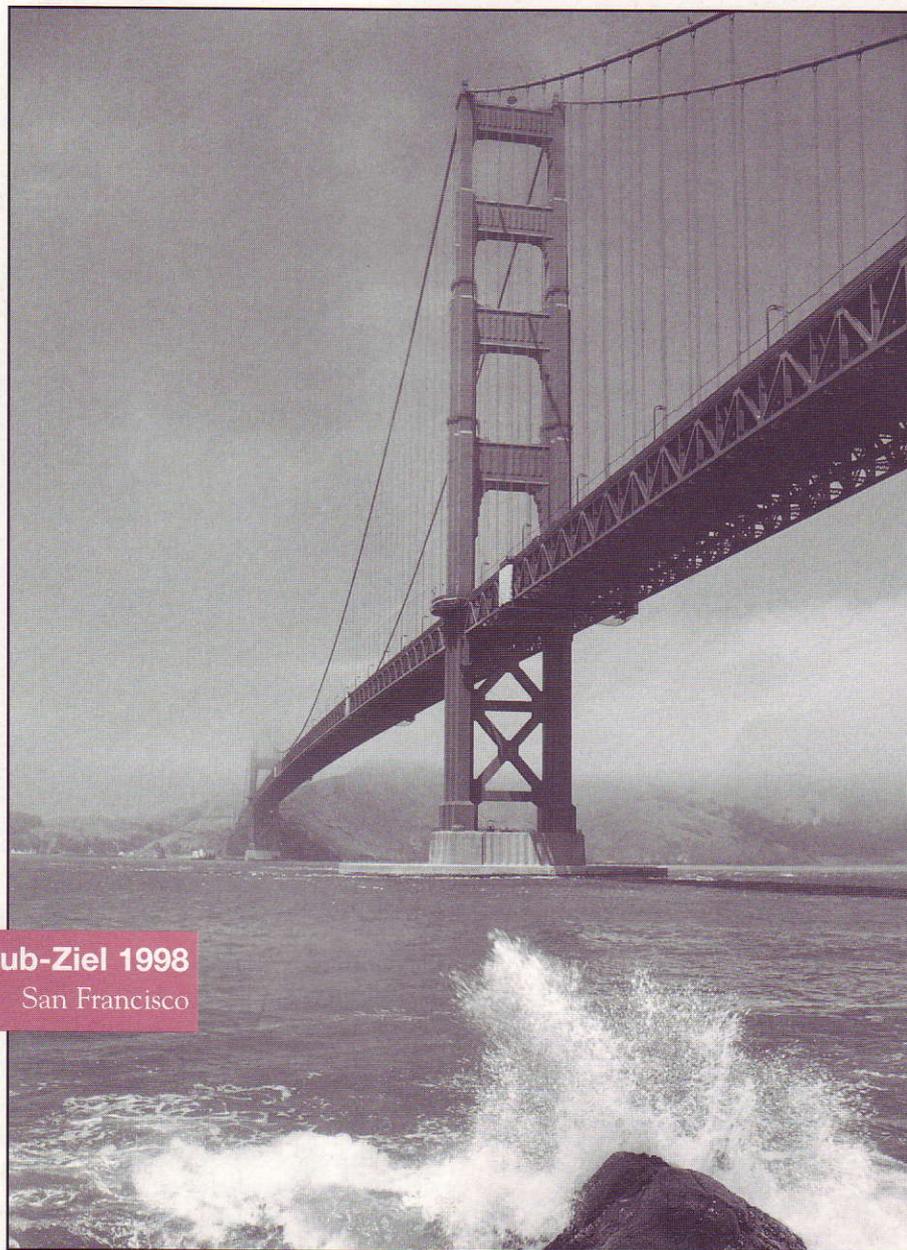


NECKURIER

Das NECKURA Mitarbeitermagazin



Top-Club-Ziel 1998
San Francisco

**Interessante
Wettbewerbs-
reisen**

IN DIESER AUSGABE:

- Tendenzen für 1997 –
Ein Ausblick** *Seiten 2-3*
- 1996 im Zeichen steigender
Wettbewerbskräfte** *Seiten 4-5*
- Sieben Etappen im
Zwei-Tage-Rhythmus** *Seiten 6-7*
- Die neue Hausratversicherung** *Seiten 8-9*

TENDENZEN

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Liebe Leserinnen,
liebe Leser,

es hat sich etwas getan seit
Erscheinen des letzten
NECKURIER.

Unser Mitarbeitermagazin
hat sein Gesicht verändert
und etwas mehr Farbe be-
kommen. Und das, wie wir
hoffen, nicht nur äußerlich.

Wir haben Ihre Anregungen
und Verbesserungsvorschläge,
aber auch die Kritik, dank-



bar und mit Aufmerksamkeit
aufgenommen und versucht,
davon so viel wie möglich in
die Tat umzusetzen. Einfach
war das Ganze natürlich
nicht. Viele verschiedene
Meinungen mußten unter
einen Hut gebracht werden
und ganz unterschiedliche
Geschmacksrichtungen
waren abzuwägen. Dann
waren da auch noch die
Richtlinien zur Corporate
Identity, die es zu beachten
galt. Und das alles immer
im Rahmen der finanziellen
Möglichkeiten. Ein zähes
Ringeln, aber immer mit
dem gemeinsamen Ziel, den
NECKURIER für die Leser
attraktiver zu gestalten.

Qualifizierte Unterstützung
und Beratung haben wir
dabei durch unsere neue

Agentur erfahren. Von ihr
erhoffen wir uns auch für die
Zukunft viele neue Impulse.

Das Resultat unserer Be-
mühungen sehen Sie jetzt
vor sich. Nun möchten wir
natürlich auch gerne wissen,
wie es Ihnen gefällt.

Sprache, habe ich kürzlich
gelesen, wird durch Schrift
erst schön. Und Schrift ist
das wichtigste Kommunika-
tionsmittel für viele Men-
schen. Freude, Trauer, Wahr-
heit, Unwahrheit, Wissen,
Botschaften aussenden,
Denkvorgänge fixieren – mit
dem geschriebenen oder ge-
druckten Wort funktioniert
unser Zusammenleben.
Schrift, 3000 v. Chr. ent-
standen, ist, besonders in
unserem Fall, das wichtigste
Mittel zur Verständigung,
Dokumentation, Information
und Kommunikation.

Die NECKURA-Gruppe,
das sind neben der Direktion
in Oberursel und den Scha-
denregulierungsbüros die
sechs NECKURA-Filialen
und die gesamte Außen-
dienstorganisation – darüber
wollen wir schreiben und
berichten.

Möglich ist dies nur im Dia-
log miteinander. Und auch
nur so können wir besser
werden. Lassen Sie uns des-
halb den Dialog verstärkt
fortsetzen.

In diesem Sinne
Ihre

Ingrid Fuchs

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Die führenden deutschen
Wirtschaftsinstitute
gehen derzeit überwiegend
davon aus, daß 1997 mit
einem moderaten Wirt-
schaftswachstum zu rechnen
ist. Bezogen auf das reale
Bruttoinlandsprodukt bedeu-
tet dies eine Zuwachsrate
von 2 bis 2,5 Prozent. Ge-
stützt wird die Konjunktur
aller Voraussicht nach von
der Auslandsnachfrage und
dem privaten Verbrauch, der
wahrscheinlich real um
2 Prozent steigen dürfte. Dies
entspricht in etwa dem rea-
len Anstieg der verfügbaren
Einkommen. Positive Be-
schäftigungswirkungen dürf-
ten allerdings aufgrund der
konjunkturellen Besserung
nicht zu erwarten sein. Im
Jahresdurchschnitt wird wie
schon 1996 mit 4,2 Millio-
nen Arbeitslosen gerechnet.

Versicherungswirtschaft

Der Gesamtverband der
Deutschen Versicherungs-
wirtschaft veröffentlichte
bereits Ende 1996 seine Ein-
schätzung der Geschäftsaus-
sichten der Versicherungs-
wirtschaft für das Jahr 1997.
Diese stützt sich sowohl auf
die Beurteilung des gesamt-
wirtschaftlichen Umfeldes
der Assekuranz als auch auf
die Berücksichtigung bran-
chen- und spartenspezifischer
Einflußfaktoren.

Lebensversicherung

Die Nachfrage nach Lebens-
versicherungsschutz ist –
nach empirischen Untersu-
chungen – vor allem von der

Einkommenssituation der
privaten Haushalte, der
Preisentwicklung, dem Aus-
gabe- und Sparverhalten und
der Einschätzung der künftigen
Wirtschaftsentwicklung
abhängig:

Die Einkommensentwick-
lung der privaten Haushalte
dürfte auch weiterhin im
Zeichen mäßiger Tarifab-
schlüsse stehen. Darüber hin-
aus sind die Sozialversiche-
rungsbeiträge zum Jahres-
wechsel weiter gestiegen.
Positiv wirkt allerdings der
geringe Preisanstieg von ca.
1,5 Prozent, so daß sich 1997
keine Reallohnseinbußen
ergeben dürften. Wie bereits
oben angedeutet, ist mit
einem Anstieg der privaten
Verbrauchsnachfrage um real
2 Prozent zu rechnen. Dies
wird auch durch eine unver-
änderte Sparneigung unter-
stützt.

Die Einschätzung der mittel-
und längerfristigen Aussich-
ten durch die Konsumenten
ist auch weiterhin von ge-
dämpftem Optimismus ge-
prägt.

Positiver sieht es bei den
spartenspezifischen Einfluß-
größen aus. Die eigenverant-
wortliche Altersvorsorge
gewinnt weiter an Bedeu-
tung. Außerdem stehen in
Teilen der Bevölkerung er-
hebliche Geldmittel zur Neu-
bzw. Wiederanlage zur
Verfügung.

Unter Berücksichtigung die-
ser Einflußfaktoren dürfte die
Lebensversicherung 1997 ein
Beitragswachstum von ca.
7 Prozent verzeichnen – also
ähnlich hoch wie bereits
1996. Dies gilt allerdings nur

FÜR 1997 - EIN AUSBLICK

ng und Situation der Versicherungswirtschaft



unter dem Vorbehalt des prognostizierten wirtschaftlichen Wachstums und der unveränderten gesetzlichen Rahmenbedingungen für Lebensversicherungen. Der Ausgang der Diskussion um die Versteuerung von Kapitalerträgen aus Lebensversicherungen ist hier noch abzuwarten.

Schaden- und Unfallversicherung

Bei der Bestandszusammensetzung der NECKURA-Gruppe schlagen sich gesamtwirtschaftliche Einflüsse in der Schaden- und Unfallversicherung überwiegend in der Entwicklung des Kfz-Marktes

sowie der Entwicklung des Gebrauchs- (in erster Linie Hausrat) und Immobilienvermögens nieder.

Beide Entwicklungen werden positiv eingeschätzt. Die Zahl der Neuzulassungen von PKW und Kombi dürfte um ca. 5 Prozent steigen; der gesamte Kfz-Bestand um etwa 2 Prozent. Auch das Gebrauchs- und Immobilienvermögen privater Haushalte wird aufgrund realer Bestandserhöhungen und preislicher Verteuerungen weiter wachsen.

Die spartenspezifischen Einflußgrößen lassen dagegen

nur gedämpften Optimismus zu. Die Liberalisierung des deutschen Versicherungsmarktes hinterläßt immer deutlichere Spuren. Im Kraftfahrzeuggeschäft sinkt das marktdurchschnittliche Prämienniveau weiter, da die Versicherer der wachsenden Preissensibilität der Kunden gerecht werden wollen. Hinzu kommt, daß zumindest in Teilbereichen der Schaden- und Unfallversicherung ein hoher Marktdurchdringungsgrad erreicht ist. Auch dies engt den Wachstumsspielraum ein.

Vor diesem Hintergrund dürfte sich das Beitrags-

wachstum in der Schaden- und Unfallversicherung lediglich auf ca. 1 Prozent beschränken.

Fazit

Der Markt verspricht auch 1997 Wachstumstendenzen, die in der Lebensversicherung stärker als in der Schaden- und Unfallversicherung ausgeprägt sind. Hierdurch ergibt sich für die Versicherungsbranche ein weitaus positiveres Bild als für viele andere Branchen. Diese Perspektive sollte zuversichtlich in die Zukunft blicken lassen.

Christian Schüssler

1996 IM ZEICHEN STEIGENDER WETTBEWERBSKRÄFTE

Das Geschäftsjahr 1996 der NECKURA Versicherungsgruppe



Das Geschäftsjahr 1996 stand für die Versicherungswirtschaft weiter im Zeichen zunehmender Wettbewerbskräfte und eines angespannten gesamtwirtschaftlichen Umfeldes. So hörten wir fast täglich Hiobsbotschaften über die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt. Die Arbeitslosenquote erreichte historische Höchststände. Diese Nachrichten und nur unwesentliche Reallohnsteigerungen dämpften die Konsumneigung. Unterstützt wurde dies durch eine unverändert hohe Sparquote der privaten Haushalte, wie sie in konjunkturell schwachen Zeiten meist zu beobachten ist.

Darüber hinaus zeigte die Deregulierung auf dem deutschen Versicherungsmarkt mit einem zunehmenden Preis- und Bedingungs Wettbewerb verstärkt Auswirkungen.

Wachstumsziele

In der Kraftfahrzeugversicherung kam es zu den stärksten Wettbewerbseffekten. Zahlreiche Rabatte für gut verlaufende Risikogruppen, denen häufig keine Zuschläge für schlechtere Risiken gegenüberstanden, und die

Einführung des Typenklassentarifs in der Autohaftpflichtversicherung führten 1996 zu einem Rückgang des Beitragsaufkommens in der Autoversicherung um ca. 4,5 Prozent. Durch gezielte Preis-, Produkt- und Vertriebsstrategien konnte die NECKURA-Gruppe diesem Trend – mit einem Prämienrückgang von „nur“ 2,9 Prozent im deutschen Kraftfahrzeuggeschäft – erfolgreich begegnen. Im Sach/HU-Bereich haben wir ein leichtes Prämienwachstum von 0,4 Prozent erzielt. Die Marktzahlen liegen noch nicht vor.

In der Lebensversicherung konnte die NECKURA an dem steigenden Bedarf einer eigenverantwortlichen Altersversorgung nicht ganz so stark teilnehmen wie unsere Mitbewerber. Während das Prämienvolumen am Markt im abgelaufenen Jahr um ca. 5 Prozent zunahm, lag es bei der NECKURA-Gruppe nur bei 3,6 Prozent.

Ertragsziele

Den eher schwächeren Wachstumstendenzen steht

eine positive Eigenkapitalrentabilität (ROE) gegenüber. Eine ROE-Planerfüllung von 130 Prozent brachte für die Mitarbeiter der NECKURA im ersten Jahr des neuen variablen Gehaltssystems sofort die maximale Bonifikation. Wesentliche Einflußfaktoren hierfür waren eine konsequente Risiko- und Kostenpolitik, die eine Unterschreitung der geplanten Schaden- und Kostenquoten ermöglichten.

Ausblick

Für 1997 wird nicht mit einer wesentlichen Verbesserung der gesamtwirtschaftlichen Situation gerechnet. Gleichwohl verspricht der Versicherungsmarkt Wachstumstendenzen. Dies gilt in besonderem Maße für den Lebensversicherungsmarkt, da hier die Eigenvorsorge zur Sicherung des bisherigen Rentenniveaus gesteigert werden muß. So bestätigt mittlerweile sogar die Bundesregierung, daß die heutigen Rentenleistungen in Zukunft nicht mehr zu halten sind. Wir werden diese

Chance nutzen und durch Einführung unserer neuen Lebensversicherungsprodukte unsere Stellung am Markt stärken. In diesem Zusammenhang sollte uns die gegenwärtig geführte Diskussion zur Besteuerung der Kapitalerträge aus Lebensversicherungen nicht verunsichern. Es ist zunächst davon auszugehen, daß diesbezügliche Pläne nicht oder nur in begrenztem Umfang realisiert werden. Die grundsätzliche Bedeutung der Lebensversicherung für die Altersversorgung wird bestehen bleiben.

Wir werden das Jahr 1997 zu einem erfolgreichen Geschäftsjahr machen. Die konsequente Verfolgung unserer Risiko- und Kostenpolitik, kundenorientierte Preis-/Leistungsverhältnisse, und eine professionelle Kundenbetreuung, vertriebswegespezifisch an den gestiegenen individuellen Bedürfnissen unserer Kunden ausgerichtet – werden uns dieses Ziel erreichen lassen.

Uwe E. Jacobsen

PREISSENKUNG UM BIS ZU 30 PROZENT

Das Jahresende 1996 bei AUTO DIREKT

Vertrieb

Im vergangenen Jahr begann der erhöhte Arbeitsanfall zum Jahresende ungewöhnlich früh. Mitte September hatte der Vorstand beschlossen, die Kasko-Prämien nachhaltig zu senken. Sofort wurden alle Hebel in Bewegung gesetzt, um in einer Blitzaktion alle Interessenten zu informieren. 260.000 Interessenten waren anzuschreiben. „Preissenkung um bis zu 30 Prozent in Kasko“.

Nachdem alle Akquise-Dialoge mit den neuen Prämien hinterlegt waren, begann in der vorletzten Oktoberwoche die Aussendung der umfangreichsten Aktion in der Geschichte der AUTO DIREKT.

Die Reaktion war überwältigend. Der Posteingang schwoll an, die Telefone standen nicht mehr still und aus den Faxgeräten quollen die Anfragen. Schnell war allen klar, daß diese Anfragewelle trotz Überstunden und Sonderschichten von AUTO DIREKT alleine nicht bewältigt werden konnte. In der gesamten NECKURA wurden zusätzliche Mitarbeiter mobilisiert. Aushilfen wurden kurzfristig in die Geheimnisse der Coupon-Erfassung eingeführt.

Aber nicht nur diese Aktion, auch die erstmals in Farbe gestaltete Novemberanzeige

im ADAC brachte ungewöhnlich viele Rückläufer und Telefonanfragen. In normalen Monaten verschickt die AUTO DIREKT ungefähr 8.000 bis 12.000 Angebote. Im November '96 wurde ein neuer Rekord nach der Wiedervereinigung aufgestellt. Mehr als 38.000 Angebote wurden erstellt, so daß nach kurzer Zeit Anfrage- und Antragsbearbeitung „Land unter“ meldeten. Die Prämienabsenkung zeigte Wirkung. Statt der üblichen 60 bis 80 Anträge gingen täglich mehr als 200, an

Spitzentagen fast 500 Anträge ein.

Betrieb

Aber nicht nur der Vertrieb, auch der Betrieb wurde mit Arbeit förmlich überschüttet. Ab Mitte Oktober, fast zeitgleich mit der 260.000er Aktion, lief hier die Aktion „Kündigungsrücknahme“. Alle Kunden, die zum Ablauf gekündigt hatten, sollten telefonisch über unsere neuen Preise informiert werden. Und erst wenn sie nach mehreren Versuchen am Telefon nicht erreicht wer-

den konnten, wurde ein Brief verschickt. Darin wurden sie nach den notwendigen Tarifierungskriterien gefragt, damit ein Alternativangebot erstellt werden konnte. Bis Mitte November hatten wir mehr als 2.000 Kunden kontaktiert und versucht, eine Kündigungsrücknahme zu erreichen.

Als die AUTO DIREKT dann jedoch mit der Versendung der Nachträge zur Hauptfälligkeit eine KH-Prämienhöhung ankündigte, erhielt diese Aktion eine noch viel weitergehende Bedeutung; denn nahezu 3.000 Kunden nahmen ihr Kündigungsrecht wahr.

Auch sie sollten zu einer Rücknahme der Kündigung bewegt werden. Es versteht sich von selbst, daß diese zusätzliche Arbeitslast nur noch durch Überstunden und Samstagsarbeit zu bewältigen war.

Fazit

Doch die Bemühungen wurden belohnt. Im Januar '97 ist es gelungen, die Differenz zwischen Ablaufkündigungen und Versicherungsbeginn zum 1. Januar 1997 positiv zu gestalten. 5.300 Ablaufkündigungen standen 1.000 Kündigungsrücknahmen und 6.100 Neuanträge gegenüber. Die AUTO DIREKT konnte aus diesen Aktionen 1.800 Verträge mit ins neue Jahr nehmen.

Peter Bock
Klaus Kleinhenz

SIEBEN ETAPPEN IM ZWEI-TAGE-RHYTHMUS

Jahreseröffnungs-Rallye '97:

Bad Homburg, Herdecke, Rotenburg, Pforzheim, Kirchheim, Le...

Bad Homburg ist nicht nur traditioneller Ausgangspunkt für die Rallye Monte Carlo. Dort fiel am 23. Januar auch der Startschuß für das Vertriebsjahr '97. Sechs weitere Etappen folgten im Zwei-Tage-Rhythmus. Am Ziel hatte das Führungsteam aus Oberursel weit mehr als 3.000 km zurückgelegt. Karlheinz Luh und Manfred Krüger waren dabei. Sie berichten über die Führungskräftetagung in Bad Homburg und mit freundlicher Unterstützung einiger Außendienstkollegen über die regionalen Auftaktveranstaltungen.

Die Piloten

Vorstände und Führungskräfte aus den Fachbereichen waren unterwegs, um über die Ergebnisse des vergangenen Jahres, den Stand der Dinge bei den zahlreichen Projekten sowie über die Zukunftsaussichten der NECKURA zu referieren:

- Uwe Jacobsen
Die Rolle der NECKURA-Gruppe in einem sich wandelnden Markt
- Hans Peter Lang
Umgestaltung im Vertrieb
- Michael Eberhard
Ergebnisse 1996, Ziele 1997
- Dr. Peter Ackermann
Strategische Ausrichtung Sach/HUK
- Udo Gluth
Strategische Ausrichtung Leben

- Heinrich Gräfenacker, Franz Lang, Klaus Ressel, Lothar Sturm, Michael Vandersee, Peter Weißmann
Ergebnisse der Filialen

Begleitet wurden die Piloten von einem leistungsstarken Serviceteam aus der Direktion. Die Herren Claus, Flesch, Hertling, Luh, Lust, Michel, Oelfke, Pirschalawa, Schlemmrich und Dr. Unger sorgten mit ihren Vorträgen bei den regionalen Veranstaltungen für ausreichenden Treibstoff und motivierende Starthilfe.



VD West

Der Streckenverlauf '96

Aus dem Fahrtbericht für 1996 entnehmen wir: sehr wolzig, wenig Sonnenschein. Der Rückblick von Michael Eberhard und Hans Peter Lang fiel entsprechend ungünstig aus. Das Neugeschäft blieb in fast allen Sparten weit hinter den Erwartungen zurück. Auch wenn in der Branche Stagnation herrschte und das schwierige Umfeld berücksichtigt wird, ist das Ergebnis sehr unbefriedigend. Es führte vor allem im Kfz-Geschäft des Stammvertriebes zu Bestands- und Prämienverlusten. In Leben und Sach/HUK gab es nur ein mäßiges Wachstum. Dennoch konnte

Uwe Jacobsen auf ein gutes finanzielles Ergebnis zurückblicken. Dank der soliden Risikoselektion und des günstigen Schadenverlaufs blieb unter dem Strich ein guter Ertrag übrig.

Herdecke

Leverkusen

START - ZIEL

Bad Homburg



FAD-Konferenz

Pforzheim



LD Süd-West

Hamburg

Verkaufen, Hamburg



FD Nord-West

Die Sieger '96

Es hat nichts mit Zauberei und Glück zu tun. Alle Filialdirektoren sehen es als Ergebnis harter Arbeit. Dafür macht sich der Einsatz auch bezahlt. Auf dem Bankkonto und nicht zuletzt mit dem Gefühl, zur Elite des Außendienstes zu gehören. Und das sind unsere Sieger '96, deren Leistungen sich stark vom Trend abheben:

FD Nord

Jürgen Herrich
Siegfried Mademann
Hans-Peter Langner
Ute Arendt
Dirk Mademann
Frank Herrich
Wilhelm Biege
Giovanni Lazzaroni
Wilhelm Biege junior

FD Nord-West

Peter Lipkat
Günter Kurze
Roland Wolters
Ralf Hennig
Ralf Hnatyk
Martin Kolberg
Alwin Reisener
André Oberheiden
Alfred Bocian
Gabriele Führ-Göbel
Knud Lüddecke

VD West

Dietmar Haubold
Karlheinz Meurer
Axel Kleinschmidt
Karl-Heinz Löll
Elke Proksch

LD Süd-West

Andreas Hudelmaier
Werner Dietrich
Roland Rinnau
Hans Ponkratz
Ulrich Guiglia
Hans Kastner
Hubert Kahlert
Axel Kempf
Klaus Theo Heinz
Hans Martin Jung
Ferdinand Georg
Baldur Weigang
Markus Kahlert

FD Mitte

Dieter Hopfe
Gunter Schmalfluss
Robert Kuhn
Jürgen Fleischer
Steffen Schart

FD Süd

Günter Schuler
Manfred Nussrainer
Herbert Mayer
Karl Meyer
Jakob Stortz
Thomas Schmid
Michael Hesse
Dagmar Hils
Alexander Weigel
Margot Schultz



FD Nord

Rotenburg



FD Mitte

Die Vertriebsziele '97

Volle Kraft voraus. Michael Eberhard gab einen Einblick in die operativen Planungen des Vertriebs. Hier sei nur ein Auszug von Zielsetzungen wiedergegeben, die zur Verwirklichung anstehen:

- Erhöhung der Vertriebskapazität und Produktivität
- Forcierung der Zielgruppe Selbständige



FD Süd

Kirchheim

- Umsetzung der Marktbearbeitungstechnik: Versicherungs- und Versorgungsanalyse
- Aktive Pkw-Akquisition

Für all das wird Einsatz, Umdenken und Motivation gefordert. Und die Förderung des Teamgedankens – Wir – ein Team – wird dabei eine der vorrangigen Aufgaben sein.

Die Starthilfen

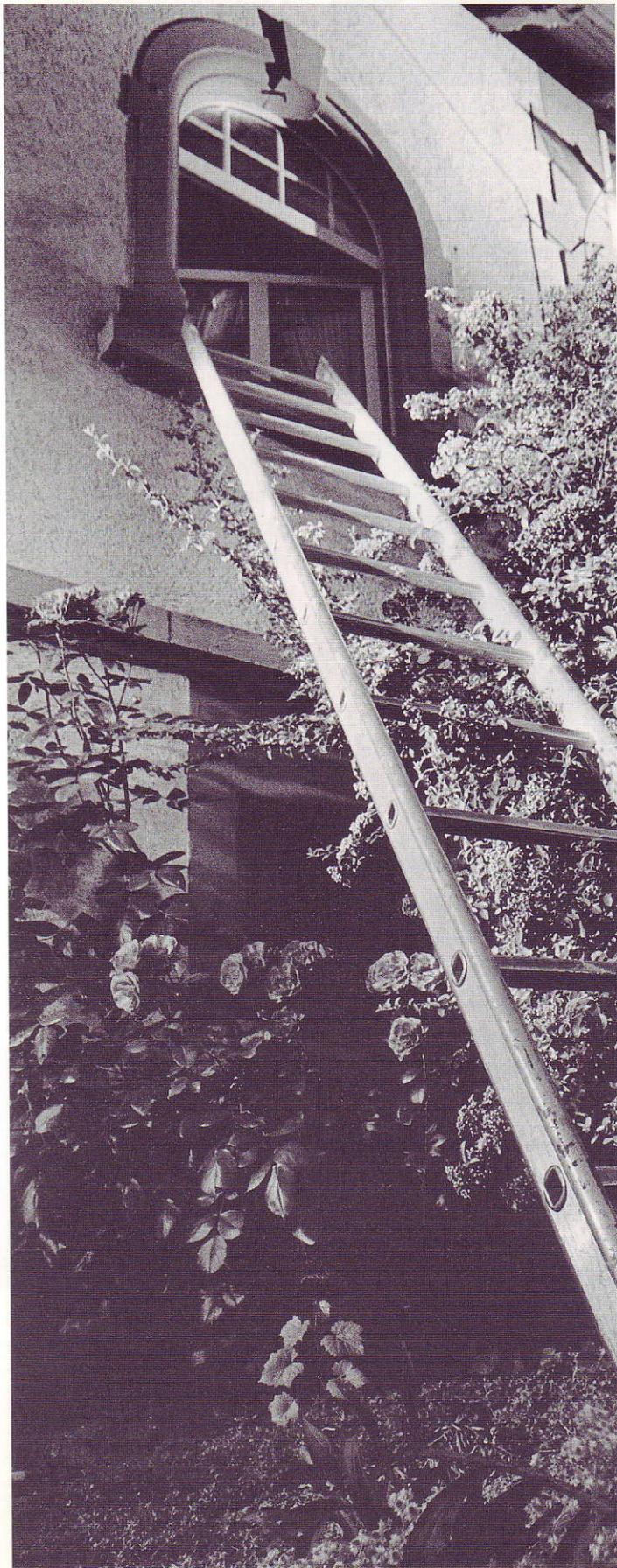
Der Kampf um den Kunden entscheidet sich nach Kompetenz, Sympathie und Erreichbarkeit. Wir sind fit für den Wettbewerb. Hans Peter Lang, Dr. Peter Ackermann und Udo Gluth gaben den Mitarbeitern des Vertriebs eine Fülle neuer Ideen, Denkanstöße und Impulse für die tägliche Arbeit mit auf den Weg. Wettbewerbsfähige Tarife, neue Produkte, besondere Serviceleistungen, hervorragende Verdienstmöglichkeiten und interessante Wettbewerbsreisen nach San Francisco, Irland und zum Formel 1-Rennen nach



Silverstone vermittelten Mut und Schwung für die neuen Herausforderungen.

UNGEBETENER BESUCH

Die neue NECKURA Hausratversicherung hilft



Die Leiter ist nicht zum Fensterln da ...,

... sondern dient leider vielen Kriminellen dazu, sich Eingang in Häuser zu verschaffen. So entstand die Titelidee für den neuen NECKURA-Hausratprospekt.

Was ist neu?

Seit Jahresbeginn gelten die neuen Bedingungen der NECKURA Hausratversicherung (VHB 96). Auch hier wurde die durch die Deregulierung des Marktes gewonnene Freiheit genutzt und ein modernes, über dem Marktschnitt liegendes Produkt geschaffen. Mit einigen interessanten und beitragsfreien Einschlüssen bietet die neue Hausratversicherung ganz besondere Vorteile.

Zuschlagsfrei mitversichert sind jetzt:

- Überspannungsschäden durch Blitz an elektrischen Geräten wie Fernseher, PC, Stereoanlage
- Implosionsschäden, z. B. an der Bildröhre eines Fernsehgerätes oder PC
- Schäden an Hausratgegenständen durch auslaufendes Wasser aus Aquarien oder Wasserbetten
- Schäden durch einfachen Diebstahl aus dem Krankenzimmer bei einem stationären Krankenhausaufenthalt
- Weltweit Hausratgegenstände, die sich bis zu 6 Monate außerhalb der Wohnung befinden (bis 20 % der Versicherungssumme, max. 20.000 Mark)
- Hotelkosten bis 200 Tage, wenn die Wohnung durch einen Schaden unbewohnbar geworden ist (bis 1 Promille der Versicherungssumme pro Tag)
- Transport und Lagerkosten bis 200 Tage, wenn die Wohnung durch einen Schaden unbenutzbar geworden ist und Hausratgegenstände nicht in der Wohnung zurückbleiben können.



Des weiteren sind auch als Folge eines Versicherungsfalles entstehende Kosten für Aufräumungs- und Abbrucharbeiten sowie Gebäudebeschädigungen durch Einbruchdiebstahl mitversichert.

Richtige Versicherungssumme

Zur Vermeidung einer eventuellen Unterversicherung sind künftig 1.200 Mark pro qm Wohnfläche (bisher 1.000 Mark) zu berücksichtigen. Beträgt der Wertsachenanteil mehr als 30 Prozent der Hausrat-Versicherungssumme, erhöht sich der erforderliche Wert auf 1.500 Mark pro qm.

Besonderheit bei Fahrrädern

Für den Einschluß von Fahrraddiebstahlschäden werden jetzt der Fahrradwert

und die Tarifzone berücksichtigt. Damit wird ein individueller und risikogerechter Beitrag geboten.

Haushalt-Glas jetzt mit Kunststoffen

Bruchschäden an Verglasungen, wie Fenster, Türen, Vitrinen oder Glastische, sind im Rahmen der Hausratversicherung nicht gedeckt. Hier ist, wie bisher auch, der Abschluß einer separaten Haushalt-Glasversicherung erforderlich. Im Rahmen der Haushalt-Glasversicherung sind jetzt auch Scheiben und Platten aus Kunststoff zuschlagsfrei mitversichert.

Attraktive Beiträge

Durch die Wahl einer Selbstbeteiligung von 500 Mark oder 1.000 Mark erhält man einen ganz besonders attraktiven Beitrag.

Neue Verkaufsunterlagen

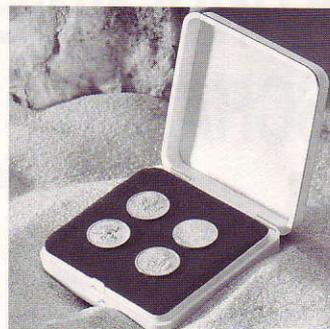
Sämtliche Verkaufsunterlagen wurden in einem einheitlichen Erscheinungsbild neu erstellt. Ein Merkblatt mit ausführlichen Produktinformationen kann bei Thorsten Krüger (Telefon 15 42) bestellt werden.

Noch Fragen?

Für weitere Informationen über unsere neue Hausratversicherung und für die Umstellung der bisherigen Verträge stehen Simone Loll (Telefon 13 65) und Stefan Schaak (Telefon 15 00) jederzeit gerne zur Verfügung.

Jürgen Hertling
Thorsten Krüger

GOLDSUCHE AUF DER SCHATZ- INSEL ERFOLG- REICH



'K' abwerben – Schätze bergen! Unter diesem Motto lief vom 1. August bis 31. Dezember 1996 ein Wettbewerb für den Außendienst. Er hatte zum Ziel, Kfz-Neuanträge aus Ablaufkündigungen zu schreiben. Als Lohn für die Produzenten gab es für je drei gewertete Anträge eine von insgesamt vier wertvollen Goldmünzen.

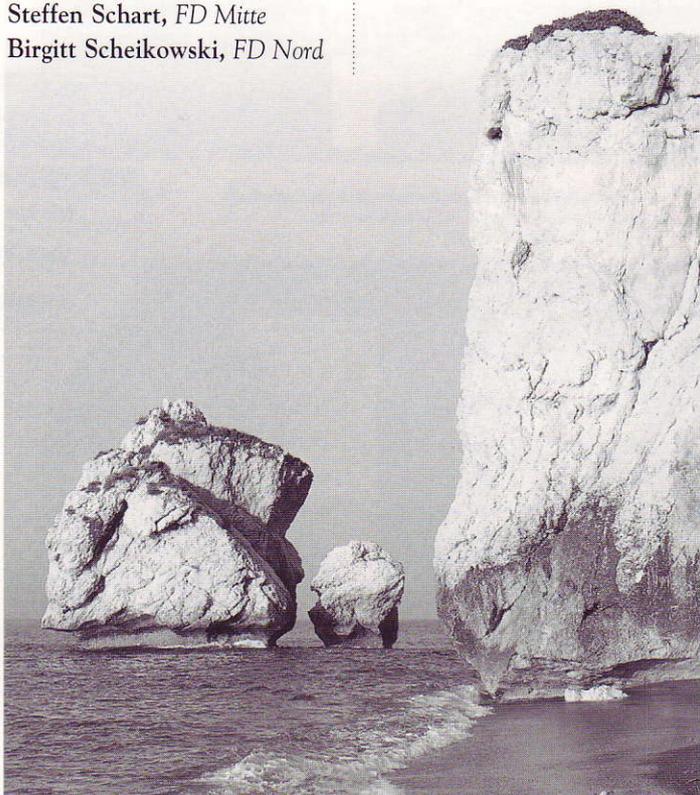
Die erfolgreichsten Schatzsucher sind:

Roland Rinnau, LD Süd-West
Steffen Schart, FD Mitte
Birgitt Scheikowski, FD Nord

Hans Kastner, LD Süd-West
Roland Wolters, FD Nord-West
Ulrich Guiglia, LD Süd-West
Axel Kempf, LD Süd-West
Cosimo Marcino, FD Süd
Rüdiger Heisrath, FD Süd
Werner & Ingo Telschow, FD Nord

Mit 2.534 gewerteten „Schatzinsel-Neuanträgen“ wurden die in diesen Wettbewerb gesetzten Erwartungen mehr als übertroffen.

Jürgen Wald



SOFORTHILFE: TELEFONISCHER KUNDENDIENST SCHADEN

Die Verwirklichung einer noch schnelleren und dabei möglichst unbürokratischen, aktiven Schadenregulierung nahm bei der NECKURA und AUTO DIREKT am 1. Februar 1997 Gestalt an.

Alle Kunden mit bestehenden Kfz-Verträgen erhielten

Angewandte Schadenregulierung wissen wir, daß nur durch eine schnelle Schadenmeldung steuernd auf die Schadenhöhe Einfluß genommen und der Unfall im Interesse aller Beteiligten schnell abgewickelt werden kann. Keineswegs sollen berechnete Schadenersatzansprüche gekürzt werden. Lediglich überhöhte Forde-

der TKD-Schaden ins Leben gerufen: Markus Butterweck, Johannes Rieden, Ulf Rieger, Hans-Jürgen Stirner, Heinz Tremmel. Leiter ist Peter Rüttgers.

Sobald ein Schadenfall gemeldet wird, wird der TKD-Schaden-Sachbearbeiter aktiv. Er nimmt nicht nur den Schaden am Telefon auf, sondern koordiniert die Informationen der Beteiligten

fonische Neuschadenaufnahme auch für den Mitarbeiter des Schadenregulierungsbüros sofort erkennbar.

Der Schadenservice steht 24 Stunden am Tag zur Verfügung. Nach 18:30 Uhr werden die Anrufe an eine Assistance-Gesellschaft weitergeschaltet. Am nächsten Morgen nimmt der TKD-Mitarbeiter die Schadenmeldung auf und bringt sie zum Abschluß.

Meldungen der Generalagenten der NECKURA werden sofort an das zuständige Schadenregulierungsbüro weitergeleitet. Im übrigen wird diese aktive Art der

Schadenregulierung in gleicher Weise in allen Schadenregulierungsbüros praktiziert, wenn dort Schadenfälle direkt gemeldet werden.

Wir versprechen uns auf der einen Seite ein verbessertes finanzielles Ergebnis für unsere Gesellschaft, auf der

anderen Seite durch mehr Schnelligkeit und Service ein besseres Image bei unseren Kunden.

Der TKD-Schaden verfügt über eine neue ACD-Telefonanlage und ist unter den Rufnummern 17 77 für NECKURA und 13 33 für AUTO DIREKT rund um die Uhr erreichbar.

Peter Rüttgers



bereits Mitte Januar eine „Kundenkarte“ und eine „Schaden-Visitenkarte“. Die Kundenkarte war neu gestaltet worden und löst die bisherige Servicekarte ab. Die Schaden-Visitenkarte ist völlig neu. Mit beiden Karten soll erreicht werden, daß der Kunde und auch der Unfallbeteiligte rasch Kontakt mit uns aufnehmen. Aus Erfah-

rungen, etwa im Mietwagenbereich, sollen auf ein wirtschaftlich vertretbares Maß zurückgeführt werden. Entsprechende Vereinbarungen mit Kooperationspartnern gibt es bereits.

In der Direktion wurde nach intensiven Vorbereitungen eine fünfköpfige Gruppe von ausgebildeten Schadenregulierern zusammengestellt und

und hilft bei der Schadenregulierung. Er gibt Hinweise auf geeignete Reparaturwerkstätten, Mietwagenfirmen, Sachverständige – gegebenenfalls auch Zahlungszusagen. Sofort nach dieser umfassenden Vorbearbeitung erfolgt die Weitergabe im Dialogsystem an das regional zuständige Schadenregulierungsbüro. Damit ist die tele-

PERSONALIEN AKTUELL

JUBILÄEN

10 Jahre

Michael Brehm
Generalagent
FD Mitte
01.03.97

André Oberheiden
Generalagent
FD Nord-West
01.03.97

Herwig Ganzwohl
Anwendungsentwicklung
01.04.97

Klaus Theo Heinz
Geschäftsstelle
LD Süd-West
01.04.97

Andreas Pabst
in Hauptagentur
G. Führ
FD Nord-West
01.04.97

Beate Zacevich
FD Süd
01.04.97

15 Jahre

Carmen Reinhardt
K-Antrag
13.04.97

20 Jahre

Dietmar Haubold
Subdirektion
VD West
01.03.97

Wolfgang Altenhenne
SRB Düsseldorf
01.04.97

25 Jahre

Franz Lang
VD West
01.04.97

Klaus-Dieter Ressel
FD Mitte
01.04.97

Alexander Wolf
Mahnprozesse
01.04.97

30 Jahre

Elke Bremer
Vorstandssekretärin
01.04.97

IMPRESSUM

Der NECKURIER ist die Hauszeitung für die Mitarbeiter der NECKURA Versicherungsgruppe

Herausgeber:
NECKURA Holding AG
John-E.-Fisher-Straße 1
61440 Oberursel

Verantwortlich für den Inhalt:
Gerhard Czudnochowski

Redaktionsleitung:

Ingrid Fuchs

Redaktion

Helmut Bock
Karlheinz Luh

Aljoscha Pirschalawa
Christian Schüssler
Gert Süßmann
Jürgen Wald

Gestaltung und Produktion:

Agentur Lattemann
60594 Frankfurt am Main
Telefon 069 - 61 90 45

Mabodruck GmbH
61476 Kronberg
Telefon 0 61 73 - 6 00 00

gedruckt auf chlorfrei
gebleichtem Papier

AUSZUBILDENDE

Ihre Abschlußprüfung haben bestanden:

Christina Faust
übernommen in AUTO DIREKT Betrieb

Tanja Kuhn
übernommen in AUTO DIREKT Vertrieb

Thorsten Noss
übernommen in Anwendungsentwicklung

Tanja Rothkirch und Stefanie Schlemmrich
übernommen in SACH/HU

VORRUHESTAND / PENSIONIERUNG

Herzlinde Phillips-Sondermann
Kfz.-Verwaltung NV
28.02.97

NEUE MITARBEITER



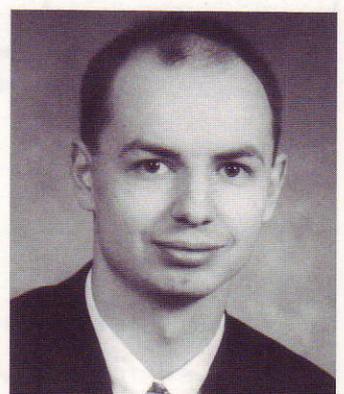
Sabine Krusch
Direkt Vertrieb
01.01.97



Roland Strachota
FD Süd
01.01.97



Daniela Grandauer
Direkt Vertrieb
01.02.97

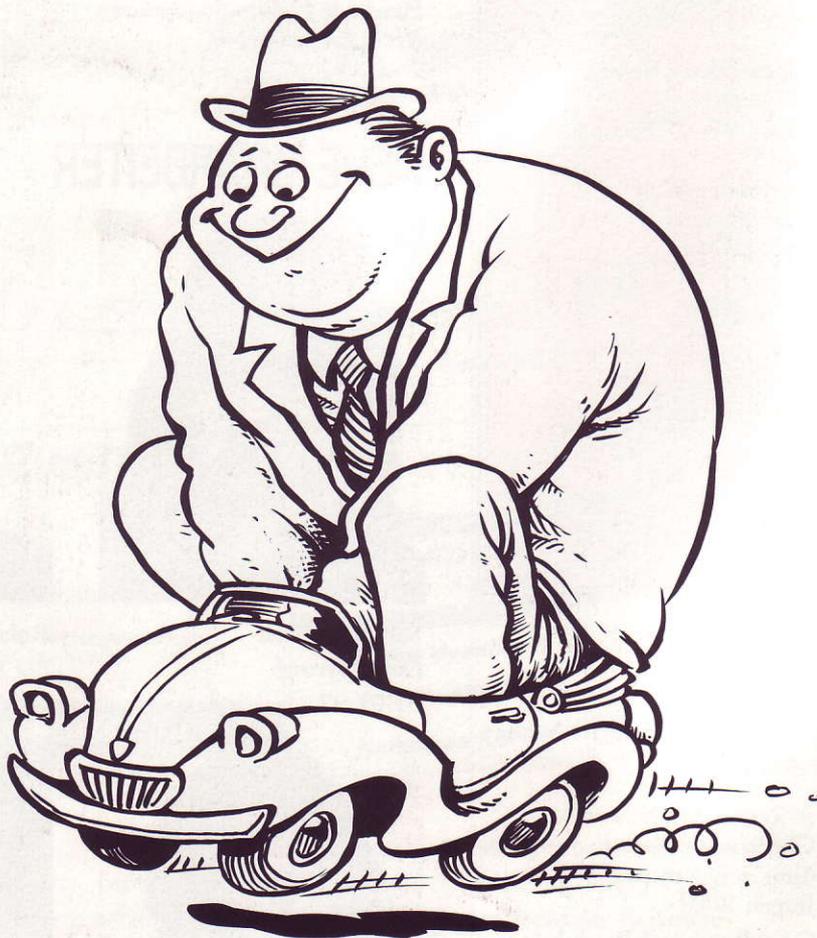


Gert Süßmann
Betriebswirtschaft
01.02.97

AUS UNSERER WERBUNG

Plakataktion für 1997

SCHRUMPFMOBIL



Lassen Sie doch lieber die Versicherungsprämie schrumpfen. Wir machen Ihnen ein außergewöhnliches Angebot. Fragen Sie uns nach dem einmaligen Versicherungsjahrsystem. Jetzt! Hier!



NECKURA
Die faire Versicherung