



EDITORIAL

Und nun kommt sie doch: die Frauenquote für die Vorstände 2

BDA-MITGLIEDERVERSAMMLUNG

Entschieden in der Sache und fair im Umgang 10

AGV-GESUNDHEITSFORUM

Betriebliches Gesundheitsmanagement in der Corona-Krise: Die Versicherer haben digitale Lösungen 14

Der neue Arbeitgeberpräsident: Rainer Dulger

Und nun kommt sie doch: die Frauenquote für die Vorstände



Börsennotierte Aktiengesellschaften mit mehr als 2000 Mitarbeitern müssen künftig mindestens eine Frau in den Vorstand berufen, wenn dieser aus mehr als drei Personen besteht. Das wird das Bundeskabinett am 6. Januar beschließen.

Viele entrüsteten sich darüber: Jetzt, mitten in der Corona-Krise, ein „starker Eingriff in die unternehmerische Freiheit“ (so der Bundesverband der Deutschen Industrie) bzw. eine „weitere sachfremde Gängelung der Unternehmen“ (so die Präsidentin des Wirtschaftsrates der CDU, Astrid Hamker). Ich kann das verstehen, aber ich stimme in den Chor der Entrüstung nicht mit ein. Denn ich bin nicht überrascht. Das, was der Gesetzgeber jetzt machen will, konnte man kommen sehen. Es ist eine Regulierung mit Ansage!

Erwartungen wurden enttäuscht

Warum? Der Gesetzgeber hatte 2015 klare Erwartungen an die großen Aktiengesellschaften formuliert und mit dem „Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst“ eine „starre“ und eine „weiche“ Quote geschaffen:

- **„Starre“ Quote:** Bei der Wahl zum Aufsichtsrat börsennotierter und voll mitbestimmter Unternehmen ist seit 1. Januar 2016 die Vorgabe einzuhalten, dass der Aufsichtsrat zu mindestens 30 Prozent mit Frauen zu besetzen ist. Folge: Die Erwartungen des Gesetzgebers wurden übererfüllt. Aktuell stellen Frauen 35 Prozent aller Aufsichtsratsmandate.
- **„Weiche“ Quote:** Für den Vorstand und die beiden obersten Führungsebenen müssen Zielgrößen zur Erhöhung des Frauenanteils bestimmt werden. Folge: Die Erwartungen des Gesetzgebers wurden bitter enttäuscht. Der Frauenanteil in den Vorständen beträgt aktuell nur 7,6 Prozent. Und: 70 Prozent der betroffenen Unternehmen haben sich für die Zielgröße „Null“ entschieden. Sogar bei auslaufenden Verträgen oder Neubesetzungen wird meist an der Zielgröße „Null“ festgehalten.

Klare Warnung der Bundeskanzlerin

Angesichts dieser Zahlen verwundert es nicht, dass die Bundeskanzlerin am 1. Juli im Deutschen Bundestag wörtlich sagte: *„Ich halte es für absolut unzureichend, dass es immer noch börsennotierte Unternehmen gibt, in denen nicht eine einzige Frau im Vorstand sitzt. Das ist ein Zustand, den man nicht vernünftig finden kann.“*

Vergleicht man den Frauenanteil in den Vorständen der führenden Unternehmen in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Polen, Schweden und den USA, landet Deutschland auf dem letzten Platz. In den USA beispielsweise liegt der Frauen-

anteil im Top-Management aktuell bei 28,6 Prozent und steigt kontinuierlich weiter.

Anteilseigner sollen entscheiden

Noch lehnen – soweit ersichtlich – alle Arbeitgeberverbände in Deutschland eine verbindliche Frauenquote für das Management ab. Auch ich persönlich. Mein Hauptargument ist: Die Anteilseigner sollen im Prinzip frei darin sein, wie sie ihr Management besetzen. Das können im Extremfall nur Männer oder nur Frauen sein. Ich gebe aber zu, dass ich über diese Position schon länger kritisch nachdenke. Ist diese Stringenz noch richtig? Oder ist etwa eine befristete Quote vernünftig? Ich bin mit meinen Zweifeln in guter Gesellschaft.

Zweifel nagen nicht nur an mir



Foto: Siemens AG

Joe Kaeser

Siemens-Chef Jo Kaeser unterstützt ausdrücklich eine gesetzliche Frauenquote.



Foto: McKinsey

Cornelius Baur

McKinsey-Deutschland-Chef Cornelius Baur ist sich sicher, dass eine Quote in den Vorständen für Veränderungen sorgen wird: „Ohne Quote hätten wir in Deutschland nicht so viele Frauen in den Aufsichtsräten. Erfahrung und McKinsey-Studien bestätigen immer wieder: Gemischte Teams treffen bessere Entscheidungen und sind erfolgreicher.“ Die Quote sei ein Signal, weibliche Talente noch besser zu fördern.



Foto: Süddeutsche Zeitung

Marc Beise

Marc Beise, Leiter der Wirtschaftsredaktion der *Süddeutschen Zeitung*, schrieb einen Artikel mit der Überschrift „Ich war dagegen“. Er hatte eine gesetzlich verpflichtende Frauenquote lange als „rabiatischen Eingriff des Staates in die Selbstorganisation der Unternehmen“ gebrandmarkt. Er hat seine Meinung geändert! Die Strategie, auf freiwillige Maßnahmen der Wirtschaft zu hoffen, sei bitter enttäuscht worden. Die Neuregulierung sei also selbstverschuldet.



Foto: IWB

Michael Hüther

Der Direktor des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW), Michael Hüther, sagte: „Es kann angesichts des überschaubaren Fortschritts bei der Berufung von Frauen in Vorstände nicht verwundern, dass die Politik strenger vorgeht und sich nicht mehr auf Selbstverpflichtungen verlassen will. Bei einem Vierervorstand im Jahr 2020 keine Frau dabei zu haben, ist nur schwerlich zu begründen. Man verzichtet auf viele wichtige Impulse eines geschlechtergemischten Teams. Zwar ist eine Quote immer starr und irgendwie kein besonders cleveres Instrument, aber wenn die cleveren Lösungen nur Ausreden waren, darf man sich nicht wundern.“

Vier Versicherungsunternehmen betroffen

Die geplante Frauenquote würde vier Versicherungsunternehmen (weil börsennotiert und voll mitbestimmt) betreffen:

- Dem zehnköpfigen Vorstand der **Allianz SE** gehören ab 1. Januar drei Frauen an. Herausragend im DAX-30!

EDITORIAL

- Dem neunköpfigen Vorstand der **Munich Re** gehört aktuell eine Frau an, zeitweise waren es schon zwei, das Unternehmen strebt bis 2025 einen Frauenanteil im Vorstand von 25 Prozent an.
- Der Aufsichtsrat der **Talanx AG** hat festgelegt, dass bis 30. Juni 2022 die Bestellung mindestens einer Frau im Vorstand angestrebt wird.
- Dem vierköpfigen Vorstand der **Wüstenrot & Württembergische AG** gehören aktuell vier Männer an, deren Verträge bis Mitte des Jahrzehnts laufen. Bestehende Mandate, das wird der Gesetzgeber so regeln, sind von der Quote nicht tangiert. Und: Ab 1. Januar übernimmt Zeliha Hanning den Vorstandsvorsitz der Württembergischen Versicherung AG.

Versicherungswirtschaft hat Problem frühzeitig erkannt

Der AGV und die ihn tragenden Versicherungsunternehmen – also alle in Deutschland tätigen (!) Versicherungen – haben bereits im Jahr 2012 erkannt, dass die Branche bei der Zusammensetzung ihrer Vorstände ein Problem hat: zu wenig Frauen. Uns kam daher eine Idee, die mittlerweile viele gute Früchte getragen hat:

Da Prominenz und Präsenz des Themas auf oberster Entscheidungsebene die maßgebenden Treiber sind, um mehr Frauen an die Spitze zu bekommen, haben wir 2012 eine hochkarätig besetzte Netzwerkplattform aus weiblichen und männlichen Vorständen und Führungskräften aus der Branche – den AGV-Branchenbeirat „Frauen in Führung“ – gegründet. Der Beirat unterstützt uns dabei, das Thema in der Branche zu verankern. Aus dem Beirat heraus, den Sarah Rössler, Vorstandsmitglied der HUK-COBURG, leitet, sind viele nachhaltige Projekte geboren worden, die mit dazu beitragen, dass das Bewusstsein und die Zielstrebigkeit für die Gewinnung von mehr Frauen im Management gestiegen sind. Diese Entwicklung macht sich auch in Zahlen bemerkbar: **So erhöht sich der Frauenanteil in den Vorständen der Versicherungswirtschaft permanent, von 5,7 Prozent im Jahr 2012 auf elf Prozent im Jahr 2019.**



Betina Kirsch

Besonders stolz sind meine Kollegin und Projektleiterin Betina Kirsch und ich auf unsere AGV-Top-Managerinnen-Konferenz, die so in Deutschland einmalig und auch stets überbucht ist. Alle zwei Jahre trifft sich das weibliche Top-Management der Branche, um sich fachlich und persönlich auszutauschen. Die Sichtbarkeit der Frauen nach außen und die Vernetzung untereinander zeigen Wirkung und unterstützen den Prozess der Gleichstellung, wengleich wir uns wünschen, dass es noch schneller geht.

Weitere Projekte stehen 2021 an. Mit „insurwomen@networks“, dem Launch eines digitalen Netzwerks, sowie Inspiring Leadership, einem „Mentortalk“ mit weiblichen Vorständinnen, wollen wir weiter am Ball bleiben.

Ihr

Michael Niebler

Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des AGV

P. S.: Beim AGV selbst haben Frauen schon seit Langem großes Gewicht. So sind sechs von 16 Mitgliedern des AGV-Vorstandes weiblich. Der wichtigste Ausschuss des AGV, der Ausschuss für Tarif- und Arbeitsrechtsfragen (ata), wird von einer Frau (Susanne Pauser) geleitet. Und 2012, als Betina Kirsch zur Geschäftsführerin bestellt wurde, war es vorbei mit einer rein männlich besetzten Geschäftsführung.

Die weiblichen Vorstandsmitglieder des AGV

Doris Höpke
(Munich Re)Sirka Laudon
(AXA)Julia Merkel
(R+V)Susanne Pauser
(Württembergische)Sarah Rössler
(HUK-COBURG)Renate Wagner
(Allianz)

THEMEN DIESER AUSGABE

Editorial

Und nun kommt sie doch: die Frauenquote für die Vorstände . . . 2

AGV-Personalleitertagung Außendienst

Vermittler gesucht! 4

Gedacht . . . Gesagt 6

Wussten Sie schon, dass ..? 7

Für die Personalarbeit vor Ort

Ein Hoch auf die Arbeitswelt der Versicherungswirtschaft 7

Im Namen des Volkes

Was ist ein Crowdworker? 8

AGV-Jahresauftaktveranstaltung

Mobilarbeit 360° 9

BDA-Mitgliederversammlung

Entschieden in der Sache und fair im Umgang 10

Digitalisierung der Arbeitswelt / Arbeiten 4.0

Wie steht es um den digitalen 11

Aufschwung durch die Corona-Krise? 11

AGV inside

Julia Blank entwickelt neue digitale Formate 12

Für die Personalarbeit vor Ort

Gute Beispiele aus der betrieblichen Praxis 12

AGV-Regionalausschüsse

Frank Tepen lernt Hamburg jetzt noch besser kennen 12

Lobbying

Kein Rechtsanspruch auf Homeoffice 13

AGV-Top-Managerinnen-Konferenz

Auf dem Weg zum New Normal 13

AGV-Gesundheitsforum

Betriebliches Gesundheitsmanagement in der Corona-Krise: Die Versicherer haben digitale Lösungen 14

Neu im AGV

Dortmunder Lebensversicherung AG, andsafe AG, DELA Lebensversicherungen und Cosmos Versicherung AG 16

Ausgezeichnet 16

Impressum 16

Vermittler gesucht!

Die Wünsche und Anforderungen von Millennials – der sogenannten GenZ – sind teilweise noch ein Buch mit sieben Siegeln. Die Versicherungsvertriebe denken darüber nach, wie sie die Jugend von heute für sich gewinnen können: Wie können Arbeitgeber die GenZ erreichen? Welche maßgeschneiderten Recruiting-Möglichkeiten gibt es? Was reizt zukünftige Berufsanfänger an der Versicherungsbranche?

Diese Fragen wurden beim diesjährigen AGV-Treffen der Führungskräfte des Vertriebs und der Vertriebsunterstützung heiß diskutiert, diesmal allerdings nicht in persona, sondern virtuell. Geleitet wurde die digitale Tagung von **Peter Bochnia**, Vertriebsvorstand der LVM Versicherung.

Versicherung in Zeiten der Corona-Krise

Jawed Barna, Zurich



Die Zurich hat wie viele andere Versicherer in der Corona-Krise nahezu alle Mitarbeiter ins Homeoffice geschickt. Die gute Nachricht vorweg: Aufgrund vorhandener digitalisierter Arbeitsweisen lief es sehr gut. Drei Kernelemente sind entscheidend, um die Krise gut zu bewältigen: Hat der Mitarbeiter Vertrauen in die Führung? Hält er diese für kompetent? Spürt er eine verantwortungsvolle Fürsorge? Speziell für Vermittler wurde – unabhängig von den in Aussicht gestellten staatlichen Unterstützungsmaßnahmen – ein großzügiger Maßnahmenkatalog von der Ausstattung des Arbeitsplatzes bis zu finanziellen Hilfen zusammengestellt.

Aktuell geht es darum, den Kulturwandel im Vertrieb voranzutreiben. Es ist nicht das erste Mal, dass fundamentale Krisenereignisse Katalysatoren für Innovationen sind – vor allem in der Art und Weise, miteinander zu arbeiten. Es gilt, die zum Teil aus der Not heraus erlernten digitalen Skills in ein „neues Normal“ zu übertragen und den Vertrieb dauerhaft digital zu befähigen. Die Krise hat gezeigt: **Jeder hat es in sich, ein Mindset aufzubauen, in dem stetige Veränderungen nicht bedrohlich sind, sondern denen mit täglichem Lernen begegnet werden kann.**

GenZ – Google smarte Zauberschüler

Stephan Grünewald, rheingold institut



Grünewald meint: „Chillen ist die Sehnsucht nach obsessiver Bewegungslosigkeit“

Wer die GenZ von einer Karriere im eigenen Unternehmen überzeugen will, der sollte ihre Bedürfnisse und Sehnsüchte kennen. Psychologe Stephan Grünewald, Gründer des rheingold instituts, erklärt auf Basis tiefenpsychologischer Forschung, warum gerade diese Generation zu Allmachtsphantasien neigt und gleichzeitig unter einem ungeheuren Performance-Druck steht, der sich oft nur im planlosen Chillen entladen kann.

Dem rauschaften Supermarkt der Möglichkeiten steht nicht selten eine Unfähigkeit zu entscheiden gegenüber – das macht Recruitern durchaus das Leben schwer. Junge Menschen, das haben sie beim Heranwachsen in eine Versorgungskultur gelernt, sind heute besonders anspruchsvoll. **Sie wünschen sich Herausforderung plus Entwicklung plus gelungene Work-Life-Balance.** Die Sicherheit der Versicherungsbranche kann für sie sehr attraktiv sein, denn in einer immer brüchiger werdenden Welt steht sie für berufliche Stabilität.

Doch etwas ist noch wichtiger als Sicherheit: Sinn! Eine überzeugende Mission, flache Hierarchien und inspirierende Führungspersönlichkeiten sind letztlich ausschlaggebend bei der Wahl des Berufs und können zu einer nachhaltigen Win-win-Situation führen. All diese Voraussetzungen – da ist sich Grünewald sicher – können auch im Versicherungsvertrieb geschaffen werden!

Werde#Insurancer - Erste Erfahrungen

Elisabeth Stiller, GDV



Alle Versicherer sind sich bewusst: Trotz der aktuellen Digitalisierungswelle wird es auf absehbare Zeit Menschen im Vertrieb brauchen. Junge Talente mit den richtigen Skills zu gewinnen, wird allerdings zunehmend schwierig. Deshalb starteten der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) und seine Mitgliedsunternehmen im Mai 2020 eine gemeinsame Kommunikationsinitiative. Erklärtes Ziel: junge Menschen für den Versicherungsvertrieb gewinnen, und zwar da, wo sich die Zielgruppe am liebsten aufhält – auf YouTube, Instagram und Snapchat.

Die Initiative „Werde#Insurancer“ soll den unternehmens-eigenen Recruiting-Bemühungen Rückenwind verleihen und gleichzeitig positiv auf das Image des Versicherungsvermittlers einwirken.

Zielgruppe sind 16- bis 30-Jährige, denen ein neues, modernes Bild des Versicherungsvermittlers gezeigt werden soll. Denn entgegen dem verstaubten Klischee bietet der Beruf viel von dem, was sich diese Altersgruppe explizit wünscht: **schnell Verantwortung übernehmen, international oder in der Heimatregion beruflichen Erfolg haben, bei Arbeitsort und Arbeitszeit flexibel sein, Sicherheit in turbulenten Zeiten und die Gewissheit, etwas Wichtiges und Sinnvolles zu tun.**

Denn „Insurancer“ sind Influencer. Sie helfen, Existenzen und Zukunft zu sichern.



Nähere Informationen finden Sie auf der Homepage www.werde-insurancer.de und auf Instagram unter „Werde#insurancer“ (https://www.instagram.com/werde_insurancer/).

Diskussion: Praxiserfahrungen junger Vertriebstalente



Peter Bochnia (oben links) in einem kurzweiligen Austausch mit Lisa-Marie Thumm (HDI Versicherungen) und Kevin Köpke (Itzehoer); rechts oben: Elisabeth Stiller (GDV)

42 Prozent der Versicherungsvermittler in Deutschland sind 55 Jahre alt oder älter. Es gibt aber auch heute schon erfolgreiche und „smarte“ Vertreter der neuen Generation, die sich für den Versicherungsvertrieb begeistern. Mit zwei von ihnen haben wir uns darüber unterhalten, wie eigentlich junge Vertriebstalente über die Branche und das Berufsbild „Versicherungsvermittler“ denken.

Die wichtigsten Aussagen unserer „Youngsters“ im Überblick:

Gerade die GenZ hat keine Lust auf monotone Tätigkeiten und einen eintönigen Berufsalltag. Hier kann der Vertrieb punkten. Durch die große Bandbreite an Möglichkeiten passiert jeden Tag etwas Neues.

Im Vertrieb gibt es einen besonderen „Schlag Mensch“. Jeder, der ein kommunikativer und extrovertierter Typ ist, passt hervorragend.



AGV-PERSONALLEITERTAGUNG AUSSENDIENST

Im Versicherungsvertrieb gibt es hervorragende Entwicklungspotentiale. Vielen Berufsanfängern ist gar nicht bewusst, dass Digitalisierung vor allem im Vertrieb ein großes Thema ist. Es gibt nicht nur die klassische Agenturlaufbahn.

Viele junge Leute übersehen die Versicherungsbranche, weil diese auf den aktuellen Plattformen kaum sichtbar ist. Es braucht ein noch intensiveres Marketing.

Für einen dauerhaften „Verbleib“ im Vertrieb sind ein zeitgemäßes Arbeitsumfeld, moderne Produkte und ein gutes Unternehmensimage entscheidend.

Wir müssen uns zwar davon entfernen, den Jobtitel – Stichwort „Consultant“ – als Statussymbol zu sehen. Die Berufsbezeichnung „Versicherungsvermittler“ ist jedoch verstaubt und bildet nicht mehr das heutige Jobprofil ab.

Personalgewinnungsstrategie eines Versicherungs-Start-ups

Florian Brokamp, Thinksurance



Eines der größten Probleme von Start-ups ist, nur auf schnelles Wachstum zu setzen und nicht parallel die passenden Strukturen und Mitarbeiter im Unternehmen zu etablieren. Übersehen wird dabei oft, dass unbesetzte Stellen den Hauptkostenfaktor (sogenannte „Cost of Vacancy“) im Recruiting darstellen.

Erstaunlicherweise sind High Potentials (das sind drei bis fünf Prozent der Bewerber) durchschnittlich nur zehn Tage am Markt verfügbar. Vor diesem Hintergrund werden Empfehlungen der eigenen Mitarbeiter im Recruiting immer wichtiger. Die eigenen Leute können die Wünsche nach Entwicklungsperspektiven und Gehaltstransparenz am glaubwürdigsten transportieren.

HR-Zahlen von Thinksurance



Einer der Erfolgsfaktoren ist, die Candidate Journey als ganzheitlichen Prozess zu sehen – von der Bewerbung über die Einstellung bis hin zum Unternehmenspromoting. Nur, wenn sich der Bewerber wohlfühlt, trägt er „seinen“ Arbeitgeber in seine eigenen privaten Netzwerke. ▽

GEDACHT ... GESAGT ...

„Your brand is what other people say about you when you're not in the room.“

Jeff Bezos, CEO von Amazon

WUSSTEN SIE SCHON, DASS ...

► ... **Rentner über hohe Einkünfte verfügen?** Die rund 21 Millionen Rentner in Deutschland haben in den vergangenen Jahren von der guten Wirtschaftsentwicklung sehr profitiert. Das ergibt sich aus dem Alterssicherungsbericht 2020 der Bundesregierung. Im Durchschnitt sind die Haushalts-Nettoeinkommen der Älteren von 2015 bis 2019 um 14 Prozent und damit stärker als die Preise gestiegen, die im selben Zeitraum nur um fünf Prozent zulegten.

Männer über 65 haben im Durchschnitt 1816 Euro, Frauen durchschnittlich 1607 Euro im Monat zur Verfügung. Damit

liegen ihre Gesamteinkünfte deutlich über der gesetzlichen Altersrente von derzeit durchschnittlich rund 950 Euro im Monat. Grund: Die Senioren verfügen noch über andere Einkünfte.



► ... **Teilzeitkräfte mehr und Vollzeitkräfte weniger arbeiten möchten?** Insgesamt knapp 2,1 Millionen Erwerbstätige im Alter von 15 bis 74 wünschen sich eine längere Arbeitszeit, wie das Statistische Bundesamt ermittelt hat. So würden Teilzeitkräfte gern um 10,3 Stunden aufstocken, um mehr Gehalt zu bekommen. Dagegen würden 1,5 Millionen Vollzeitbeschäftigte gern ihre Arbeitszeit reduzieren, durchschnittlich um 10,7 Stunden bei entsprechender Verringerung des Gehalts.

► ... **zwei Drittel der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Alter von 25 bis unter 65 einen Anspruch auf eine Zusatzrente aus der betrieblichen Altersversorgung (bAV) oder der Riester-Rente haben?** Das geht aus dem Rentenversicherungsbericht 2020 der Bundesregierung hervor. 50 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die über keine bAV und keine Riester-Rente verfügen, haben aber alternativ für das Alter vorgesorgt (zum Beispiel durch eine private Renten- oder Lebensversicherung oder selbstgenutztes Wohneigentum). 23,6 Prozent der Arbeitnehmer mit einer Betriebszugehörigkeit zwischen sechs und zehn Jahren betreiben Entgeltumwandlung.

FÜR DIE PERSONALARBEIT VOR ORT

Ein Hoch auf die Arbeitswelt der Versicherungswirtschaft

Die Versicherungsbranche gilt - wenn man Karriereportalen Glauben schenkt - als unsexy, verstaubt, langweilig und altmodisch. Auf den ersten Blick spreche sie die Generationen Y & Z als Arbeitgeber nicht an. Dieses Image der Branche ist überholt und entspricht schon lange nicht mehr der Realität. Die Versicherer nehmen den fortschreitenden digitalen Wandel mit all seinen Facetten an. Das spiegelt sich im Arbeitsalltag ihrer Mitarbeiter. Sie profitieren von flexiblen Arbeitszeiten, agilen Arbeitsmethoden, mobilem Arbeiten und moderner Arbeitsplatzgestaltung. Gleichwohl stehen die Versicherer nach wie vor für die Werte Sicherheit und Tradition. Die Branche zeichnet sich seit Jahrzehnten als verlässlicher und guter Arbeitgeber aus. Die Beschäftigtenentwicklung ist stabil. Die aller-

meisten Arbeitsverträge sind unbefristet. Ein Großteil der Auszubildenden wird nach ihrem Abschluss übernommen. Zuletzt bewiesen die Versicherer ihre Stärken als Arbeitgeber in der Corona-Krise. Die Branche meistert

die Pandemie auf der HR-Seite vorbildlich. Nahezu kein Versicherer schickte Arbeitnehmer in Kurzarbeit.

Der Branchensozialreport 2020 bietet einen umfassenden Einblick in die attraktiven Arbeitsbedingungen der Branche. Ausgehend von den Tarifverträgen für das private Versicherungsgewerbe sowie ausgewählten Ergebnissen der AGV-Erhebungen werden Zahlen und Fakten vorgestellt, wie zum Beispiel:

- Entwicklung der Frauenquote im Innendienst auf der Führungsebene in den letzten zehn Jahren: 23,2 auf 28,9 Prozent
- Sonderzahlungen: bis zu 200 Prozent des Monatsgehalts
- Übernahmequote der Azubis: 75 Prozent
- Ausgaben für die Weiterbildung: rund 2.000 Euro pro Mitarbeiter pro Jahr
- Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit: 16,3 Jahre
- Mitarbeiterzufriedenheit: 90 Prozent der Mitarbeiter sind zufrieden bis äußerst zufrieden mit ihrem aktuellen Arbeitgeber

Die Broschüre steht auf der Homepage des AGV unter www.agv-vers.de/branchensozialreport zum Download zur Verfügung. ▽



Was ist ein Crowdworker ?



Crowdworker können Arbeitnehmer sein

Ein Unternehmen bietet einer breiten Masse, der „Crowd“, mehr oder minder umfangreiche Arbeiten über eine Internetplattform an. Dazu zählen beispielsweise das Testen von Apps, Adressrecherchen, Preisvergleiche oder Programmierungsarbeiten. Diese Aufträge können von Selbstständigen, den sogenannten Crowdworkern, angenommen werden. Nach Erledigung des Projekts erfolgt die Vergütung. Manche Anbieter gestalten ihr Vergütungssystem so, dass für die Crowdworker ein Anreiz besteht, immer mehr Aufträge anzunehmen.

Welche Bedeutung hat Crowdfunding ?

2017 sollen laut dem Institut zur Zukunft der Arbeit (IZA), Bonn, 423 000 Menschen in Deutschland einen Auftrag über eine Plattform bearbeitet haben. Schon ein Jahr später sollen zwölf Prozent der erwerbsfähigen Personen in Deutschland eine Dienstleistung über das Internet angeboten haben, so eine Umfrage der Europäischen Kommission. Das waren etwa 5,6 Millionen Menschen.

Das Bundesarbeitsministerium ging jüngst von bis zu zehn Prozent Wachstum in jedem Quartal aus.

Wer ist Arbeitnehmer ?

Nach deutschem Recht ist ein Arbeitsverhältnis geprägt durch Weisungsabhängigkeit (Fremdbestimmung) und Eingliederung in die betriebliche Organisation.

Was entschied das Bundesarbeitsgericht ?

Am 1. Dezember 2020 (Aktenzeichen: 9 AZR 102/20) entschied das Bundesarbeitsgericht (BAG), dass Crowdworker Arbeitnehmer sein können.

Sachverhalt: Ein Plattformbetreiber hatte Crowdworkern angeboten, die Präsentation von Markenware im Einzelhandel und an Tankstellen zu kontrollieren. Die Beauftragung solcher Kleinaufträge erfolgte über eine App auf der Grundlage einer Basisvereinbarung. Über einen persönlich eingerichteten Account konnte jeder Crowdworker der Onlineplattform bestimmte Aufträge annehmen, ohne dazu verpflichtet zu sein. Übernahm ein Crowdworker allerdings einen solchen Auftrag, musste er diesen regelmäßig binnen zwei Stunden nach detaillierten Vorgaben des Anbieters erledigen. Für erledigte Aufträge erhielt der Crowdworker eine Vergütung; zudem wurden auf seinem Nutzerkonto „Erfahrungspunkte“ gutgeschrieben.

Als der Rahmenvertrag durch die Internetplattform gekündigt wurde, setzte sich ein Crowdworker mittels Kündigungsschutzklage dagegen zur Wehr. Er behauptete eine faktische Eingliederung und Druck zum Tätigwerden, der durch die Einbindung in das „Netzwerk“ entstanden sei. Mit dieser Argumentation war der Crowdworker noch bei den Vorinstanzen – Arbeitsgericht München und Landesarbeitsgericht München – gescheitert.

Das BAG dagegen folgte der Klageabweisung nicht: **Die vom Gesetz verlangte Gesamtwürdigung aller Umstände könne ergeben, dass Crowdworker als Arbeitnehmer anzusehen seien.** Für ein Arbeitsverhältnis spreche, wenn der Auftraggeber die Zusammenarbeit über die von ihm betriebene Onlineplattform so steuere, dass der Auftragnehmer seine Tätigkeit nach Ort, Zeit und Inhalt nicht frei gestalten könne. Vorliegend leistete der Kläger in arbeitnehmertypischer Weise weisungsgebunden und fremdbestimmt Arbeit in persönlicher Abhängigkeit. Zwar sei er vertraglich nicht zur Annahme von Angeboten der Internetplattform verpflichtet gewesen. Die Organisationsstruktur der Online-Plattform sei aber darauf ausgerichtet, dass über einen Account angemeldete und eingearbeitete Nutzer kontinuierlich vertraglich vorgegebene Kleinaufträge annehmen, um diese persönlich zu erledigen.

Folgen der Entscheidung

Der Pressemitteilung des BAG lässt sich nicht entnehmen, dass Crowdfunding grundsätzlich einen Arbeitnehmerstatus begründet. Es kommt weiterhin sehr auf die Abwägung im Einzelfall an. Selbstverständlich kann Crowdfunding auch in Zukunft als selbstständige Tätigkeit durchgeführt werden. Die Online-Plattformen müssen dabei auf zeitliche und inhaltliche Freiheit bei der Ausführung von Aufträgen achten und ihre Anreizsysteme überprüfen.

„Faire Arbeit in der Plattformökonomie“

Bundesarbeitsminister Hubertus Heil (SPD) hatte schon vor dem Urteil ein Eckpunktepapier „Faire Arbeit in der Plattformökonomie“ vorgelegt. Kernelemente:

- Es soll eine gesetzliche Beweislastregelung zugunsten der Crowdworker eingeführt werden.
- Es sollen Wege gefunden werden, wie Crowdworkern eine „kollektivrechtliche Organisation“ ermöglicht werde.

IM NAMEN DES VOLKES

- Es sollen Mindestkündigungsfristen zwischen der Plattform und den Plattformtätigen eingeführt werden.

Reaktionen

Sebastian Hopfner, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer des AGV: „Dem Bundesarbeitsminister scheint es wichtig zu sein, dass Deutschland ein innovationsfreier Raum im Bereich der IT wird. Wer verhindern will, dass Unternehmen wie Google, Microsoft oder Amazon in Deutschland entstehen können, der muss in dieser Weise regulieren, regulieren und nochmals regulieren.“

Die **Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA)** schrieb: „Dies würde in der Praxis zu einer erheblichen Rechtsunsicher-



heit führen und diese neuen Formen der Arbeit – ohne Not – ausbremsen. Grundsätzlich sollte Selbstständigkeit gefördert und nicht unnötig reguliert werden. Selbstständigkeit ist ein wichtiger und notwendiger Bestandteil jeder funktionierenden Wirtschaftsordnung.“

Die deutsche Wirtschaftsjournalistin **Ursula Weidenfeld** (*WirtschaftsWoche, FTD, impulse, Handelsblatt*) meinte: „Ordentliche Arbeitsverhältnisse in der Plattformwirtschaft wird es in Deutschland nur dann geben, wenn die Erwerbstätigen produktiver, qualifizierter und zuverlässiger sind als ihre globalen Wettbewerber. Sonst gibt es demnächst vielleicht einen fairen Ordnungsrahmen, doch keine Arbeit mehr.“ ▽

AGV-JAHRESAUFTAKTVERANSTALTUNG

Mobilarbeit 360°

2021

Die Jahresauftaktveranstaltung einmal ganz anders ...

Seit 2000 lädt der AGV im Januar in Hamburg, München und Köln zu Jahresauftaktveranstaltungen ein. Aufgrund der Corona-Pandemie können diese 2021 nicht als Präsenzveranstaltungen durchgeführt werden.

Die Veranstaltung wird daher am **26. Januar 2021** virtuell stattfinden, per Livestream aus dem Haus der Bayerischen Wirtschaft.

Basierend auf der Abfrage der Themenwünsche der Mitgliedsunternehmen konzentrieren wir uns ausschließlich auf das Thema „**Mobilarbeit 360°**“, das die Referenten des AGV von allen Seiten beleuchten: Inhaltlich wird es neben der Frage des Anspruches auf Mobilarbeit sowohl um arbeits(schutz)- und betriebsverfassungsrechtliche Aspekte

als auch um steuerliche und personalpolitische Rahmenbedingungen gehen, die mit dieser Arbeitsform im In- und Ausland einhergehen.

Die sonst üblichen Vorträge werden durch Keynotes und Paneldiskussionen ersetzt, die Teilnehmer haben die Möglichkeit der Interaktion mit den Referenten. Tagungsleiter ist Sebastian Hopfner, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer des AGV.



Sebastian Hopfner

Das ausführliche Programm ist auf der Homepage des AGV www.agv-vers.de veröffentlicht. Anmeldungen sind ebenfalls über die AGV-Homepage möglich. ▽

BDA-MITGLIEDERVERSAMMLUNG



Ingo Kramer und Rainer Dulger

Foto: BDA / Christian Kruppa

Entschieden in der Sache und fair im Umgang

Seit 26. November haben die Arbeitgeber in Deutschland einen neuen „Kapitän“: Rainer Dulger, Geschäftsführender Gesellschafter der ProMinent GmbH, einem global führenden Hersteller von Dosierpumpen und Wasseraufbereitungsanlagen mit Hauptsitz in Heidelberg mit rund 2 700 Mitarbeitern weltweit. Seit 2012 ist Dulger Präsident von Gesamtmetall. Dieses Amt hat er noch am 26. November an Stefan Wolf, Vorstandsvorsitzender des Autozulieferers ElringKlinger mit 10 000 Mitarbeitern und bislang Präsident von Südwestmetall, abgegeben.

Dulger folgt auf Ingo Kramer, der die letzten sieben Jahre als Präsident der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) „auf der Brücke“ stand. Sein Kurs war nach eigenen Worten immer: „Lösungen zu finden und nicht im Stillstand Recht zu haben. Sonst geht man mit wehender Flagge unter.“ In einem Interview mit der Tageszeitung Die Welt wies Kramer darauf hin, dass er in seiner Amtszeit zwei Mal mit einer Koalition zu tun gehabt habe, die zum Teil aus einer SPD bestanden habe, die weg vom pragmatischen Kurs der Agenda 2010 immer mehr nach links tendierte. Er hätte deshalb in die lautstarke Frontalopposition gehen können, hätte dann aber kaum Chancen zu überzeugen gehabt. Stattdessen habe er sich entschieden, Kompromisse zu schmieden, um so weit zu kommen, wie es eben gehe.

In einer schwungvollen Antrittsrede versicherte Rainer Dulger, der in seiner Freizeit ein begeisterter Hubschrauberpilot ist, den Präsidenten bzw. Vorsitzenden der deutschen Arbeitgeberverbände und ihren Hauptgeschäftsführern, er werde sein Amt entschieden in der Sache und fair im Umgang führen. Die BDA sei der einzige Spitzenverband, der die gesamte deutsche Wirtschaft vertrete – Industrie, Handel, Handwerk, Dienstleistung und Landwirtschaft. „Diese Breite, die sich auch durch kleine, mittlere und große Unternehmen zieht, ist unsere Stärke im politischen Berlin. Ich will diese Vielfaltigkeit weiterhin einen. Das ist mein Ziel. Denn wenn wir geschlossen auftreten, hat unsere Stimme großes Gewicht,“ sagte Dulger.

Für einen Arbeitsmarkt, der Einstieg und Aufstieg ermöglicht

Der neue Arbeitgeberpräsident formulierte folgende zentrale verbandspolitische Ziele:

- Die Grundwerte der BDA bleiben Eigenverantwortung, Chancengleichheit, Wettbewerb und unternehmerische Freiheit.
- Ihr Fokus bleibt auf den sozialpolitischen Standortfaktoren: Stabilität der Sozialversicherungssysteme, deren Beiträge 40 Prozent nicht übersteigen

dürfen (diese Grenze sollte in Gesetzesform gegossen und am besten sogar in das Grundgesetz aufgenommen werden), ein flexibleres Arbeitsrecht und der Abbau von Bürokratie.

- Die BDA steht für einen durchlässigen Arbeitsmarkt, der Einstieg und Aufstieg ermöglicht.
- Förderung des Gründergeistes. Dulger wörtlich: „Ich möchte, dass junge Menschen Lust darauf haben, einen Handwerksbetrieb zu gründen, ein Handelsunternehmen zu eröffnen oder der Dienstleister von morgen zu sein.“
- Der ökologische Wandel wird die deutsche Wirtschaft fordern. Die BDA sieht die unternehmerische Marktwirtschaft als Lösung, nicht als Problem des ökologischen Wandels. Erforderlich ist ein Rahmen, in dem technologieoffen und wettbewerbsfähig gehandelt werden kann.

Merkel signalisiert Wirtschaft Unterstützung bei strittigen Themen

Im Rahmen der virtuellen BDA-Mitgliederversammlung fand auch eine Aussprache mit Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) statt. Sie will der Flexibilität und der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen wieder einen höheren Stellenwert verschaffen. „Wenn wir

BDA-MITGLIEDERVERSAMMLUNG



Foto: BDA / Christian Kruppa

unseren Wohlstand und unsere Sozialsysteme auf hohem Niveau halten wollen, dann brauchen wir wettbewerbs-

fähige Unternehmen“, sagte die Kanzlerin in der Videoschleife. Sie sei „keine Freundin davon, dass wir durch einen

Rechtsanspruch auf Homeoffice gleich wieder Flexibilitäten erschweren“. Ein Verbot von Verbrennungsmotoren dürfe nicht durch die Hintertür kommen, indem man diese „technisch unmöglich“ mache. Die Stabilisierung der Sozialversicherungsbeiträge bei unter 40 Prozent sei ein Anliegen, das sie stets geteilt und gestützt habe. Auf den neuen Arbeitgeberpräsidenten Rainer Dulger gehe sie „mit offenem Herzen und offenen Armen“ zu.

Andreas Eurich, Vorstandsvorsitzender der Barmenia Versicherungen und Vorsitzender des AGV, ist seit 2015 Vizepräsident der BDA. Da seine Amtszeit erst im November 2021 abläuft, stand er jetzt nicht zur Wiederwahl. ▽

DIGITALISIERUNG DER ARBEITSWELT / ARBEITEN 4.0

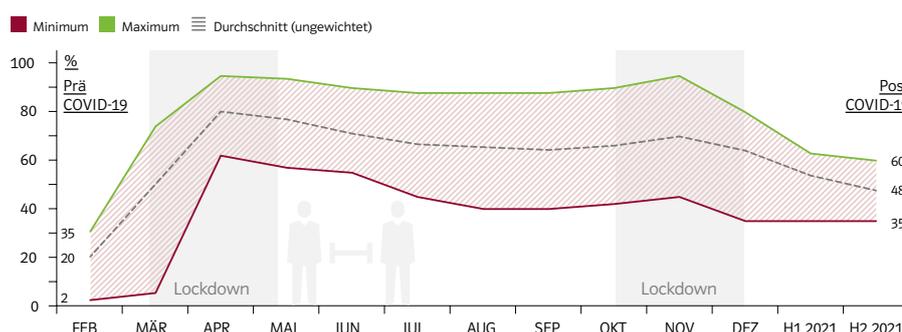
Wie steht es um den digitalen Aufschwung durch die Corona-Krise?

Die Corona-Krise wirkt als Katalysator und beschleunigt stark die digitale Transformation in vielen Bereichen der Versicherungswirtschaft. In der Reihe „Fokus | Digitalisierung“ beleuchtet der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) regelmäßig wichtige Themen rund um den digitalen Wandel in der Versicherungsbranche. In der neuesten Ausgabe „Digitalisierungsschub durch die Krise – zwischen Frustration und Euphorie“, ein Gemeinschaftswerk von GDV und AGV, wird ein dreiviertel Jahr nach dem ersten Lockdown ein Zwischenfazit für die Branche gezogen:

- Corona-bedingtes Arbeiten im Homeoffice: Deutliche Erhöhung der Anzahl remote-fähiger Arbeitsplätze, massive Intensivierung digitaler Kommunikation, kein Anstieg von Cyberangriffen, unbekannter Effekt auf die langfristige Produktivität (zu Beginn der Krise: rückläufige Krankenstände, hohe Motivation; im Laufe der Zeit: Entsozialisierung, Ermüdung der Belegschaft).
- Wichtige Erfolgsfaktoren: Kollaboration und Führen aus der Ferne.
- Herausforderungen: Leistungsfähige IT, moderne Arbeits- und Begegnungs-

flächen sowie hochverfügbare Kommunikationsnetze für die Remote-Arbeit (5G-Netzausbau).

Homeoffice-Quote



Quelle: GDV/BDIT-Ad-hoc-Umfrage zu den „Covid19-bedingten Veränderungen“, September/Oktober 2020

Fokus | Digitalisierung
Nr. 06 / November 2020

Digitalisierungsschub durch die Krise – zwischen Frustration und Euphorie

COVID-19 beherrscht nach wie vor unseren Alltag und stellt Unternehmen sowie Privatpersonen kontinuierlich vor Herausforderungen. Angesichts der andauernden Krise gilt es, sich schnell, effektiv und situationsbedingt anzupassen. Für Unternehmen bedeutet dies, neue Methoden und Technologien bestmöglich einzusetzen und zeitnah in ihre Abläufe zu integrieren – idealerweise ohne Produktivitätsverlust.

Im Zuge der Corona-Krise haben Digitalisierungsthemen in der Versicherungswirtschaft nicht nur an Akzeptanz gewonnen, sondern starken Auftrieb erfahren. Kunden, Versicherungsvermittler und Insured-Unternehmer fordern gleichermaßen aktiv digitale Unterstützung ein. Es gilt nun, die gestiegenen Anforderungen adäquat zu adressieren. Hier sind Politik und Wirtschaft gefordert, folgende Handlungsfelder konsequent anzugehen:

- **Remote-Arbeit bei weiterhin hohem Interaktionsgrad ermöglichen:** Einsatz moderner Methoden und Technologien sowie Bereitstellung und Ausbau hochverfügbarer, stabiler Kommunikationsnetze
- **Homeoffice als Teil des Arbeitsbereichs einbeziehen:** Unternehmensindividueller Mix aus Büropräsenz und mobilem Arbeiten mit stabilen IT-Systemen
- **Flexibilisierung des Unternehmensumfelds fortführen:** Digitalisierung als Unterstützung für die Beschäftigten und im Einklang mit Betriebsvereinbarungen

PD/PA Maier
Leiter Betriebsentwicklung, Digitalisierung und IT
030 2020-3442
p.maier@gdv.de

Dr. Michael Gold
Geschäftsführer Arbeitgeberverband der Versicherungsgesellschaften in Deutschland
089 522 002-23
michael.gold@agv-ver.de

GDV
Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.

Link: <https://www.gdv.de/de/themen/news/starker-auftrieb-fuer-digitalisierung-der-versicherungswirtschaft-64230> ▽

AGV INSIDE

Julia Blank entwickelt neue digitale Formate

Seit 15. November verstärkt Julia Blank das AGV-Team. Im August hat sie ihr Masterstudium der Volkswirtschaft in München abgeschlossen. Bereits während ihres Studiums war sie für den AGV als Werkstudentin tätig. Fachlich ist die 26-jährige Ökonomin in der Abteilung Volks- und Betriebswirtschaft für ökonometrische und statistische Analysen sowie Öffentlichkeitsarbeit zuständig. Ferner wirkt sie bei der Initiative „Frauen in Führung“ mit und entwickelt für den AGV neue digitale Veranstaltungsformate. ▽



Julia Blank

FÜR DIE PERSONALARBEIT VOR ORT

Gute Beispiele aus der betrieblichen Praxis

Der AGV hat auf seiner Homepage eine neue Projektseite „Good Practices“ freigeschaltet (www.agv-vers.de/Good-Practices). Dort präsentieren aktuell 40 Mitgliedsunternehmen über 70 Beispiele für kreative, innovative Projekte, und zwar aus folgenden Themengebieten:



GOOD PRACTICES

GESUNDHEIT	BERUF UND FAMILIE	KOMPETENZ	KRISEN-MANAGEMENT	INFOPORTAL
Arbeitsplatz/ Ergonomie	Kinderbetreuung	BGM-Kurse	Pandemie	Nützliche Dokumente
Arbeitsschutz	Mobiles Arbeiten	Coaching/ Seminare	Psychische Gesundheit	
Betriebliches Eingliederungs- management	Pflege	Führungskräfte- entwicklung		
Bewegung	Work-Life-Balance	Lebenslanges Lernen		
Ernährung				
Psychische Gesundheit				
Kurse/ Workshops				

Wollen auch Sie ein erfolgreiches Projekt Ihres Hauses auf unserer Homepage präsentieren? Dann sprechen Sie beim AGV Andrea Bieringer (andrea.bieringer@agv-vers.de, Telefon 089/922 001 22) an. ▽

AGV-REGIONALAUSSCHÜSSE

Frank Tepen lernt Hamburg jetzt noch besser kennen

Ein „Urgestein“ des AGV-Regionalausschusses Nord, Frank Tepen, von 1998 bis 2020 Personalleiter der Signal Iduna, tritt zum Jahreswechsel in den Ruhestand. Die Mitglieder des Ausschusses verabschiedeten ihren langjährigen Mitstreiter (seit 1999 dabei!) mit einer um kulinarische Köstlichkeiten angereicherten Bücherkiste. Tepen, der beruflich in Dortmund und Hamburg wirkte, kündigte an, nun im Ruhestand Hamburg noch besser kennenlernen zu wollen. ▽



Thomas Kistenmacher, Vorsitzender des AGV-Regionalausschusses Nord, und Frank Tepen

LOBBYING

Kein Rechtsanspruch auf Homeoffice

Eigentlich wollte Bundesarbeitsminister Hubertus Heil (SPD) einen Rechtsanspruch auf Homeoffice von 24 Tagen im Jahr schaffen. Dies scheiterte am Veto der Bundeskanzlerin. Das Bundeskanzleramt hatte Heils Gesetzesentwurf nicht für die Ressortabstimmung freigegeben. Nun hat er einen deutlich abgespeckten Referentenentwurf für ein **Gesetz zur mobilen Arbeit** vorgelegt. Erfreulich dabei: **kein Rechtsanspruch auf mobile Arbeit und keine Ausweitung der Mitbestimmungsrechte des Betriebsrats**. Allerdings jede Menge Bürokratie. So



Hubertus Heil

Foto: Susie Knoll

schlägt Heil vor, dass Arbeitnehmer das Recht erhalten sollen, einen Wunsch auf regelmäßiges Homeoffice mit ihrem Arbeitgeber zu erörtern. Der Arbeitgeber soll dann konkret auf die gewünschte Ausgestaltung der mobilen Arbeit eingehen müssen. Lehnt er den Antrag ab, soll er dies begründen müssen. Bleibt er untätig, soll seine Zustimmung fingiert werden.

Dagegen regt sich breiter Widerstand.

Bertram Brossardt, Hauptgeschäftsführer der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft: „Das würde gerade bei größeren Unternehmen schon aufgrund der Fülle der zu erwartenden Anträge nicht umsetzbar sein. Eine Erörterungs- und Begründungspflicht würde in den Unternehmen eine neue Bürokratielawine auslösen. Die Erfüllungskosten wären beträchtlich.“



Bertram Brossardt

Bundeswirtschaftsminister **Peter Altmaier** (CDU): „Wir haben jetzt keinen Bedarf, diese Diskussion, die nicht zielführend ist, weiterzuverfolgen. Nicht alles ist Sache des Gesetzgebers.“ ▽



Peter Altmaier

Foto: Steffen Kugler

AGV-TOP-MANAGERINNEN-KONFERENZ

Auf dem Weg zum New Normal

Am 18. März 2021 ist es soweit: Die AGV-Top-Managerinnen-Konferenz goes digital. Die Teilnehmerinnen wollten – so die Ergebnisse einer Kurzbefragung – nicht abwarten, bis ein „analoger“ Austausch wieder möglich ist.

Ziel der Tagung ist die Vernetzung des weiblichen Top-Managements der Versicherungswirtschaft, sowohl auf persönlicher als auch auf fachlicher Ebene.

Herzstück der Konferenz: die virtuelle Podiumsdiskussion, die sich diesmal um die Themen New Normal und hybride Führung dreht. Wie sehr hat Corona unser Arbeiten, unsere Mitarbeiter und unser Führungsverhalten verändert? Und gibt es ein New Normal für alle Unternehmenseinheiten? Diese Fragen werden gestellt. Es antworten:

Sirka Laudon (AXA), Laura Gersch (Allianz), Carola Schroeder (Barmenia), Ina Schneider (Debeka) und Stephanie Schorp (COMITES perfect placements)

Im Nachgang zu der Diskussion können sich die Teilnehmerinnen im Rahmen einer interaktiven Breakout-Session „face to

face“ mit einer Kollegin austauschen. Das persönliche Netzwerken, das die Tagung so besonders macht, soll auch in virtuellen Zeiten nicht zu kurz kommen.

Ergänzend finden zahlreiche interaktive Meet-ups statt, unter anderem:

- Ownership-Culture – Hybride Führung auf Augenhöhe
- Erfolgreiches Social Selling in Zeiten von „New Work“
- Resilienz & Leadership – Wie wappne ich mich selbst und mein Team gegen Krisen in einer hybriden Arbeitswelt?

Die AGV-Top-Managerinnen-Konferenz findet am 18. März 2021 zum fünften Mal statt. Alle zwei Jahre treffen sich weibliche Vorstandsmitglieder, Geschäftsführerinnen und Managerinnen der ersten Führungsebene, um über Zukunftsthemen zu sprechen. 2020 musste die Konferenz auf das Jahr 2021 verschoben werden. Der AGV bewirbt das Programm über die Personalleiter seiner Mitgliedsunternehmen. ▽



Sirka Laudon (AXA)



Laura Gersch (Allianz)



Carola Schroeder (Barmenia)



Ina Schneider (Debeka)



Stephanie C. Schorp (Comites)

Betriebliches Gesundheitsmanagement in der Corona-Krise: Die Versicherer haben digitale Lösungen

Das Gesundheitsforum ist ein besonderes Highlight im jährlichen Veranstaltungskalender des AGV. Es wurde 2016 ins Leben gerufen, weil viele HR-Abteilungen an den AGV den Wunsch herangetragen hatten, sich unternehmensübergreifend zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM) auszutauschen zu wollen. Das Kernstück der Veranstaltung sind Impuls- und Praxisvorträge der BGM-Experten.

Das Forum in virtuellem Format „funktionierte“ hervorragend: 80 Teilnehmer schalteten sich der Liveübertragung zu, mehr als bei den Präsenzveranstaltungen in den letzten Jahren üblich. Das Programm der Veranstaltung spiegelte die neue Dynamik, die das BGM in vielen Unternehmen aufgrund der Corona-Krise erfahren hat, wider. Viele neue, kreative Good-Practice-Beispiele aus der HR-Unternehmenspraxis mit dem Fokus auf die Digitalisierung analoger BGM-Angebote wurden präsentiert.

Großer Anklang des virtuellen „Welcome-Coffees“

Das AGV-Gesundheitsforum beginnt traditionell mit einem kleinen „Welcome-Coffee“. Um diese Tradition fortschreiben zu können, wurde an die Teilnehmer im Vorfeld der Veranstaltung ein kleines Überraschungspaket versandt. Dieses Päckchen beinhaltet die Basics für ein kleines Frühstück, mit dem das virtuelle Forum eröffnet wurde. Die Resonanz war sehr positiv: Über 40 Teilnehmer sind bei dem Frühstück dabei gewesen.

Pionierarbeit im BGM: Kampf gegen Brustkrebs und Unterstützung bei Sehbehinderung

Eine von acht Frauen in Deutschland erhält im Laufe ihres Lebens die Diagnose Brustkrebs – eine erschreckend hohe Zahl. Die frühzeitige Erkennung von Brustkrebs erlaubt eine weniger belastende Behandlung und erhöht



die Überlebenschancen drastisch – kurzum: Sie rettet Leben. Allerdings sind die bestehenden Vorsorge- und Krebsfrüherkennungsangebote nicht optimal. Lars Lange (HanseMerkur) stellte eine innovative BGM-Maßnahme vor, die zwei Tabu-Themen berührt: berufliche Unterstützung sehbehinderter Menschen und Brustkrebs. Fast 50 blinde, zertifizierte Tastuntersucherinnen, in Anstellung beim Sozialunternehmen discovering hands, bringen der weiblichen Belegschaft bei, wie sie die eigene Brust systematisch richtig abtasten. Die 45-minütige Anleitung erfolgt im persönlichen, vertraulichen Zweiergespräch direkt im Unternehmen. Ergänzend erhalten die Mitarbeiterinnen einen Leitfaden zur Selbstuntersuchung. Bei der Umsetzung wurde die HanseMerkur aktiv von discovering hands unterstützt.

Gesundheits-Check-ups im Außendienst – Innerhalb von 20 Minuten mehr als 60 Gesundheitswerte

Carina Franze (Allianz) und Michael Theodossiou (wellabe) stellten mobile Gesundheits-Check-ups für den Außendienst vor. Das Onboarding der Beschäftigten funktioniert über eine App oder das Web. Mit der Registrierung für einen Termin werden vorab Fragen (Vorerkrankungen, Behandlungen, Life-Style) gestellt, die für den Gesundheits-Check-up relevant sind.



AGV-GESUNDHEITSFORUM



AGV-Geschäftsführer Michael Gold



Auch virtuell funktionierte der Austausch sehr gut

wellabe baut am vereinbarten Termin, zum Beispiel in einer Agentur oder Filiale, ein mobiles Labor auf, um unter anderem Blutwerte (mit einem Piek in den Finger), den Blutdruck und die Lungenfunktion zu ermitteln. Das mobile Labor ähnelt einem Möbelstück, das verschiedene Geräte für den Gesundheits-Check-up, beispielsweise Körperwaage und Blutdruckmessgerät, enthält. Über die App oder per E-Mail erhalten die Mitarbeiter sofort nach dem Check-up ihre Ergebnisse und Empfehlungen für positive, nachhaltige Veränderungen. Im Nachgang findet jeweils ein Arztgespräch statt. Insgesamt dauert der Check-up 20 Minuten, für die anschließende Telefonkonsultation mit einem Arzt stehen 15 Minuten zur Verfügung.

BGM goes virtual

Petra Rodenbücher (AXA) zeigte auf, wie die AXA ihr BGM digitalisiert hat. Vier Highlights seien hier erwähnt:

- Sport in der Mittagspause via Microsoft Teams: Dieses Angebot durften die Teilnehmer des Gesundheitsforums selbst erleben. Frau Zecha-Wentzlaf (AXA) gab den Teilnehmern eine Kostprobe ihres virtuellen Trainings „Verspannungen effektiv lösen“.
- „AXA to go“ ist ein digitaler Newsletter. In kurzen, ansprechenden Artikeln von Mitarbeiter zu Mitarbeiter werden Geschichten erzählt, die bei der AXA sonst in der Kaffeeküche ausgetauscht werden. Die Beschäftigten teilen ihre Erfahrungen in der Corona-Situation und geben sich gegenseitig Tipps und Tricks für das Homeoffice. Die Leserschaft bewertet und kommentiert online interaktiv.



Ralf Knieps, Mitarbeiter in der AXA-Betriebsgastronomie, in seiner Küche

- In einer digitalen Toolbox stellt die AXA eine Materialsammlung für die Kinderbetreuung zur Verfügung (Bastelanleitungen, Rätsel etc. als pdf-Dokumente). In einer Microsoft Teams Gruppe können die Eltern Ergebnisse und Tipps teilen.
- In Live-Cooking-Sessions aus der Betriebsgastronomie lernen die Beschäftigten, Originalrezepte selbst zu kochen. Vorab erhalten die Teilnehmer eine Einkaufsliste. Die Rezepte werden auf einer Microsoft Teams Sharepoint-Seite geteilt.

CoRun: Jeder für sich, aber keiner alleine

Jeanette Wilbrand und Kerstin Catak (NÜRNBERGER Versicherung) berichteten über den ersten NÜRNBERGER CoRun. Der virtuelle Lauf war ein riesiger Erfolg. Beschäftigte aus allen Standorten in Deutschland haben sich gemeinsam auf den Lauf vorbereitet. In einer Circuit-Gruppe konnten sie sich austauschen, Informationen (wie zum Beispiel Trainingspläne) einholen und Unterstützung von einem externen Laufcoach in Anspruch nehmen. Der Lauf (5 oder 10 km) wurde individuell innerhalb von zwei Wochen im Sommer absolviert. Alle Teilnehmer trugen ein CoRun-Laufshirt. Jeder dokumentierte seinen eigenen Lauf mit einem Foto im Finish und Screenshots von einer Lauf-App. ▽



NEU IM AGV

Dortmunder Lebensversicherung AG, andsafe AG, DELA Lebensversicherungen und Cosmos Versicherung AG

Vier Unternehmen sind neu zur „AGV-Familie“ gestoßen:

Die **Dortmunder Lebensversicherung AG** ist Teil der VOLKSWOHL BUND-Gruppe



und hat sich auf biometrische Risiken spezialisiert.

Die **andsafe AG** ist ein eigenständiger Erstversicherer und hat im Mai 2019 den Geschäftsbetrieb aufgenommen. Sie



gehört zum Provinzial NordWest Konzern und hat aktuell rund 40 Beschäftigte. Der Fokus des digitalen Gewerbeversicherers liegt auf voll-

automatisierten und digitalen Prozessen. Die andsafe-Produkte werden im Provinzial NordWest Konzern und vertriebskanalübergreifend eingesetzt und vertrieben.

Die **DELA Lebensversicherungen** sind die Zweigniederlassung der 1937 gegründeten DELA Coöperatie U. A. In den Niederlanden und Belgien hat das Unternehmen mehr als 4,2 Millionen Kunden und beschäftigt dort über 2300 Mitarbeiter. Seit 2018 ist das Unternehmen auch in Deutschland



tätig und vertreibt dort Risikolebens- und Sterbegeldversicherungen und steht seinen Kunden mit organisatorischer Vor-

sorgeunterstützung und psychologischer Erstberatung im Ernstfall zur Seite.

Die **Cosmos Versicherung AG** ist als Direktversicherer der Generali in Deutschland im Geschäftsfeld der Schaden- und Unfallversicherungen tätig. Als Teil der CosmosDirekt mit Sitz in Saarbrücken vertreibt sie ihre Produkte über den Online-Kanal, über Kundenberatung und Kooperationspartner.

Die Dortmunder Lebensversicherung AG unterliegt der Tarifbindung, die anderen drei Gesellschaften nicht. ▽



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

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 | c/o BRmedia | Hopfenstr. 4 | 80335 München | Tel. 089-97 89 55 04 | Gestaltung: Herbert Schmid | Vierkirchener Str. 2 | 85256 Giebing | Tel. 0 81 37-38 83

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 aller der Unternehmen, die im privaten Versicherungsgewerbe in Deutschland Arbeit anbieten. Diese Unternehmen beschäftigen zusammen aktuell rund 202.000 Mitarbeiter. Der Bezugspreis für die Verbandszeitschrift visavis ist im Mitgliedsbeitrag enthalten. Nachdruck - auch auszugsweise - nur mit Genehmigung des Herausgebers.