

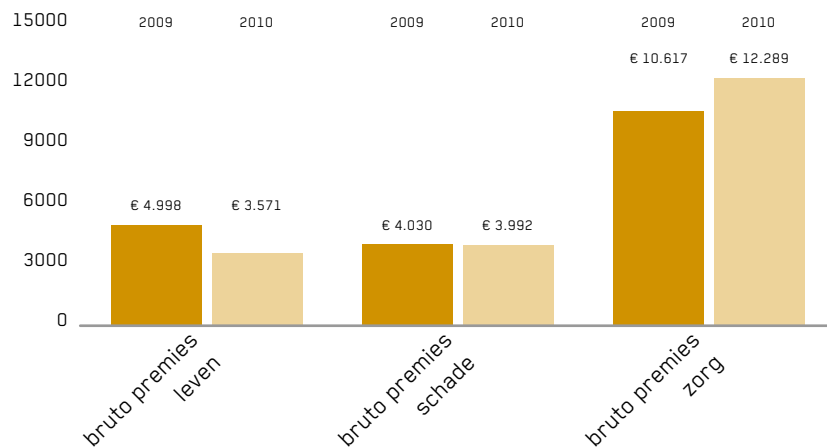


MVO EN ACHMEA

Kerncijfers Economisch

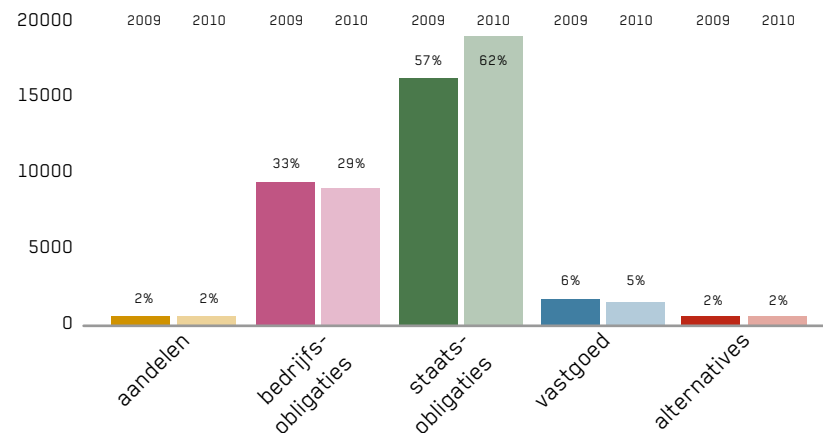
Premies business lines¹

IN € MLN



Beleggingen voor eigen rekening en risico

IN € MLN

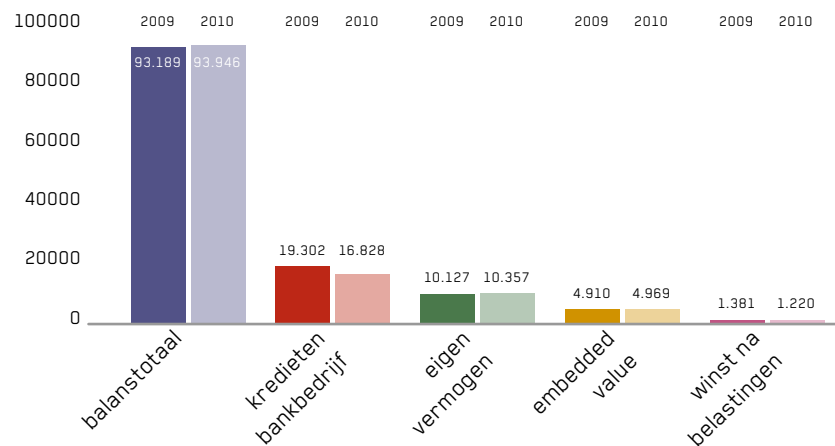


¹ De premies business lines hebben betrekking op Eureko. [Zie noot 1](#), bijlage Financiële cijfers en toelichting.

Kerncijfers Economisch (vervolg)

Economische indicatoren¹

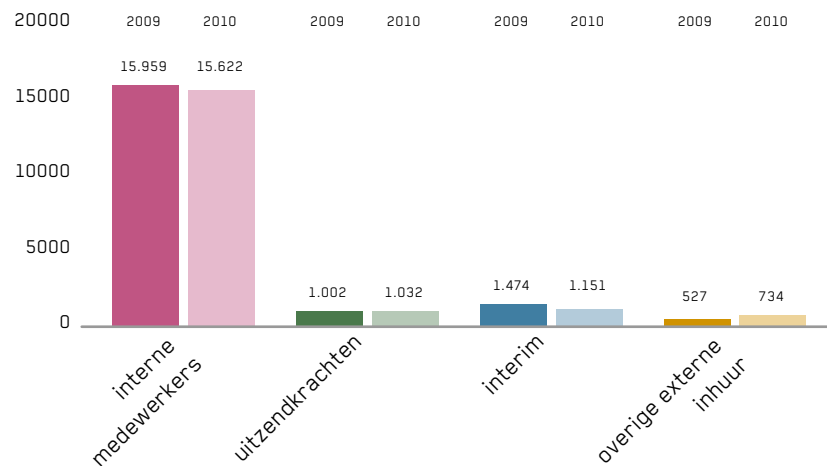
IN € MLN



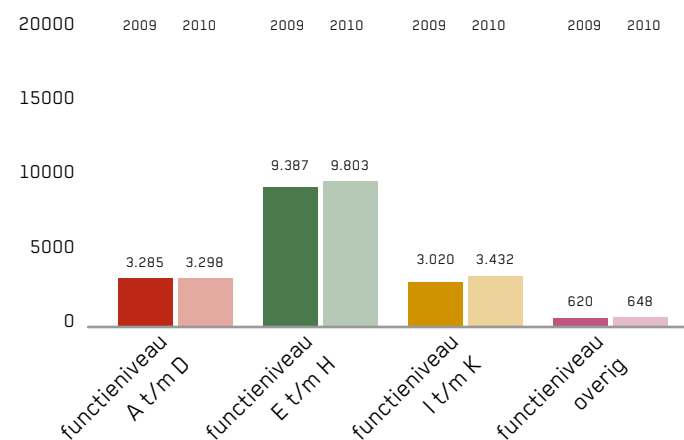
¹ De economische indicatoren hebben betrekking op Eureko. [Zie noot 1](#), bijlage Financiële cijfers en toelichting.

Kerncijfers Sociaal

Aantal medewerkers (fte)



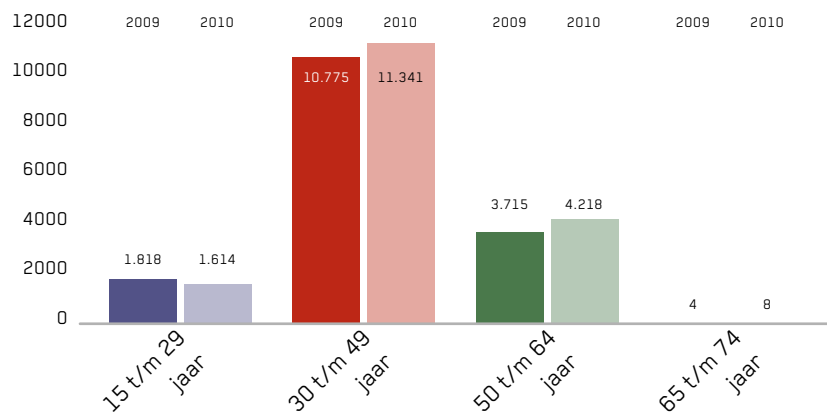
Aantal medewerkers



Kerncijfers Sociaal (vervolg)

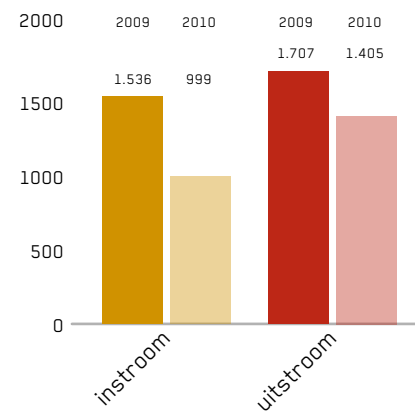
Personeelsbestand naar leeftijd

AANTAL MEDEWERKERS



Externe in- en uitstroom

AANTAL MEDEWERKERS

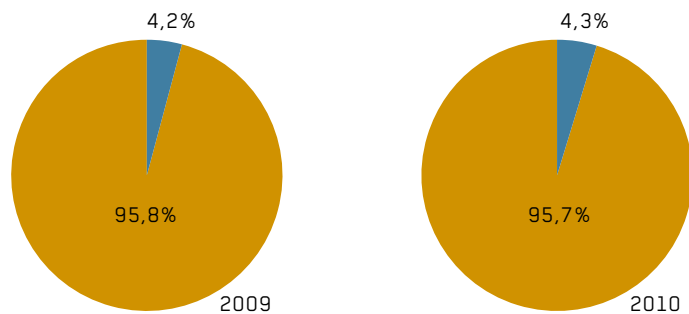


Kerncijfers Sociaal (vervolg)

Ziekteverzuim in procenten

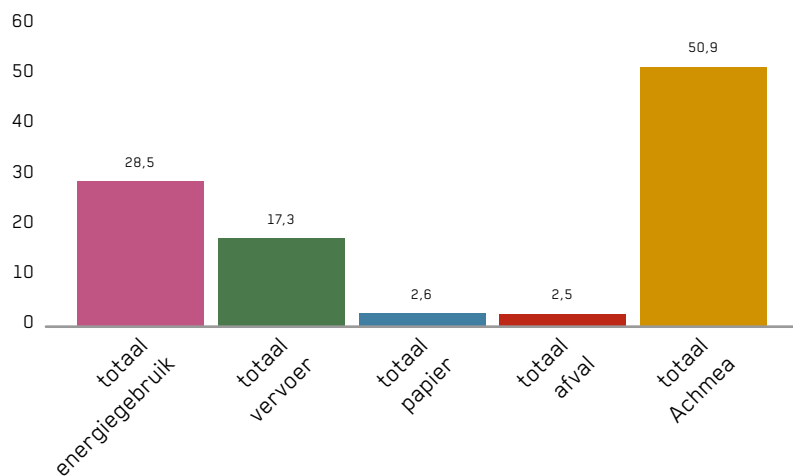
EXCL. ZWANGERSCHAPSVERLOF

- Aanwezig
- Afwezig door ziekte

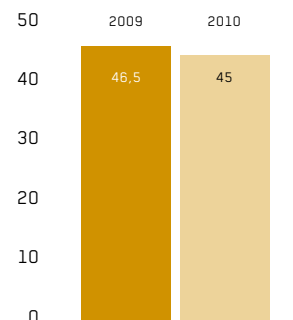


Kerncijfers Milieu

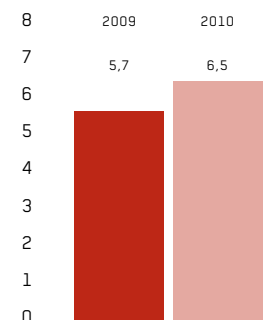
CO₂ uitstoot (IN 1000 TON)



Groene stroom (IN MLN kWh)

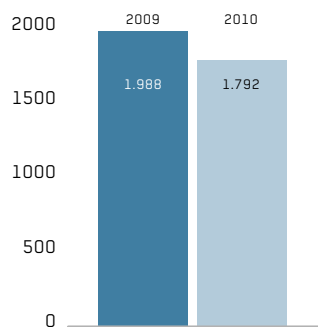


Gas (IN MLN M³)

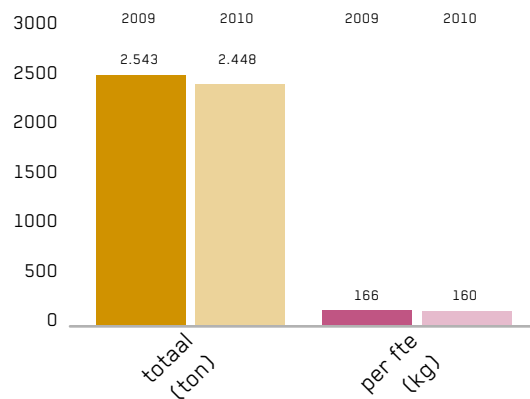


Kerncijfers Milieu (vervolg)

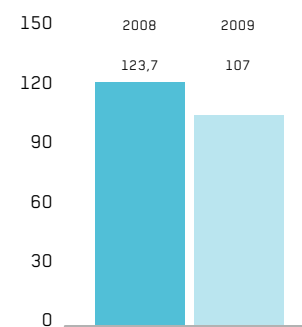
Papier (TON)



Afval



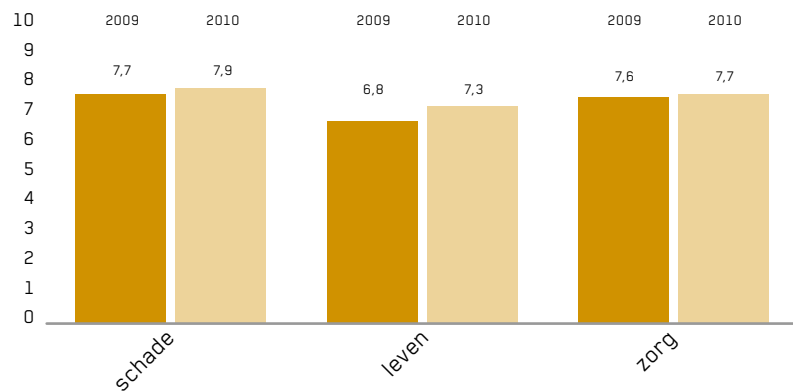
Water (IN MLN M³)



Kerncijfers Overig

Klanttevredenheid

(GEMIDDELD RAPPORTCIJFER)



1. Maatschappelijk verantwoord ondernemen

In 2010 heeft Achmea verdere stappen gezet om invulling te geven aan de in 2009 geformuleerde ambitie om de 'meest vertrouwde verzekeraar' te worden. Het strategisch plan is geheel in lijn gebracht met deze doelstelling, gebaseerd op de gemeenschappelijke waarden – dicht bij de klant en maatschappelijke betrokkenheid – die horen bij de coöperatieve en publiek/private achtergrond van de bedrijven waaruit Achmea is opgebouwd. Het is die achtergrond, die teruggaat naar de Onderlinge van Achlum uit 1811, die ons een unieke en onderscheidende positie in de markt geeft. Daarom wil Achmea vooroplopen als maatschappelijk verantwoorde verzekeraar.

1.1 BELEID

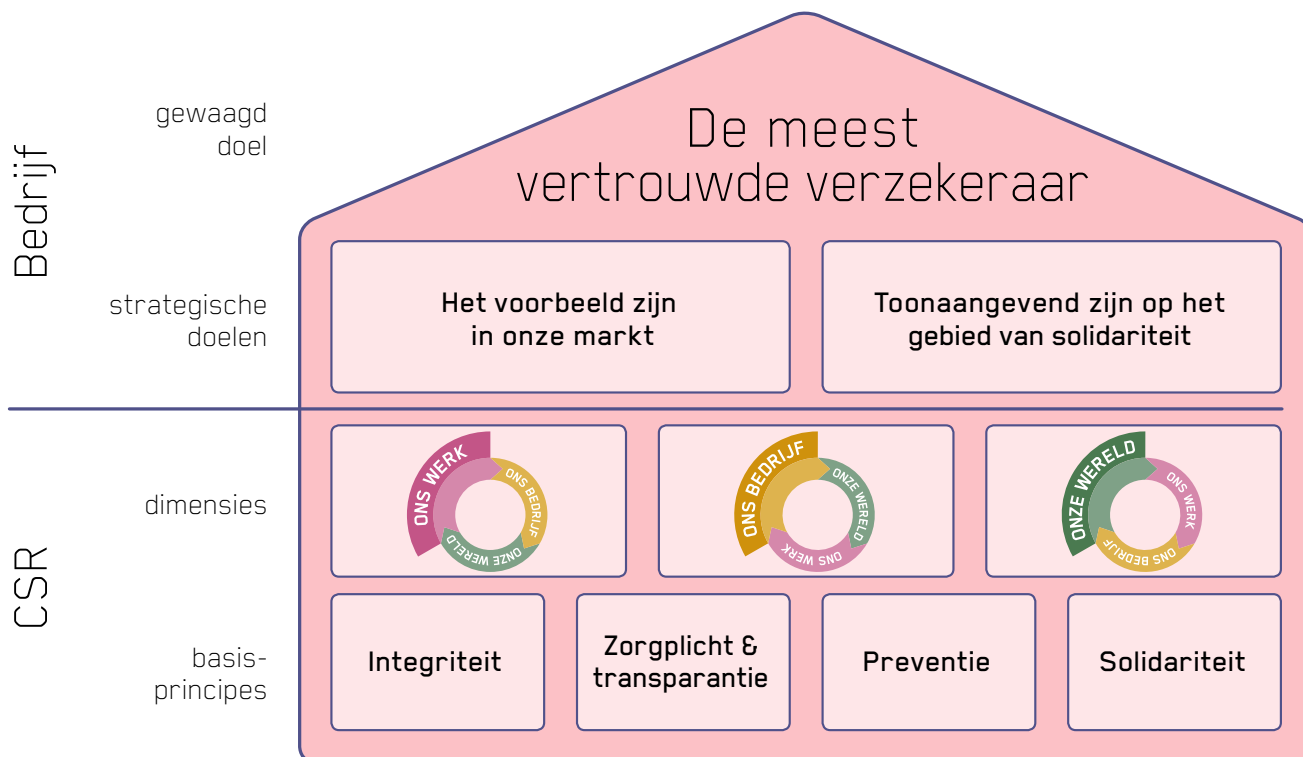
MVO doen we er niet 'bij', maar moet – als onlosmakelijk onderdeel van onze identiteit – besloten liggen in de kernactiviteiten van de divisies en bedrijfsonderdelen.

Vanuit die opvatting is in 2010 een MVO-beleidsplan 2010-2013 geformuleerd waarmee we groepsbreed invulling geven aan de strategische doelstellingen die vanuit maatschappelijk perspectief zijn geformuleerd:

Achmea wil 'het voorbeeld zijn in onze markt' en 'toonaangevend zijn op het gebied van solidariteit'. Dit beleidsplan geeft borging, samenhang en richting aan de vele op duurzaamheid gerichte initiatieven die Achmea in de loop der jaren al heeft opgebouwd. Ook is er in 2010 een zelfstandige MVO-stafafdeling opgezet met een eigen directeur die rechtstreeks rapporteert aan de Raad van Bestuur.

Vertrouwen is sinds het uitbreken van de wereldwijde financiële en

Het Achmea-CSR-huis



economische crisis in 2008 nog steeds het belangrijkste issue voor onze sector. Dit blijkt ook uit de uitkomsten van de dialoog die we met een aantal stakeholders hebben gevoerd. Vertrouwen is in hun ogen het 'basisproduct' van een verzekeraar. Een duurzaam verzekeraar levert in eerste instantie een 'faire deal' aan haar klanten. En dat is precies wat de stakeholders verwachten van een onderneming als Achmea die gebaseerd is op een tweehonderdjarige coöperatieve traditie. Over de uitkomsten van deze stakeholderdialoog wordt verderop in dit hoofdstuk gerapporteerd.

DE PRINCIPES VAN MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD Ondernemen

Integriteit, zorgplicht & transparantie, solidariteit en preventie zijn de fundamenteën voor ons MVO-beleid, omdat dit de belangrijkste principes zijn waarmee een financiële dienstverlener inhoud kan geven aan het geven en krijgen van vertrouwen.

Integriteit

Alleen als we integer zijn en dat ook zo wordt gezien, is er een basis voor vertrouwen. We streven ernaar altijd integer te zijn in onze contacten met de stakeholders. Het gaat hierbij om meer dan gedrag, want integriteit is een innerlijke waarde. Integriteit moet in de genen van de onderneming en de medewerkers zitten. Daarom

zijn integriteitsprogramma's voor onze medewerkers een continu onderdeel van onze bedrijfsvoering.

Zorgplicht & transparantie

Zorgplicht en transparantie zijn de afgelopen jaren in een hoog tempo vastgelegd in de wet- en regelgeving. Vanzelfsprekend doet Achmea alles wat nodig is om te voldoen aan de door deze wetten en regels gestelde kaders en codes als onderdeel van de reguliere bedrijfsvoering. Hoe uitgebreid de wettelijke gedragskaders ook zijn, Achmea wil ook aan haar eigen waarden en normen voldoen. Dat kan soms verder gaan dan de wettelijke gedragskaders. We willen dat onze producten transparant en begrijpelijk zijn voor onze klanten. Hiervoor hebben we een eigen normenkader ontwikkeld.

Zorgplicht betekent volgens Achmea dat we de behoeften van de klant kennen en de vraag moeten stellen of onze producten passend zijn en blijven. Transparantie is alleen effectief als de verstrekte informatie voor alle klanten begrijpelijk is. Onze norm is dus dat we voorspelbare, consistente producten aanbieden die leveren wat de klant ervan verwacht.

Solidariteit

Solidariteit staat steeds meer onder druk. De toenemende individualisering raakt het acceptatie- en tarifieringsbeleid van verzekeraars in de kern van hun vak. Vanuit onze traditie beschouwen we verzekeren als het organiseren van solidariteit. Solidariteit kent verschillende verschijningsvormen. Zoals rijken die solidair zijn met armen, gezonden

met zieken en jongeren met ouderen, of de sterkeren die opkomen voor de zwakkeren door ook hun risico te dragen. Er is een tendens waarneembaar dat individuen die een relatief gunstig risicoprofiel hebben daarvoor beloond willen worden met een lagere premie. Het gevolg daarvan is dat anderen – met een relatief ongunstig risicoprofiel – meer premie moeten betalen. Achmea stelt zich in het kader van het solidariteitsprincipe altijd de vraag of mensen daadwerkelijk in staat zijn zelf hun risico te beïnvloeden. We moeten voorkomen dat we van solidariteit op het niveau van de samenleving naar solidariteit per (sub)groep koersen. We denken dat een dergelijke koers uiteindelijk het welvaartsniveau van alle groepen schaadt.

Preventie

Juist om het solidariteitsprincipe van verzekeren duurzaam overeind te kunnen houden, is het van belang op een bewuste manier om te gaan met het beheersbaar houden van risico's daar waar dat mogelijk en wenselijk is.

"Achmea wil aan haar eigen waarden en normen voldoen, die soms verder gaan dan de wettelijke gedragskaders"

Achmea heeft verschillende rollen in het economisch en maatschappelijk verkeer

Voorkomen is immers beter dan genezen. Daarom is preventie voor Achmea een essentieel onderdeel van de verzekeringspraktijk. Het bewust leren omgaan met het beïnvloeden van risico's is een manier van ontzorgen. Voor de klant betekent dit dat we gevraagd en soms ook ongevraagd advies geven over het beheersbaar maken en houden van zijn risico's. Ook fraudebestrijding is een belangrijk onderdeel van preventie. Het beheersbaar maken van risico's is een belangrijk onderdeel van ons kernproces. Onze functie in het maatschappelijk en economisch verkeer brengt met zich mee dat we die risico's ook beheersen voor onze totale financiële bedrijfsvoering. Zie ook de download Risk Management bij het [Annual Report van Eureko](#).

In dit maatschappelijk jaarverslag worden tal van voorbeelden genoemd waaruit blijkt hoe deze principes de leidraad zijn voor ons dagelijks handelen. Dit is extra toegankelijk gemaakt met behulp van 'dwarsdoorsnedes' voor de afzonderlijke principes.

DE PRINCIPES IN DE KERN- PROCESSEN, DE BEDRIJFS- VOERING EN DE WERELD OM ONS HEEN

Het toepassen van de basisprincipes wordt in de dagelijkse praktijk vertaald naar de drie verschillende rollen die Achmea heeft in het economisch en maatschappelijk verkeer:

- 1 als verzekeraar en institutioneel belegger: de kernprocessen
- 2 als kantoororganisatie en werkgever: de bedrijfsvoering
- 3 als actor in de samenleving: Achmea als maatschappelijk betrokken onderneming.

In dit verslag is deze driedeling terug te vinden in de hoofdstukken Ons Werk, Ons Bedrijf en Onze Wereld.

Ons Werk

Verzekeren en beleggen zijn de kernprocessen van Achmea. Het toepassen van de basisprincipes in de kernprocessen is van wezenlijke betekenis voor het waarmaken van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het gaat hier over vragen als: 'staat in al onze producten

het belang van onze klanten echt centraal?', 'Hoe gaan we om met de middelen die onze klanten aan ons hebben toevertrouwd?', 'Hoe transparant leggen we hierover verantwoording af?'

Duurzaam verzekeren betekent dat we de klant centraal stellen. Hij krijgt producten en diensten aangeboden die hij begrijpt, die hij echt nodig heeft en waarvan de kosten zo laag mogelijk gehouden zijn. Het 'Normenkader Proposities' is een toets op deze uitgangspunten. Dit normenkader is in 2010 ontwikkeld en vastgesteld. In 2011 zetten we de eerste stappen door een aantal producten dat niet aan deze normen voldoet aan te passen in het voordeel van de klant. Als belegger kan Achmea invloed uitoefenen op het gedrag van de ondernemingen waarin we investeren. Voor ons duurzaam beleggingsbeleid hanteren we – naast een helder uitsluitingsbeleid – *engagement* en *enhanced engagement*. Hierdoor kunnen we de dialoog aangaan met ondernemingen over duurzaamheidskwesties. Het effect hiervan kan zijn dat ondernemingen

worden uitgesloten van belegging. Ons beleid is erop gericht de beleggingsportefeuille verder te verduurzamen. In 2010 zijn we begonnen met de – vooralsnog gedeeltelijke – invoering van ESG-criteria (Environment, Social en Governance) bij investeringen in staatsobligaties, credits, aandelen, private equity en vastgoed. In [hoofdstuk 2](#) wordt verantwoording afgelegd over hoe de basisprincipes in de kernprocessen worden toegepast.

Ons Bedrijf

Duurzame bedrijfsvoering gaat over de manier waarop Achmea inhoud geeft aan duurzaam werkgeverschap en een bedrijfsvoering die rekening houdt met mens en milieu. 'Het Nieuwe Werken' staat centraal in het werkgeverschap van Achmea. Door het werken meer tijd- en plaatsonafhankelijk te maken, leveren we een belangrijke bijdrage aan de reductie van mobiliteit en een kleinere CO₂-footprint, en kunnen medewerkers de werk-privébalans aanpassen aan hun persoonlijke omstandigheden. Het duurzaam werkgeverschap blijkt

ook uit het proactief beleid ten aanzien van diversiteit, de re-integratie van arbeidsongeschikte medewerkers, de carrièremogelijkheden voor vrouwen, het verlenen van mantelzorg en het faciliteren van vrijwilligerswerk. In de bedrijfsvoering is het van belang op een verantwoorde manier om te gaan met facilitaire zaken zoals energieverbruik, mobiliteit, afvalverwijdering, papiergebruik, watergebruik, kantoren(ver)bouwen, niet in de laatste plaats, de inkoop van kantormaterialen en dergelijke. Deze verduurzaming ligt voor een groot deel ook buiten Achmea. Het beïnvloeden van de leveranciersketen en het bewust inkopen van duurzame producten (denk aan groene stroom) spelen hier dan ook een belangrijke rol. Wat de interne bedrijfsvoering betreft, heeft Achmea zich ten doel gesteld eind 2011 CO₂-neutraal te zijn in de bedrijfsprocessen. Om dat te realiseren, stellen we jaarlijks de CO₂-uitstoot vast. Ook in de leveranciersketen is begonnen met duurzaamheid als criterium. Klimaat en – daarmee samenhangend – mobiliteit zijn speerpunten in onze

bedrijfsvoering. In [hoofdstuk 3](#) wordt hierover verslag gedaan. Activiteiten op het gebied van klimaat en mobiliteit zijn ook via 'dwarsdoorsnedes' direct te benaderen.

Onze Wereld

Onder maatschappelijk betrokken ondernemen verstaan we die activiteiten van Achmea waarmee we iets terugdoen voor de samenleving. Het centrale thema voor Achmea als maatschappelijk betrokken onderneming is: solidariteit door verbinding en insluiting, zowel sociaal als financieel en economisch. Samen zorgen we ervoor dat iedereen mee kan blijven doen. Microverzekeren is in dit verband een wezenlijk belangrijke activiteit. Achmea is in ontwikkelingslanden een belangrijke speler die met microverzekeringsprojecten zorgt voor *financial inclusion*: het tegen betaalbare kosten beschikbaar stellen van financiële producten en diensten aan maatschappelijk kwetsbare en lage inkomensgroepen. Deze voorhoedefunctie hebben we in 2010 verder vormgegeven. Medewerkers van Achmea stellen hierbij

als vrijwilliger hun verzekeringskennis beschikbaar.

Vrijwilligerswerk is een ander voorbeeld van betrokken ondernemen. Achmea biedt ruimte en gelegenheid aan medewerkers om zich in te zetten voor projecten en acties die gericht zijn op 'sociale insluiting'. Of anders gezegd: projecten die minder bededen in de samenleving erbij betrekken. Dat kan met een project als Resto VanHarte ([zie pagina 81](#)). Maar insluiting gebeurt ook via Eureko Achmea Foundation, die financiële ondersteuning geeft aan projecten gericht op versterking van de sociale en economische weerbaarheid van mensen overal ter wereld.

LEESWIJZER

In dit verslag laten we zien hoe onze basisprincipes – in relatie tot belangrijke maatschappelijke thema's voor onze sector – doorwerken in ons beleid en in onze concrete activiteiten ('Toepassingen').

Vertrouwen is – mede naar aanleiding van de wereldwijde kredietcrisis –

een onverminderd significant issue. Daarnaast zijn beleggingsverzekeringen ("woekerpolis"), efficiency in en betaalbaarheid van de gezondheidszorg, vergrijzing, langer werken en de klimaatproblematiek voor ons belangrijke thema's. Dit wordt bevestigd door onze stakeholderdialogen in 2010 (zie hoofdstuk 1.2). In de volgende hoofdstukken wordt toegelicht hoe we hier in 'Ons werk', 'Ons bedrijf' en 'Onze Wereld' invulling aan geven.

Ons Werk is ingedeeld naar de business lines die we binnen Achmea onderscheiden: Schade-, Pensioen- en Levensverzekeringen, Zorg- en Inkomensverzekeringen, Overige Dienstverlening en Verantwoord Beleggen. In elk onderdeel klinken de basisprincipes door, elk uiteraard met zijn eigen accenten. Zo worden onze activiteiten in Schade- en Zorgverzekeringen bijvoorbeeld sterk beïnvloed door 'preventie', terwijl 'integriteit' extra belangrijk is voor ons doen en laten bij Pensioen- en Levensverzekeringen en Verantwoord beleggen.

In Ons Bedrijf worden onze inspanningen jegens onze medewerkers (people) en het milieu (planet) belicht.

In Onze Wereld ten slotte, benadrukken we het solidariteitsprincipe: solidair met de medemens dichtbij en ver weg. We laten zien hoe we onze kennis van verzekeren aan hen dienstbaar kunnen laten zijn; en hoe we met community investing en vrijwilligerswerk onze solidariteit met hun leefsituatie kunnen uitdrukken. Naast onze basisprincipes, die wij belangrijk vinden, horen we graag van onze stakeholders wat zij verwachten van ons maatschappelijk verantwoord handelen.

Voordat we onze activiteiten beschrijven laten we dat in de volgende paragraaf, Stakeholderdialoog, zien. Vertrouwen, dat als belangrijkste thema hieruit naar voren kwam, is daarom leidend geweest voor hetgeen we in dit verslag willen laten zien: hoe Achmea zijn gewaagd doel, meest vertrouwde verzekeraar zijn, vanuit haar basisprincipes in de dagelijkse praktijk tracht waar te maken.

AMBITIE

In 2011 hebben alle divisies maatschappelijk verantwoord ondernemen in het businessplanningsproces opgenomen op basis van een aantal divisiespecifieke doelstellingen.

Achmea ontwikkelt een MVO-website waarmee we actief gaan communiceren over het MVO-beleid.

In 2011 zal drie keer een op specifieke onderwerpen gerichte stakeholderdialoog worden gevoerd over actuele thema's die raken aan de business van Achmea. Per onderwerp worden stakeholders gericht benaderd.

1.2 STAKEHOLDER-RELATIES

ALTIJD IN GESPREK MET DE SAMENLEVING

Op basis van het vier-stakeholdersmodel wil Achmea voortdurend in gesprek zijn met haar klanten, medewerkers, (distributie)partners en aandeelhouders. Dat geeft inzicht in wat er in de samenleving speelt. Omgekeerd ontstaat er begrip voor

de vraagstukken en dilemma's waar Achmea voor staat. Door te luisteren ontstaat wederzijds respect en is Achmea beter in staat haar stakeholders van dienst te zijn. De feedback van stakeholders wordt besproken in en met de relevante bedrijfsonderdelen. En waar dat mogelijk en wenselijk is, worden de bedrijfsvoering, dienstverlening en productportfolio daarop aangepast.

De dialoog vindt plaats in de vorm van vast regulier overleg. Naast de reguliere formele stakeholdercontacten organiseert Achmea – zowel op corporate- als op divisie-niveau – een aanvullende dialoog met stakeholders: in zogenoemde 'Klantarena's' (zie [hoofdstuk 2.2](#) Schadeverzekeringen, Toepassingen, 'Centraal Beheer Achmea in gesprek met haar klanten'), externe en interne discussie- en themabijeenkomsten, webinars, conferenties en symposia.

Met **klanten** is Achmea op regelmatige basis in gesprek via leden van Vereniging Achmea, in een halfjaarlijks overleg van Achmea Corporate

Relations met grootzakelijke relaties en (distributie)partners en via advies- en verzekerdenraden in onze divisies Zorg, Pensioenen, Pensioenverzekeren en Sociale Zekerheid.

De dialoog met de **medewerkers** wordt gevoerd via de verschillende ondernemingsraden, het regulier overleg met de vakorganisaties, intranet en personeelsbijeenkomsten.

Het gesprek met de **aandeelhouders** vindt zowel formeel als informeel plaats. Formeel gebeurt dat in de jaarlijkse aandeelhoudersvergadering en – als daar aanleiding voor is – in bijzondere vergaderingen. Daarnaast is de Raad van Bestuur minimaal zes keer per jaar informeel te gast in de bestuurs- en ledenraadsvergaderingen van Vereniging Achmea, de grootste aandeelhouder. De Raden van Bestuur van de Rabobank (de grootste minderheidsaandeelhouder) en van Achmea vergaderen informeel vier keer per jaar.

Ook is er regelmatig contact met de **sociale partners** (zoals VNO-NCW,

MKB Nederland, LTO, vakorganisaties), **toezichthouders** (zoals DNB, AFM, NMA, NZA), **ministeries** en **koepelorganisaties** (zoals Verbond van Verzekeraars, Zorgverzekeraars Nederland, BoaBorea, Nederlandse Vereniging van Banken, Vereniging van Bedrijfstakpensioenfondsen, Stichting Ondernemingspensioenfondsen, Unie van beroepspensioenfondsen).

Dit jaar is Achmea de dialoog gestart over specifieke MVO-thema's, namelijk duurzaam verzekeren, CO₂-neutraal en vertrouwen. De stakeholders voor deze gesprekken zijn op deze thema's geselecteerd. Op deze manier gaan we de komende jaren de stakeholderdialoog verder intensiveren.

STAKEHOLDERS OVER MVO-THEMA'S

MVO-kernthema: vertrouwen

De stakeholders vinden dat voor een verzekeraar als Achmea duurzaamheid en MVO-beleid zo dicht mogelijk bij de kernactiviteiten van

de onderneming moeten liggen. Alle stakeholders noemen hierbij vertrouwen als centraal punt.

Het gebrek aan vertrouwen van consumenten in verzekeraars vinden stakeholders een probleem voor de gehele verzekeringsbranche (de 'woekerpolissen' werden diverse malen genoemd). Dit gebrek aan

vertrouwen heeft ook negatieve gevolgen voor de betrouwbaarheid van de MVO-thema's: 'Doet men wel wat men zegt te doen?'. Vertrouwen moet blijken uit de activiteiten.

Duurzaam verzekeren is volgens de stakeholders het leveren van een 'faire deal'. Dat betekent volledig te begrijpen producten, de relatie

Over specifieke MVO-thema's was Achmea in gesprek met:

- Universiteit Maastricht, Leerstoel Ethics, Organisations and Society
- MVO Nederland
- Ledenraad Achmea
- AEDES, koepelorganisatie van woningbouwverenigingen
- VNO-NCW
- De Groene Zaak, duurzame werkgeversvereniging
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
- Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid
- VBDO, Vereniging van Beleggers voor Duurzaam Ondernemen
- HIER Klimaatcampagne
- Assurantiekantoor Bakker en Koopmans
- KPN

tussen de klant en Achmea dient (weer) centraal te staan, met als belangrijke vraag: 'Krijgt mijn klant 'waar' voor zijn geld?'

De stakeholders geven aan dat voor een verzekeraar uitblinken in verantwoord ondernemen in de zin van 'duurzaam en milieuvriendelijk' geen thema van belang is voor klanten bij hun keuze voor een verzekering. Prijs, vertrouwen en transparantie zijn dat wel.

"Het gevoel
gemeenschap
moet terug te
vinden zijn in wat
Achmea doet"

Een aantal van de stakeholders noemt de ingeslagen koers van Achmea en haar merken professioneel en betrokken. Zij vinden ook dat Achmea met haar coöperatieve achtergrond terug

kan vallen op de basis van coöperatief verzekeren, namelijk het compenseren van leden voor geleden verlies.

De huidige schaalgrootte maakt relaties met klanten onpersoonlijk. Het gevoel dat mensen met elkaar in verband staan, het gevoel van gemeenschap, moet terug te vinden zijn in wat Achmea doet. Achmea kan 'verzekeren' weer een menselijk gezicht geven. Door transparant te zijn, door persoonlijk contact en door empathie te tonen. Speerpunt van het beleid moet zijn: 'vertrouwde, menselijke' verzekeraar in communicatie en in operatie, in woord en in daad.

De stakeholders vinden dat MVO in de basisbeginselen moet zitten van alles wat Achmea doet, ondersteund door de CEO en gedragen door de medewerkers. Tevens merken zij op dat dit beleid zoveel mogelijk moet aansluiten bij thema's in de samenleving. Bijvoorbeeld: de zorgkosten stijgen ieder jaar. Wat doet Achmea als zorgverzekeraar om deze kosten in de hand te houden? Of: Achmea heeft als verzekeraar te maken met de effecten van klimaatverandering en de maatschappelijke kosten.

Reactie Achmea

Duurzaam verzekeren zoals hier door de stakeholders weergegeven, sluit naadloos aan op de ambitie van Achmea om de 'meest vertrouwde verzekeraar' te worden. Deze ambitie is onderdeel van onze strategie en is ook vastgelegd in het MVO-beleid dat in 2010 is vastgesteld. Uitgangspunt van Achmea is het leveren van producten en diensten die de klant begrijpt, die hij echt nodig heeft en tegen een faire prijs. Kortom: producten en diensten waarmee de klant zich goed verzekerd weet. Om deze uitgangspunten overal toe te passen, heeft Achmea het 'Normenkader Propositions' ontwikkeld om inhoud te geven aan haar opvatting over duurzaam verzekeren ([zie hoofdstuk 2.1](#), duurzaam verzekeren). Achmea sluit zich dus aan bij het standpunt van de stakeholders dat een 'vertrouwde, menselijke verzekeraar in communicatie en in operatie, in woord en in daad' speerpunt van het beleid moet zijn.

Ook voor onze operatie is dit het leidende principe, maar er is nog het een en

ander te doen. Daarom zijn we bezig onze organisatie minder complex te maken, onze producten eenvoudiger en werken we tegen lagere kosten. We denken nog twee à drie jaar nodig hebben om dit te realiseren.

Aanbevelingen stakeholderdialoog

Uit de gesprekken met stakeholders is een aantal aanbevelingen voortgekomen. Deze, vooral concrete toepassingen, zijn verzameld rond de verschillende dimensies Ons Werk, Ons Bedrijf en Onze Wereld en als [bijlage](#) opgenomen in dit rapport.

OVERZICHT STAKEHOLDERDIALOOG

Hoe staat Achmea in de wereld

"Maak eenvoudige producten die je klanten snappen en die ze zelf via internet kunnen afsluiten. Help de mensen te begrijpen wat hun financiële situatie is, hoe hun pensioen eruitziet en laat ze niet verzekeren wat ze niet nodig hebben."

Erica Verdegaal
op het Achmea
MVO-symposium

"Het 'Nieuwe Werken' is een voorbeeld van slimmer samenwerken en nieuw leiderschap. Achmea wordt daarbij regelmatig genoemd als een van de voorbeelden."

Willem Lageweg
MVO Nederland

"Achmea weet als risicodeskundige als geen ander wat de effecten en de maatschappelijke kosten zijn van de klimaatverandering. Gebruik deze kennis en zet die in op een hoger platform. Meng je in het klimaatdebat."

Willem Lageweg
MVO Nederland

"Achmea is een verzekeraar met een coöperatieve achtergrond, voor wie winstmaximalisatie niet het belangrijkste mag zijn. Vanuit die achtergrond moet Achmea met zo weinig mogelijk verspilling en energie zorgen dat solidariteit tussen mensen georganiseerd wordt, of dat nu op ziektekosten, pensioen, auto's of huizen is, dat is de core business."

Prof. Dr. Hummels,
hoogleraar Ethics,
Organisations and Society
aan Universiteit Maastricht

"De sector loopt op het terrein van duurzaam beleggen achter ten opzichte van de pensioenfondsen. Ik zou Achmea, met die sterke coöperatieve oorsprong, aanbevelen: take the lead!"

Willem Lageweg
MVO Nederland

"Geef een bedrijf dat goed scoort op CO₂ meer gunningvoordeel bij aanbestedingen. Zo leg je een prikkel in de markt, in je keten."

Gijs Termeer
HIER Klimaatcampagne

Uw mening

Achmea is geïnteresseerd in uw opinie, aanvullingen en ideeën ten aanzien van ons Maatschappelijk Jaarverslag en MVO-beleid. We nodigen u dan ook graag uit om uw open reactie te geven op dit verslag. Maar ook andere opmerkingen en vragen die u op dit gebied hebt, kunt u sturen naar:

Group CSR

Postbus 866, 3700 AW Zeist

Telefoonnummer: 030 - 693 88 83

E-mail: csr.achmea@achmea.nl

Ook zouden we graag, door middel van een paar korte gesloten vragen, van u horen hoe u dit verslag beoordeelt.

- 1 Wat is uw overall beoordeling van dit verslag? (schaal 0-10)
- 2 Vond u de informatie duidelijk en toegankelijk gepresenteerd? (schaal 0-10)
- 3 Vond u de onderwerpen in het verslag relevant? (schaal 0-10)
- 4 Vond u de informatie in het verslag volledig? (schaal 0-10)

1.3 VERANTWOORDING

Dit verslag is een verantwoording van ons MVO-beleid en van de daarop bereikte prestaties in 2010.

De onderwerpen die onze interne MVO-ambassadeurs voor dit verslag hebben aangedragen, zijn geselecteerd op de mate waarin onze basisprincipes –integriteit, zorgplicht en transparantie, solidariteit en preventie- erin doorklinken. Daarnaast rapporteren we over onderwerpen die aan de orde kwamen in de reguliere stakeholdercontacten, zoals die met Raden van Advies en met klanten. Kwantitatieve (kern)informatie over financieel-economische, sociale en milieuaspecten worden geconsolideerd aangeleverd door de op deze beleidsterreinen gespecialiseerde staf- en dienstenafdelingen van Holding Achmea.

Het verslag is opgesteld op basis van de richtlijnen van het Global Reporting Initiative (GRI), versie G3, en geverifieerd door KPMG Sustainability. Zie [bijlage Verantwoording](#), pagina 129.