AGV
DIE VERSICHERER ALS ARBEITGEBER

vis a vis

ISSN 2199-8272

Menschen, Trends und Meinungen – HR-Magazin für die Versicherungswirtschaft

2
2024

EDITORIAL
Arbeitszeitverkürzung = Wohlstandsverlust 2

FÜR DIE PERSONALARBEIT VOR ORT
Erfolgreiche Inklusion erfordert Sichtbarkeit 6

TRIPLE A – AGV ARBEITSRECHT AKTUELL
Kiffen am Arbeitsplatz nicht erlaubt! 12

Foto: Porta/iStock

EDITORIAL

Arbeitszeitverkürzung = Wohlstandsverlust

Wer die Tarifpolitik in Deutschland betrachtet, sollte zwischen der klassischen Privatwirtschaft, zum Beispiel der Versicherungswirtschaft, und der Daseinsvorsorge, die Güter und Dienstleistungen für den täglichen Bedarf schafft, unterscheiden. Eine klassische Branche der Daseinsvorsorge ist die Bahn.

Diese beiden großen Tarifsektoren – Privatwirtschaft und Daseinsvorsorge – darf man nur bedingt miteinander vergleichen, weil die Daseinsvorsorge meist geprägt ist durch einen höheren Organisationsgrad der beteiligten Gewerkschaften, zum Beispiel bei den Lokführern, und in der Folge durch eine erhöhte Streikbereitschaft und -fähigkeit. Lokführer sind – vereinfacht gesagt – nicht ersetzbar. Streiken sie, stehen die Züge sofort still. Das verleiht ihrer Gewerkschaft eine Durchsetzungskraft, die aktuell keine Grenze kennt.

Das bedeutet in der Tarifpraxis: Wenn die Gewerkschaft der Lokführer mit der Bahn eine 35-Stunden-Woche bei vollem Lohnausgleich vereinbaren will, dann schafft sie das auch. So geschehen in 2024. Der Vorstand der Deutschen Bahn AG konnte das nicht verhindern. Ihm ist kein Vorwurf zu machen.

Zwar konnten die Tarifverhandler der Bahn erreichen, dass die 35-Stunden-Woche erst zum 1. Januar 2029 kommt. Zwar konnten die Tarifverhandler der Bahn erreichen, dass im Tarifvertrag ein Arbeitszeitkorridor bis 40 Wochenstunden, also die Möglichkeit freiwilliger Mehrarbeit, verankert wurde. Zwar ist es der Bahn auch gelungen, das „neue Normal" auf 37 Wochenstunden zu justieren, sofern sich der einzelne Mitarbeiter bzw. die einzelne Mitarbeiterin nicht bewusst für eine niedrigere Arbeitszeit entscheidet. Dies ändert aber nichts daran, dass ein junger Lokführer, der am 1. Januar 2029 anfängt, nur noch 35 Stunden arbeiten muss, wenn er sich nicht für eine höhere Arbeitszeit entscheidet, und dann soviel Gehalt bekommt, wie er heute für 38 Wochenstunden bekommen würde. Das ist eine 35-Stunden-Woche bei vollem Lohnausgleich!

Wer das gut findet, wird den Abstieg des Wirtschaftsstandortes Deutschland erleben, zumal zumindest die Deutsche Bahn die Erfahrung gemacht hat, dass ein hohes Gehalt bei verringerter Arbeitszeit durchaus attraktiv ist. Es ist also nicht zu erwarten, dass alle Mitarbeiter der Bahn nach dem 1. Januar 2029 das „neue Normal" von 37 Wochenstunden „greifen" und die um 2/35 höhere Vergütung dankbar entgegennehmen.

Foto: Shutterstock / Irina Wilhauk

Mehr arbeiten

Wir haben in Deutschland nach wie vor einen Arbeitskräftemangel, nicht nur einen Fachkräftemangel, in letztlich allen Branchen. Verstärkt wird dies durch das Ausscheiden der Babyboomer aus dem Berufsleben und dadurch, dass in Deutschland im Durchschnitt weniger gearbeitet wird (Jahresarbeitszeit) als in allen (!) anderen Industriestaaten. In China arbeiten die Menschen doppelt so viel wie bei uns, in den USA 30 Prozent mehr. Deshalb brauchen wir ein größeres Arbeitszeitvolumen als heute. Und das steht in einem diametralen Gegensatz zu einem Start ins Berufsleben mit 35 Stunden.

Glauben Sie nicht an die Erzählung mancher Sozialromantiker, die Produktivität lasse sich auch mit weniger Arbeit auf dem bisherigen Niveau halten oder gar steigern. Das ist reines Wunschdenken!

Länger arbeiten

Wir brauchen auch eine Verlängerung des Berufslebens. Ich fühle mich mit dieser Forderung in guter Gesellschaft. Der CEO der Munich Re, Joachim Wenning, sagte auf der Hauptversammlung seines Unternehmens vor wenigen Tagen: „Was wäre, wenn die Menschen in Deutschland einfach länger arbeiten und später in Rente gehen würden? Würde das helfen, das Problem zu lösen? Natürlich würde es das. Es würde nicht nur helfen, es wäre auch absolut notwendig – und dringend." Aber mit Druck wird hier wenig gehen. Der Staat muss incentivieren! Wer nach 67 noch arbeitet, muss steuer- und sozialversicherungspflichtig massiv privilegiert werden. Mit ganz einfachen Regeln, die „einladen", noch etwas zu tun.

Dauerstreik darf nicht zum Dauerzustand werden

Im Bereich der Daseinsvorsorge ist dem Gesetzgeber die Kraft zu wünschen, durch ein zeitgemäßes Streikrecht Parität herzustellen. Was spricht beispielsweise gegen eine verpflichtende Schlichtung, bevor eine Gewerkschaft die gesamte Mobilität in Deutschland lahmlegen kann? Streik ist ultima ratio in einer Tarifauseinandersetzung. Einige Gewerkschaften haben diesen Grundsatz vorsätzlich missachtet. Deutschland befindet sich 2024 oft in einem Dauerstreik mit mehreren parallelen Streiks – zum Beispiel im Luftverkehr und im Schienenverkehr zeitgleich. Extrem konfliktintensiv, extrem kostenintensiv.

Dieser Dauerstreik darf kein Dauerzustand werden, sondern wir müssen zurückfinden zu der hohen Kultur in der Lohnfindung und bei der Regelung der Arbeitsbedingungen, die uns im europäischen Vergleich immer ausgezeichnet hat.

Michael Niebler
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des AGV

FÜR DIE PERSONALARBEIT VOR ORT

Erfahrungsschatz-Kammer Mitarbeitende 50PLUS

Der demografische Wandel sowie der Arbeits- und Fachkräftemangel machen auch vor der Versicherungswirtschaft nicht halt. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, dieser Entwicklung entgegenzuwirken: Gezielte Aus- und Weiterbildung, Einstellungen vom externen Arbeitsmarkt oder Abwerben von anderen Versicherungsunternehmen. Weiteres Potenzial bietet die eigene Belegschaft. Insbesondere „ältere" Mitarbeitende 50PLUS rücken zunehmend in den Fokus der Häuser.

Gemeinsam mit **Julia Keßler**, HR Business Partnerin, NÜRNBERGER Versicherung, **Herbert Moder**, Senior Strategy Expert – HR Strategie und Steuerung, Versicherungskammer Bayern, **Jörg Schmidt**, Senior Vice President People & Organisation, Element Insurance AG, **Rüdiger Schmiers**, Leiter Zurich Gesundheit und Zurich CarePoint, Zurich Gruppe Deutschland, und rund 100 Teilnehmenden haben AGV-Geschäftsführer **Michael Gold** und AGV-Referentin **Simone Rehbronn** virtuell Maßnahmen, Erfahrungen und geplante Projekte für Mitarbeitende 50PLUS diskutiert. ▽

Folgende Learnings ergaben sich bei dieser Diskussion:

Mitarbeitende 50PLUS sind eine „Erfahrungsschatz-Kammer".

50PLUS sollten Bestandteil der Bildsprache des Unternehmens sein.

Viele Häuser haben 50PLUS als Zielgruppe noch nicht im Blick.

50PLUS fühlen sich laut Mitarbeiterbefragungen häufig weniger wertgeschätzt.

50PLUS können beim Recruiting angesichts der Berufserfahrung interessant sein, insbesondere wenn die eigene Belegschaft sehr jung ist (Stichwort: InsurTech).

Wer 50PLUS halten bzw. gewinnen möchte, sollte neu denken. Gerade das Thema Work-Life-Balance hat für diese Altersgruppe eine große Bedeutung. Beispiel: 80 Prozent Teilzeit bei einer vollen 5-Tage-Woche mit zusätzlichem Urlaub als Ausgleich.

50PLUS wissen, was sie tun. Sie haben die Lebenserfahrung, um Probleme zu lösen und fokussieren sich auf ihre Ziele.

50PLUS wollen bei Weiterbildung und Karriereplanung berücksichtig werden.

THEMEN DIESER AUSGABE

Editorial
Arbeitszeitverkürzung = Wohlstandsverlust? 2

Für die Personalarbeit vor Ort
Erfahrungsschatz-Kammer Mitarbeitende 50PLUS 3

AGV-Forum Recruiting und Fachkräftemangel
Fachkräfte gesucht! 4

Für die Personalarbeit vor Ort
Erfolgreiche Inklusion erfordert Sichtbarkeit 6

Lobbying
Rechtsanspruch auf Homeoffice? Widerspruch auch aus der Versicherungswirtschaft! 7

3 Fragen an ...
... Arbeits- und Organisationspsychologin Bettina Kubicek 8

Für die Personalarbeit vor Ort
Diversity: Soziale Herkunft und Neurodivergenz sind Schwerpunktthemen für 2024 9

AGV-Kurz nachgefragt
Prioritäten der Versicherungsangestellten im Job 10

Triple A – AGV Arbeitsrecht aktuell
Kiffen am Arbeitsplatz nicht erlaubt! 12

Gedacht ... Gesagt 12

Ausgezeichnet 12

Impressum 12

AGV-FORUM RECRUITING UND FACHKRÄFTEMANGEL

Fachkräfte gesucht !

Der Fachkräftemangel ist allgegenwärtig – auch in der Versicherungswirtschaft. Die Personaler und Recruiter der Versicherer müssen sich mit vielen Themen rund um „Mitarbeiter finden, Mitarbeiter binden" auseinandersetzen. Am 6. März trafen sich auf Einladung des AGV über 200 Recruiting- und Personalverantwortliche zum digitalen Austausch, um Good-Practice-Ansätze zu diskutieren: Onboarding, Quereinsteiger, Employer Branding, Employer Value Proposition und Recruiting-Trends 2024.

Die Moderatoren: AGV-Geschäftsführer Michael Gold und Olga Worm, Referentin beim AGV

3 Highlights für ein perfektes Onboarding

Carolin Bauer, Personalreferentin bei der NÜRNBERGER, berichtete über das neue Onboarding-Programm. Das erste der drei Onboarding-Highlights ist die **Microsite, die den neuen Mitarbeitern bereits vor dem ersten Arbeitstag zur Verfügung steht.** Darin zu finden sind ein Begrüßungsvideo, diverse hilfreiche Informationen zum Einstieg und FAQs. Das Highlight Nummer zwei ist **die Begrüßung der neuen Mitarbeiter** am ersten des Monats durch den Vorstand. Ziel ist es, Wertschätzung gegenüber den neuen Mitarbeitern zu zeigen und Netzwerken zu ermöglichen. Der dritte Baustein im Onboarding-Prozess ist das **Buddy-Programm** für neue Mitarbeiter. Dabei begleitet ein „altgedienter" Mitarbeiter als „Buddy" die neuen Kollegen für die Dauer von ca. sechs Monaten.

Azubi-Suche leicht gemacht

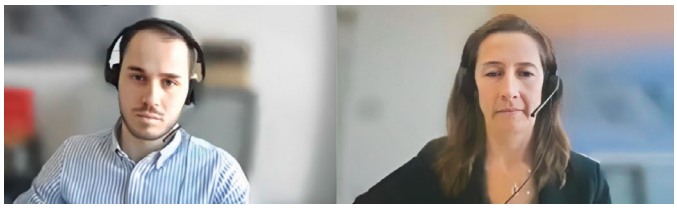
Über das Vertrauen in und das Interesse an der Generation Z berichtete **Stephan Tocholski**, Hauptabteilungsleiter HR beim VOLKSWOHL BUND. Gen Z stellt die Unternehmen vor neue Herausforderungen. Die „alten" Wege wie Schulbesuche, Bewerbermessen und Stellenanzeigen kommen bei den jungen Menschen nicht mehr gut an, so Tocholski. Beim VOLKSWOHL BUND werden „neuere" Wege wie Social Media, Bewertungen auf Kununu und Prämienzahlungen an Mitarbeiter für eine erfolgreiche Vermittlung eines Bewerbers (auch im Bereich Azubis) gegangen. Ist eine Bewerbung für eine vakante Ausbildungsstelle eingegangen, wird sofort ein persönlicher Kontakt mit dem potenziellen Azubi hergestellt, erklärt Tocholski. Dazu gehören unter anderem ein persönlicher Anruf, Auswahlverfahren in Präsenz und als Dank ein Glas VOLKSWOHL BUND-Honig. Das Onboarding der eingestellten Azubis startet bereits vor dem Beginn des ersten Ausbildungsjahres. **Dazu gehören „Viel Glück!-Pakete" vor Beginn der Abiturprüfungen für angehende Abiturienten oder „Vorfreude auf die Ausbildung"-Pakete für alle anderen, ein Kennenlern-Nachmittag im Mai und ein Vernetzungs-Abend der Jugend- und Auszubildendenvertretung im Sommer.** Dass diese Strategie beim VOLKSWOHL BUND aufgeht, zeigt die steigende Anzahl der Azubis in den letzten Jahren.

Vom Preboarding bis zur Probezeit

Désirée Schmid, Fachexpertin Konzernpersonal Wüstenrot & Württembergische AG, berichtete über die vier Phasen des Onboardings bei der W&W. Bereits nach der Vertragsunterschrift beginnt die erste Phase, das **Preboarding**. Dabei erhalten die neuen Mitarbeiter neben dem Begrüßungsschreiben die wichtigsten W&W-Informationen. In der **Orientierungsphase**, welche mit dem ersten Arbeitstag beginnt, durchlaufen die neuen Mitarbeiter Pflichttrainings und nehmen an Onboarding-Events teil, so Schmid. Neben einer Einführungsveranstaltung gibt es ein Vernetzungstreffen und eine Führung auf dem W&W-Campus. In der dritten Onboardingphase erfolgt die **soziale Integratio**n und in der vierten die **fachliche Integration**, welche mit dem Bestehen der Probezeit endet. Während der Integrationsphase steht dem neuen Mitarbeiter ein Buddy, eine erfahrene Vertrauensperson und Ansprechpartner, zur Seite.

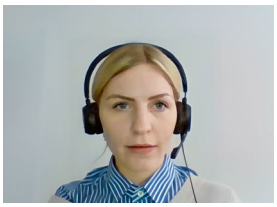
Onboarding Journey

Onboarding als Schlüsselinstrument beim Generationenwechsel war das Thema von **Lennart Graf**, HR Partner, und **Sibylle Karg**, Senior HR Partner bei der Atradius Kreditversicherung. Als Spezialversicherer besetzt die Atradius einen Nischenmarkt, welcher jedoch eine hohe Fachexpertise erfordert, so Graf und Karg. Es besteht ein hoher Aufwand für die Einarbeitung bis zum vollen Leistungsniveau. Der von



außen sich auf die Branche auswirkende Fachkräftemangel erschwert die Suche nach den geeigneten Kandidaten. Hinzu kommen der Generationswechsel (Babyboomer gehen, Generation Z kommt) und das stetig steigende Durchschnittsalter. **Die Atradius setzt bei der Suche nach den Fachkräften auf das interne Netzwerk aus Kunden, Maklern, Freunden und Bekannten. Bei der Digital Onboarding Journey der Atradius werden die neuen Mitarbeiter während der Einarbeitung stets begleitet, von der Group HR über Local HR bis zum Line Manager.** Die neuen Mitarbeiter erhalten unter anderem ein Welcome Booklet, E-Learnings, Workshops, Unterstützung bei der persönlichen Vernetzung und einen individuellen Plan mit Onboarding-Themen und -Terminen.

Der Quereinstieg

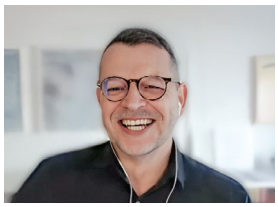


Über das Thema Quereinstieg als Chance in Zeiten des Fachkräftemangels referierte **Catharina Metzger**, Verantwortliche für Quereinstieg und Einarbeitung bei der Stuttgarter Versicherung. Sie stellte das **Quereinsteiger-Programm** vor und berichtete über die Erfolgsfaktoren des **Quereinsteiger-Recruitings**. Quereinsteiger werden in Gruppen von drei bis sechs Personen über einen Zeitraum von 13 Monaten ausgebildet. Ziel ist die Ausbildung zur/zum Fachfrau/-mann für Versicherungsvermittlung. Die Zielgruppe der Recruitingmaßnahmen für die Quereinsteiger sind in erster Linie Personen aus kaufmännischen Berufen, dem medizinischen Bereich, der Hotellerie und Gastronomie. **Rekrutiert werden die Quereinsteiger unter anderem über Indeed, Mitarbeiterempfehlung, Interview Days und Werbung in öffentlichen Verkehrsmitteln.** Die Vorteile von Quereinsteigern sind die geringe Fluktuation, Berufserfahrung, bewusste Entscheidung für den Quereinstieg und die im Vergleich zur Ausbildung kürzere Einarbeitungszeit, so Metzger. ▽

Zur (Arbeitgeber-)Marke werden

Michael Koch, der HR-Spezialist Employer Branding der Versicherungskammer Bayern, berichtete über das Thema Recruiting-Erfolg durch Employer Branding. Das Employer Branding (Arbeitgebermarkenbildung) hat einen großen Einfluss auf die Mitarbeitergewinnung und -bindung, Unternehmenskultur und -reputation sowie die Leistungsbereitschaft und das Arbeitsergebnis, so Michael Koch. **Durch die richtige Platzierung der Arbeitgebermarke kommt es zur Imageverbesserung und höheren Bekanntheit auf dem Arbeitsmarkt und führt somit zum Anstieg der Bewerberzahlen sowie optimalen Passung der Bewerber.** Der positive Einfluss macht sich auch in wichtigen Recruiting-Kennzahlen bemerkbar: Die Zeit bis zur Besetzung einer Stelle wird verkürzt, die Einstellungsquote erhöht, Kosten pro Stellenbesetzung werden reduziert und Kündigungen in der Probezeit minimiert, berichtete Michael Koch.

Die Perspektive macht den Unterschied!



Über die Employer Value Proposition (EVP), dem Wertversprechen des Arbeitgebers an seine Mitarbeiter, sprach **Christian Stefan Braun**, Leiter Employer Branding bei der ERGO. Eine starke Arbeitgebermarke ist erfolgskritisch, um im Arbeitgeber-Wettbewerb zu bestehen, so Christian Stefan Braun. Durch den zunehmend wettbewerbsorientierten Arbeitsmarkt haben sich die Anforderungen an die Positionierung der Arbeitgebermarke geändert. Die ERGO hat für sich drei Perspektiven der EVP definiert. Dazu gehören die **Authentizität** (zum Beispiel Zusammenspiel von Marke und Purpose), **Relevanz** (zum Beispiel Bedürfnisse und Erwartungen der Zielgruppen) sowie **Differenzierung** (zum Beispiel abgeleitete Positionierung am Arbeitsmarkt). „Die klare Positionierung gibt der Arbeitgebermarke von ERGO eine authentische und differenzierende Identität", sagte Christian Stefan Braun und stellte Imagekampagnen der ERGO wie eine Azubi-Kampagne auf Instagram, einen Imagefilm mit mehr als 40 Mitarbeitern und den Start des globalen Rollouts der EVP vor.

Das Jahr, in dem Recruiting eine Revolution erlebt?

André Wolpers, Talent Acquisition Manager beim HDI und LinkedIn Top Voice, sprach über die Recruiting Trends 2024. Fachkräftemangel bleibt ein zentrales Thema in Deutschland. Seit 2012 ist ein Anstieg der offenen Stellen um 118 Prozent zu verzeichnen, verschärft durch die stetig alternde Bevölkerung. Die Recruiter stehen vor Herausforderungen: Talente gewinnen und Talente halten. **Dafür brauchen die Unternehmen in erster Linie eine authentische Kommunikation und müssen geeignete Inhalte über passende Kanäle kommunizieren**. Dazu gehören unter anderem direkte und zielgruppenspezifische Ansprache durch Talent Acquisition sowie authentische Darstellung in Social Media. Um Talente zu halten, sollen die Unternehmen einen Fokus auf die Aus- und Weiterbildung sowie das Commitment legen, sagte André Wolpers. Aber auch bessere (langfristige) Planung, Steuerung durch Kennzahlen & KPIs (Definition, Langzeitreihen) seien von großer Bedeutung. ▽

FÜR DIE PERSONALARBEIT VOR ORT

Erfolgreiche Inklusion erfordert Sichtbarkeit

Jörg Asmussen, Hauptgeschäftsführer des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV), Michael Niebler und Sandra Kreft vom AGV, waren gemeinsam mit Inklusionsexperten von Allianz, AXA, ERGO, LVM, Provinzial, Barmenia, HDI und SV Sparkassenversicherung im Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) bei Staatssekretär Rolf Schmachtenberg, um eine wichtige HR-Frage vertieft zu diskutieren: **Wie kann die Inklusion in der deutschen Versicherungswirtschaft gefördert werden?**

Sandra Kreft präsentierte zunächst die relevanten Branchenzahlen zur gesetzlichen Beschäftigungspflicht der Arbeitgeber, auf wenigstens 5 Prozent der Arbeitsplätze schwerbehinderte Menschen zu beschäftigen. Nach Erhebungen der Bundesagentur für Arbeit erfüllten 87 Prozent der Versicherungsunternehmen – versus 74 Prozent der Unternehmen in anderen Branchen – die Beschäftigungsquote ganz oder teilweise, lediglich 13 Prozent der Versicherungsunternehmen beschäftigten keine schwerbehinderten Menschen, in den anderen Branchen sei die Zahl doppelt so hoch. Nach einer aktuellen ad-hoc-Umfrage des AGV zum Thema Inklusion gebe es bereits vielseitige Bemühungen der Häuser, die Beschäftigungsquote noch weiter zu verbessern. Hierzu gehörten neben einer Vielzahl individueller Unterstützungsleistungen auch unternehmensweite Maßnahmen wie die Teilnahme an verschiedenen Programmen, die Durchführung von Kampagnen und die Kooperation mit Inklusionsnetzwerken. Zusammengefasst lasse sich aus den Umfrageergebnissen herauslesen, dass sich die Unternehmen transparentere Vorschriften, weniger Bürokratie und mehr staatliche Unterstützung wünschen.

Staatssekretär Schmachtenberg warb gerade mit Blick auf den letzten Punkt für die im Jahr 2022 neu geschaffenen, noch nicht sehr bekannten **Einheitlichen Ansprechstellen für Arbeitgeber (EAA).** Diese sollen die Arbeitgeber bei der Ausbildung, Einstellung und Beschäftigung von schwerbehinderten Menschen informieren, beraten und unterstützen. Sie sollen die Arbeitgeber von sich aus ansprechen und ihnen als Lotse bei der Anwendung von Regelungen zur Teilhabe schwerbehinderter Menschen zur Seite stehen.

Die Unternehmensvertreter, in der Mehrzahl Inklusionsbeauftragte, bestätigten, dass man gerne mehr schwerbehinderte Mitarbeiter als bislang beschäftigen würde. **Inklusion sei eine „Herzensangelegenheit" geworden. Um das Thema zu treiben, sei es vor allem notwendig, mehr „Sichtbarkeit" zu schaffen:** Mitarbeiter sollten ermutigt werden, ihre verheimlichte Schwerbehinderung zu offenbaren und dadurch weit verbreiteten Vorurteilen – etwa dem Vorurteil, eine Behinderung würde stets zu einer Leistungseinschränkung führen – zu begegnen. Und dort, wo die Arbeitsfähigkeit eingeschränkt sei, fühlten die Unternehmen sich als gute Arbeitgeber verpflichtet, individuell die Mitarbeiter zu unterstützen.

Als AGV-seitige Begleitmaßnahmen zu dem Thema kündigte Sandra Kreft einen Leitfaden an, der die Mitgliedsunternehmen bei der Durchführung eines gesetzlich konformen Bewerbungsprozesses unter Berücksichtigung schwerbehinderter Bewerber unterstützen wird. Weiter kündigte sie die Gründung eines Experten-Arbeitskreises Inklusion an, der sich einige Male im Jahr virtuell treffen werde. Die Einladung zu einem ersten Treffen werde zeitnah an die Unternehmen verschickt.

von links nach rechts: Jörg Asmussen, Michael Niebler, Anke Holste, Lea Rosen, Kerstin Thomas, Rolf Schmachtenberg, Ulrike Rüß, Christian Riekel, Peter Anders, Martin Weiland, Harald Seibel, Carsten Volkert, Sandra Kreft, Philipp Klingebiel

Foto: Christian Kruppa

FÜR DIE PERSONALARBEIT VOR ORT

Fotos: Christian Kruppa

Darüber hinaus wird der AGV dafür sorgen, dass jedes Mitgliedsunternehmen „seine" EAA und deren Serviceangebot kennenlernt. Michael Niebler: „Der bürokratische Aufwand bei Beschäftigung schwerbehinderter Menschen ist leider erheblich und fordert Schwerbehindertenvertretungen und Personalabteilung gleichermaßen. Wenn der Staat den Unternehmen anbietet, diesen Aufwand auf Staatskosten zu minimieren, sollte man dieses Angebot annehmen und die betriebsinternen Prozesse anpassen."

Weitere Informationen zu den EAA und auch die konkreten Kontaktdaten für jede Region finden sich unter https://www.bih.de/integrationsaemter/aufgaben-und-leistungen/einheitliche-ansprechstellen/. Falls Ihr Haus Interesse an einer Mitarbeit am virtuellen AGV-Experten-Arbeitskreis Inklusion haben sollte, melden Sie sich bitte bei AGV-Referentin Sandra Kreft (sandra.kreft@agv-vers.de). ▽

LOBBYING

Rechtsanspruch auf Homeoffice? Widerspruch auch aus der Versicherungswirtschaft !

Bundeswirtschaftsminister **Robert Habeck** (Bündnis 90/Die Grünen) hat vorgeschlagen, einen Rechtsanspruch auf flexibles Arbeiten zu prüfen. Das würde gegen den Fachkräftemangel helfen.

Thomas Sigmund, Politikchef des *Handelsblatts*, hält dagegen: „Gerade im handwerklichen und gewerblichen Bereich zementieren solche Regelungen die Zweiklassengesellschaft in der Arbeitswelt. Welcher Jugendliche soll sich denn für eine Ausbildung im Handwerk begeistern, wenn er weiß, im Bürojob wird mein Homeoffice-Job nun sogar gesetzlich abgesichert. Da ist die Entscheidung angesichts der Work-Life-Balance schnell gefallen."

Steffen Kampeter, Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), warf dem Minister sogar Ignoranz vor: „Mobile Arbeit gehört für viele Beschäftigte seit Jahren zum Arbeitsalltag. In der Regel wird diese Frage im guten Einvernehmen zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber geregelt. Ein Gesetz braucht es nicht. Ein gesetzlicher Anspruch auf mobile Arbeit würde die Wirklichkeit in den Betrieben schlicht ignorieren."

Bertram Brossardt, Hauptgeschäftsführer der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft (vbw), berief sich auf das Grundgesetz: „Es muss der grundgesetzlich geschützten unternehmerischen Entscheidungsfreiheit überlassen bleiben, wo der Arbeitseinsatz der Mitarbeiter erfolgt. In den Betrieben werden gute, spezifische, flexible und freiwillige Lösungen zur Gestaltung des Homeoffice gefunden, die den Interessen von Arbeitgebern und Arbeitnehmern gleichermaßen gerecht werden. Oftmals gibt es sinnvolle Vereinbarungen der Sozialpartner und der Betriebsparteien. Ein pauschaler individueller Anspruch für den einzelnen Arbeitnehmer würde die personalpolitische und arbeitsorganisatorische Balance in der betrieblichen Praxis gefährden."

Uwe Schöpe

Der Vorstand Personal und Arbeitsdirektor der Zurich Gruppe Deutschland, **Uwe Schöpe**, Mitglied des Ausschusses für Tarif- und Arbeitsrechtsfragen des AGV, wurde ins ARD-Morgenmagazin eingeladen, möglicherweise in der Hoffnung, er könnte die Habeck-Forderung unterstützen. Bekanntermaßen hat die Zurich nämlich für ihre rund 5 000 Mitarbeiter in Deutschland eine besonders großzügige Homeoffice-Regelung geschaffen. Schöpe machte aber klar, dass „100 Prozent Homeoffice nicht zu unserer Kultur passt". Als soziale Wesen müsse man auch den Austausch pflegen können. Mit ausschließlich Homeoffice sei keine vernünftige Bindung an den Arbeitgeber mehr möglich. Ein Rechtsanspruch auf Homeoffice wäre eine „Katastrophe". ▽

3 FRAGEN AN ...

... Arbeits- und Organisationspsychologin Bettina Kubicek

Ist Homeoffice die Vorstufe zum (Arbeits-)Paradies?

Ist Homeoffice aus Ihrer Sicht eher Fluch oder eher Segen?

Zweifellos bringt das Homeoffice den Beschäftigten viele persönliche Vorteile: Sie schätzen Autonomie und Selbstbestimmung über den eigenen Arbeitstag durch die größere räumliche und zeitliche Flexibilität. Der Wegfall der Fahrtzeiten führt in der Regel zu mehr Freizeit. Das hat positive Auswirkungen auf die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. **Wer im Homeoffice arbeitet, ist nachweislich zufriedener, weniger müde und angespannt, dennoch gibt es zahlreiche Herausforderungen. Zusammenarbeit und Austausch im Team gestalten sich bei räumlicher Distanz schwieriger. Wissen wird eher mit solchen Personen geteilt, die in räumlicher Nähe sind.** Oft ist gar nicht klar, woran Kollegen arbeiten und welche Probleme sie haben. Gegenseitige Unterstützung ist damit schwieriger. Der informelle Austausch kommt oftmals zu kurz. Das wirkt sich negativ auf den Zusammenhalt innerhalb der Organisation und die Beziehungen mit Kollegen aus.

Was braucht es, damit die Zusammenarbeit mit Kollegen, die zum Teil im Büro und zum Teil im Homeoffice arbeiten, gelingt?

Homeoffice erfordert mehr als Vertrauen des Arbeitgebers in seine Beschäftigten. **Voraussetzung ist, dass der Umfang von Homeoffice zur jeweiligen Tätigkeit des Mitarbeitenden passt. Maßgeblich dafür sind der Anteil der Aufgaben, die eigenständig erledigt werden, einerseits und der Abstimmungsbedarf mit Kollegen andererseits.** Führungskräfte müssen klare Regeln zu Kommunikation, Erreichbarkeit, Anwesenheit, Wissensaustausch, sozialem Austausch und gemeinsamen Präsenzzeiten im Büro festlegen – gemeinsam mit dem Team, um das Commitment zu erhöhen. **Situationen, die im Büro zufällig entstehen, zum Beispiel der kurze Austausch an der Kaffeemaschine, müssen bei virtueller Zusammenarbeit bewusst hergestellt werden.** Der Wissensaustausch leidet besonders, wenn Führungskräfte wenig sozial unterstützen, d.h. selten für Fragen zur Verfügung stehen und kaum Anleitung geben. Kontakt mit Kollegen zu halten, liegt im Verantwortungsbereich der Mitarbeitenden. Die Konsequenz für Arbeitgeber: **Es gilt, das Büro als einen Ort des sozialen Austausches zu etablieren.** Damit entsteht für Beschäftigte ein Mehrwert, wenn sie ins Büro kommen.

Wie viel Homeoffice ist gesund?

Homeoffice hat einen positiven Effekt auf die Zufriedenheit. **Allerdings gibt es einen Kipppunkt, es gibt also auch zu viel Homeoffice. Das optimale Maß an Homeoffice steht in Zusammenhang mit der Qualität von Wissensaustausch und Kommunikation. Entscheidend ist, dass Mitarbeitende klare Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit ziehen.** Die gewonnene Zeit aufgrund des Wegfalls der Fahrtzeit sollte dafür genutzt werden, sich bewusst auf den Arbeitstag einzustimmen und diesen nach Feierabend abzuschließen, zum Beispiel mit einem kurzen Spaziergang. Das simuliert den Effekt der räumlichen Übergänge durch Pendeln.

© Uni Graz/wildundwunderbar

Bettina Kubicek hat Psychologie und Soziologie in Wien und Berlin studiert. Anschließend promovierte sie im Bereich der Arbeits- und Organisationspsychologie. Als Gastwissenschaftlerin forschte sie an der University of Madison-Wisconsin und lehrte als Gastprofessorin an der Universität Maribor in Slowenien. 2016 bis 2018 war sie Professorin für Organisationsentwicklung an der Fachhochschule Oberösterreich, 2018 wurde sie als Professorin an die Universität Graz berufen. Sie erforscht die Auswirkungen von Arbeitsintensivierung und Arbeitsplatzflexibilität auf das Wohlbefinden, die Motivation und das Lernen der Mitarbeitenden. Aktuell leitet sie Forschungsprojekte zu den kognitiven Anforderungen flexibler Arbeit und zur Grenzsetzung im Homeoffice.

FÜR DIE PERSONALARBEIT VOR ORT

Diversity: Soziale Herkunft und Neurodivergenz sind Schwerpunktthemen für 2024

Auf Einladung der HDI Group kamen die Teilnehmer des AGV-Expertenaustausches Diversity bereits zum zweiten Mal in Präsenz zusammen, um aktuelle Themen in großer Runde und in Deep Dives zu diskutieren.

In großer Runde wurden zunächst Leuchtturmprojekte sowie Fokusthemen beleuchtet. Zu den Leuchtturmprojekten zählten 2023 beispielsweise Fair Pay, interne Diversity-Days, Allyship und Sensibilisierungskampagnen sowie gendergerechte Kommunikation. Als besonders relevante Diversity-Themen für 2024 wurden Soziale Herkunft und Neurodivergenz identifiziert.

In den Deep Dives wurden die Themen Age Diversity, Fair Pay und Commitment bzw. Allyship diskutiert. Folgende Inputs konnten die Teilnehmer mitnehmen:

„Alters-Biases" müssen in beide Richtungen durchbrochen werden. Vorurteile wie unflexible „Alte" sowie nicht belastbare „Junge" sind bekannt. Ein gutes Miteinander wird vor dem Hintergrund der sich verschiebenden Alterspyramide immer wichtiger. **Um das Potenzial älterer Arbeitnehmer 60+ länger nutzen zu können, braucht es eine klare Strategie und Kommunikation nach innen mit einer neuen Bildsprache, mehr Wertschätzung von Erfahrung sowie neue Arbeitszeitmodelle.** Die bisherige Praxis der Altersteilzeit im Blockmodell muss abgebaut werden.

Equal Pay bzw. Fair Pay stehen auf der Agenda aller Versicherer – schon allein wegen der neuen Berichterstattungspflichten. Größter Einflussfaktor auf den Gender Pay Gap ist die geringe Frauenquote in höheren Positionen. Mögliche Maßnahmen umfassen unter anderem Pay-Gap-Analysen, Reportings, gleichwertige Einstellungsprozesse sowie neue Gehaltsmodelle. Durch den aktuellen Fachkräftemangel droht sich der Gender Pay Gap allerdings noch zu vergrößern.

Um das Commitment von Führungskräften für Inklusionsthemen sowie Allyship im Unternehmen zu fördern, sind folgende Instrumente besonders wirksam: **Vorstände als Sponsoren für unterschiedliche Diversity Dimensionen, Lernreisen sowie Dialogformate, zum Beispiel „Culture Days" auf Unternehmensebene oder Workshops auf Teamebene, insbesondere um Kritiker zu überzeugen.** Eine Einladung im Namen des Vorstandes zu Diversity Events betont den Stellenwert im Unternehmen. Es ist hilfreich, den Mehrwert von diverser Unternehmenskultur für die Organisation immer wieder aufzuzeigen (zum Beispiel mittels Zahlen, Daten, Fakten). ▽

Diversity-Beauftragte von 16 Versicherungskonzernen diskutierten am 29. Februar in Köln gemeinsam zu Diversity & Inklusion

AGV – KURZ NACHGEFRAGT

Prioritäten der Versicherungsangestellten im Job

Im Oktober 2022 startete der AGV das Umfrage-Format **„AGV – Kurz Nachgefragt"**, das mit jeder „Runde" mehr Zuspruch erfährt. Das Interesse ist über eineinhalb Jahre nach Start des Umfrageformates weiterhin ausgesprochen hoch. Es beteiligen sich regelmäßig mehr als 500 Versicherungsangestellte.

Ziel der Kurzerhebung ist, regelmäßig die persönliche Einschätzung der Beschäftigten in der Versicherungswirtschaft zu aktuellen Themen einzuholen. Im Zentrum steht der Perspektivwechsel, das heißt nicht die Mitgliedsunternehmen sind gefragt, sondern ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mit nur zwei bis drei Fragen wird die Einstellung zu aktuellen Themen abgefragt. Der Zeitaufwand für die Beantwortung liegt bei einer Minute. Angeschrieben werden die „Kunden" des AGV aus dem Tagesgeschäft, das heißt Personalleiter, Personalreferenten, Recruiter, Controller und Sachbearbeiter.

In den aktuellen Erhebungen geht es um die Bedürfnisse der Belegschaft mit Blick auf das Arbeitsverhältnis und das Mittagessen in der Betriebskantine.

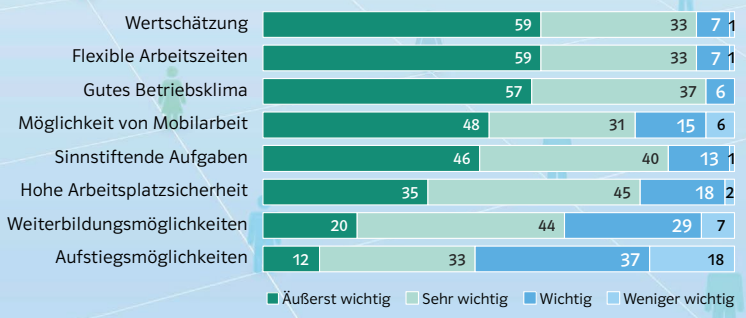
Sollte Interesse an einer Teilnahme an den Umfragen bestehen, bitte unter *www.agv-vers.de/kurznachgefragt* anmelden. Die Befragten erhalten die Ergebnisse. In *vis a vis* werden sie ebenfalls veröffentlicht. ▽

Was sollen die Arbeitgeber bieten? Wie sollen die Arbeitsplätze gestaltet werden?

Erwartungen der Beschäftigten an Arbeitgeber und Tätigkeit

579 Teilnehmende

Anteil in %



Nach Generationen

	Jahrgang	Top 1 Erwartung
Generation „Babyboomer"	1950 – 1964	Gutes Betriebsklima
Generation X	1965 – 1979	Wertschätzung
Generation Y	1980 – 1994	Flexible Arbeitszeiten
Generation Z	1995 – 2010	Gutes Betriebsklima

© AGV Versicherungen Januar 2024

Es ist nicht nur eine Frage der Generation, sondern vielmehr der heutigen Zeit und des Arbeitsmarktes. Mitarbeitende möchten mehr Flexibilität und haben höhere Ansprüche an ihre Aufgaben.

Junge Leute fordern deutlich mehr Flexibilität z.B. bei den Arbeitszeiten, Urlaubszeiten. Dafür sind sie aber auch bereit, entsprechend zu investieren.

Jüngere Generation: mehr Präsenz, mittlere Generation: mehr mobile Arbeit.

Bei älteren Generationen ist das Anspruchsdenken ggü. dem Arbeitgeber ausgeprägter. Finanzielle Einbußen bspw. aus Gesetzgebung oder wirtschaftlicher Entwicklung soll der Arbeitgeber ausgleichen. Das Bedürfnis nach möglichst komfortablen Arbeitsbedingungen (insbes. mobiles Arbeiten) und Work-Life-Balance haben alle.

Komplett verallgemeinern kann man das nicht, aber es gibt Tendenzen: Die jüngere Generation ist bzgl. flexibler Arbeitszeiteinteilung und Abgrenzung Arbeit / Freizeit strikter. Bei der Übernahme von (Führungs)Verantwortung ist sie oftmals zurückhaltender.

Die jüngere Generation scheint schneller bereit, den Arbeitgeber zu wechseln.

Gibt es da wirklich einen Unterschied? Mein Eindruck ist eher, dass die jüngeren Generationen es eher thematisieren (dürfen).

Wertschätzung ist allen Generationen wichtig.

Jüngere Mitarbeiter bekommen viel, was früher nicht selbstverständlich war.

In meiner Wahrnehmung sind die Ansprüche der Jüngeren (U30) sehr viel höher als die des mittleren Alters. Work-Life-Balance wird von U30 erwartet und auch umgesetzt.

© AGV Versicherungen Januar 2024

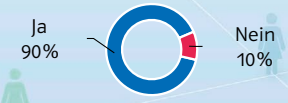
AGV – KURZ NACHGEFRAGT

Wie wichtig sind Betriebskantinen für das Betriebsklima ?

Betriebsrestaurant – Kantine

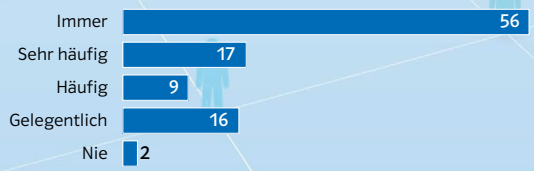
574 Teilnehmende

Betriebsrestaurant am Standort



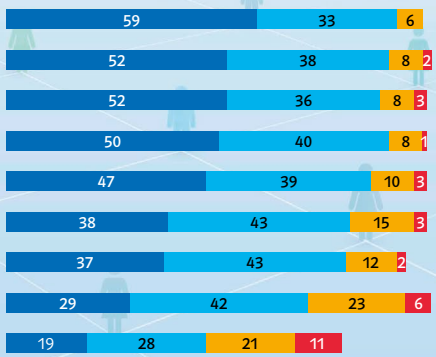
Nutzungshäufigkeit des Betriebsrestaurants

(Anteil in %; n = 515)



Das Betriebsrestaurant bietet …

(Anteil in %; n = 516)



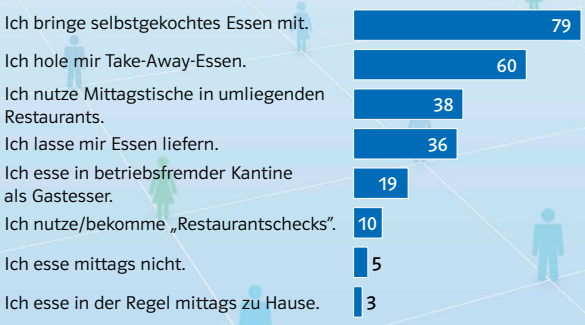
Hinweis: Differenz zu 100% ergibt sich aus „keine Angabe"

© AGV Versicherungen

März 2024

Wo/was wird stattdessen gegessen …

(Anteil in %; Mehrfachnennungen möglich; n = 58)



n = 58

Lieblingsgerichte

© AGV Versicherungen

März 2024

Modernes Konzept, jeder Teller wird individuell bei der Bestellung zusammen gestellt, keine Tablets mehr, nichts erinnert mehr an eine Kantine der vergangenen Jahre, die wir vor Corona noch hatten.

Guter Ort, um sich mit Kollegen auszutauschen.

Extrem viele, kreative Gerichte, aber auch Klassiker werden angeboten.

Entspannung und leckeres Essen.

Restaurant, nicht Kantine. :-)

Tolle Leistung des Unternehmens.

Ein rundum tolles Angebot, sehr nette MitarbeiterInnen, viel Abwechslung bei der Gerichteauswahl, eine nicht mehr selbstverständliche Sozialleistung des Arbeitgebers.

Eher eine klassische Kantine.

Eher Casino als Kantine.

Das Niveau der Gerichte ist deutlich höher als man es von einem Betriebsrestaurant erwarten kann. Da könnte manches öffentliche Restaurant was lernen.

Ein Grund, warum ich gerne im Office arbeite.

Eigene Mitarbeiter – kein externer Caterer! – Richtig gut, seit das Personal wieder zur eigenen Firma gehört.

Austausch, Networking, gesunde Ernährung.

Gute Preise, tolle Auswahl an Gerichten, saisonal, was ich mir selbst für zu Hause nicht unbedingt kochen würde.

Die wunderbare Auswahl an veganen und vegetarischen Gerichten! Immer Abwechslung und meistens SUPERLECKER.

Dankbarkeit, dass jemand für mich kocht ;-)

Abwechslungsreiches Angebot; frische und gut sortierte Salate.

© AGV Versicherungen

März 2024

TRIPLE A – AGV ARBEITSRECHT AKTUELL

Kiffen am Arbeitsplatz nicht erlaubt!

Im Triple A „High Performer – Betrieblicher Umgang mit dem Cannabis-Konsum" informierte AGV-Referentin Sandra Kreft 260 Teilnehmer über die Rechtslage nach der Legalisierung von Cannabis zum 1. April. Zwar darf seitdem jeder Erwachsene 25 Gramm Cannabis in seiner Jackentasche haben und zuhause 50 Gramm für den Eigenkonsum lagern, aber das heißt noch lange nicht, dass sich jetzt jeder in der Mittagspause im Büro einen Joint drehen kann. Es gilt nämlich – als Nebenleistungspflicht aus dem Arbeitsverhältnis – der ungeschriebene, gleichwohl aber gültige Grundsatz, dass der Arbeitnehmer seine **ungetrübte Arbeitskraft** zur Verfügung zu stellen hat. Dies schließt auch aus, dass der Arbeitnehmer vor Dienstbeginn noch einen Haschcookie frühstückt und dann berauscht zur Arbeit erscheint.

Zur Klarstellung empfiehlt es sich für Arbeitgeber, das Verbot von Cannabis im Betrieb nochmals **ausdrücklich zu regeln**. Hierbei ist der Betriebsrat zu beteiligen. **Liegt bereits eine Betriebsvereinbarung zum Verbot von Alkohol vor, so kann diese ergänzt werden**.

Halten sich Mitarbeiter nicht an das Verbot, drohen Abmahnungen bis hin zur verhaltensbedingten Kündigung. Berauschte Arbeitnehmer sind vom Arbeitgeber umgehend vom Arbeitsplatz zu entfernen, da in diesem Zustand

Sebastian Hopfner, Stellvertretender Geschäftsführer des AGV, und Sandra Kreft, Referentin beim AGV

kein gesetzlicher Versicherungsschutz mehr gewährleistet ist. Führungskräfte sollten im Erkennen verdächtiger Zustände geschult werden. **Das Entgelt kann gekürzt werden, bis der Arbeitnehmer wieder einsatzfähig ist.**

Flankierend – auch mit Blick auf die notwendige Gefährdungsbeurteilung und das Betriebliche Gesundheitsmanagement – bieten sich betriebliche Informationsveranstaltungen zum Thema Drogen, der Abschluss von freiwilligen Betriebsvereinbarungen zur Suchtprävention und Beratungsangebote für Betroffene an. ▽

GEDACHT … GESAGT …

„Kommunismus funktioniert nur im Himmel, wo sie ihn nicht brauchen, oder in der Hölle, wo sie ihn schon haben."

Ronald Reagan (1911 – 2004),
Schauspieler, Politiker und
40ster amerikanischer Präsident

AUSGEZEICHNET

IMPRESSUM

Herausgeber: Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland | Arabellastraße 29 | 81925 München | Tel. 089 – 92 20 01 - 0 | visavis@agv-vers.de | www.agv-vers.de

Redaktionsschluss: 18. April 2024

Verantwortlich für den Inhalt: Dr. Michael Niebler | **Redaktion:** Dr. Michael Niebler, Dr. Michael Gold, Betina Kirsch, Julia Blank, Kerstin Römelt und Sabine Freund

Konzeption: Kay Krüger Kommunikation | St.-Ottilien-Weg 5 | 85630 Grasbrunn | kay@kkkommunikation.com | **Gestaltung:** Herbert Schmid

visavis erscheint alle zwei Monate als Printprodukt.

Auf Wunsch (visavis@agv-vers.de) übermitteln wir Ihnen *visavis* auch per Mail.

Der Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland vertritt auf Bundesebene und im internationalen Bereich die Interessen all der Unternehmen, die im privaten Versicherungsgewerbe in Deutschland Arbeit anbieten. Diese Unternehmen beschäftigen zusammen aktuell rund 203 000 Mitarbeiter. Der Bezugspreis für die Verbandszeitschrift *visavis* ist im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Der Druck dieser Broschüre erfolgte mit finanziellem Klimabeitrag.

Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung des Herausgebers.