

Informationen für die Presse

Schirmherr
Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel

„Der Bildungspreis der Versicherungswirtschaft würdigt außergewöhnliche Ideen und Konzepte, von denen Impulse für die Aus- und Weiterbildung in der Versicherungsbranche ausgehen.

Die Ausbildung eigener Fachkräfte, aber auch die Weiterqualifizierung des Personals, wird angesichts der demografischen Entwicklung und der steigenden Anforderungen an die Beratungsqualität gerade in Ihrer Branche immer wichtiger. Hier setzt der InnoWard ein wichtiges Signal.

Sehr gerne übernehme ich deshalb im Jubiläumsjahr 2014 die Schirmherrschaft für den InnoWard.“



Die nominierten Projekte

Kategorie „Berufliche Erstausbildung“

- Azubi-Projekt „SENA“ – Ehrenamt, Inklusion, Sozialkompetenz, NÜRNBERGER Versicherungsgruppe
- Projekt „Versicherungsvertrieb der Zukunft für die Generation Y“, Talanx Service AG
- Projekt „Bewerberbindung in der HUK-COBURG“, HUK-COBURG

Kategorie „Personalentwicklung / Qualifizierung“

- Projekt „Leseohren und Sommercamp für Mitarbeiterkinder – Ein Sozialprojekt von Nachwuchsführungskräften der Stuttgarter“, Stuttgarter Lebensversicherung
- Projekt „Von Glückspilzen und Stehaufmenschen – Umgang mit Druck und Veränderung“, Wüstenrot & Württembergische
- Projekt „Talanx Corporate Academy“, Talanx Service AG

Azubi-Projekt SENA – Ehrenamt.Inklusion.Sozialkompetenz

NÜRNBERGER Versicherungsgruppe

Soziales Engagement als Projekt. Eigentlich nichts Neues. In diesem Fall schon. Auszubildende gestalten soziales Engagement erlebbar. Zusammen mit unserem Kooperationspartner Lebenshilfe Nürnberger Land wurde Projektarbeit mit der ehrenamtlichen Tätigkeit von Auszubildenden verknüpft.

Mit dem Ziel, Ehrenamt bei Azubis zu bewerben, inklusive Kontakte zu knüpfen und dies medial zu präsentieren, startete die Projektgruppe. Das Projekt „Soziales Engagement NÜRNBERGER Azubis“ zeigt, wie soziale und personale Kompetenzen gestärkt werden können. Und was daraus entstehen kann.

Die Auszubildenden unterstützten über 6 Monate die Lebenshilfe. Die Ergebnisse - ein Fotokalender, ein Sport- und Spielefest für 130 Schüler sowie aktives Ehrenamt bei verschiedenen Veranstaltungen – können sich sehen lassen. Die mediale Präsenz und die Zufriedenheit aller Beteiligten machten dieses Projekt zu etwas Besonderem.

Jurybegründung

„Kanzlerin lobt Kümmerer“ – Bundeskanzlerin Angela Merkel würdigt das Ehrenamt als tragende gesellschaftliche Säule und als „große Stärke der Bundesrepublik“. Warum die Idee vom solchem Engagement für die Gesellschaft also nicht bei jungen Auszubildenden positiv verankern und eine Zielgruppe fördern, die Auszubildende nicht im Blickfeld haben, nämlich Jugendliche mit Handicap?

Mit einem preiswürdigen Ansatz verbindet das Team der Nürnberger Projektarbeit und Ehrenamt in einem vorbildlichen Sozialprojekt in der Zusammenarbeit mit behinderten Menschen bei der Lebenshilfe Nürnberger Land. Der Fotokalender aus dem Projekt „Reittherapie“ rührt den Betrachter und bringt eindringlich die Begeisterung sowohl der Versicherungsazubis als auch der Menschen mit Behinderung rüber. Mit dem sauber aufgesetzten Projekt, das hoher Eigeninitiative der Azubis zeigt, wird den jungen Menschen ein Interesse für eine besondere Menschengruppe gegeben: Menschen, die besonderes Maß an Sorgfalt und Zuwendung brauchen. Die Jury lobt die Nachhaltigkeit des Projekts, das bereits seit 2006 erfolgreich läuft, und ihr gefällt, dass diese einfache Idee mit hoher Wirkung gut auf andere Unternehmen übertragbar ist. Die NÜRNBERGER hat sich durch das Projekt einen überaus positiven Ruf in der Region schaffen können, damit auch zum Ansehen der Branche insgesamt beigetragen.

Unternehmen

NÜRNBERGER Versicherungsgruppe
www.nuernberger.de

Ansprechpartner

Markus Broszinski

Kategorie

Berufliche Erstausbildung

Projekt „Versicherungsvertrieb der Zukunft für die Generation Y“

Talanx Service AG

92 % aller Internetnutzer kaufen online ein. 94 % der Kunden informieren sich vor dem Autokauf im Internet und 42 % würden ihr Auto sogar online kaufen. 49,44 % des Umsatzes der Tourismus-Branche werden im Jahr 2011 online erzielt – Tendenz steigend.

Der Umsatz des Non-Food-Einzelhandels sinkt 2012 real deutlich über 5 %.

Unser Projekt beschäftigt sich mit der Analyse des Konsumverhaltens der Generation Y und die daraus resultierenden Konsequenzen für den Vertrieb in der Versicherungsbranche. Aus unseren Rechercheergebnissen leiten wir das Ziel ab, ein innovatives Vertriebssystem zu entwickeln, das den Ansprüchen heutiger und künftiger Konsumenten gerecht wird. Kosten im Vertrieb sollen reduziert und das Image der Versicherungsbranche nachhaltig verbessert werden. Das Konzept besteht aus drei zentralen Punkten: Einführung von „Life-Shops“, innovative Gestaltung des Internetauftritts und Nutzung des mobilen Internets in Form einer App. Die erarbeiteten Ergebnisse wurden bereits in Form eines Pilotprojekts in unserer Juniorfirma umgesetzt und sollen darüber hinaus Vorständen/Führungskräften des Talanx-Konzerns präsentiert werden.

Jurybegründung

Frech. Mutig. Oho! Das Azubi-Team der Talanx stellt ein von ihm entwickeltes Vertriebskonzept für Versicherungen vor, das keinen Stein auf dem anderen lässt und den klassischen Vertrieb heutiger Tage komplett in Frage stellt. Willkommen in der Zukunft?

Mit hohem Innovationsgrad spinnt der Ansatz ganz bewusst gänzlich neue Ideen, um die Generation Y als Kunden zu erreichen. Der Zugang zum Kunden ist Technik-affin, der Bedarf wird spielerisch via App geweckt und der klassische Hausbesuch wird durch ein Einkaufs-Erlebnis im Live-Shop substituiert.

Solche Ideen heben sich deutlich vom Durchschnitt ab, der Innovationsgrad ist überaus hoch, wenngleich die Umsetzung vor Ort noch nicht sehr weit gediehen und damit nicht ganz überzeugend. Die Jury wünscht dem Projekt eine fortgeführte Umsetzung, denn solch kühne Ideen sollten die Chance haben, sich in der Praxis zu bewähren. Preiswürdig beurteilt die Jury den Mut, in einer Projektarbeit wirklich neuen Ideen anzupacken. Ein spannendes Thema mit hohem Innovationsgrad, von dem wir vielleicht noch viel hören werden.

Unternehmen

Talanx Service AG

www.talanx.de

Ansprechpartner

Torsten Kumm

Kategorie

Berufliche Erstausbildung

Projekt „Bewerberbindung in der HUK-COBURG“

HUK-COBURG

Das Projekt Bewerberbindung wurde 2010 ins Leben gerufen und mittlerweile durch eine jährliche Durchführung und Evaluation fest im Ausbildungsablauf zukünftiger Auszubildender implementiert. Der Zeitraum Vertragsübergabe bis Beginn der Ausbildung wird mit verschiedenen Aktionen von erstjährigen Auszubildenden (Persönliche Vertragsübergabe, Weihnachts-/Oster-/Geburtstagswünsche, „Daumen-Drücken“ für die Schulabschlussprüfungen per Mail, Versand von Newslettern, Versand des Mitarbeitermagazins HUKintern, 2 Präsenzveranstaltungen im Unternehmen mit Eltern) belebt. Diese dienen dem Zweck, vorrangig die Abspringerquote vor Ausbildungsbeginn zu minimieren und damit einhergehend die Kosten und Kapazitäten für eine Nachrekrutierung zu minimieren. Eine frühzeitige Identifikation mit dem Unternehmen sowie mit den Ansprechpartnern der Ausbildung und ein Teambuilding/Networking der Auszubildenden bereits vor Beginn der Ausbildung machen den Erfolg von „Bewerberbindung“ aus. Die durchführenden Auszubildenden beleben dieses Projekt mit Engagement und Motivation und sind wesentlicher Indikator für eine reibungslose Umsetzung. Aus dem Alltag gegriffene Aktionen kennzeichnen die Einfachheit, machen dieses Projekt für jedes Unternehmen praktikabel und sorgen für einen positiven Ausbildungseffekt. Eine Win-Situation für alle Beteiligten, die Eltern, die Bewerber, die erstjährigen Azubis und das Unternehmen/die Personalentwicklung.

Jurybegründung

Der „War for talents“ – viel zitiert, dem in der Praxis auf verschiedenste Weise begegnet wird. Die HUK-COBURG wählt hier einen Ansatz der Bewerberbindung, der ungewöhnlich intensiv ist. Nicht das Ziel ist innovativ – wer möchte nicht die Abspringerquote gering halten? – sondern der Ansatz bietet in seiner umfassenden Betreuung eine Besonderheit.

Im Detail wurden verschiedene neue Methoden und Wege entwickelt, um die Azubis bereits vor Ausbildungsbeginn ins Unternehmen einzubinden und ihnen die Angst vor dem Neuanfang eines Lebensabschnitts zu nehmen. In Zeiten, in denen die Studienplatzvergabe oft kurzfristig erfolgt, ist gerade der Zeitraum, während der Schulabgänger schon mal vorsorglich einen Ausbildungsvertrag unterschreibt, aber dennoch auf die Ergebnisse der Hochschulzulassung wartet, eine wichtige Spanne. Für diese Periode zieht die HUK-COBURG alle Register und bindet den potenziellen Nachwuchs mit Paten, Kunstralleys, Elterneinbindung und mehr ganz nachhaltig an sich. Die Abspringerquote konnte deutlich gesenkt werden, die Aktivitäten haben immens dazu beigetragen, dem Unternehmen einen noch besseren Ruf als Arbeitgeber in der Region zu sichern.

Unternehmen

HUK-COBURG

www.huk-coburg.de

Ansprechpartner

Holger Florschütz

Kategorie

Berufliche Erstausbildung

Die weiteren eingereichten Projekte in der Kategorie „Berufliche Erstausbildung“

- Abteilungsübergreifende Erstausbildung, Landeskrankenhilfe V. V. a. G.
- Fit für den Vertrieb: Duales Studium im Maklervertrieb, Generali Versicherung AG
- Azubi meets Conti-Kultur, Continentale Krankenversicherung a. G.
- DKMS-Typisierung Concordia, Concordia Versicherungen
- Das Projekt der Projekte, Berufsbildende Schule 11 Hannover
- Wissenstransfer jung + alt – Integration der Generation Y, Uelzener Versicherungen
- Die Uelzener läuft, Uelzener Versicherungen
- Mit unserer „Zukunftswerkstatt“ die Generation Y gewinnen!, Provinzial Nord Brandkasse AG
- Gemeinsam zum Erfolg, Württembergische Gemeinde-Versicherung a. G.

Projekt „Leseohren und Sommercamp für Mitarbeiterkinder – Ein Sozialprojekt von Nachwuchsführungskräften der Stuttgarter“

Stuttgarter Lebensversicherung

Im Rahmen eines 2-jährigen Nachwuchsführungskräfteprogramms mit 8 Modulen hatten die 10 Führungskräfte nach dem Modul Projektmanagement zusätzlich die Aufgabe ein eigenständiges Sozialprojekt auf die Beine zu stellen. Vorgaben wurden hierzu keine gemacht, um keine Denkblockaden zu schaffen und den Teamentwicklungsprozess der Gruppe zu fördern. Die Führungskräfte sammelten zuerst Ideen, wo sie sich sozial engagieren könnten, was umsetzbar war und welches Budget dafür notwendig war. Dabei war ihnen wichtig, dass sie sich persönlich intern wie auch extern engagierten. Sie einigten sich schließlich auf 2 Sozialprojekte: Das Stuttgarter Vorleseprojekt Leseohren e.V. – Vorlesepaten in Kinderbetreuungseinrichtungen in Stuttgart, um Freude am Lesen zu vermitteln (extern) Das Stuttgarter Sommercamp – Ferienbetreuung für Mitarbeiterkinder in den Sommerferien 2013 (intern).

Jurybegründung

Das Thema Projektmanagement an einem fachfremden Thema umzusetzen und dabei die eigene Sozialkompetenz zu erweitern, das war die Aufgabe von Nachwuchsführungskräften der Stuttgarter. Eingebunden in ein Curriculum von 8 Modulen, hatten die jungen Führungskräfte freie Hand bei der Aufgabe, ein eigenständiges Sozialprojekt auf die Beine zu stellen. Passende Ferienbetreuung für die eigenen Kinder zu finden ist oft schwer, hier organisierte das Team ein Sommercamp für Mitarbeiterkinder, von dem die Kleinen bestimmt noch lange erzählen werden.

Und: der Führungskräftenachwuchs hatte mit einer sehr breiten Palette von Themen (Haftung, Kommunikation, Programm, Erste Hilfe etc.) ein anspruchsvolles Aufgabenfeld. Überaus positive Rückmeldungen der Kollegen, für die die abwechslungsreiche und kurzweilige Ferienbetreuung ihrer Kinder ein tolles Angebot war, führten zur wiederholten Durchführung in 2014. Auch das Teilprojekt „Leseohren“, in dem in Kindergärten vorgelesen wird, hat dem Unternehmen ein sehr positives Renommee eingebracht. Auch für andere Unternehmen ist ein solcher Ansatz sehr gut umsetzbar.

Unternehmen

Stuttgarter Lebensversicherung
www.stuttgarter.de

Ansprechpartner

Martin Schweizer

Kategorie

Personalentwicklung/Qualifizierung

Projekt „Von Glückspilzen und Stehaufmenschen – Umgang mit Druck und Veränderung“

Wüstenrot und Württembergische

Im (beruflichen) Leben werden wir mit schwierigen Situationen, Krisen, Veränderungen und Herausforderungen konfrontiert. Wir können jedoch beeinflussen, wie wir damit umgehen. Das Zauberwort heißt "Resilienz". Resiliente Menschen lassen sich von Schicksalsschlägen und persönlichen Angriffen nicht unterkriegen. Sie bleiben selbst unter hohem Druck leistungsfähig und stabil. Gelassenheit, ein guter Umgang mit sich selbst, den Mitmenschen und den Herausforderungen des beruflichen Lebens - das sind Eigenschaften, die in der heutigen Zeit immer wichtiger werden. Aus diesen Gründen bietet das W&W Gesundheitsmanagement im Zeitraum von Januar bis November 2014 an allen fünf Standorten des W&W-Konzerns insgesamt 45 Workshops und Seminare zum Thema Resilienz für Angestellte und Führungskräfte an.

Jurybegründung

Im weitesten Sinne ein Thema des Gesundheitsmanagements, greift die W&W hier ein junges, aber wichtiges Thema auf, von dem die Jury noch nicht gehört hat, dass es andernorts bereits so nachhaltig verfolgt wird: der Umgang mit Druck und Veränderungen. Bewusst den Aufbau der individuellen Resilienz zu gestalten, erfordert Weitsicht und konstruktive Einsicht in immer schnellere Veränderungsszenarien, denen Menschen im beruflichen und privaten Umfeld ausgesetzt sind. Die W&W fördert ein Programm, das Menschen hilft, selbst unter hohem Druck stabil zu bleiben, sowie Gelassenheit im rechten Maß zu entwickeln. Denn: Resilienz ist erlernbar. Bereits 337 Mitarbeiter durchliefen von Januar bis Mai 2014 das wirkungsvolle Programm, das aus einer dreiteiligen Reihe besteht. Die Rückmeldungen sind sehr gut bis gut. Die Jury möchte auch anderen Unternehmen wünschen, das sicherlich inzwischen in allen Betrieben in einem gewissen Maße betriebene Gesundheitsmanagement um den Baustein zum Aufbau von Resilienz und „Stehauf-Fähigkeiten“ hinzuzufügen.

Unternehmen

Wüstenrot & Württembergische
www.ww-ag.de

Ansprechpartner

Aline Hintz

Kategorie

Personalentwicklung/Qualifizierung

Projekt „Talanx Corporate Academy“

Talanx Service AG

Der Talanx-Konzern ist in der Vergangenheit überproportional gewachsen und umfasst weltweit rund 22.000 Mitarbeiter. Er besteht aus vier operativ tätigen Geschäftsbereichen und zusätzlichen übergreifend tätigen Konzernfunktionen. Um die langfristige Vision, der führende globale B2B-Versicherer zu werden, zu erreichen, ist es wichtig, dass die Geschäftsbereiche bestmöglich zusammen arbeiten und eine gemeinsame Kultur entwickeln. Mit der Talanx Corporate Academy ist seit 2010 eine geeignete Plattform entwickelt worden, um den Austausch und das Zusammenwachsen im Konzern zu fördern und auf diese Weise die Unternehmenskultur maßgeblich zu prägen. Die Talanx Corporate Academy ist ein zentrales Instrument zur Strategieimplementierung und Kulturentwicklung innerhalb des Konzerns, das strategisch relevante Themen in Form eines inhaltlich hochwertigen und praxisorientierten Programms für die oberste Managementebene konzernweit anbietet.

Jurybegründung

Was tun, wenn ein Konzerngebilde in kürzester Zeit so schnell wächst, dass zu allererst auch das interne Zusammenwachsen und Kulturentwickeln gefragt sind? Eine mögliche Antwort gibt die Talanx Corporate Academy, bei der im Zeichen deutlicher Exklusivität für den obersten Führungskräftekreis eine eigene Plattform, die Talanx Academy, dafür entwickelt wurde. Der Mut, deutlich zu machen, dass auch die Top-Management-Ebene einen solchen Kultur-Entwicklungsbedarf hat und diesen in einem perfekt organisierten und stringent umgesetzten Programm erlebbar zu machen, hat der Jury gefallen. Auf Vorleben gemeinsamer Werte „von oben“ zu setzen nach dem Motto „mit gutem Beispiel voran“, ist ein guter Entwicklungsschritt für das Zusammenwachsen verschiedener historischer Organisationsausprägungen. Ein bilinguales Programm, hochkarätige Referenten und eine Teilnehmerquote von aktuell bereits 77% lassen den Erfolg bereits erahnen. Der Jury gefällt an diesem exklusiven Kulturentwicklungsprogramm besonders die Stringenz der Umsetzung und das proaktive Gestalten des Neuausrichtungsprozesses in einer wachsenden Organisation.

Unternehmen

Talanx Service AG

www.talanx.de

Ansprechpartner

Manuela von Bredow

Kategorie

Personalentwicklung/Qualifizierung

**Die weiteren eingereichten Projekte in der Kategorie
„Personalentwicklung/Qualifizierung“**

- Weiterbildung zur/zum Finanzanlagenfachfrau/-mann, Swiss Life Select
- Werkraum Führung – eine ressortübergreifende Maßnahme der Talanx Deutschland AG
- Qualifizierungsprogramm Firmenkunden- und Maklerbetreuer, Württembergische Versicherung AG
- Zeit für Gesundheit, Wüstenrot & Württembergische
- GEKOMMEN UM ZU BLEIBEN. Talentmanagementprogramm der SIGNAL IDUNA Gruppe zur Persönlichkeitsentwicklung ausgewählter Potenzialträger
- Zertifizierter KV-Berater (ZKVB) – Ein High-End-Seminar für TOP-KV-Vermittler, Consal VersicherungsDienste GmbH – ein Unternehmen der Versicherungskammer Bayern

Die Jury des InnoWard 2014

- Prof. Dr. Rolf Arnold, Fachhochschule Köln
- Dr. Monika Hackel, Bundesinstitut für Berufsbildung
- Dr. Katharina Höhn, Berufsbildungswerk der Deutschen Versicherungswirtschaft
- Jürgen Hollstein, Kuratorium der Deutschen Wirtschaft für Berufsbildung
- Uwe Jungmann, accenture
- Wolfgang Knippenberg, Verlag Versicherungswirtschaft
- Uta Kupfer, verdi
- Susanne Müller, Hauptverband der Deutschen Bauindustrie
- Tanja Nackmayr, unternehmer nrw, Landesvereinigung der Unternehmerverbände Nordrhein-Westfalen
- Prof. Dr. Helmut Schirmer, Freie Universität Berlin
- Hans-Rudolf Ulrich, Kienbaum & Partner
- Dr. Reiner Will, assekurata

Die Förderer des InnoWard 2014

Regionale Förderer

Unser diesjähriger Aufruf für den Bildungspreis InnoWard hat acht regionale Förderer gefunden. Wir bedanken uns bei folgenden regionalen Berufsbildungswerken:

BWV Bremen, BWV Bergisch Land,
BWV Oldenburg, BWV
Württemberg, BWV Münster,
BWV Rhein-Main, BWV
Nordbayern-Thüringen und
BWV Hamburg.



Wir bedanken uns ebenso für die Unterstützung durch die Deutsche Versicherungsakademie (DVA).



Besonderer Dank der Swiss Re Europe, Niederlassung Deutschland, München-Unterföhring für 10 Jahre Gastfreundschaft zur Durchführung der Jurysitzung.



Pressekontakt

Berufsbildungswerk der Deutschen Versicherungswirtschaft (BWV) e.V.
Arabellastraße 29
81925 München
Telefon 089-922001-830
Telefax 089-922001-844
www.bwv.de

Manuela Klotzbücher

Telefon 089-922001-849
manuela.klotzbuecher@bwv.de

Michaela Keiper-Schröpfer

Telefon 089-922001-845
michaela.keiper-schroepfer@bwv.de

Impressionen zur Preisverleihung und weitere Informationen unter www.innoward.de
Informationen zum Bildungspreis InnoWard unter <https://www.bwv.de/awards/innoward.html>

Download Logo InnoWard 2014 unter
https://www.bwv.de/uploads/tx_sgbwvdownloads/Jubilaemslogo_InnoWard_BWV_6cm.jpg