



Volker Bohn

Versicherungs- vertrieb und Nachhaltigkeit

Die Quadratur des Kreises oder
eine echte Chance?

Köln, 11. März 2026



Die Stuttgarter
Der Vorsorge-Versicherer

Blickwinkel

1. Die Vielfalt der Erwartungen
2. Eine Bestandsaufnahme
3. Bedeutende Handlungsfelder
4. Bewertung und Ausblick

Die Vielfalt der Erwartungen



Die Erwartung des Regulators

„Versicherer können sich als **Risikoträger, Risikomanager und Investoren** nachhaltig verhalten – und das sollten sie auch tun.“

Die Kundenerwartung an die Beratung

43%

der Kunden erwarten eine Integration von
Nachhaltigkeit in die Beratung

Quelle: YouGov im Auftrag von Die Stuttgarter, Mai 2025

Die Kundenerwartung an die Beratung

47%

der Kunden ist die Aufklärung über den Einfluss des Investments auf die Transformation der Wirtschaft eher wichtig bis sehr wichtig

Mehr als jeder 2. Kunde

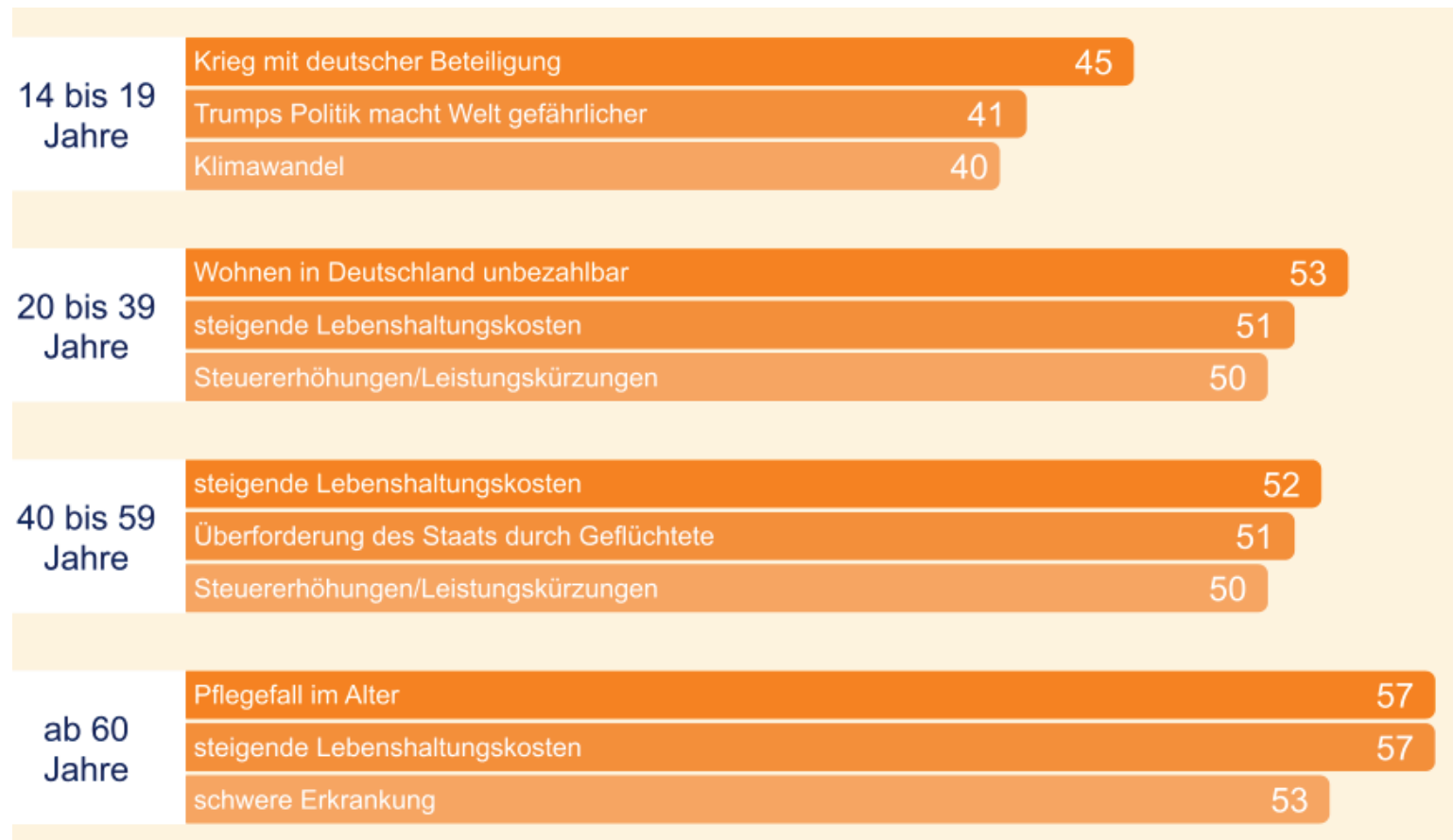
erwartet während der Vertragslaufzeit eine regelmäßige Information hinsichtlich des eigenen Beitrags zur Transformation

Quelle: YouGov im Auftrag von Die Stuttgarter, Mai 2025

Eine Bestandsaufnahme



Ängste der Deutschen nach Altersgruppen



Quelle: R+V – Die Ängste der Deutschen 2025, Angaben in Prozent

Das ist leider die Realität



- Deutliche **Verfehlung des 1,5°C-Ziels**
- Weiterhin **Anstiege der Emissionen**
- **Erhebliche Lücke** zwischen den nationalen Klimazusagen und den erforderlichen
- Der UN-Generalsekretär **fordert** dringend die Umsetzung **weiterer Maßnahmen**
- Die Versicherer können einen **wertvollen Beitrag** zur **Finanzierung der Maßnahmen** leisten

Quelle: www.unep.org, Emissions Gap Report 2025

Ohne Private Investitionen geht es nicht



Versicherungsunternehmen und Vermögensverwaltern kommt eine Schlüsselrolle bei der Allokation von Anlegergeldern in nachhaltige Anlagen zu – entsprechend umfangreich ist die regulatorische Rahmensetzung

*aktualisiertes Ziel aus Weltklimakonferenz 2022 in Ägypten

Versicherer als Transmissionsriemen

84%

der Versicherer schließen Unternehmen aus,
die Umsätze mit Öl und Teersanden erzielen

Durchschnittlicher CO₂-Fußabdruck*

47 Tonnen

pro Mio. €

In 2024 produzierter Strom aus Investments
in erneuerbare Energien

23,9 Mrd. kWh

94%

der Versicherer möchten verstärkt in
nachhaltige Anlagen investieren

Quelle: GDV Nachhaltigkeitsberichte 2025

* Basis sind Kapitalanlagen in Höhe von 443,8 Mrd. EURO

Welche Einstellung haben Ihre Kunden zur Nachhaltigkeit? Was antworten diese, wenn Sie das Thema ansprechen? Bitte teilen Sie die Prozentwerte so auf, dass sie insgesamt 100% ergeben.

11% Kunden lehnen es ab


68% Es ist meinen Kunden „egal“

21% Kunden sind interessiert

Quelle: AfW, 17. Vermittlerbarometer, Befragung Ende 2024

Bedeutende Handlungsfelder





**DREI HANDLUNGSFELDER FÜR DIE
NACHHALTIGKEITS-INTEGRATION**

1. Wissen
2. Regulatorik
3. Haltung



Bekanntheit nachhaltiger Anlagen

55%

der Bevölkerung kennen nachhaltige Anlagen.
Vor sechs Jahren waren es lediglich 33%

Quelle: Bundesverband deutscher Banken, 2025

Lücke zwischen Informierten und Anlegern

14%

der Informierten investieren in nachhaltige
Anlagen

Quelle: Bundesverband deutscher Banken, 2025

Informationsdefizit als Hemmnis

43%

der Nicht-Anleger fühlen sich nicht
ausreichend informiert

Quelle: Bundesverband deutscher Banken, 2025

Der Wunschzettel der Befragten

52% legen Wert auf hohe Umwelt- und Sozialstandards

48% wollen konkrete Projekte mit messbarem Nutzen

44% wünschen sich eine klare Klassifizierung der Produkte

Quelle: Bundesverband deutscher Banken, 2025

Zuordnung nach den ESG-Zielen und Ambitionsniveaus

- 1. Kategorie „Nachhaltigkeit“:** Produkte, die zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen beitragen (z. B. Klima-, Umwelt- oder soziale Ziele); wie Investitionen in Unternehmen oder Projekte, die bereits hohe Nachhaltigkeitsstandards erfüllen
- 2. Kategorie „Übergang“:** Produkte, die Investitionen in Unternehmen und/oder Projekte lenken, die noch nicht nachhaltig sind, aber sich glaubwürdig auf dem Weg zur Nachhaltigkeit befinden; oder Investitionen, die zu Verbesserungen z. B. in den Bereichen Klima, Umwelt oder Soziales beitragen
- 3. Kategorie „ESG-Grundlagen“:** Sonstige Produkte, die eine Vielzahl von ESG-Investitionsansätzen berücksichtigen, aber nicht die Kriterien der Anlagekategorien „Nachhaltigkeit“ oder „Übergang“ erfüllen

Quelle: Europäische Kommission, 2025: Fragen und Antworten zur Verordnung über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor

Die Sicht der teilnehmenden Versicherer

- Nachhaltigkeit im Vertrieb ist nur mäßig wichtig
- Die größten Herausforderungen bei der Umsetzung nachhaltiger Vertriebspraktiken liegen
 - in der geringen Nachfrage der Kunden
 - Unsicherheiten über regulatorische Anforderungen
 - Zeitaufwand für die Implementierung

Quelle: pwc und GSN: Studie „Nachhaltigkeitsstrategie im Versicherungsvertrieb“, 2025

Bewertung und Ausblick





- Die **Notwendigkeit zur Dekarbonisierung** besteht weiterhin
- Die Versicherer können einen **substantiellen Beitrag zur Finanzierung** der Transformation leisten
- Die **konsequente Integration** von Nachhaltigkeit in die Kundenberatung **erfüllt die Kundenerwartung**
- Der **Versicherungsvermittler als Wissensmanager** wird gebraucht und schafft Mehrwerte
- Vermittlerbetriebe, die diese Chancen wahrnehmen, werden **nachhaltig wirtschaftlich erfolgreich** sein

Legal Disclaimer

Alle Informationen in dieser Präsentation hat die Stuttgarter Lebensversicherung a.G. mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengestellt. Die Stuttgarter Lebensversicherung a.G. übernimmt keine Haftung für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der Informationen. Sie ersetzen keine individuelle Beratung.

Die Präsentation einschließlich aller ihrer Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht durch das Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, ist nur nach einer ausdrücklichen Zustimmung der Stuttgarter Lebensversicherung a.G. zulässig. Dies gilt insbesondere auch für Vervielfältigungen dieser Präsentation oder einzelner Teile durch Ausdrucken oder Kopieren und für deren öffentlichen Wiedergabe durch Vortrag oder durch öffentliche Zugänglichmachung.

Bei dem vorliegenden Dokument handelt es sich um eine Werbemitteilung. Bei den Beschreibungen handelt es sich um verkürzte, unverbindliche Darstellungen. Maßgeblich sind ausschließlich die Tarifbestimmungen und die Versicherungsbedingungen.

Für Versicherungsanlageprodukte gilt zusätzlich:

Die FlexRente und die Kindervorsorge sind Versicherungsanlageprodukte. Für diese Versicherungsanlageprodukte gibt es ein gesetzlich vorgeschriebenes Basisinformationsblatt.

Es stellt wesentliche Informationen über das Anlageprodukt zur Verfügung. Sie können das Basisinformationsblatt kostenlos bei uns anfordern. Sie finden es auch auf unserer Website unter www.stuttgarter.de/basisinformationsblaetter.

Für fondsgebundene Produkte gilt zusätzlich:

Die Angaben stellen keine Fondsempfehlung dar. Ausführliche Informationen finden Sie in den Unterlagen des Versicherungsvertrages, der Fondsbeschreibung, dem Produktinformationsblatt und in der Werteübersicht. Umfassende Fondsinformationen können Sie dem Verkaufsprospekt der Kapitalverwaltungsgesellschaft entnehmen, die wir Ihnen auf Aufforderung kostenlos zur Verfügung stellen.



Vielen Dank!

Stuttgarter Lebensversicherung a.G.

Rotebühlstraße 120

70197 Stuttgart

T 0711 665-0

F 0711 665-1516

info@stuttgarter.de

www.stuttgarter.de



Die Stuttgarter

Der Vorsorge-Versicherer