicklung• Transparenz über die Nachhaltigkeit der Geldanlagen (z.B. Art. 8 und 9 entsprechend der SFDR)
3. Nachhaltige Leistungen		

Kriterium	Stärken	Empfehlungen
	<ul style="list-style-type: none"> • Konsequente und kundenorientierte Digitalisierung mit dem Ziel kunden- und klimafreundlicher Prozesse • Sicherstellung der (digitalen) Teilhabe durch aktive Unterstützung der Kunden • Bewertung von Risiken des Klimawandels und Bereitstellung von Informationen für Kund:innen • Umfassende Förderung von Prävention und Vorsorge durch ärztliche Services und Beratung zu präventiven Maßnahmen • Weitere umfassende Bereitstellung von Produktlösungen und Services, die auf unterschiedliche soziale Nachhaltigkeitsthemen einzahlen für Privat- und Firmenkunden (z.B. Diversität, Vereinbarkeit von Beruf- und Privatleben, Sozialschutz) • Interessen der Kund:innen über Rechtsform, Prozesse, Methoden und Messungen stark verankert 	<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuierlicher Verbesserungsprozess • Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel als Aspekte von Produkten und Services weiterentwickeln • Anreize für Vorsorge weiter ausbauen

4. Messung von Wirkung

<ul style="list-style-type: none"> • Umfassende Daten zum Thema Klimaschutz zur Erreichung des Ziels der THG-Neutralität • Zunehmende Messung und Bereitstellung von Daten für Firmenkunden im Bereich der bKV (z.B. Nutzung und Wirkung genutzter Leistungen) • Daten zur Wirkung und Wirksamkeit von Gesundheitsservices die zur laufenden Weiterentwicklung der Programme genutzt werden • Umfassende Daten zu Rückmeldungen von Kund:innen, die systematisch zur Verbesserung von Leistungen genutzt werden 	<ul style="list-style-type: none"> • Wirkungsdaten strukturieren und gezielt für die Steuerung nutzen • THG-Daten in Kundenprozessen nutzen, um zum Ziel der THG-Neutralität beizutragen
---	--

5. Erzielung von Reichweite

<ul style="list-style-type: none"> • Verbindlichkeit und Konsequenz in der Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen bis zur Verankerung in der Unternehmenskultur • Maßnahmen zur Sensibilisierung, Schulung und Beteiligung von Mitarbeitenden • Informationen und Unterstützung von Geschäftspartner:innen (insb. Vermittler:innen) 	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenz- und Verbindlichkeit der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen und -fortschritten • Daten über Nutzung, Beteiligung und Zufriedenheit mit Aktivitäten
--	---

Kriterium	Stärken	Empfehlungen
	<p>den Nachhaltigkeitsbeitrag der Produkte und Services Kund:innen vermitteln zu können</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entsprechende Informationen für Kund:innen insb. Unterstützung von Firmenkunden resp. Arbeitgebern, soziale Verantwortung zu gestalten und darüber zu berichten • Vermeidung von Ungleichbehandlung von Bestands- und Neukunden in vergleichbaren Tarifen 	<p>zur Umsetzung der Positionierung nachhaltiger Gesundheitspartner</p>

CONCERN GmbH

Gertrudenstraße 30-36

50667 Köln

www.concern.de