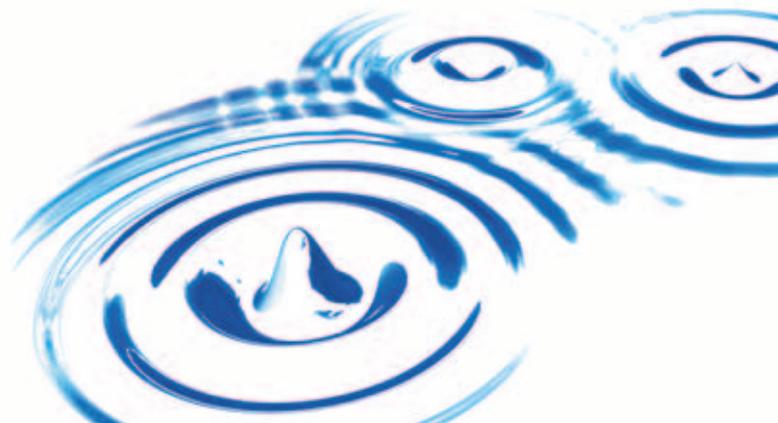


Grußwort



Die Schirmherrschaft für den InnoWard 2012 hat Bundeswirtschaftsminister Dr. Philipp Rösler übernommen.

»Durch die Prämierung innovativer und erprobter Konzepte für die Berufliche Erstausbildung sowie für die Personalentwicklung und Qualifizierung in der Versicherungsbranche verhilft der »InnoWard« guten Ideen mit Beispielen aus der Praxis zum Durchbruch und gibt damit Impulse zur Nachahmung – letztlich ein Beitrag zur Fachkräftesicherung, den ich als Bundesminister für Wirtschaft und Technologie ausdrücklich unterstütze. Sehr gerne übernehme ich deshalb auch in diesem Jahr wieder die Schirmherrschaft für den »InnoWard«.



InnoWard – Bildungspreis

Außergewöhnliche Konzepte mit starker Umsetzung nutzen nicht nur ihren Initiatoren. Sie zeigen auch Außenwirkung. Geben wertvolle Impulse. Motivieren. Sind vorbildlich und nachahmenswert und führen im Austausch mit anderen oft zu weiteren innovativen Ergebnissen. Solch außergewöhnliche Konzepte verdienen eine Auszeichnung. Das Bildungsnetwork Versicherungswirtschaft verleiht dafür den InnoWard-Bildungspreis.

Qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die wichtigste Voraussetzung für den Erfolg jedes Unternehmens. Die Anforderungen an die Mitarbeiter in der Versicherungswirtschaft werden immer anspruchsvoller. Eine zukunftsorientierte Aus- und Weiterbildung auf höchstem Niveau ist deshalb besonders in der Versicherungswirtschaft von großer Bedeutung.

Unter dem Motto »Aus der Branche – für die Branche« haben sich der BWV Bildungsverband, die BWV Regional und die DVA, Partner im Bildungsnetwork Versicherungswirtschaft, dieser Aufgabe verpflichtet. Neben den überbetrieblichen Angeboten zur Qualifizierung und Zertifizierung gilt ihr besonderer Anspruch einer innovativen Gestaltung der deutschen Bildungslandschaft. Dem werden bereits viele in der Versicherungswirtschaft erarbeitete Konzepte gerecht. Sie sind oftmals auch über die Versicherungswirtschaft hinaus beispielhaft.

Dieses Engagement soll gefördert und honoriert werden. Auf dem Bildungskongress 2012 in Dortmund wird deshalb zum 8. Mal der InnoWard-Bildungspreis vergeben. Das Bildungsnetwork Versicherungswirtschaft zeichnet – mit Unterstützung des Verlags Versicherungswirtschaft – innovative Konzepte und deren effektive Umsetzung in den Bereichen

- Berufliche Erstausbildung
- Personalentwicklung und Qualifizierung

aus.

Bewertungskriterien

Für den InnoWard 2012 wurden Bildungskonzepte gesucht, die ausgetretene Pfade verlassen, sich deutlich vom Durchschnitt abheben und bereits eine erfolgreiche praktische Umsetzung aufweisen können.

Die eingereichten Vorschläge wurden deshalb nach folgenden Fragestellungen bewertet:

- Worin besteht in dem Projekt das Innovationspotenzial?
 - auf inhaltlicher Ebene
 - auf methodischer Ebene
- Welche Ziele sollten mit dem Projekt erreicht werden und wie wurde eine langfristige Zielerreichung sichergestellt?
- Wer profitiert von dem Ergebnis und in welcher Form?

- Wie verlief das Projekt von der Idee bis zur Umsetzung? Wie wurden Hürden überwunden? Wer war im Prozess wie beteiligt?
- Was war entscheidend für die erfolgreiche Umsetzung in die Praxis?
- Inwieweit lässt sich die Idee auch von anderen nutzen und welche Voraussetzungen sind dafür erforderlich?

Jury

Über die Preisvergabe entschied eine fachkundige Jury, bestehend aus Mitgliedern des Bildungsnetzwerks, Vertretern von Hochschulen sowie Praktikern:

Prof. Dr. Klaus-Ulrich Breuer
seit 1995 Professor für Berufs- und Wirtschaftspädagogik an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Rainer Brötz
seit 2001 Leiter des Arbeitsbereiches Kaufmännische Dienstleistungsberufe und Berufe der Medienwirtschaft, A.WE.B im Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), Bonn

Uwe Jungmann
Partner der Accenture AG Schweiz im Bereich Financial Services. Er berät verantwortlich nationale wie globale Versicherungsunternehmen im deutschsprachigen Raum.

Wolfgang Knippenberg
Geschäftsführer und Verlagsleiter Verlag Versicherungswirtschaft GmbH

Prof. Dr. Michael Nagy
seit 2000 Professor an der staatlich anerkannten Fachhochschule Heidelberg der SRH, seit 2001 Vorstandsvorsitzender der SRH Learnlife AG

Prof. Dr. Helmut Schirmer
seit 1972 Universitätsprofessor im Fachbereich Rechtswissenschaft der Freien Universität Berlin, Mitglied im Vorstand des Deutschen Vereins für Versicherungswirtschaft, Mitglied im Versicherungsbeirat beim Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen, Mitglied in der Kommission zur Reform des Versicherungsvertragsrechts in Deutschland

Hans-Rudolf Ulrich
seit Anfang 2000 als Partner und Leiter des Münchner Büros der Kienbaum Executive Consultants schwerpunktmäßig für die Finanz- und Versicherungsbranche beratend tätig.

Dr. Reiner Will
Geschäftsführender Gesellschafter und Mitbegründer der Assekurata Assekuranz Rating-Agentur

Die Preisträger



Berufliche Erstausbildung

Lehr- und Lernplattform
»Anlage-Coach.de«
Berufsschule 4 Nürnberg

Leben versichern – Leben sichern
Stuttgarter Lebensversicherung
a. G.

Diversity-Seminar
ERGO Versicherungsgruppe AG

Personalentwicklung und Qualifizierung

Die LVM-Zukunftswerkstatt!
Neue Wege in der Personal-
entwicklung.
LVM-Versicherungen

Betriebliches Gesundheits-
management: Systematisch.
Integriert. Ganzheitlich.
R+V Allgemeine Versicherung AG

Kompetenzmanagement aus
einem Guss
HanseMercur
Versicherungsgruppe

Sonderpreis

Azubi-Einstieg in die Branche:
Modell einer Berufsfachschule
BBS 1 Arnoldi-Schule

Preisträger Berufliche Erstausbildung

Lehr- und Lernplattform »Anlage-Coach.de« **Berufsschule 4 Nürnberg**

Projektzusammenfassung

Mit der Website »Anlage-Coach.de« wurde nicht nur eine Informationsmöglichkeit für alle potenziellen Geldanleger im deutschsprachigen Raum geschaffen, sondern auch eine Lernplattform für angehende Bank- und Versicherungskaufleute. »Anlage-Coach.de« enthält einfache und verständliche Informationen über 70 Geldanlagen in Text, Audio und Video sowie einen Anlegertest, der dem User nach maximal zehn Fragen Auskunft über seine Risikoklasse und die für ihn geeigneten Anlagen gibt. Basierend auf der Lernplattform stehen für Lehrkräfte multimediale und handlungsorientierte Unterrichtsmaterialien bereit, die das gesamte Lernfeld 14 »Kunden über Finanzprodukte informieren« für den Ausbildungsberuf »Kaufmann/-frau für Versicherungen und Finanzen« beinhalten. Die Unterrichtseinheiten sind konsequent auf eigenverantwortliches Lernen ausgerichtet und können 1:1 als Lernauftrag verwendet werden.

HOME PAGE: www.anlage-coach.de
ANSPRECHPARTNER:
Dr. Peter Kührt

Jurybegründung

Mit der Website »Anlage-Coach.de« haben Auszubildende an der Berufsschule 4 Nürnberg eine Lernplattform mit Unterrichtseinheiten für das eigenverantwortliche Lernen entwickelt und gleichzeitig einen Anleger-Selbsttest geschaffen, der jedem potenziellen Geldanleger auf verständliche und auch pfiffige Art – hinterlegt mit 70 Video-Clips – Orientierung für seine Anlageentscheidung bietet. Damit greift das Projekt ein aktuelles Verbraucherschutz-Thema auf und deckt auch die Inhalte des Lernfelds 14 der Kaufleute für Versicherungen und Finanzen umfassend ab. Dass das Tool in der Praxis gut angenommen wird, zeigt sein Ranking bei Google und die positive Presseresonanz – dieses Tool, so meint die Jury, ließe sich auch auf Vermittlerseiten einbinden. Das durchdachte und glaubwürdige Konzept, die Einsatzmöglichkeit im Unterricht, die begeisterte Arbeit der Azubis, die anschauliche Aufmachung, die professionelle und dabei beeindruckend kostengünstige Umsetzung – und im Ergebnis der hohe Nutzwert für die Verbraucher – sind die Argumente, die die Jury von Qualität und Charme des Projekts überzeugt haben.

Preisträger Berufliche Erstausbildung

Leben versichern – Leben sichern **Stuttgarter Lebensversicherung a. G.**

Projektzusammenfassung

Normalerweise beschäftigen sich unsere Auszubildenden mit Lebens- und Unfallversicherungen. Gegen Unfälle und deren Folgen kann man sich versichern. Was ist aber, wenn jemand wegen eines Unfalls viel Blut verliert und auf eine Blutspende angewiesen ist? Bei der Regulierung eines entsprechenden Unfallschadens stellten sich unsere Azubis diese Frage. Als Antwort organisierten sie selbstständig eine Blutspendeaktion in den Räumen der Stuttgarter, bei der sowohl interne als auch externe SpenderInnen angesprochen wurden. Die Blutspendeaktion unter dem Titel »Leben versichern – Leben sichern« war ein voller Erfolg.

HOME PAGE: www.stuttgarter.de
ANSPRECHPARTNER:
Hans-Martin Schweizer

Jurybegründung

Eine kleine Idee, die Wellen schlägt. Die Azubis der Stuttgarter haben sich mit einem Schadenfall aus der Unfallversicherung beschäftigt, bei dem der Versicherte viel Blut verloren hatte und deshalb viele Blutkonserven benötigte. Aus diesen Überlegungen entstand die Idee für eine Blutspendeaktion in den Räumen des Unternehmens. Die Ausbilder haben der Azubigruppe aus allen drei Ausbildungsjahren den Freiraum gegeben, dieses Projekt selbstständig zu organisieren. Die Azubis lernten, dass selbst bei einer vermeintlich einfachen Idee viele Details zu bedenken sind und eine ausgiebige Projektplanung erfordern. Die Ausbilder haben hierzu gute Rahmenbedingungen und die wohl dosierte Unterstützung als »Leitplanken« gegeben. Die Aktion soll jetzt regelmäßig stattfinden. Die Jury lobt besonders die Begeisterung der Azubis und ihren kreativen Umgang mit den immer wieder auftauchenden Widerständen, sowie das mit dem Projekt gewachsene soziale Bewusstsein. Erkannt wurde insbesondere, dass bei dieser Initiative die Anwohner des Versicherungsunternehmens auch als engagierte Nachbarn erlebten. Eine sehr gut übertragbare Initiative, die die Nähe eines Versicherungsunternehmens zum Kunden und damit das Image der Branche befördert, befindet die Jury.

Preisträger

Berufliche Erstausbildung

Diversity-Seminar für Azubis **ERGO Versicherungsgruppe AG**

Projektzusammenfassung

Im Rahmen der beruflichen Erstausbildung nehmen die Azubis der ERGO an dem dreitägigen Diversity-Seminar teil. Es gilt unsere jüngsten Mitarbeiter für das »Anderssein« sowie die Vielfalt im beruflichen wie privaten Leben zu sensibilisieren. Für die ERGO geht es insgesamt nicht darum zu bewerten, welche Auszubildenden im Sinne der Sozialkompetenz am besten oder schlechtesten abschneiden – die Sensibilisierung für das eigene Handeln und das Handeln des Gegenüber steht im Fokus. Das Seminar lebt von Offenheit sowie Nahbarkeit und verschmilzt den Teilnehmerkreis ganz nebenbei zu einer festen Einheit. Dieser »Rundum-Erfolg« hat uns bedenkenlos dazu veranlasst, das nächste Diversity-Seminar nicht nur dem Ausbildungsjahrgang 2012 in Düsseldorf anzubieten, sondern auch unseren Auszubildenden an anderen Standorten der ERGO.

HOME PAGE: www.ergo.com
ANSPRECHPARTNER:
 Maximilian Schulz

Jurybegründung

Bereits die jüngsten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Vielfalt und das »Anderssein« (Diversität) im beruflichen und privaten Leben zu sensibilisieren und für den verantwortungsvollen Umgang mit dem Gegenüber auch in Konfliktsituationen zu rüsten, ist das Ziel der ERGO Versicherungsgruppe bei dem aufwändigen 3-stufigen Seminarkonzept für die Azubis im 1. Ausbildungsjahr am Standort Düsseldorf. Die drei Module haben bei Auszubildenden durch die Offenheit und Nahbarkeit im Umgang auch mit sensiblen Themen wie Mobbing eine Vertrauenskultur aufgebaut, die auch die Ausbilder beeindruckte, aber gleichzeitig den hohen Gesprächsbedarf aufgezeigt. Der »Rundum-Erfolg« führt dazu, dass das Programm jetzt flächendeckend auch an den weiteren Standorten ausgerollt wird. Die Jury bewertet es als bedeutsam für die Zukunft der Versicherungswirtschaft, den kulturellen Wandel in die Häuser zu holen und sich aktiv und offen mit Diversität zu befassen. Der systematische und beherrzte Ansatz der ERGO findet bei der Jury hohe Anerkennung. Die Jury möchte dazu ermutigen, an dem Angebot festzuhalten.

Preisträger

Personalentwicklung und Qualifizierung

Die LVM-Zukunftswerkstatt! Neue Wege in der Personalentwicklung
 LVM-Versicherungen

Projektzusammenfassung

In Sachen Personalentwicklung geht die LVM-Zukunftswerkstatt neue Wege. Im Rahmen einer Werkstatt werden branchenwichtige und unternehmensspezifische Zukunftsthemen animierend und erlebbar dargestellt. Die Teilnehmer können experimentieren, lernen und ihre Ideen einbringen. Doch nicht nur Wissen wird vermittelt, sondern auch der intensive, persönliche Austausch zwischen Außen- und Innendienst gefördert. Aus den Teams heraus werden kreative Ideen entwickelt, die das Unternehmen und das Miteinander im Unternehmen voranbringen. Für die begleitenden Paten, die aus dem Kollegenkreis gewonnen und geschult werden, ist dies oft der erste Schritt in Richtung Moderation oder Trainertätigkeit und ein Motivationsschub, wie die anschließenden Weiterbildungsmaßnahmen oder internen Bewerbungen der Paten zeigen.

HOME PAGE: www.lvm.de
ANSPRECHPARTNER:
 Silvia Wiefel

Jurybegründung

»Zukunft hat, wer Zukunft macht.« LVM-Kollegen aus dem Innen- und Außendienst beschäftigen sich höchst interaktiv und im persönlichen Dialog in einem auf 3 Jahre angelegten Zeitraum mit den Themen, die die Zukunft des Versicherers bestimmen: Markenstrategie, demografischer Wandel, Social Media oder Work-Life-Balance. Dazu wird am Sitz der LVM in Münster ein anregender Ort mit Installationen geschaffen, durch den sich die jeweils 36 Teilnehmer bewegen und anschließend die Konsequenzen für das eigene Arbeitsgebiet erörtern können. Am Ende der 3 Jahre soll jeder Mitarbeiter aus Außen- und Innendienst einmal in der *Zukunftswerkstatt* gewesen sein. Die Jury ist beeindruckt von der Synthese aus Personal- und Zukunftsentwicklung und der innovativen Ausgestaltung dieses Projekts. Hier werden die strategischen Themen der Zukunft in die Breite der Mitarbeiterschaft getragen. Die Mitarbeiter können auf das Programm Einfluss nehmen und sich in die Zukunftsgestaltung des Unternehmens einbringen. »So sollte man es machen«, urteilt die Jury.

Preisträger Personalentwicklung und Qualifizierung

**Betriebliches Gesundheitsmanagement: Systematisch. Integriert.
Ganzheitlich. – R+V Allgemeine Versicherung AG**

Projektzusammenfassung

Um die Gesundheit und damit die Leistungsfähigkeit ihrer Mitarbeiter zu erhalten und zu stärken, hat R+V ein systematisches Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) entwickelt und erfolgreich in die Praxis umgesetzt. Der innovative Ansatz befähigt den Versicherer dazu, am tatsächlichen Bedarf orientierte, zielgruppenspezifische und kennzahlenbasierte Gesundheitsmaßnahmen zentral zu koordinieren und über alle Standorte hinweg anzubieten. Mit dem ganzheitlichen Konzept, das fest in der Personalstrategie, Unternehmenszielsetzung und -kultur verankert ist, schöpft R+V die Ressource Gesundheit optimal aus. Sie wird ihrer unternehmerischen Fürsorgepflicht gerecht und stellt sich den demografischen Herausforderungen. Zudem trägt R+V der wachsenden Bedeutung des Themas »Gesundheit als Wert« für die Belegschaft Rechnung und steigert so nachhaltig ihre Attraktivität als Arbeitgeber.

HOME PAGE: www.ruv.de
ANSPRECHPARTNER:
Carolin Kämtner

Jurybegründung

»Gesundheit als Wert« – das ist ein aktuelles Anliegen unserer Gesellschaft und wird auch von Unternehmen aktiv angegangen. R+V etablierte in vorbildlicher Weise ein systematisches Konzept, das aus den Unternehmenszielen abgeleitet und in der Personalstrategie und Unternehmenskultur verankert wurde. So können systematisch mehrere bedeutende Ziele erreicht werden: die Erhaltung und Steuerung der Gesundheit aller Mitarbeiter, die Schaffung gesundheitsgerechter Arbeitsbedingungen, die Schaffung nachhaltiger und attraktiver Arbeitsplätze unter Beachtung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf und die Förderung eigenverantwortlichen Gesundheitsverhaltens. Beeindruckend bei diesem Ansatz: die differenzierte Analyse der bestehenden Aktivitäten, die umfassende Bedarfs- und Zielgruppenorientierung sowie auch das stringente Evaluieren und Berichten. Für R+V erweist sich das systematische Gesundheitsmanagement als echter Gewinn: Es erhöht nicht nur die Arbeitgeberattraktivität, sondern erweist sich als Haupthebel für den verantwortungsvollen Umgang mit dem demografischen Wandel. Das beeindruckt die Jury.

Preisträger Personalentwicklung und Qualifizierung

**Kompetenzmanagement aus einem Guss
HanseMerkur Versicherungsgruppe**

Projektzusammenfassung

Für die Vision eines ganzheitlichen, miteinander verzahnten Kompetenzmanagements wurde ein allgemeines Kompetenzmodell als Grundlage und zentrale Verbindung für alle PE-Instrumente im Konzern entwickelt. Dabei verschmolzen wir Kompetenztheorien und das Kommunikationsquadrat von Prof. Schulz von Thun zu einer neuen »Kompetenzfläche«, in der alle geforderten Kompetenzen funktionspezifisch leicht zu erfassen sind. Das Kompetenzmodell selbst ist eine prägnante 4-feldrige, farbige Darstellung mit hohem Wiedererkennungswert. Daraus leiten sich alle neuen PE-Instrumente ab: Auswahlverfahren, Potenzialanalysen, Jahresgespräche und deren Dokumentationen, Azubi-Beurteilungen, Beobachtungsbögen etc. sind über das Kompetenzmodell miteinander vernetzt. Dies garantiert Kompetenzmanagement aus einem Guss. Einfach, verständlich, strukturiert und gezielt!

HOME PAGE: www.hansemerkur.de
ANSPRECHPARTNER: Lars Lange

Jurybegründung

Wie wird aus einzelnen PE-Maßnahmen ein ganzheitliches, nachgefragtes Kompetenzmanagement aus einem Guss? In 3 Jahren eigener Entwicklungsarbeit entstand das auf die HanseMerkur zugeschnittene Konzept für eine neue, vernetzte und nachhaltige Kompetenzentwicklung auf der Basis anerkannter Kompetenztheorien. Heute weiß jeder, welche Fähigkeiten in jedweder Funktion von ihm oder ihr erwartet werden und wie er oder sie sich weiterentwickeln kann, um den nächsten Entwicklungssprung zu machen. Beeindruckend konsequent umgesetzt: aus dem Kompetenzmodell sind alle PE-Instrumente wie Führungsmodelle bis hin zu den Prozessen der Erstausbildung abgeleitet und miteinander verzahnt. Die Jury überzeugte das sehr transparente System, das alle Ecken ausleuchtet, sowie das Entwicklungsverfahren, bei dem der Betriebsrat und alle Beteiligten eingebunden wurden. Diese Konsequenz trägt offensichtlich Früchte: die PE-Kultur wurde deutlich verbessert, die PE ist zum nachgefragten internen Experten für Kompetenzentwicklung geworden und leistet einen echten Beitrag zum betriebswirtschaftlichen Erfolg.

Sonderpreis

Azubi-Einstieg in die Branche: Modell einer Berufsfachschule BBS 1 Arnoldi-Schule

Projektzusammenfassung

Attraktive Ausbildungsplätze in Versicherungen und Banken bleiben in der Region zunehmend unbesetzt. Es zeigt sich ein Mangel an geeigneten Bewerberinnen und Bewerbern, die altersbedingt ausscheidende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ersetzen können. Aus diesem Grund hat die Arnoldi-Schule in enger Zusammenarbeit mit den Betrieben einen einjährigen Bildungsgang mit hohem Praxisanteil eröffnet, der genau diesem Mangel Rechnung trägt. Insbesondere die Entwicklung sozialer und persönlicher Kompetenzen mit Bezug zur Erfüllung der Rolle des Auszubildenden steht neben fachlichen Schwerpunkten mit starkem Branchenbezug im Vordergrund. Für die Betriebe ergibt sich die Option, innerhalb eines Jahres einen Praktikanten und potenziellen Auszubildenden kennenzulernen und in seiner Entwicklung zu beobachten. Für die Schülerinnen und Schüler besteht mit dieser Schulform die einmalige Möglichkeit, einen Ausbildungsberuf ohne Zeitverlust zu erkunden.

Nach erfolgreichem Abschluss des Bildungsganges erwerben sie den erweiterten Sekundarabschluss I, sie können nach erfolgter Bewerbung eine Ausbildung in einem Beruf beginnen, den sie mittlerweile kennengelernt haben oder sie können mit ausreichenden Praktikumszeiten nahtlos in die Klasse 12 der Fachoberschule Wirtschaft wechseln.

Homepage: www.ms.bbs1-goe.de
Ansprechpartner:
Sebastian Jacob

Jurybegründung

Allgemeinbildende Schulen wirken oft wie ein Trichter, an dessen Ende die notenmäßig besten Schüler ihren Abschluss präsentieren können. Aber: gute Noten oder ein erreichter Abschluss allein sagen noch nicht viel über die Befähigung eines jungen Menschen aus, sich in einem Beruf einzufinden und für das ausbildende Unternehmen auch etwas leisten zu können. Welcher Azubi passt zu uns? Diese Frage stellt sich mehr denn je, wenn man die Zahl der unbesetzten Ausbildungsplätze sieht. Die Jury möchte daher mit dem Sonderpreis 2012 des InnoWard eine Initiative auszeichnen, die einen neuen Weg einschlägt. Mit einem neu konzipierten Ausbildungsgang haben Schüler und Ausbildungsbetrieb ein Jahr lang die Möglichkeit, sich auf Praktikumsebene kennenzulernen. Für den Betrieb mit allen positiven Möglichkeiten, die sich aus so einer engen Zusammenarbeit ergeben. Für den Schüler mit einer enormen Entwicklungsmöglichkeit, soziale und persönliche Kompetenzen auszubilden. »Manch einer

braucht einfach ein bisschen mehr Reifezeit«, und so wird hier die Möglichkeit gegeben, mit hohem Praxisbezug zu unserer Branche und ohne Zeitverlust einen Ausbildungsberuf zu erkunden. Das Jahr endet mit Sekundarabschluss I, der zum Beginn einer Ausbildung befähigt oder in die Klasse 12 einer wirtschaftlichen Fachoberschule führt. Und es endet mit der Gewissheit für beide Seiten, ob die Versicherungswirtschaft das richtige berufliche Feld für den jungen Menschen ist. Die Jury erkennt die Herangehensweise der Schule und der beteiligten Unternehmen an, die auch zunächst schwächeren Schülern den Einstieg in den Beruf und in die Branche ermöglicht. Der Spielraum der öffentlichen Hand wird hier sozialverantwortlich genutzt. Gleichwohl ist eine Übertragbarkeit auf andere Bundesländer nicht ohne weiteres gewährleistet. Die Initiative findet außerhalb der klassischen Berufsbildung statt und erhält daher einen Sonderpreis.

Bewerbertraining für Kooperationsschule

BGV-Versicherung AG

Projektzusammenfassung

Bewerbungen sind ein wichtiges Thema, mit dem sich die meisten Jugendlichen in ihrer Schulzeit kaum auseinandersetzen. Darum entwarfen die Azubis der BGV eine mehrstündige Schulung, die Schüler auf den Einstieg ins Berufsleben vorbereiten soll. Um die bestehende Kooperation zu einer Realschule weiterhin auszubauen und zu festigen, führten die Azubis das Bewerbungstraining mit Schülern aus deren 9. Klasse durch, da diese kurz vor dem Start ins Berufsleben stehen. Der Ablauf des Trainings entsprach dem eines echten Bewerbungsverfahrens: Bewerbungsmappe, Einstellungstest, Selbstpräsentation und Bewerbungsgespräch. Um das Ganze noch attraktiver zu gestalten, erhielten die Schüler vor dem Training die Möglichkeit eine Bewerbung einzureichen, zu der die Azubis zum Ende des Trainings nützliche Tipps gaben. Aufgrund des tollen Erfolges wird das Training auf weitere Kooperationsschulen ausgeweitet.

HOME PAGE: www.bgv.de

ANSPRECHPARTNER:
Lydia Effenberger

Azubi-Filmprojekt 2012

Concordia Versicherungs-Gesellschaft a. G.

Projektzusammenfassung

Ein ehemaliger Azubi hatte für sein fallbezogenes Fachgespräch den Wahlbaustein Marketing gewählt und erstellte einen Kurzfilm. Dieser Film wurde so aufbereitet, dass Kunden für Themen wie z. B. Pflegeversicherung, BUZ, Altersrente sensibilisiert werden. Der Azubi sollte den Film so versicherungsunabhängig wie möglich gestalten und mit Reportagen aus dem Fernsehen versehen. Diese Idee haben wir für unsere Ausbildung aufgegriffen und erweitert. Die handlungsorientierte Aufgabenstellung hat zur intensiven Beschäftigung mit den fachlichen Inhalten geführt. Medien, die den Kunden leicht zugänglich sind, werden in die Ausbildung integriert; eine kritische Auseinandersetzung mit verschiedenen Themenstellungen erfolgt zielgerichtet und konstruktiv. Zukünftig erhalten unsere Azubis in einer Projektwoche die Aufgabe, einen Kurzfilm zu ausbildungsrelevanten Lerninhalten in eigener Regie zu erstellen. So werden unterschiedliche Wahrnehmungskanäle genutzt: kognitiver, auditiver und optischer Typ werden angesprochen, über den Einsatz der Gruppenarbeit haben wir die Motivation erhöht und das selbstständige Handeln gefördert.

HOME PAGE: www.concordia.de

ANSPRECHPARTNER:
Stefanie Albrecht und
Izabela Czupryn

Das Lehrlings-Vertriebsprojekt: »Ich lerne meine berufliche Zukunft schon in der Lehre kennen!«

Debeka Versichern und Bausparen

Projektzusammenfassung

Seit 2007 nehmen die Debeka-Lehrlinge, die vertriebsorientiert ausgebildet werden, während ihrer dreijährigen Ausbildung an zwei mehrwöchigen Vertriebsprojekten teil. Die Lehrlinge des 2. und 3. Lehrjahres werden in Gruppen zusammengefasst (i. d. R. 3–6 Personen) und erhalten über einen festgelegten Zeitraum komplexe Aufgabenstellungen zur Organisation und Durchführung einer vertriebsorientierten Maßnahme. Mit den vertriebsorientierten Projekten haben wir diese Methode in der praktischen Ausbildung verankert. Sowohl bei den Lehrlingen als auch bei den Trainern hat sich diese Lehrmethode etabliert. Das »Lehrlings-Vertriebsprojekt« bildet einen Baustein, die Lehrlinge an eigenständiges Arbeiten heranzuführen, sie in den Außendienst zu integrieren und besser mit unseren Unternehmenszielen vertraut zu machen. Parallel lernen die Lehrlinge mit Erfolgen und Misserfolgen in einer Gruppe umzugehen.

HOME PAGE: www.debeka.de

ANSPRECHPARTNER:
Angelika Jösch

Azubi-Expertengruppen

ERGO Direkt Versicherungen

Projektzusammenfassung

ERGO Direkt hat »Azubi-Expertengruppen«: Was tun sie? Jeder Azubi entscheidet sich für die Mitarbeit in einer der folgenden Expertengruppen: Schülerpraktikanten, Unternehmensführung, Schulbesuche/Ausbildungsmessen, Einstellungstest, Azubi-Bindung, Ausbildungsmarketing. Was machen die Azubis in der Expertengruppe? Sie planen die dort anfallenden Aufgaben selbstständig und eigeninitiativ, bearbeiten und kontrollieren sie. Was haben die Azubis davon? Unseren Azubis (Servicefachkräfte für Dialogmarketing und Kaufleute für Versicherungen und Finanzen) ist es wichtig, sich an ausbildungsrelevanten Themen aktiv zu beteiligen und an Entscheidungen mitzuwirken. Was erreicht ERGO Direkt damit? Die Azubis übernehmen Verantwortung. Sie werden dadurch in ihrer Handlungsorientierung gezielt gefördert sowie aktiv am Ausbildungsgeschehen beteiligt. Wer hilft bei Fragen? Als Ansprechpartner stehen den Azubis die Mitarbeiter/innen des Recruitments und der Ausbildungsabteilung unterstützend zur Seite.

HOME PAGE: www.ergodirekt.de

ANSPRECHPARTNER:
Daniela Dienstbach

Versicherungen für junge Leute – Schüler beraten Schüler

Erich-Brost-Berufskolleg

Projektzusammenfassung

Im Rahmen des Projekts bereiten sich die Schüler des Bildungsgangs »Privatversicherung« auf die Beratung von Schülern des Berufskollegs vor. Sie akquirieren interessierte Schüler und führen Beratungen zum Versicherungsbedarf junger Leute durch. Die Durchführung des Projekts liegt in der Verantwortung der Schüler. Sie sammeln im Vorfeld Materialien, bereiten diese schülergerecht auf und erstellen entsprechende Beratungsmappen, welche bei den Beratungen unterstützend eingesetzt werden. Dabei können die Schüler auf die im Unterricht vermittelten Inhalte der Fächer »Agenturmanagement« und »Geschäftsprozesse in Versicherungssparten« zurückgreifen. Das Projekt startet mit Fachvorträgen von Referenten aus der Praxis. Es wird durch die Teilnehmer bewertet, Rückmeldung zur Beratung erhalten die Schüler durch Kundenbewertungen – für die Berater gab es sehr gute Noten.

HOME PAGE: www.ebbk.essen.de
ANSPRECHPARTNER: Ulrike Häring

Generation Generali

Generali Versicherung AG

Projektzusammenfassung

»Generation Generali« lautet der Name der Facebook-Seite, die die Trainees der Generali Versicherungen des Jahres 2011 selbstständig ins Leben riefen. Beim Traineeprojekt »Social Media im Personalmarketing« war es nicht nur Ziel, das Unternehmensimage durch das Einbeziehen junger Mitarbeiter zu steigern, sondern auch deren Skills durch die Auseinandersetzung mit neuen Medien auszubauen. Nach einer Analyse relevanter Social-Media-Kanäle entschied sich die Traineegruppe für Facebook als die beste Plattform für die Imagebildung bei der jungen Zielgruppe. So entstand die Seite »Generation Generali«, die das Unternehmen aus verschiedenen Blickwinkeln präsentiert. Nach erfolgreicher Projektpräsentation vor Vorständen und Führungskräften wurde das Projekt in die Linie überführt, wo es zukünftig von einem jungen Redaktionsteam fortgeführt wird. Insgesamt erzielte das Projekt eine sehr positive Resonanz bei Mitarbeitern sowie externen Personen und ermöglichte den Teilnehmern die Bildung von Netzwerken über Abteilungsgrenzen hinweg.

HOME PAGE: www.generali.de
ANSPRECHPARTNER: Claudia Sailer

Forschungskooperation Hochschule-Unternehmen – Kompetenzzentrum OPEN SOURCE (KOS)

HALLESCHE Krankenversicherung a. G.

Projektzusammenfassung

KOS ist das erste gemeinsame kooperative Forschungsprojekt von Betrieben mit einer Dualen Hochschule. Angewandte Forschung in Kooperation Hochschule-Betriebe ist ein innovativer und beispielhafter Ansatz, der in ähnlicher Weise auf andere Studiengänge der Dualen Hochschule übertragbar ist. Im Gegensatz zur konventionellen Grundlagenforschung betreibt KOS angewandte Forschung. Die Unternehmen geben konkrete Fragestellungen vor. Über Projekt- und Bachelorarbeiten sind die Studenten in aktuelle Forschungsprozesse eingebunden. Die Ergebnisse stehen den Unternehmen für eine begrenzte Zeit exklusiv zur Verfügung bevor sie von der Hochschule veröffentlicht werden. Darüber hinaus erfolgt ein Know-How-Transfer an die Betriebe. Die Beteiligung von Studenten an aktueller Hochschulforschung erhöht die Attraktivität für Bewerber.

HOME PAGE: www.hallesche.de
ANSPRECHPARTNER: Ulrich Volz

Auch Ausbilden will gelernt sein – »Zertifizierte Ausbildungsagenturen« bei der LVM

LVM Versicherung

Projektzusammenfassung

Immer mehr KVF-Azubis werden in regionalen Agenturen ausgebildet – bei der LVM sogar 88% aller Azubis. Die Entwicklung der Führungskompetenz der Ausbilder in den Agenturen, aber auch die Verzahnung von zentralen Azubi-Trainings mit dem Agentur-Alltag wird damit zunehmend zu einer Herausforderung für die LVM und ein entscheidender Erfolgsfaktor für die Bindung der Azubis an das Unternehmen. Die LVM-Lösung: Mit modular aufgebauten Workshops für die Ausbilder werden erstmals ausbildende Agenturen auf ihre neuen Aufgaben als Führungskraft vorbereitet. Vor allem neu ist, dass Ausbilder und Azubi gemeinsam nach ca. ½ Jahr Ausbildungszeit die bisherigen Erlebnisse reflektieren und einen »Vertrag zum Vertragen« vereinbaren. Hervorragende Feedbacks aller Teilnehmer sowie vor allem die signifikant besseren Vertriebsergebnisse der teilnehmenden Agenturen führen dazu, dass die Workshop-Reihe künftig auch auf solche Agenturen ausgeweitet wird, die bereits mehrfach ausgebildet haben.

HOME PAGE: www.lvm.de
ANSPRECHPARTNER: Martin Schellert

NÜRNBERGER Junioren – Wir versichern junge Menschen

NÜRNBERGER Versicherungsgruppe

Projektzusammenfassung

Unternehmerisches Denken und Handeln und eine selbstständige Arbeitsweise – diese Fähigkeiten fordern Unternehmen heute mehr denn je von ihren Mitarbeitern. Doch wie können diese Kompetenzen schon frühzeitig auch bei Azubis gefördert werden? Als inzwischen etabliertes Ausbildungskonzept bietet sich eine Juniorenfirma an. Doch die NÜRNBERGER wollte ihren Azubis mehr als eine bloße Variante bereits bekannter Modelle bieten. Die Ausbildungsabteilung setzte daher auf ein bewusst mutiges, die Azubis besonders herausforderndes Konzept: in einem berufsübergreifenden Team arbeiten die NÜRNBERGER Junioren an aktuellen anspruchsvollen Themen auf gleicher Augenhöhe mit den höchsten Führungsebenen in ihrem Ausbildungsbetrieb. Eine selbst entwickelte Balanced Scorecard und ein Projektcoach, der die Azubis bei Bedarf situativ unterstützt, geben ihnen die nötige Sicherheit, als selbstbewusster Dienstleister im eigenen Unternehmen zu agieren. Die Auftragsbücher

sind konstant gefüllt und die weitere Nachfrage ist so groß, dass die NÜRNBERGER Junioren als akzeptierter Businesspartner im Unternehmen eine feste Einheit bilden. Und auch die persönliche Entwicklung der Junioren beweist: mit der richtigen Mischung aus Zutrauen, Vertrauen und Unterstützung darf es in Sachen Erstausbildung gerne »auch mal ein bisschen mehr sein.«

HOME PAGE: www.nuernberger.de

ANSPRECHPARTNER:
Andrea Azzarito

Ausbildungs-Office – Potenzial nutzen und Talente fördern

Öffentliche Versicherung Braunschweig

Projektzusammenfassung

Die Öffentliche Versicherung Braunschweig möchte sich das Potenzial und die Fähigkeiten der Nachwuchskräfte zunutze machen und junge Talente auf eine Tätigkeit im Vertrieb nach Abschluss der Ausbildung vorbereiten. Um das Kennenlernen des Vertriebs und die Kenntnisse von Geschäftsstellenabläufen und deren Führung zu intensivieren, eröffnete die Öffentliche Versicherung Braunschweig zum 01. Oktober 2010 das Ausbildungs-Office für Direktionsauszubildende. Diese durchlaufen es zweimal für jeweils 3 Monate im Rahmen Ihrer Ausbildung zu Kaufleuten für Versicherungen und Finanzen. Die Auszubildenden sollen dort die Kunden im zugewiesenen Bestand aktiv ansprechen und ganzheitlich beraten. Des Weiteren werden Kunden, die die Direktion aufsuchen, vom Ausbildungs-Office beraten und aktuelle Anliegen des Kunden zufriedenstellend gelöst.

HOME PAGE: www.oeffentliche.de

ANSPRECHPARTNER:
Enrica Kopp

Öffentliche Versicherungen Oldenburg & Berufsbildende Schulen Wechloy

Das Ausbildungsportal »meineausbildung.info«

Projektzusammenfassung

In einem 2-jährigen Entstehungsprozess wurde mit dem Portal meineausbildung.info ein unternehmensunabhängig einsetzbares Instrument entwickelt, das Auszubildende über die gesamte Ausbildungszeit begleitet und unterstützt. Kern des Portals ist ein Kompetenzsystem, basierend auf den Inhalten des Ausbildungsrahmen- und Rahmenlehrplans, in dem Auszubildende Ausbildungsaktivitäten reflektieren und gewonnene Kompetenzen in einem Ampelsystem einschätzen. Weitere Funktionen, wie ein integriertes Berichtswesen, die Erfassung betrieblicher/schulischer Leistungen, eine umfangreiche Hilfestellung zum Thema Report sowie zahlreiche Auswertungsmöglichkeiten ergänzen das Portal. meineausbildung.info bietet einen Orientierungsrahmen für Auszubildende/Ausbilder, schafft Ansatzpunkte für Ausbilder/Lehrer zur zielgerichteten Förderung und stärkt die Eigenverantwortung der Auszubildenden für ihre Ausbildung.

HOME PAGE: www.oevo.de

ANSPRECHPARTNER:
Christian Willers

Betriebliches Gesundheitsmanagement – Fahrradtag – Die Provinzial bewegt sich!

Provinzial Nord
Brandkasse AG

Projektzusammenfassung

Die Provinzial bewegt sich! Gesundheit und Beruf sind miteinander verbunden. Es ist erwiesen, dass sich die Gesundheit auf das Arbeitsklima und damit auf die Leistungsfähigkeit und Wirtschaftlichkeit eines Unternehmens auswirkt. Das betriebliche Gesundheitsmanagement der Provinzial sieht es daher als seine Aufgabe, Mitarbeitern gesundheitsfördernde Möglichkeiten zu präsentieren. In diesem Rahmen ist der erste Fahrradtag der Provinzial Nord Brandkasse AG entstanden. Neben dem gesundheitlichen Aspekt, war die Sicherheit ein großer Bestandteil der Aktion. Aber auch das alltägliche Fahrradfahren für Groß und Klein wurde gefördert und allgemeine Informationen zum Fahrradfahren in der Region wurden aufgezeigt. Mit der Aktion haben wir es geschafft, Mitarbeiter zu motivieren häufiger das Fahrrad zu benutzen und hiermit zur individuellen Gesundheitsförderung beigetragen.

Homepage: www.provinzial.de
Ansprechpartner:
Lutz Schlünsen

Employer Branding durch Azubi-Fotoshooting

Talanx Service AG

Projektzusammenfassung

Durch die Vielzahl der Castingshows im TV entstand die Idee, ein bundesweites und konzernübergreifendes Casting unter den Azubis der Talanx Service AG durchzuführen, um zwei »Top-Models« (m/w) zu finden. Es ging nicht um den Titel und den Spaß alleine, sondern um die Idee, die entstehenden Fotos für eine neue (und authentische) Kampagne zum Azubi-Recruiting (Flyer, Anzeigen, Internet) zu verwenden und uns als moderner Arbeitgeber zu implementieren. Die Ausbildungsleitung war begeistert und beauftragte die Azubis mit der genauen Planung und Abstimmung. Dazu wurden Angebote von Fotografen eingeholt, Abstimmungen mit dem Bereich Public Relations durchgeführt, Aufgaben und Bewertungskriterien für die Teilnehmer entwickelt und abgestimmt, Infos an alle dezentralen Ausbilder verschickt, eine Jury einberufen und letztendlich 39 Kandidaten eingeladen! Das Casting verlief aufregend und spannend! Der Aufwand hat sich gelohnt, denn die Ergebnisse brauchen sich hinter professionellen Modelaufnahmen nicht zu verstecken!

Homepage: www.talanx.com
Ansprechpartner:
Torsten Kumm

Mentoren-»Viel-Harmonie«

Uelzener Versicherungen

Projektzusammenfassung

Seit dem 19.01.2011 treffen sich die Mentoren unter Leitung des Ausbildungsteams vierteljährlich zum Informationsaustausch. Der Face-to-Face Austausch hat die Beziehungen unter den Mentoren gefestigt, so dass kleine Unstimmigkeiten ohne großen Aufwand schnell und effektiv aufgelöst werden. In diesem Treffen wird regelmäßig das Wissen der Mentoren über die Reporte und die Inhalte der Ausbildungseignungsprüfung durch interne und externe Dozenten aktualisiert. Zusätzlich werden gemeinsame Ideen für Projekte im Bereich Aus- und Weiterbildung erarbeitet. Die Mentoren stellen diese Ideen dem Vorstand vor. Nach der positiven Entscheidung des Vorstandes wird das Kernprojektteam, welches aus den Mentoren besteht, aktiv.

Homepage: www.uelzener.de
Ansprechpartner:
Marion Rochel

Proximus Werbeplakate

Berufsschule 4 – Welser-
schule Augsburg

Projektzusammenfassung

Schüler/innen sollen im Rahmen eines Projektes im Berufsschulunterricht die Inhalte des Proximus-Bedingungswerkes selbstständig erarbeiten, verstehen und kreativ veranschaulichen. Hierzu erstellen die Schüler/innen in Gruppenarbeit professionelle Werbeplakate für eine fiktive Proximus Agentur. Die Plakate sind mit einer beliebigen Grafik-Software anzufertigen und auf DIN A2 auszudrucken. Alle Arbeitsschritte sind von den Schüler/innen selbstständig zu planen. Eine Präsentation und eine schulinterne Ausstellung schließen das Projekt ab.

Ansprechpartner:
Armin Stegmüller

Jugend-Informatik-Tage

Wüstenrot & Württembergische AG

Projektzusammenfassung

Im Rahmen der Ausbildung führen die Auszubildenden der W & W Informatik GmbH eigenständig das Projekt Jugend-Informatik-Tage durch. Das Projekt besteht aus folgenden Komponenten:

1) Informatiktage

In den Sommerferien beginnen in den einzelnen Unternehmen des W & W-Konzerns neue Auszubildende ihre Ausbildung. Für diese werden Office-Schulungen durchgeführt.

2) Bildungspartnerschaft

Seit 2011 besteht eine Bildungspartnerschaft mit dem Friedrich-List-Gymnasium in Asperg. Im Rahmen dieser Partnerschaft führen wir in der Schule verschiedene IT-Schulungen durch. Der konkrete Schulungsbedarf ist im Rahmen der Projektvorbereitung zu ermitteln. Im Vorfeld wurde Interesse an den Themen Social Media, Excel und PowerPoint geäußert.

3) Mitarbeiterkinder

Aus einer Anregung des Betriebsrates heraus wird eine Auswahl der Schulungen, die im Rahmen der Informatiktage sowie der Bildungspartnerschaft angeboten werden, auch für Mitarbeiterkinder als Ganztagesveranstaltung in den Ferien durchgeführt.

HOME PAGE: www.ww-ag.com

ANSPRECHPARTNER:
Beate Jäschke

Corporate Volunteering zur nachhaltigen Förderung von Sozialkompetenz und Steigerung des Engagements von Auszubildenden

Zurich Gruppe Deutschland

Projektzusammenfassung

Der Lernbereich TEAM wurde in den Unternehmenskontext eingebettet, insbesondere durch die azubi-spezifische Auswertung der Mitarbeiterumfrage 2011. Bereits 2011 wurden sozial aktive »help-point-Gruppen« von den Azubis angeregt, die diesjährige, weltweite Kampagne »Global Community Week«, mit der das soziale Engagement der Mitarbeiter gefördert wird und den »helppoint«-Gedanken, der in der Außendarstellung der Zurich Gruppe dominiert, zu zeigen. Dementsprechend wurden die Lernziele zur Erweiterung der Sozialkompetenz mit einer nachhaltigen Steigerung des azubispezifischen »Mitarbeiter-Engagements« (Zufriedenheit, Stolz, Befürwortung und Bindung) kombiniert. Der Lerntransfer wird auch methodisch-didaktisch mit einer erlebnisorientierten Vermittlung gefördert. Transferprojekte im Corporate Volunteering-Kontext, die im Training initiiert und geplant wurden, unterstützen die dauerhafte Vertiefung der Lernentwicklung maßgeblich. Im Mai 2012 wurde das erste TEAMtraining mit 60 Auszubildenden sehr erfolgreich durchgeführt, die ersten Ergebnisse zu den »Azubi helppoint-Projekten« sind ein herausragender Erfolg.

HOME PAGE: www.zurich.com
ANSPRECHPARTNER:
Erik Labonte

Sounding Board – Wie und was kommt von der Personalentwicklung im Hause an?

BGV Badische Versicherungen

Projektzusammenfassung

Der Begriff »Sounding Board« kommt aus dem Englischen und bedeutet Resonanzboden. Resonanzböden findet man häufig im Sprachgebrauch der Musik. Er nimmt die Schwingungen, die durch das Spiel der Saiten entstehen, auf und gibt diese verstärkt wieder zurück. Auch Wirtschaftsunternehmen bedienen sich heutzutage dieses Instruments. Es hilft dabei, Stimmungen einzufangen und Unstimmigkeiten aufzudecken, beispielsweise bei Projekten oder schwierigen Themen. Zu einem Sounding Board kommen Projektmitglieder und Vertreter unterschiedlicher Interessengruppen zusammen, besprechen den Projektfortschritt und tauschen ihre Wahrnehmungen zum Projekt aus. Im BGV wird das Instrument Sounding Board seit verganginem Jahr eingesetzt, um das PE Umsetzungsprojekt und die Arbeit der Personalentwicklung kritisch zu beleuchten und Meinungen sowie Stimmungen des Hauses einzufangen.

HOME PAGE: www.bgv.de
ANSPRECHPARTNER:
Lydia Effenberger

Firmenrechtsschutz – Blended Learning-Konzept der ERGO Versicherungsgruppe

ERGO Versicherungsgruppe AG

Projektzusammenfassung

Die Module zum Firmenrechtsschutz wurden 2011/2012 in der ERGO Versicherungsgruppe erstellt. Ziel des Projekts war es, die Vertriebspartner (VP) der ERGO Versicherungsgruppe beim kundenorientierten Verkauf von Rechtsschutzprodukten an Gewerbekunden zu unterstützen. Dabei sollte berücksichtigt werden, dass die VP sowohl vom Kenntnisstand, als auch von der Technikaffinität ganz unterschiedliche Voraussetzungen mitbringen. Daher sollten unterschiedliche Lern-/Informations- und Demonstrationselemente entwickelt werden, die sich auf die unterschiedlichen Anforderungen und Einsatzszenarien abstimmen lassen und somit die individuellen Bedürfnisse der VP berücksichtigen. Das Gesamtprogramm besteht aus verschiedenen multimedialen Komponenten:

- Lernprogramm (klassisches Web-Based-Training)
- Wissensparcours (Game-Based situatives Üben/Lernen)
- Verkaufstool (Verkaufsunterstützung am Point of Sale)
- Streitwert-App (Verkaufsunterstützung in der Pre-Sales-Phase, für mobile Geräte)

Zum Gesamtkonzept gehört außerdem eine Begleitung on the job, d.h. neue Vertriebspartner werden durch erfahrene Vertriebsführungskräfte bei ihren ersten Schritten begleitet und gecoacht.

HOME PAGE: www.ergo.de
ANSPRECHPARTNER: Martin Adler

Warum das Rad ständig neu erfinden? Perfect Training Solutions – Einführung eines webbasierten Tools zur Erstellung von Bildungsmaterialien

ERGO Versicherungsgruppe

Projektzusammenfassung

Die ERGO findet einen Weg, ständig wiederkehrende Routearbeiten der Seminargestaltung auf einen Bruchteil des bisherigen Aufwandes zu reduzieren.

Die vom Bildungsbereich der ERGO gemeinsam mit einem Softwarehaus entwickelte webbasierte Softwarelösung »Perfect Training Solutions« (PTS) ermöglicht die professionelle Chart-Erstellung vom Photoprotokoll bis hin zum DIN A0-Format. Trainer und Ausbilder profitieren von einem ständig wachsenden Pool von aktuell 1200 Charts zu Personalentwicklung- und Versicherungsfachthemen, die sich für jede Veranstaltung in kürzester Zeit beliebig anpassen lassen.

Die Vorteile: ein Mehr an Ökonomie bei der Seminar-Vorbereitung und durch die Standardisierung der Trainingsinhalte, eine Steigerung der Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit aller mit PTS erstellten Trainingsmaßnahmen.

In PTS steckt das Potenzial, eine virtuelle Bibliothek des gesamten Versicherungswissens zu etablieren, eine »Wikipedia«, von der letztlich die Versicherungswirtschaft im Ganzen profitiert. Warum mit viel Aufwand das Rad ständig neu erfinden?

HOME PAGE: www.ergo.de

ANSPRECHPARTNER:
Christiane Endler

Die IDEAL Online-Akademie – Kommunikation auf den Punkt

IDEAL Lebensversicherung a. G. IDEAL TrainingsAkademie

Projektzusammenfassung

Zeit ist Geld! Wo trifft dieser Spruch besser zu als im Versicherungsvertrieb. Vertriebspartner nehmen sich immer weniger die Zeit, an langen Präsenzveranstaltungen teilzunehmen. Schließlich ist es ein Tag, an dem kein Geschäft gemacht werden kann. Öfter sprach man uns an: »Könnt ihr nicht etwas anbieten, wo ich schnell, effektiv und ohne lange Fahrwege an die notwendigen Informationen, z. B. zum neuen Produkt, komme.« Wir nahmen die Herausforderung an! Es entstand innerhalb kürzester Zeit die IDEAL OnlineAkademie – eine neue Schulungsplattform, um Vertriebspartner schnell, einfach und kostenlos mit den richtigen Informationen zu versorgen, ohne lange Präsenzschulungen und Fahrzeiten. Es bedarf nur einer Anmeldung auf unserer Internetseite www.ideal-versicherung.de, einem Internetanschluss und einer Telefonleitung.

HOME PAGE:
www.ideal-versicherung.de
ANSPRECHPARTNER:
Petra Franz

Schülerpraktikantenprogramm »Enter your Life« von Azubis für Schüler entwickelt

RheinLand Versicherungsgruppe

Projektzusammenfassung

Im Zuge des demographischen Wandels wird im »War for Talents« zukünftig die frühe Einbindung von Potenzialträgern zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Das »Enter your Life«-Praktikantenprogramm ist von Auszubildenden für Schüler erarbeitet worden und die Umsetzung im Unternehmen wurde vom Vorstand genehmigt. »Enter your Life« ist ein freiwilliges Schülerpraktikum, das in den ersten beiden Wochen der Sommerferien stattfindet und sich an interessierte Schüler der Oberstufe wendet. In der ersten Woche werden die Praktikanten von fünf RheinLand-Auszubildenden des 2. Lehrjahrs betreut. Es finden u. a. ein Bewerbertraining sowie die Vorstellung von Aufgaben und Berufsbildern eines Versicherungsunternehmens statt. In der zweiten Woche werden die Praktikanten in ihren Wunschabteilungen eingesetzt und von ihrem Azubi-Paten betreut. Es gibt u. a. Einsatzmöglichkeiten in eher untypischen Schülerpraktikantenabteilungen wie Asset-Management, Rückversicherung, Risikomanagement und Aktuariat. Am letzten Praktikumstag wird der beste Praktikant ausgezeichnet und erhält ein kleines Geschenk. Alle Praktikanten erhalten eine Urkunde und ein detailliertes Praktikumszeugnis.

HOME PAGE: www.rheinland-versicherungen.de
ANSPRECHPARTNER: Birgit Radde

Förderung der übergreifenden Zusammenarbeit mit Kooperationsdiagnose: Eine Entwicklungsmethode für Netzwerke von Abteilungen in Organisationen.

Versicherungskammer Bayern

Projektzusammenfassung

Für höhere Effektivität und Effizienz bei der Leistungserbringung ist es zunehmend notwendig, dass Netzwerke aus mehreren Abteilungen gut aufeinander abgestimmt auf das gemeinsame Ziel hinarbeiten. Klassische individuelle und teambezogene Personalentwicklungsmaßnahmen greifen zu kurz, wenn die Zusammenarbeit in solchen Netzwerken gefördert werden soll. Daher wurde eine Methode entwickelt, die ein Netzwerk von Abteilungen systematisch in Bezug zueinander und im Hinblick auf das gemeinsame Ziel in Kontakt bringt. Unter Einbeziehung aller Beteiligten werden Stärken und Entwicklungspotenziale des Netzwerks systematisch analysiert. Der sich anschließende Entwicklungsprozess wird partizipativ gestaltet und umfasst alle relevanten Systemebenen: Netzwerk, Abteilung, Führungskräfte und Mitarbeiter.

Abteilungsdenken wird reduziert, die Fokussierung auf das übergeordnete Ziel gestärkt, Kompetenzen und Empowerment für effektive abteilungsübergreifende Zusammenarbeit gefördert.

HOME PAGE:

www.vkb.de

ANSPRECHPARTNER:

Michael Richter

Vertriebspartnerbindung durch konsequente qualitative Entwicklung

VGH Versicherungen Landschaftliche Brandkasse SV Stuttgart

Projektzusammenfassung

Vertriebsunternehmen »buhlen« stärker denn je um die Gunst der Besten. Zur Bindung neu gewonnener Vertriebspartner bzw. ADMitarbeiter wurden angesichts hoher Fluktuation zentrale Aspekte identifiziert: Transparenz und Orientierung der Vertriebspartner über eigene Entwicklungsziele, Arbeitsroutinen nach klaren Qualitätsstandards, Feedback und Reflexion als gelebte Praxis und erlebte Wertschätzung. Die Umsetzung dieser Anforderungen erfolgt durch ein Web-Tool, mit dem Agenturinhaber und Kundenberater ihre Kompetenzen und qualitative Dimensionen ihrer Vertriebsaktivitäten erfassen und Aufgaben definieren. Mit den individuellen Maßnahmen stellt das Web-Tool den »Einarbeitungs- und Entwicklungsplan (EEP)« der SV Stuttgart bzw. den »Agenturenentwicklungsplaner (AEP)« der VGH dar.

Beide Varianten der technischen Anwendung garantieren, dass erforderliche Entwicklungs- und Führungsprozesse systematisch und konsequent erfolgen. Denn die konsequente qualitative Entwicklung steht immer im Fokus. Ein Gemeinschaftsprojekt von SV Stuttgart und VGH Versicherungen.

HOME PAGE:

www.vgh.de

www.sparkassenversicherung.de

ANSPRECHPARTNER: Kay Bremer und Ralf Gineiger

AL Leadership Werkstatt

VPV Versicherungen

Projektzusammenfassung

»Führungserfolg ist keine Frage von Glück oder Zufall, sondern eine Frage des Wollens, des permanenten Feedbacks und des gezielten Vorgehens.« Wir möchten den bewussten Austausch innerhalb der Führungskräfte der VPV Versicherungen fördern und den Raum für kritische Betrachtungen der Wirkungshebel einer Führungskraft schaffen. Durch unsere »AL Leadership Werkstatt« haben wir eine neue Form des Lernens und des internen Dialogs ins Leben gerufen. Mit diesem innovativen Trainingskonzept können Führungskräfte ihre Stärken und Entwicklungspotenziale reflektieren. Auch die Mitarbeiter profitieren, indem sie ihren jeweiligen Abteilungsleitern Feedback geben und somit aktiv zu deren Entwicklung beitragen können. Es entsteht ein echter Dialog über alle Bereichs- und Ressortebenen hinweg, der den Führungserfolg stetig ausbaut.

HOME PAGE: www.vpv.de
ANSPRECHPARTNER: Kinga Janisch

X-Company Mentoring Programm

VPV Versicherungen

Projektzusammenfassung

»Unternehmen kommen in Zukunft nicht an gut qualifizierten und hoch motivierten Frauen vorbei.« Wir als eigenständiges mittelständisches Versicherungsunternehmen möchten den Anteil von Frauen in Führungspositionen erhöhen und damit einen wirtschaftlichen Mehrwert von gemischten Führungsteams im Unternehmen schaffen. Um dies zu erreichen, haben wir uns für ein unternehmensübergreifendes X-Company Mentoring Programm entschieden. Durch die Bildung von unternehmensübergreifenden Tandems aus einem erfahrenen Mentor und einer weniger erfahrenen Mentee entsteht ein beidseitiger Austausch von Ideen und Methoden. Im Fokus des Programms steht die Mentee mit ihren ganz persönlichen Zielsetzungen und Anliegen. Sie wird bei ihrer Entwicklung von ihrem Mentor unterstützt und erhält neue Impulse zur persönlichen Weiterentwicklung.

HOME PAGE: www.vpv.de
ANSPRECHPARTNER: Kinga Janisch

Gender Diversity – Mit Weitblick Unternehmenskultur gestalten

Wüstenrot & Württembergische AG

Projektzusammenfassung

Die W&W-Gruppe hat sich zum Ziel gesetzt, bis Ende 2015 30 % Frauen in Führungspositionen zu bringen. Hierfür wurde die Initiative »Gender Diversity« gestartet. Diese zeichnet sich durch eine ganzheitliche Vorgehensweise aus, die an den Führungskräften, den weiblichen Potenzialkandidatinnen und an den Rahmenbedingungen für Führung ansetzt. Mit den Maßnahmen und ihrer kommunikativen Begleitung sowie durch die unternehmensübergreifende Einbeziehung verschiedener »Stakeholder« ist es gelungen, eine Veränderung der Unternehmens- und Führungskultur anzustoßen. Durch die Verankerung des Ziels in den Zielvereinbarungen der Vorstände und Führungskräfte sowie das regelmäßige Reporting im Vorstand wird außerdem die Nachhaltigkeit gesichert. Der Erfolg zeigt sich im deutlichen Anstieg der Nominierungen weiblicher Nachwuchsführungskräfte und der Besetzung von Führungspositionen mit Frauen.

HOME PAGE: www.ww-ag.com
ANSPRECHPARTNER: Katrin Schuler

Werkzeuge für den Wandel – Veränderungen aktiv gestalten!

Wüstenrot & Württembergische AG

Projektzusammenfassung

Betroffene zu Beteiligten machen? Vor dieser Fragestellung stehen viele Unternehmen, wenn es um »Veränderungsmanagement« geht so auch die Konzernpersonal Entwicklung (KPE) der W&W AG. KPE hat einen attraktiven, leicht handhabbaren Werkzeugkasten entwickelt, der wichtige Tools zum Veränderungsmanagement enthält. Er trägt dazu bei, dass Führungskräfte und Projektleiter anstehende Veränderungen als Chance wahrnehmen und diese professionell begleiten und umsetzen. Der Kasten besteht aus einer Aufstellbox, die 33 herausnehmbare Kärtchen enthält, einer Einführungs-CD, 2 Übersichtspostern und Arbeitsblättern. Im Rahmen der Implementierung wurden Einführungen, Coachings und Praxisworkshops angeboten, die die Handhabung des Kastens erläutern und für das Thema sensibilisieren. Bisher ist die Resonanz durchweg positiv, die Nachfrage hoch und größere Veränderungsbereitschaft im Konzern spürbar.

HOME PAGE: www.ww-ag.com
ANSPRECHPARTNER: Nina Preu

Die Partner im Bildungsnetzwerk Versicherungswirtschaft

Das Berufsbildungswerk der Deutschen Versicherungswirtschaft (BWV) e.V.

Der BWV Bildungsverband koordiniert die überbetrieblichen Bildungsaktivitäten für die Versicherungswirtschaft, gestaltet innovativ die Berufsbildungslandschaft und vertritt die Interessen des Wirtschaftszweigs in Bildungsfragen. Er sichert die Qualität der beruflichen Bildung auf Bundesebene und führt überbetriebliche wirtschaftszweiginterne Abschlussprüfungen durch.

Die regionalen Berufsbildungswerke der Versicherungswirtschaft (BWV Regional)

Die 34 regionalen Berufsbildungswerke sind Kompetenzzentren der Versicherungswirtschaft, die in den Regionen vergleichbare Aufgaben wahrnehmen wie der Bildungsverband. Darüber hinaus bieten sie versicherungsfachliche Qualifikationen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Versicherungsunternehmen vor Ort an.

Ihre Arbeit wird in hohem Maße ehrenamtlich geleistet.

Die Deutsche Versicherungsakademie (DVA) GmbH

Die DVA bietet bundesweit Bildungs- und Informationsdienstleistungen für die Versicherungswirtschaft und deren Partner an. Ihre Schwerpunkte liegen auf Weiterbildungsangeboten und der Durchführung von Tagungen und Kongressen. Darüber hinaus berät die DVA Unternehmen in allen Fragen des Einsatzes von neuen Medien und der Konzeption von Qualifizierungsprogrammen.

Förderer des InnoWard

»Wir bedanken uns bei allen, die den InnoWard 2012 ermöglicht und unterstützt haben.«

Der InnoWard-Medienpartner

Der Verlag Versicherungswirtschaft GmbH, Karlsruhe, publiziert seit über 50 Jahren Fachliteratur zu allen Themen der Versicherungswirtschaft und führt in seiner Veranstaltungsreihe Versicherungs-Forum Seminare und Tagesschulungen durch. Das Verlagsangebot umfasst rund 850 lieferbare Buchtitel, die Zeitschriften »Versicherungswirtschaft«, »Versicherungsvertrieb«, »Versicherungsrecht«, »Versicherungsmedizin« und »Der Aktuar«, CD-ROMs und pro Jahr zirka 40 Veranstaltungen.



Verlag Versicherungswirtschaft

Förderer

Wir danken der Swiss Re Europe, Niederlassung Deutschland, München-Unterföhring auch dieses Jahr ganz herzlich für die wiederholte Gastfreundschaft zur Durchführung der Jurorensitzung.

Die Preisgeldstifter

Die Deutsche Versicherungsakademie (DVA) GmbH und folgende regionale Berufsbildungswerke haben den InnoWard als Preisgeldstifter unterstützt:

■ BWV Regional:

- BWV Bergisch Land
- BWV Braunschweig
- BWV Bremen
- BWV Dortmund
- BWV Hamburg
- BWV Hannover
- BWV Kiel
- BWV Koblenz
- BWV Mecklenburg-Vorpommern
- BWV Münster
- BWV Nordbayern-Thüringen
- BWV Oldenburg
- BWV Rhein-Main
- BWV Rheinland
- BWV Württemberg

InnoWard-Preisträger 2005–2011

2005

■ **Berufliche Erstausbildung:**

1. Preis
»Young for Young«
HDI Versicherungen
2. Preis
Neueinführung in eigener Regie
Provinzial Nord Brandkasse
3. Preis
Gesetzlich und privat –
ein Austausch
DEVK Versicherungen

■ **Personalentwicklung/
Qualifizierung:**

1. Preis
Mit System zur Management-
qualität
R+V Versicherung
2. Preis
Temporär im Servicecenter
Union Krankenversicherung
3. Preis
Gemeinsam den Service-
verbund (er)leben
LVM Versicherungen

2006

■ **Berufliche Erstausbildung:**

1. Preis
Bildung für alle!
HDI Versicherungen
2. Preis
Soziales Engagement,
neue Erfahrungen
Württembergische
Versicherungs AG
3. Preis
Ausbildung in Agenturen
SIGNAL IDUNA Gruppe

■ **Personalentwicklung/
Qualifizierung:**

1. Preis
Entwicklungsprogramm
für den Führungsnachwuchs
Vereinigte Postversicherungen
2. Preis
»WM-Quiz« motiviert
Mitarbeiter
Hamburg-Mannheimer
Versicherungen
2. Preis
Förderung von Leistungs-
trägern
Generali Versicherungen

2007

■ **Berufliche Erstausbildung:**

1. Preis
Außendienst als Chance
VGH Versicherungen
2. Preis
Workshopzyklus für Schul-
abgänger
VHV Gruppe
3. Preis
Medical Tourism
Kooperation
Debeka Versicherung,
Schule an der Grenzstraße,
Allianz KV Bremen,
Central KV Bremen,
AOK Bremen,
AOK Bremerhaven

■ **Personalentwicklung/
Qualifizierung:**

1. Preis
Innen- und Außendienst-
hospitationen
SIGNAL IDUNA Gruppe
2. Preis
Management-Feedback
Vereinigte Postversicherungen
3. Preis
Kundenkommunikation –
Auf dem Weg zum Service-
versicherer Nr. 1
Barmenia Versicherungen

2008

■ **Berufliche Erstausbildung:**

1. Preis
Einführungsprogramm
»Übernahmebegleitung«
DEVK Versicherungen
2. Preis
Ausbildungspartnerschaft
»Nachwuchs für den Vertrieb«
Provinzial Nord Brandkasse
3. Preis
Vertriebsmeisterschaft der
Auszubildenden
Öffentliche Versicherungen
Oldenburg

■ **Personalentwicklung/
Qualifizierung:**

1. Preis
Traineeprogramm
»Übernahme einer Vertretung«
VGH Versicherungen
2. Preis
Managementwerkstatt –
Ein Planspiel als Symbiose von
Effizienz und Spaß
Lebensversicherung von 1871
3. Preis
Einführung eines umfassenden
Bildungssystems
Gothaer Allgemeine Versiche-
rung

■ **Sonderpreis für Soziales
Engagement**

- Rettet die Bolzplätze –
Soziale Projekte aus eigener
Initiative entwickeln
HDI-Gerling

2009

■ Berufliche Erstausbildung:

1. Preis
Round Table – Wissensaustausch zwischen Vorstand und Auszubildenden
IDEAL Versicherungsgruppe
2. Preis
Wechsel zu einer handlungsorientierten Ausbildung
SAARLAND Versicherungen AG
3. Preis
Allianz Azubi-Planspiel
Allianz Deutschland AG, München

■ Personalentwicklung/ Qualifizierung:

1. Preis
Integriertes Talentmanagement
R+V Versicherung
2. Preis
Planspiel zur Privatkundenberatung
Allianz Beratungs- und Vertriebs AG – Allianz Außendienst Akademie
3. Preis
Der elektronische Bildungsberater
Westfälische Provinzial Versicherung AG

2010

■ Berufliche Erstausbildung:

1. Preis
Suchtprävention bei Azubis
Allianz Deutschland AG
1. Preis
Reporte und fallbezogene Fachgespräche in der Ausbildung in Agenturen
LMV Versicherung
2. Preis
Von Azubis für Azubis – Vermittlung berufsspezifischer Kernkompetenzen
HDI-Gerling Leben
3. Preis
Die R+V Poolausbildung: Mehr Raum zum Lernen
R+V Allgemeine Versicherung AG

■ Personalentwicklung/ Qualifizierung:

1. Preis
Konzeption und Implementierung einer unternehmensweiten Fachkarriere
Proactiv – Bancassurance by Talanx
2. Preis
Schiffbauer – Ein Kulturentwicklungsprozess
VGH Versicherungen
3. Preis
D.A.S. UnfallPlusnavi – Multimediales Wissensmanagement
D.A.S. Versicherungs AG

■ Sonderpreis Berufsschule 2010: Learning by Playing (Das Spiel im Unterricht) Kaufmännische Schule 1 Stuttgart

2011

■ Berufliche Erstausbildung:

1. Preis
Mehr Ideen für die LVM – mehr Kompetenzen für die Auszubildenden – Ein Win-Win-Projekt
LVM Versicherung
2. Preis
Projektmanagement erleben – Azubis entwickeln ein Versicherungsprodukt
NÜRNBERGER Versicherungsgruppe
3. Preis
Auswahl von Bewerbern der Generation Y
DEVK Versicherungen

■ Personalentwicklung/ Qualifizierung:

1. Preis
Generali Talentforum 2009/2010
Generali Versicherungen
2. Preis
Premium-Talent Programm der W & W-Gruppe
Wüstenrot & Württembergische AG
3. Preis
Start in die Selbstständigkeit
LVM Versicherung

Die Trophäe

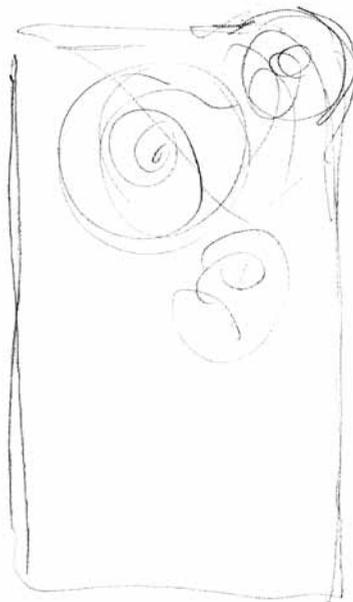


Der InnoWard-Bildungspreis

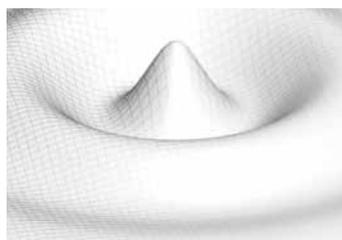
Der Künstler Joerg Maxzin kreierte die außergewöhnliche InnoWard-Trophäe. Der gelernte Bildhauer und Absolvent der Akademie der Bildenden Künste München ist heute Professor für 3D-Animation an der Hochschule Deggendorf.

Auszeichnungen:

- Preisträger im Kleinplastikwettbewerb des ZDF Mainz 1995/1996
- Kunstpreisträger der Stadt Augsburg 1996
- 1. Preis beim Jungen Kunstfrühling Bad Wörishofen 1997
- 1. Preis beim uDay Wettbewerb 2005 in Dornbirn, Österreich
- 1. Preis beim Internationalen Animago Award 2005
- 15. Schwäbischer Kunstpreis 2006



Ideenskizze zum InnoWard



Das Gitterrendering – Vorstufe zur Herstellung



InnoWard 2013

Seien Sie auch im nächsten
Jahr dabei und stellen Sie uns
Ihre Konzepte in den beiden
Kategorien

- Berufliche Erstausbildung
- Personalentwicklung und
Qualifizierung

vor.

Ausschreibungszeitraum ist vom
1. März bis zum 31. Mai 2013.

Wir freuen uns auf Ihre
Bewerbung unter:

www.InnoWard.de

