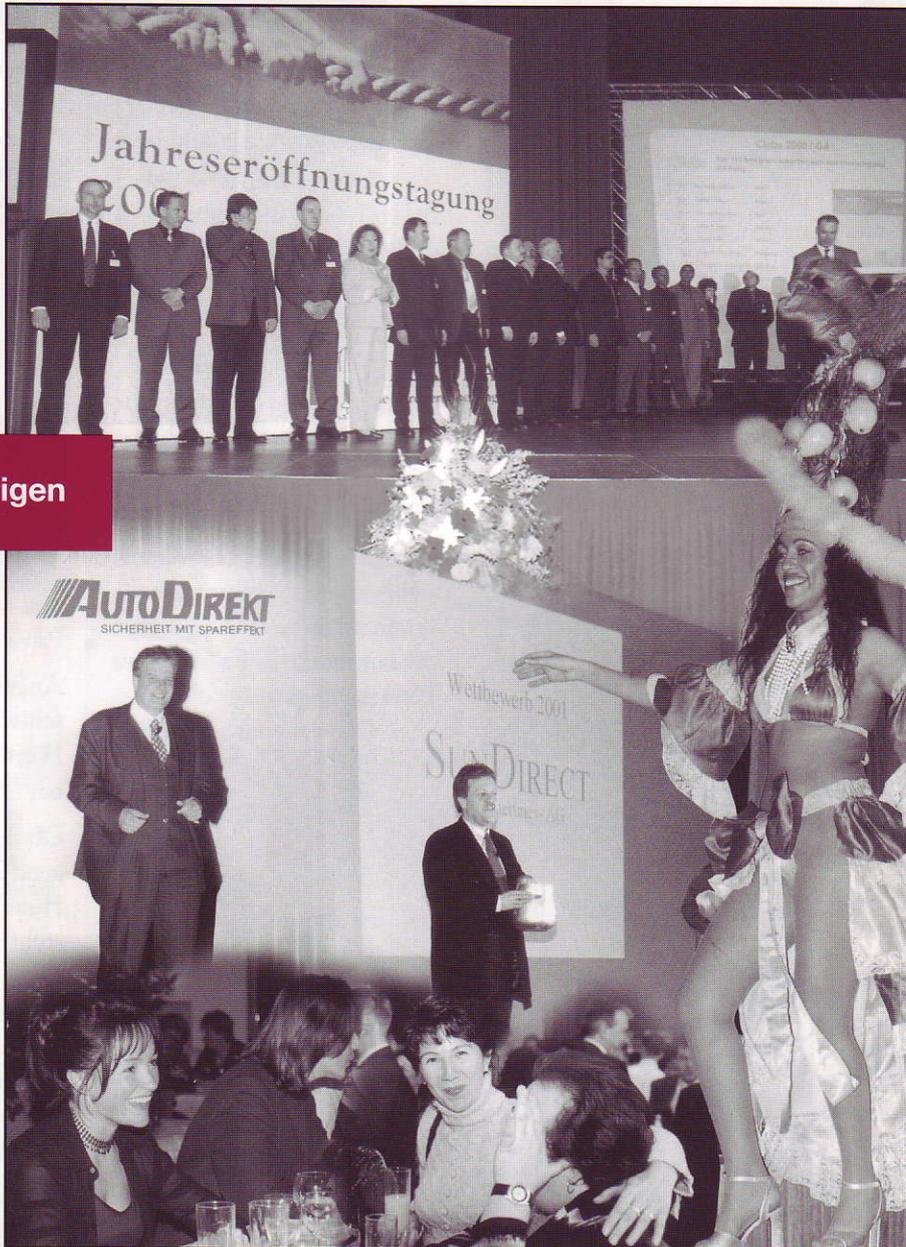


NECKURIER

Das NECKURA Mitarbeitermagazin



Jahreseröffnungsreigen

der Unternehmen

IN DIESER AUSGABE :

Kundenbefragung Schaden	Seite 4
Gemeinsam in eine sichere Zukunft	Seite 6
Auf ein Neues	Seite 8
Unfallversicherung	Seite 12
Das neue TV-Konzept 2001	Seite 13
Marketingaktivitäten 2001	Seite 16

Ein „Abschied“ in Raten

„Das nächste Jahrtausend lasse ich ruhiger angehen!“ Mit diesem Entschluss verabschiedete sich der stellvertretende Vorstandsvorsitzende Hans Peter Lang zum 1. Januar 2001 von der NECKURA, um künftig „zu privatisieren“.

Der Abschied sollte sich jedoch länger hinziehen als

auch Geschäftszweige wie LEBEN DIREKT, Nato und SVM zu Ertragsbringern.

Mit wachsendem Erfolg stieg auch das Maß der Verantwortung. Und so wurde Hans Peter Lang am 1. Januar 1990 die Vorstandsverantwortung für den Agenturvertrieb übertragen, der durch ihn eine Neuausrichtung zu Unternehmeragenturen erfuhr.



M. Eberhard: Dank an H. P. Lang für „gute Hege und Pflege“

erwartet. Am 14. Dezember galt es, im Kasino Abschied zu nehmen von den Kolleginnen und Kollegen aus Vorstand, Stabsabteilungen, SVM und den Filialdirektoren.

Als nach Gründung der AUTO DIREKT ein geeigneter Manager gesucht wurde, holte der Vorstandsvorsitzende Uwe Jacobsen einen IBM-Vertriebsmanager an Bord, den er persönlich kannte und schätzte. So stieg Hans Peter Lang am 15. Oktober 1985 als stellvertretender Vorstand für AUTO DIREKT in die NECKURA Gruppe ein. Schnell brachte er AUTO DIREKT auf die richtige Entwicklungsschiene. Später wurden unter seiner Regie

In seiner Laudatio schilderte Uwe Jacobsen ihn als fairen, engagierten und loyalen Partner, der die Interessen der NECKURA auch nach außen überzeugend vertrat. „Sie reißen eine große Lücke in die Führungsmannschaft“, sagte Uwe Jacobsen. „Wir werden Ihre Kompetenz, Ihre Fragefähigkeit und Ihre Beiträge schmerzlich vermissen.“ Als Geschenk des Vorstandes überreichte er eine Einladung an Hans Peter Lang und seine Gattin zur Top-Club-Reise nach Oman.

Michael Eberhard, der zum 1. Januar 2001 die Vorstandsverantwortung übernommen hat, verglich die Arbeit von Hans Peter Lang mit der eines Försters, der sich mit



„Frau Bremer, ich brauche noch einen Extra-Tag, um die Geschenke zu sortieren.“

viel Hingabe um die Pflege seines Waldes gekümmert hat. „Der Wald, das sind in diesem Fall die Mitarbeiter im NECKURA Innen- und Außendienst, die unter Ihren Händen wachsen und gedeihen konnten.“

Als Dank für die langjährige vertrauensvolle Zusammenarbeit überreichte er Geschenke der Filialdirektionen und Vertriebs-Mitarbeiter.

Günter Lohmann bedankte sich – ebenfalls mit einem originellen Geschenk – für die besondere Rolle, die Hans Peter Lang in der erfolgreichen Entwicklung von SVM gespielt hat.

Auf der NECKURA Jahreseröffnungstagung in Bad Homburg am 18. Januar 2001 hatten dann auch die Generalagenten Gelegenheit, sich von Hans Peter Lang zu verabschieden. Werner Dietrich beschrieb als Sprachrohr seiner Außendienst-Kollegen die anfängliche Skepsis, die man Hans Peter Lang bei Übernahme der Vertriebsver-

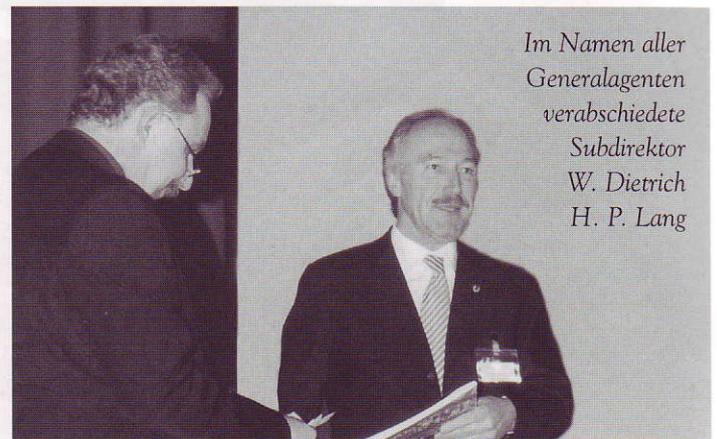
antwortung entgegengebracht habe, die jedoch schnell in Anerkennung und Respekt umgeschlagen sei. Er bezeichnete Hans Peter Lang als „Henry Maske der NECKURA“. „Egal wie der Kampf ausging, Sie haben den Ring stets als Gentleman verlassen, meistens aber auch als Gewinner.“

In einer Dia-Show ließ Michael Eberhard Erinnerungen an 15 Jahre Vorstandsarbeit, gemeinsame Top-Club-Reisen und auch Situationen aus dem Privatleben Revue passieren.

Angesichts so vieler Abschiede bezeichnete sich Hans Peter Lang als „dankbar und gerührt“.

Ob ihm als „Privatier“ genügend Zeit für sein großes Hobby, die Oldtimer, bleibt, steht noch in den Sternen. Denn über sein Aufsichtsratsmandat und einen Beratervertrag behält Hans Peter Lang auch in Zukunft eine Hand am Steuer der NECKURA Gruppe.

Frauke Heckmann



Im Namen aller Generalagenten verabschiedete Subdirektor W. Dietrich H. P. Lang

Sprung in die (Schein-)Selbstständigkeit?

Gerhard Czudnochowski, dienstältester Mitarbeiter der NECKURA, zieht sich nach 36 Jahren und zwei Monaten in den wohlverdienten Ruhestand zurück.



Gerhard Czudnochowski

Rund 80 Kolleginnen und Kollegen aus Oberursel und den Filialdirektionen fanden sich zur gemeinsamen Abschiedsfeier von Gerhard Czudnochowski und Hans Peter Lang am 14. Dezember 2000 im Kasino ein.

Gerhard Czudnochowski wurde als Diplomat alter Schule gewürdigt, der mit Kompetenz, Zuverlässigkeit und Umsicht den Aufbau der Unternehmensgruppe mitgestaltet hat.

Am 1. November 1964 trat Gerhard Czudnochowski als Abteilungsleiter HUK-Betrieb und Schaden in die Dienste der soeben gegründeten Neckermann-Versicherungen ein. Die Liste seiner Verantwortungen füllt mehrere Seiten – und nicht immer übernahm er die „Rosinenjobs“.

„Ein Mann mit dieser Erfahrung ist für ein Unternehmen

eine Goldgrube“, erklärte Vorstandsvorsitzender Uwe Jacobsen. Das spiegelt sich in der Vielfalt seiner Verantwortungsbereiche im Laufe seiner 36-jährigen Karriere wider: Der Bogen spannt sich vom Vorstandsassistenten über Direktor Schaden, Direktor Risikoanalyse bis hin zum Generalbevollmächtigten Personal und Revision.

Auch in Sonderaufgaben wie Datenschutzbeauftragter, Ombudsmann und in Projektgruppen-Arbeit brachte er seine Erfahrungen ein. „Sein Erfahrungsschatz und seine Kompetenz, gepaart mit einem eindrucksvollen Gedächtnis und systematischer Ordnungsliebe machten ihn zu einem nicht versiegenden

Quell qualifizierter Informationen“, so Uwe Jacobsen weiter.

Auch dem Neckurier drückte Gerhard Czudnochowski über 13 Jahre hinweg als Chefredakteur seinen Stempel auf.

Dank für die langjährigen Verdienste um die NECKURA und die besten Wünsche für den „Unruhestand“ war auch Inhalt der Rede von Personal-Direktor Holger Precht.

Betriebsrat Manfred Krüger bescheinigte Gerhard Czudnochowski, stets ein fairer Verhandlungspartner gewesen zu sein, dem die Interessen der Belegschaft am Herzen lagen.

Abnehmendes Konfliktpotenzial durch eine deutlich



Der „Mann der ersten Stunde“ verabschiedet sich von der NECKURA



Praktisch bei künftigen Reisen – ein Abschiedsgeschenk der Kollegen

geringere Zahl von Vorgesetzten und Untergebenen prognostizierte Justiziar Heinz Flöter dem angehenden Pensionär. „Auch die Turnus- und BuF-Gespräche werden im Familienkreis – wenn überhaupt – höchstens für eine Übergangszeit beibehalten, um Entzugerscheinungen vorzubeugen“, so sein „Forecast“. Häusliche Betriebsabläufe werden verstärkt mit Gattin und Familie abzustimmen sein. „So wird sich letztendlich erweisen, ob der Schritt in den Ruhestand als Schritt in die Selbstständigkeit (§ 84 HGB) oder nur in die Scheinselbstständigkeit empfunden wird.“

Sichtlich gerührt bedankte sich Gerhard Czudnochowski für die vielen Abschiedsgeschenke und die guten Wünsche der Kollegen, die ihm nach so vielen Jahren den Abschied nicht leicht machen.

Frauke Heckmann

Kundenbefragung Schadenservice

Im August/September 2000 wurde die Kundenbefragung Schadenservice von Mitarbeitern der SUN DIRECT in Düsseldorf durchgeführt. Den Befragten (an dieser Stelle nochmals herzlichen Dank) wurde eine Auswahl von AUTO DIREKT Kundenadressen zur Verfügung gestellt, die telefonisch befragt werden sollten. Ausgewählt wurden Kunden, die einen regulierten Schaden (Vollkasko oder Teilkasko) hatten. Der Vertrag sollte länger als zwei Jahre bestanden haben und zum Zeitpunkt der Befragung ungekündigt sein. Ausgeschlossen wurden Einfachschäden sowie alle Glasbruchschäden; eine weitere Selektion fand nicht statt.

Insgesamt wurden 217 Kunden telefonisch erreicht. Die Ergebnisse stellen sich wie folgt dar:

Die befragten Kunden beurteilten mit großer Mehrheit die vorgenommene Schadenregulierung mit gut bzw. sehr gut. (Abb. 1)

„Wir sind nie weiter als das nächste Telefon von Ihnen entfernt“ verspricht die AUTO DIREKT auf ihrer Homepage. Die Grafik in Abbildung 2 zeigt, dass wir dieses Versprechen auch einhalten.

Auf die Frage „Entsprach die Höhe der Entschädigung Ihrer Erwartung?“ antworteten 91,2 % der befragten Kunden mit ja, während 8,8% mit nein antworteten.

dauerte die Regulierung und bis wann hätten Sie eine Regulierung erwartet?“, zeigten keine großen Abweichungen.

Die Antworten auf die Frage „Wie viele Anrufe waren bis



(Abb. 2)

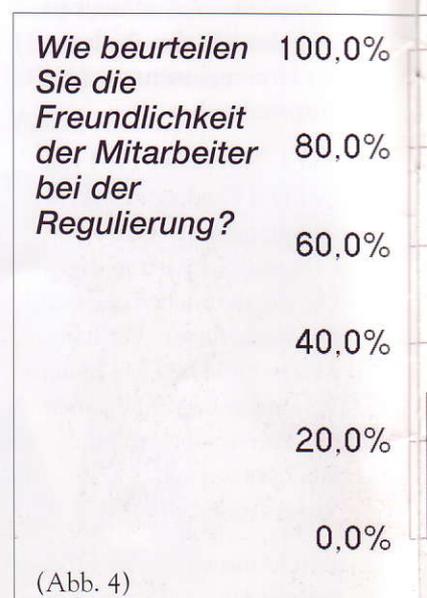
Das Einhalten dieses Versprechens wird auch dadurch bestätigt, dass die befragten Kunden mit der Schnelligkeit der Kontaktaufnahme (sehr gut 38,7 %, gut 55,3 %) zufrieden waren.

Zur Schnelligkeit der Schadenregulierung insgesamt bekommen wir von den befragten Kunden ebenfalls ein erfreuliches Ergebnis bescheinigt (sehr gut 28,6 %, gut 58,1 %). Die Antworten auf die Fragen, „Wie lange

zur Regulierung des Schadens notwendig?“ zeigten, dass für 16,1 % der befragten Kunden mit einem Anruf bereits alles erledigt war. Die Mehrzahl der befragten Kunden gab allerdings an, dass zwei Anrufe bzw. drei Anrufe bis zur



(Abb. 1)

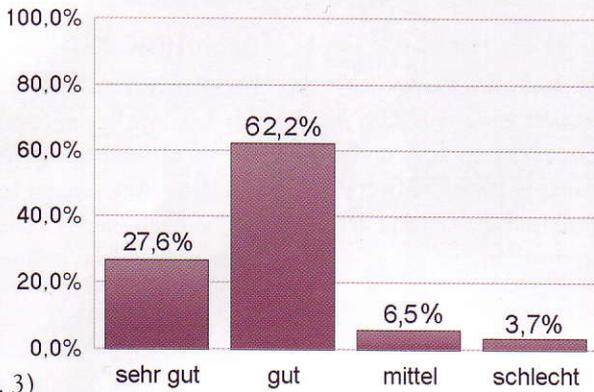


(Abb. 4)

NECKURIER

Offen gefragt ... Offen gesagt

Wie beurteilen Sie die Kompetenz der Mitarbeiter in der Regulierung?



(Abb. 3)

Regulierung des Schadens notwendig waren.

Auf Korrespondenz konnte weitgehend nach der Aussage der befragten Kunden (93,1 %) verzichtet werden. Zu den notwendigen Schadenformularen gab die Mehrheit der befragten Kunden an, dass diese Formulare verständlich seien.

Nahezu identisch werden die Kompetenz und die Freundlichkeit der Mitarbeiter im Schadenservice bei der Schadenregulierung von den befragten Kunden bewertet. (Abb. 3 + 4)

Bei dieser Bewertung freut uns die Aussage von 97,2 %

der befragten Kunden, dass gegebene Zusagen eingehalten wurden.

Die Kundenbefragung zeigt den Mitarbeitern des Schadenservice auf, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Sie gibt wieder, dass die selbst gesetzten Servicestandards umgesetzt werden und wir unseren Kunden im Falle eines Schadens ein verlässlicher Partner sind. Andererseits sind wir aber auch gefordert, in unseren Bestrebungen zur Weiterentwicklung unserer Servicekultur nicht nachzulassen. *Michael Hroch*

Frage

Warum haben wir keine Sterbegeldversicherung im Angebot? Sterben z. B. in Dortmund ist teuer. Schnell sind zehn- bis fünfzehntausend DM dafür aufzubringen. Wir wollen doch alle „mit weißer Weste“ – sprich ohne Schulden – unter die Erde (z. B. Fälligkeit im Todesfall bzw. Endalter 80 Jahre).

Aufwendungen können durch Abschluss einer Lebensversicherung nach den Tarifen „G4/G4W“ getroffen werden.

Bei einem Beitrag von mindestens 50 DM monatlich gilt es, als Schlussalter (Ablauf des Vertrages) der zu versichernden Person das 85. Lebensjahr zu vereinbaren. Die Sterbegeldversicherung gehört also de facto zu unserer Verkaufspalette.

Sollte bis zum 85. Lebensjahr der zu versichernden Person der Versicherungsfall nicht eingetreten sein, zahlen wir die Versicherungssumme zusätzlich der Gewinnanteile aus.

Antwort

von Werner Flesch Kundenservice Leben I:

Vorsorge für den Sterbefall und die damit verbundenen

Steuerreform: Zweite Stufe

Entlastung bei der Lohnsteuer 2001 gegenüber 2000 in DM pro Jahr, einschl. Soli-Zuschlag



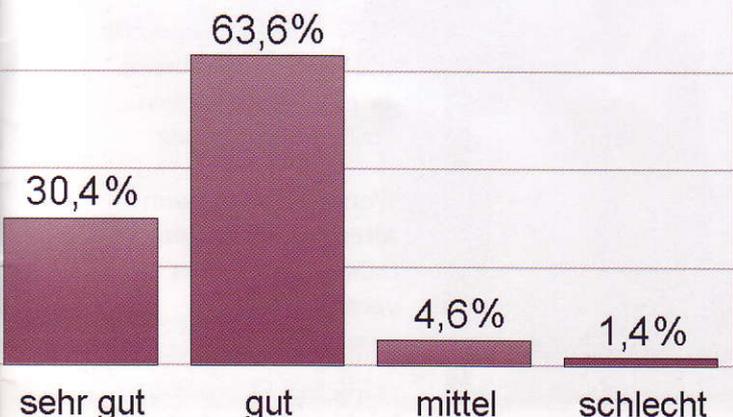
Jahresbruttolohn in DM	ledig, keine Kinder (Steuerkl. I/0)	ledig, ein Kind (Steuerkl. II/1)	verheiratet, keine Kinder (Steuerkl. III/0)	verheiratet, ein Kind (Steuerkl. III/1)	verheiratet, zwei Kinder (Steuerkl. III/2)
30 000	416	228	0	0	0
40 000	595	484	314	314	314
50 000	782	671	530	530	530
60 000	953	853	847	734	734
80 000	1 236	1 159	1 226	1 218	1 212
100 000	1 446	1 391	1 599	1 593	1 586
120 000	1 647	1 551	1 937	1 931	1 925
160 000	2 701	2 542	2 496	2 492	2 487
200 000	3 756	3 599	2 912	2 908	2 905

Quelle: BMF
© Globus 6776

45 Milliarden Mark Entlastung

Seit 1. Januar 2001 ist die zweite Stufe der Steuerreform in Kraft. Der Grundfreibetrag steigt von rund 13.500 DM im Jahr 2000 auf 14.000 DM; der Eingangssteuersatz sinkt von 22,9 auf 19,9 Prozent, der Spitzensteuersatz von 51 auf 48,5 Prozent. Allerdings greift der Höchststeuersatz dann schon bei 107.600 DM zu versteuerndem Jahres-

einkommen (bisher: 114.500 DM). Insgesamt beträgt die Entlastung bei der Einkommen- und Körperschaftsteuer mehr als 45 Milliarden DM. Wie sich die Reform im Einzelnen auswirkt, zeigt unsere Grafik. Berücksichtigt wurde auch der zu zahlende Solidaritätszuschlag in Höhe von 5,5 Prozent der Steuerschuld.



Gemeinsam in eine sichere Zukunft

Jahreseröffnungstagung 2001 der NECKURA

Zu den ersten „Amtshandlungen“ des neuen Vertriebsvorstandes Michael Eberhard gehörte die Begrüßung der 250 Gäste aus

durch die Kernsparten Unfall, Gewerbe und Leben.

Nach einem Rekord-Lebensjahr 1999 ist das Ergebnis 2000, bedingt durch die Rentendiskussion, zu relativieren.



Referierte und führte gekonnt durchs Programm: der neue Vertriebsvorstand M. Eberhard

Innen- und Außendienst zur NECKURA Jahreseröffnungstagung 2001 im Kurhaushotel in Bad Homburg.

Rückblick 2000

In den Neugeschäfts-Ergebnissen des vergangenen Jahres fand M. Eberhard keinen Grund zum Jubeln; der Produktivitätsverlust zog sich

Im Sach/HUK-Geschäft war das Primärziel auf Mehrung ausgerichtet; es wurde jedoch in den Sparten Sach/HU verfehlt. Eine geschickte Tarifpolitik sorgte jedoch in der Sparte Kfz dafür, dass insgesamt in Sach/HUK erstmals seit mehreren Jahren eine Prämienmehrung erreicht wurde.

Ausgezeichnete Schadenquoten in allen Sparten sorgten darüber hinaus für ein positives finanzielles Ergebnis.

Höhepunkt des Jahresrückblicks war wie immer die Siegerehrung in Top- und Ehrenclub, im Ablaufwettbewerb und die Ehrung der Spartensieger.

2001 im Zeichen der Riester-Pläne

Unsere jüngsten Produktneuerungen im LV-Bereich – SECURE plus und die neue BUZ – sind auf große Akzeptanz gestoßen, berichtete Leben-Vorstand Udo Gluth.

Die fortgesetzte Diskussion um die Rentenreform hat sich im vergangenen Jahr als Hemmschuh für unser LV-Geschäft erwiesen. Doch die anstehenden Veränderungen bieten uns ausgezeichnete Geschäftschancen. Passend zum Riester-Plan halten wir daher individuelle Produkte für unterschiedliche Kundentypen bereit.

Darüber hinaus sind für 2001 die Einführung einer fondsgebundenen Lebensversicherung und einer eigenständigen

BUZ/EUZ sowie ein eurofähiges LV-Angebotswesen geplant.

Sach/HUK 2001

Die Wachstums-Potenziale der Zukunft liegen nach wie vor im Gewerbegebiet. Dr. Peter Ackermann zeigte auf, wie wir diesen Bereich offensiv angehen können:



Dr. Peter Ackermann

Die neue Handelspolice und das verbesserte Bauhandwerker-Produkt bieten uns Zugang zu attraktiven Zielgruppen. Gezielte Schulungsmaßnahmen steigern die Kompetenz im Verkauf. Und in Abstimmung mit dem Außendienst erfolgt eine fortlaufende Verbesserung unseres Marktauftritts, unserer Wettbewerbsfähigkeit und unserer Produkte.

Im Sach/HU-Privatgeschäft und im K-Bereich dienen die geplanten Aktionen der Bestandssicherung.

Wenn wir alles beim Alten lassen wollen, müssen wir vieles verändern

Unter diesem Fazit betrachtete Michael Eberhard die künftigen Herausforderungen



Udo Gluth



Ein farbenfrohes Rahmenprogramm begleitete das abendliche Bankett

im Agenturvertrieb. „Den Menschen mit unternehmerischem Geist gehört die Zukunft“, sagte er. Unsere Märkte von morgen liegen nicht in der Masse, also dem standardisierten, weniger ertragreichen K-Geschäft.

Die Zukunft des Agenturvertriebs liegt vielmehr im beratungsintensiven Geschäft, unsere Zielgruppen sind Unternehmer, Gewerbetreibende und Besserverdienende. Geschäftsprozesse müssen optimiert werden und die

Agentur wandelt sich zum „Fachgeschäft“.

Vertrieb im Wandel

Vorstandsvorsitzender Uwe Jacobsen erklärte, dass zunehmend kritische und informierte Kunden und die wachsende Bedeutung moderner Technologien uns zum Umdenken zwingen.

Für 2004 wird ein Online-Marktvolumen für Versicherungsprodukte von 9 Mrd. DM prognostiziert. „Das Internet“, so U. Jacobsen, „ist eine Waffe, die darauf wartet, geladen zu werden. Wenn wir es nicht machen, machen es andere.“

Das Internet betrachtet er als einfachen Zugangsweg zum



Reger Andrang am Internet-Stand

Kfz-Kunden. Dieser gilt in künftigen Vertriebsstrategien zunehmend als Einstieg zu unseren Kernkompetenzen im Bereich der Altersvorsorge-Produkte. Innovative Produkte analog „Best of America“ werden dazu dienen, unsere Geschäftschancen im LV-Bereich zu nutzen.

Frauke Heckmann



Uwe Jacobsen



Viel Beifall gabs für die erfolgreichen Agenten 2000 und die Referenten

NECKURA Top Ten 2000

Agenturen:

1. Manfred Nussrainer/FD Süd
2. Peter Lipkat/LD Nordwest
3. Werner Dietrich/
FD Südwest
4. Jürgen Herrich/FD Nord
5. Karl Meyer/FD Süd
6. Dirk Mademann/FD Nord
7. Holger Jaeckel/FD Nord
8. Hans Martin Jung/
FD Südwest
9. Udo Meyer/FD West
10. Peter Weißmann/FD Süd

HVinGA

1. Thomas Schmid/
FD Süd
2. Frank Rohwedder/
FD Nord
3. Michael Hesse/
FD Südwest
4. Knud Lüddecke/
LD Nordwest
5. Tobias Waldherr/
FD Südwest

Führungskräfte

1. Thorsten Seger/FD Nord

„Auf ein Neues“

AUTO DIREKT Jahreseeröffnungstagung 2001

„Ich finde, das ist einen Applaus wert!“ meinte nicht nur Klaus Kleinhenz, einer der Referenten während



Klaus Kleinhenz

richten. Aber auch in anderen Bereichen wurden die optimistischen Erwartungen häufig übertroffen. Die damit verbundene positive Stimmung strahlte auf Redner wie Gäste ab und bildete den passenden Rahmen für ein kurzweiliges und interessantes Programm.



Christian Schüssler

der diesjährigen Jahreseeröffnungstagung. Tatsächlich konnten sich die vorgestellten Ergebnisse sehen lassen, die von den Verantwortlichen für die einzelnen Bereiche präsentiert wurden. So konnte Christian Schüssler über ein überaus erfolgreiches Marketingjahr und die besondere Bedeutung des Akquisitionsinstruments „Internet“ be-

Optimistisch, aber nicht euphorisch auch Jürgen Hammesfahrts Ausblick für 2001. Denn gute Ergebnisse setzen schließlich einen entsprechenden Einsatz eines jeden Mitarbeiters voraus. Berücksichtigt man zusätzlich den verschärften Wettbewerb und das Ringen um Marktanteile, stellt auch das Jahr 2001 eine erneute Herausfor-



derung für uns alle dar. Getreu dem Motto des Mineralölkonzerns Esso heißt es daher auch in diesem Jahr „Es gibt viel zu tun – Packen wir's an!“.

Geehrt wurden die jährlichen Gewinner der einzelnen Vertriebswettbewerbe. Im Geschäftsjahr 2000 verdienten sich folgende Mitarbeiter die Teilnahme an der Reise zum Robinson Club Jandia Playa auf Fuerteventura:

Barbara Sachs, Christiana Kühne, Christine Madl, Mandy Schack, Tino Zobel, Reiner Wack, Bianca Leißling, Thomas Milbrecht, Silvia Leyendecker (alle Kfz-Vertrieb), Thorsten Kratzer, Jochen Margraf, Peter Sabel (alle Leben), Kerstin Pries, Susanne Röhl (beide Sach/HU), Daniela Grandauer (Vertriebsunterstützung).



Peter Bock

lesen. Das Vier-Sterne-Hotel „Kaiser in Tirol“ in Scheffau unweit von Kitzbühel wartet mit einem traumhaften Rahmenprogramm auf unsere zukünftigen Gewinner.

Hoch her ging's auch nach dem offiziellen Teil beim „Westernbuffet“ und der abschließenden Tanz-Party. Gut gestärkt durch die reichhaltige



Erstmalig werden die Gewinner in diesem Jahr gemeinsam mit den Kollegen der SUN DIRECT der Sonne entgegenfliegen.

Nachdem Peter Bock das Ziel für 2002 vorgestellt hatte, konnte man die Begeisterung und die Hoffnung, dabei zu sein, in vielen Gesichtern ab-

Küche des Arabella Sheraton Congress Hotels Frankfurt liefen einige zu später Stunde zur Hochform auf. Angeheizt wurde die Stimmung noch durch einen „Top-DJ“ aus den eigenen Reihen. Armin Nau führte professionell durch die Tanznacht, die erst am frühen Morgen endete.

Elmar Steffens

Hoch motiviert ins nächste Jahr

SUN DIRECT Jahresetzöffnungstagung 2001

Erneut war das Künstlerhaus Malkasten Veranstaltungsort der SUN DIRECT Jahresetzöffnungstagung. Am 9. Februar 2001 begrüßte Rainer Ebenkamp



rund 100 Mitarbeiter der SUN DIRECT sowie einige Kollegen aus Oberursel, um gemeinsam einen Rückblick und Ausblick auf die Geschäftsentwicklung der SUN DIRECT zu werfen.

Highlights 2000

Für Herrn Ebenkamp stellen die „Wiedergewinnung des Teamgedankens“, die „erfolgreiche Einführung der Produkte Motorrad, Unfall, Haftpflicht und Hausrat“, der „reibungslose Austausch der Aspect-Telefonanlage“, die „Einführung des Dokumentenmanagementsystems“ sowie die „Steigerung des Kundenservice“ die Highlights des Jahres 2000 dar. Ganz besonders stellte er in diesem Zusammenhang die Weichenstellung für einen gigantischen Start ins Jahr 2001 heraus. Mit 26.016 Kfz-Neuverträgen zum 1. Januar 2001 liegt SUN DIRECT 48,9 % über Plan.

Zufrieden mit den Vertriebsergebnissen zeigt sich auch Frank Skrzypski. Insbesondere unter Berücksichtigung der zusätzlichen zeitlichen Aufwendungen für Trainings im Zusammenhang mit

den Produktneueinführungen sowie der Umstellung der Telefonanlage.

Internet im Direktvertrieb

Die zentrale Bedeutung des Internets im Direktvertrieb wurde durch Christian Schüssler betont. Bereits mehr als jeder vierte Kontakt der SUN DIRECT wird durch das Internet generiert. Anschaulich stellte er dem interessierten Publikum die variationsreichen Werbeformen im Internet vor.

Gegenwart und Zukunft

Jürgen Hammesfahr erläuterte



die Geschäftsentwicklung der NECKURA Gruppe insgesamt und stellte die strategisch wichtige Bedeutung des Direktvertriebs innerhalb der Holding klar heraus. Dem Direktvertrieb bestätigte er langfristig die größten Wachstumschancen.

Einen spannenden Einblick in die Möglichkeiten der



zukünftigen Schadenregulierung gab uns Dr. Peter Ackermann. So ist z. B. eine Real-Time-Schadenbegutachtung durch den Sachbearbeiter über PC und Webkamera denkbar.

Vertriebswettbewerbs 2000 „Fuerteventura“. Sichtlich gut gelaunt moderierte Frank Skrzypski die Siegerehrung und stellte die Gewinner vor:

1. Sieger Steffen Wahls
2. Sieger Björn Buchta
3. Sieger Alexandre Silverio
4. Sieger Bodo Oberpichler
5. Sieger Michael Wolke
6. Sieger Oliver Wacker
7. Sieger Kai Bergert
8. Sieger Guido Möllenbeck

Anlass zum Jubeln haben auch Hermann Brocks und Petra Hoolmanns. Unter rund 10 Mitarbeitern, die aufgrund ihrer hervorragenden Arbeitsergebnisse als Gäste für die Incentivefahrt vorgeschlagen wurden, sind sie per Losverfahren ausgewählt worden.

Hoch motiviert ging es anschließend zum inoffiziellen Teil des Abends über. Bei delikatem Buffet und grandioser musikalischer Be-



Vertriebswettbewerb 2000

Der mit Spannung erwartete Höhepunkt war die Vorstellung der Gewinner des Kfz-

gleitung wurde noch bis weit nach Mitternacht gelacht und getanzt.

Nicole Meyer

Emscher-Pokal

Amateurfußballspiel erfolgreich gesponsert

Mehr als nur ein sportlicher Erfolg für die insgesamt 16 teilnehmenden Mannschaften (1x Regionalliga, 5x Oberliga, 3x Ver-

sicherung gelungen, als einer von 13 Co-Sponsoren zum Gelingen dieses 130.000 DM teuren Hallenspektakels im Amateurfußball beizutragen. Unter tatkräftiger und finan-

André Oberheiden, Michael Schneider, Ansgar Kessel, Thomas Welling, Sascha Vitolins, Michael Höcker sowie auch der LD Nordwest durch LD Lothar Sturm und

Truppe buchen möchte, wende sich bitte an die Abteilung Marketing.

Mit der NECKURA Quizshow rund um die NECKURA Unfallversicherung (50 attraktive Gewinne, u. a. NECKURA Lederfußbälle, Gutscheine für Sportartikel etc.) wurden ca. 800 Adressen potenzieller NECKURA Interessenten erwirtschaftet.

Auch die ständigen Lautsprecherdurchsagen mit zwei NECKURA Spots, ausgerichtet auf Kfz und NECKURA Privatrente, trugen zum positiven Imagegewinn der NECKURA bei.

Bestückt mit zehn riesigen NECKURA Fahnen war die „NECKURA Wand“ nicht zu übersehen.

Ein Höhepunkt zum Abschluss des Turniers war auch die Auszeichnung des besten Torwarts des Turniers durch die NECKURA Versicherung. Wie hoch der Stellenwert dieser Sportveranstaltung auch bei der politischen, sportlichen und wirtschaftlichen Prominenz war, konnte man an der Präsenz der Oberbürgermeister aus den Städten Gelsenkirchen,



bandsliga, 3x Landesliga, 3x Bezirksliga, 1x Kreisliga) aus acht Ruhrgebietsstädten war der diesjährige Emscher-Pokal 2001. Die Veranstaltung wurde am 13. und 14. Januar in der Gelsenkirchener Emscher-Lippe-Halle, direkt gelegen im Schatten der neuen „Arena“ des FC Schalke 04, ausgetragen. Über 4.000 begeisterte Zuschauer in der fast ausverkauften Halle verfolgten über zwei Tage am höchsten dotierte Amateurfußballturnier (insgesamt 27.600 DM Siegesprämien) in Nordrhein-Westfalen. Wenn die Atmosphäre in der neuen „Arena auf Schalke“ auch so gut wird wie bei diesem Amateurturnier, dann kann man sich beim S04 auf begeisternde Spiele freuen. Unter Federführung der NECKURA Geschäftsstelle Roland Wolters ist es der NECKURA Ver-

zieller Mithilfe, was wieder einmal deutlich den Zusammenhalt der LD Nordwest unter Beweis stellt, gelang es Roland Wolters und seinen Kollegen aus den NECKURA Agenturen Michael Baring, Andreas Bettinger, Ralf Hennig, Ralf Hnatyk, Thomas Köchl, Martin Kolberg (Anm. des Autors: unserem „Ober-Schalke-Fan“, es wird gemunkelt er schläft immer noch in Schalke-Bettwäsche), Peter Konter, Peter Lipkat, Drago Lukic (Anm. des Autors: auch ein Dortmunder war im Feindesland),

Helmut Funcius und der Marketingabteilung der NECKURA, ein imageträchtiges Begleitprogramm für diesen Hallenzauber aufzustellen. Nicht nur der NECKURA Infostand, sondern auch die extra verpflichteten „NECKURA SpringStars“, eine Cheerleader-Truppe, bestehend aus 14 netten, hübschen, sportlich aktiven jungen Damen, trugen zum Gelingen der Veranstaltung und der Imagepflege der gesamten NECKURA Versicherung bei. Wer für Auftritte die Cheerleader-



15. JANUAR
Roland
NECKURA
Die fürs
Emscher-
VfB Hü
der Em

Roland Wolters
NECKURA
 Versicherung
 Versicherungsfachmann, gepr. nach BMW
 Büro Gladbeck: Friedrichstr. 30 • 45864 Gladbeck
 Telefon 0 20 43 / 2 26 03 • Fax 0 20 43 / 2 26 12
 Internet: <http://roland-wolters.neckura.de>
 E-Mail: roland.wolters@neckura-agenten.de
präsentiert:

er-Pokal: Amateure bestes GE-Team
Hüls nimmt den Pott von
mscher zum Badeweier



Angesiffen: Ein Fan der Schalke Amateure.

Die Spieler siegen, die Frauen singen

EMSCHER-POKAL: S 04-Amateure auf Rang vier, SSV Buer überzeugt als Bezirksligist auf Platz fünf / Revanche im Finale

Emscher-Pokal 2001: Die Vorrunde
Kirchhellen scheidet
schon sehr früh aus

von Udo Paszorek
 Auf jeden Fall war für den Emscher-Cup in 2001 der Umzug nach Geisenkirchen in die Emscher-Lippe-Halle ein voller Erfolg. Bereits am Samstag in der Vorrunde war die Halle mit fast 2.000 Zuschauern gut gefüllt.



Schauen voll hinter ihren Männern: Die Spielerfrauen des VfB Hüls.

Pressespiegel

Bestes Amateur-Turnier sucht die
Hallen-Könige auf dem Kunstrasen

Amateurfußball

EMSCHER-CUP 2001 sprengt alle Rekorde: Volle Halle und fettes Preisgeld warten auf Kicker

ReinerSport

Emscher-Pokal: Am Rande der Bande
Neuaufgabe 2002 wohl
wieder im Sport-Paradies

(CW) Der Emscher-Pokal scheint mit seiner dritten Auflage endlich den Durchbruch geschafft. Nach leeren Rängen und fehlender Stimmung in den Jahren zuvor hat der Umzug in die Emscher-Lippe-Halle Wunder bewirkt und die Veranstaltung womöglich vor dem Aus gerettet.

Bottrop, Essen und Duisburg und der Anwesenheit von Spielerpersönlichkeiten wie den Ex-Nationalspielern Matthias Herget, Klaus Fischer, Hannes „Spargel“ Bongartz, Klaus „Tanne“ Fichtel, Klaus „Boxer“ Täuber sowie Klaus Steilmann, Ex-Chairman der Steilmann-Lagerfeld-Gruppe und des Präsidenten des Deutschen Tennisbundes Dr. Claus Stauder, Chef der Stauder-Gruppe, erkennen.

Auch aus sportlicher Sicht und in puncto Fairness war dieses Amateurturnier vorbildlich. In insgesamt 44 Spielen konnten sich die mehr als 4.000 Zuschauer über 157 Tore, über sieben Zeitstrafen, eine rote Karte und einen Neunmeter freuen bzw. ärgern. Turniersieger wurde der Oberliga-Spitzenreiter der Oberliga Westfalen VfB Hüls durch einen souveränen 5:1-Erfolg über das Oberliga-Spitzenreiter-Team vom Nordrhein ETB Schwarzweiß Essen. Fazit der Veranstaltung war: VfB Hüls hat

den Emscher-Pokal 2001 geholt und die NECKURA Versicherung hat im Ruhrgebiet an Image gewonnen.

Roland Wolters



Unter allen Besuchern der Motorrad-Messen 2000 verlor die NECKURA ein BMW Motorrad. Der glückliche Gewinner wurde Martin Zurhausen aus der NECKURA Geschäftsstelle Roland Wolters in Gladbeck.

Das Foto zeigt die Übergabe des Motorrads an den glücklichen Gewinner, rechts LD Lothar Sturm, 3. von rechts Geschäftsstellenleiter Roland Wolters.



An alle NECKURA Biker im Innen- und Außendienst

NECKURA
Motorradtour 2001

Unsere letzte Motorradtour im Sommer 2000 war ein voller Erfolg. Diesen gilt es zu steigern. Für den August 2001 ist deshalb eine zweite Tour in Planung. Wir würden uns freuen, wenn erneut viele Biker teilnehmen. Geplant ist ein verlängertes Wochenende. Bei ausreichender Teilnahme belaufen sich die Kosten bei zwei Übernachtungen mit Halbpension auf ca. 200 DM. Über viele Anmeldungen würden wir uns riesig freuen. Vielleicht hat der eine oder andere noch Tipps und Anregungen.

Weitere Informationen werden im nächsten Neckurier veröffentlicht. Anmeldungen, Tipps und Anregungen bitte an:

Achim Schönborn,
 Vertrieb Innen, Telefon -1307
 E-Mail: achim.schoenborn@neckura.de

Steffen Kunze
 An den Anlagen 2, 09405 Zschopau
 Telefon (0 37 25) 34 18 99
 Fax (0 37 25) 34 19 02
 oder per E-Mail:
steffen.kunze@neckura-agenten.de

Unfallversicherung

Top-Schutz – Sicherheit in neuer Qualität

Die NECKURA hat ihr Unfall-Produkt spürbar modernisiert. Die neuen Leistungen

- Verbesserter Basis-Schutz
- Aktive Schadenhilfe
- Top-Schutz

setzen neue Maßstäbe.

Darüber hinaus ist die Zweck-Police mit einem neuen Leistungspaket noch interessanter geworden.

Neu Verbesserter Basis-Schutz

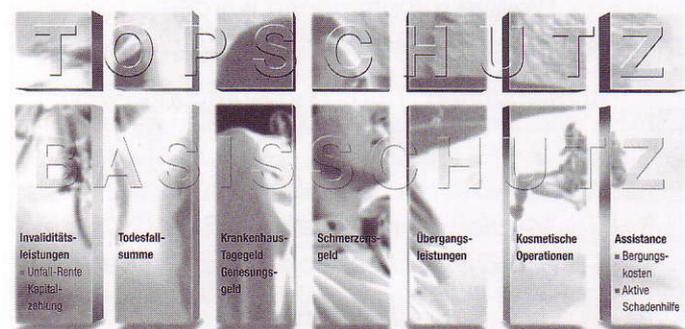
Ab sofort gelten folgende beitragsfreie Verbesserungen:

Bergungskosten bis 5.000 DM

Bergungskosten waren bisher bis zu einem Betrag von 3.000 DM versichert. Dieser Betrag wurde auf 5.000 DM erhöht.

Familienvorsorge

Ähnlich wie in der Haftpflichtversicherung gibt es jetzt auch bei der NECKURA Unfallversicherung eine Vorsorge.



Neu hinzukommende Familienangehörige (Ehepartner/Kinder) sind bis zu sechs Monate nach der Eheschließung bzw. zwölf Monate nach der Geburt bis zu bestimmten Grenzen mitversichert.

Aktive Hilfe im Schadenfall (Assistance)

Wenn ein Unfall passiert, kommt es vor allem auf schnelle Hilfe an. Ein Anruf genügt. Die NECKURA berät am Telefon und organisiert medizinische Serviceleistungen.

Neu Top-Schutz – mehr als üblich

Im Rahmen des Top-Schutzes kann man jetzt gegen einen geringen Mehrbeitrag Versicherungsschutz vereinbaren, den herkömmliche Unfallversicherungen nicht bieten.

Über den Basis-Schutz hinaus sind im Top-Schutz versichert:

Bei allen Leistungsarten:

- Infektionen durch Bienen-, Wespen-, Hornissenstiche und Zeckenbisse
- tauchtypische Gesundheitsschäden, ohne dass ein Unfall eingetreten ist
- Ertrinken und Ersticken unter Wasser sowie Erfrierungen

- Unfälle bei Go-Kart-Fahrten in der Freizeit
- Unfälle durch Kriegereignisse, wenn keine aktive Teilnahme am Krieg vorliegt

Vorsorgekonzept: Unfall

Für alle, die das Leben genießen

Private Unfallvorsorge

Sicherheit in neuer Qualität



NECKURA ZWECK-POLICE

Topleistungen zum günstigen Preis



- Unfälle durch Bewusstseinsstörungen, soweit diese durch Trunkenheit verursacht werden

Bei Einschluss von Krankenhaus-Tagegeld/Genesungsgeld:

- Doppeltes Krankenhaus-Tagegeld bei einem Aufenthalt in ausländischen Krankenhäusern
- „Gipsgeld“ für nicht stationäre Heilbehandlungen nach einem Knochenbruch oder eines Muskel-, Sehnen- oder Kapselrisses in Höhe des 10-fachen Krankenhaus-Tagegeldes
- Krankenhaus-Tagegeld wird auch bei einem Aufenthalt in Sanatorien, Erholungsheimen und Kuranstalten gezahlt

Bei Einschluss der Übergangsleistung:

- Kurkostenbeihilfe in Höhe von 5.000 DM bei einer

unfallbedingten Kur von mindestens drei Wochen.

Bei Einschluss von Kosmetischen Operationen:

- Innerhalb der vereinbarten Summe werden auch die Kosten für die Zahnbehandlung und den Zahnersatz übernommen.

Neu Verbesserte Zweck-Police

Für den raschen und einfachen Produktverkauf gibt es auch die NECKURA Zweck-Police. Sie kennt keine Gefahrengruppen und bietet Versicherungsschutz zu besonders günstigen Konditionen. Die Leistungspakete sehen unterschiedliche Leistungen für Berufs-, Freizeit- und Pkw-/Wohnmobilunfälle vor.

Gute Verkaufschancen

Die beitragsfreie Verbesserung des Basis-Schutzes, die Assistance, der Top-Schutz sowie die Ihnen vertrauten Besonderheiten wie Schmerzensgeld, Unfall-Rente und Superprogression machen die NECKURA Unfallversicherung zu einem interessanten Produkt mit guten Verkaufschancen.

Karlheinz Luh

Das neue TV-Konzept 2001

Analogie zum Anzeigenauftritt

Seit dem 1. Februar 2001 wirbt AUTO DIREKT mit neuen Fernsehspots.

Konzipiert wurden drei Motive in konzeptioneller Anlehnung an den ebenfalls neuen Anzeigenauftritt, der seit dem 1. Januar 2000 in den Printmedien geschaltet wird. Das bedeutet, dass es im Fernsehen eine Abkehr von dem zwei Jahre lang eingesetzten Comedy-Konzept gibt.

Bei unseren neuen TV-Spots handelt es sich um einen Dialog zwischen einem Ehepaar in einem fahrenden Pkw. Abgestimmt auf die Themen

1. Sparen allgemein/
Fahrzeugwechsel
2. Schadenfall
3. Kündigungstermin



Aufbauten im TV-Studio in München

werden Szenen gezeigt, die gemäß dem Anzeigenkonzept „Piktogramme im Bereich des Armaturenbretts“ diese drei Themen eindrucksvoll dokumentieren und dramatisieren.

Bei der Spoterstellung haben wir mit erstklassigen Profis zusammengearbeitet, die im Bereich „TV Commercial“ auf eine langjährige Erfahrung zurückgreifen konnten.

Die Münchener Produktionsfirma E+P mit dem bekannten Regisseur Andreas Kayales zeichnen für die Umsetzung der konzeptionellen Ideen unserer Werbeagentur Bresink, Eckert, Wenz verantwortlich.

Bevorzugte Fernsehsender sind RTL, SAT1, PRO 7, VOX, n-tv und DSF. Die geplanten Zeitfenster liegen wochentags zwischen 6.30 und 19.00 Uhr und am Samstag zwischen 9.00 und 14.00 Uhr. Wir haben diese Zeitfenster bewusst so gewählt, weil die eingehenden Anrufe zu anderen Zeiten von unserem Service-Center nicht entgegengenommen werden können.

Michael Friedrich

Ein Wochenende im Taunus

In der Ausgabe 2/2000 der „DIREKT AKTUELL“ wurden die Kunden aufgefordert, zum Preis von nur 199 DM den Taunus und die AUTO DIREKT in der Zeit vom 8. bis 10. Dezember 2000 etwas näher kennen zu lernen. Die Nachfrage hatte alle Erwartungen übertroffen und das Angebot war innerhalb weniger Tage ausgebucht.

Beim ersten persönlichen Kontakt war allen Gästen eine gewisse Anspannung anzumerken. Ansprechendes Hotel, schönes Zimmer, aber wie würden die nächsten Tage wohl aussehen? Sollten

Freunde und Bekannte Recht behalten, die vor einer Einladung einer Versicherung gewarnt hatten? Wann würde der Aktenkoffer mit den zur Unterschrift vorbereiteten Versicherungspolizen wohl geöffnet?

Der Koffer blieb zu und was folgte, waren unvergessliche Stunden für alle Teilnehmer. Das VIP-Programm beinhaltete u. a. zwei Übernachtungen mit Cocktail-Empfang sowie ein Drei- und Viergangmenü im Hotel Kurhaus Ochs in Schmitten/Hochtaunus.

Mit dem Bus besucht wurden das Freilichtmuseum „Hesenspark“, das historische

Landgasthaus „Eichelbacher Hof“, der Frankfurter Weihnachtsmarkt und die Bad Homburger Taunustherme. Beim „Kennenlernen“ in den Räumen der AUTO DIREKT hatten die Kunden Gelegenheit, etwas mehr über das Unternehmen und den Direktvertrieb zu erfahren

und Fragen und Wünsche zu äußern.

Aufgrund der großen Nachfrage und des enormen Erfolgs wird das Taunus-Wochenende im Frühjahr 2001 mit aktualisiertem Programm wiederholt.

Elmar Steffens



Mit SUN DIRECT Karneval feiern...

... und tolle Preise gewinnen

Seit Anfang Januar 2001 wird im Großraum Düsseldorf erneut ein Gewinnspiel – thematisch im Zusammenhang mit den SUN DIRECT Karnevalsaktivitäten – durch Promotionsinsätze u. a. auf drei Geländen der Autowaschan-

lage COSY WASH, an vier DEA Tankstellen sowie auf acht großen Karnevalsveranstaltungen flankiert.

Dem Gewinner winkt ein „Action-Wochenende“ mit Begleitung am Nürnbergring.

Erfreulich ist, dass wir neben

Shell (hier fand unsere Herbstaktion statt) auch DEA für unsere Promotions-Gewinnspiele begeistern konnten. Aufgrund der zahlreichen Wiederholungsbesucher ist eine sechs- bis achtwöchige Promotion an einer Tankstelle nur einmal im Jahr sinnvoll.

Bis Rosenmontag wollen wir brutto mindestens 10.000 Adressen generieren.

Den Höhepunkt erreicht der Karneval am 26. Februar 2001, Rosenmontag. Insgesamt werden 20 Mitarbeiter im bewährtem SUN DIRECT Pinguin-Kostüm mitlaufen und mehr als 150.000 Tütchen SUN DIRECT Gummibärchen ins jubelnde Publikum werfen. Besonders



freuen wir uns über die Kollegen der AUTO DIREKT, die uns in diesem Jahr unterstützen und mitlaufen.

Am 28. Februar 2001, Aschermittwoch, ist leider alles wieder vorbei...

Nicole Meyer



Kundenbefragungen

Zur Messung der Kunden- und Interessentenzufriedenheit von AUTO DIREKT, SUN DIRECT und LEBEN DIREKT Kunden sollen zukünftig regelmäßig Befragungen in Form von Selbstausfüll-Befragungen durchgeführt werden.

Im Vordergrund steht dabei die Leistungsmessung der einzelnen Kunden-Kontaktprozesse mit dem Ziel der Minimierung von Schwachstellen. Dabei finden die Anforderungen an eine Gesellschaft seitens der Kunden ebenfalls Berücksichtigung.

Um Kunden und Interessenten möglichst zeitnah zu ein-

zelnen Geschäftsprozessen zu befragen, ist die Untersuchung in drei Befragungsstufen unterteilt. Zusendung des Fragebogens mit Angebot, Versicherungsschein, Nachtrag.

In einer ersten Befragung wurden im Juli 2000 insgesamt jeweils 3.000 Fragebögen mit dem AUTO DIREKT und SUN DIRECT sowie 1.500 mit dem LEBEN DIREKT Angebot versandt.

Ergebnisse im Einzelnen:

Bereits rund jeder Fünfte, bei LEBEN DIREKT sogar mehr als jeder Vierte, ist durch einen Banner oder Tarifvergleich im Internet auf die Gesellschaft aufmerksam geworden. Insgesamt ist die

Kommunikation über „Neue Medien“ für mehr als die Hälfte aller Befragten von zentraler Bedeutung, wobei LEBEN DIREKT Interessenten eine noch ausgeprägtere Affinität zu „Neuen Medien“ zeigen.

Der ausschlaggebende Grund für die Wahl einer Versicherung ist erwartungsgemäß bei nahezu allen Befragten der „Preis“. Weiter spielen aber auch die „Schnelligkeit, mit der das Angebot eintrifft“, sowie die „problemlose Abwicklung“ eine tragende Rolle.

Die zugesandten Angebotsunterlagen beurteilen mehr als drei Viertel der

AUTO DIREKT und SUN DIRECT sowie zwei Drittel der LEBEN DIREKT Interessenten als „gut“ oder „sehr gut“.

Erfreulich ist, dass mehr als 90 % der befragten Interessenten aller Gesellschaften die Telefonservice-Mitarbeiter als besonders „freundlich“ und „hilfsbereit“ bezeichnen.

Im Ganzen fallen die Ergebnisse für AUTO DIREKT und SUN DIRECT äußerst homogen aus. Voraussichtlich werden im März 2001 Fragebögen zu den Kunden-Kontaktprozessen „Versicherungsschein“ und „Nachtrag“ versandt.

Nicole Meyer

Personalien aktuell

JUBILÄEN

10 Jahre

Winfried Bartsch
Verwaltung
01.04.2001

Michael Boller
AWE Leben/Sach
01.04.2001

Robert Cesareo
AD/LD Servicecenter
01.04.2001

Sonia Cesareo
AD Kundenservice Kfz
01.04.2001

Claudia Farr
AD Servicecenter Kfz
15.03.2001

Jens Frick
HVO Geschäftsstelle G. Frick
FD Südwest
01.03.2001

Andreas Hudelmaier
FD Südwest
01.04.2001

Thorsten Krüger
Marketing
15.04.2001

Sabine Lorenz
Kundenservice SHU
01.04.2001

Uwe Petersen
LD Nordwest
01.04.2001

Maria Riehl
AD Kundenservice Kfz
22.04.2001

Manuela Sickenberger
Vorstandssekretärin
01.04.2001

Thomas Wasem
Tarif/Annahmepolitik
01.04.2001

15 Jahre
Carola Dronka
AD Kundenservice Kfz
01.03.2001

Norbert Heller
Systemprogrammierung
01.04.2001

Thomas Horn
AD Servicecenter SHU
01.04.2001

Uwe-Peter Marquardt
Kundenservice Kfz
01.04.2001

Judith Münker
AD Kundenservice Kfz
01.04.2001

20 Jahre
Günter Kurze
Geschäftsstelle LD Nordwest
01.03.2001

25 Jahre
Rainer Lösche
Generalagentur FD West
01.04.2001

Joseph Rumpler
Generalagentur FD Südwest
01.04.2001

30 Jahre
Richard Bauch
Tarif/Annahmepolitik
01.04.2001

Neue Mitarbeiter/innen



Karin Celik
Kundenservice Leben
15.12.2000



Isabella Ancan
AD Servicecenter Kfz
01.01.2001



Dörte Johanna Clausen
Schadensservice Berlin
01.01.2001



Jens-Thorsten Heß
PC Benutzerservice
01.01.2001



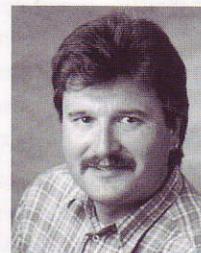
Frank Koppmann
PC Benutzerservice
01.01.2001



Marion Mohr
Mahn
01.12.2000



Harro Neuhardt
Marketing
01.12.2000



Gerd Schäfer
RZ-Betrieb
01.01.2001



Michael Schneider
FD Südwest
01.12.2000

Neue Mitarbeiter/innen bei SUN DIRECT

Anika Breyer
AD Junior-Sachbearbeiterin
01.01.2001

Nadine Pilath
AD Junior-Sachbearbeiterin
01.01.2001

IMPRESSUM

Der NECKURIER ist die Hauszeitung für die Mitarbeiter der NECKURA Versicherungsgruppe

Herausgeber:
NECKURA Holding AG
John-E.-Fisher-Straße 1
61440 Oberursel
Telefon 0 61 71 - 6 90

Verantwortlich für den Inhalt:
Christine Barth

Gestaltung und Produktion:
Agentur Lattemann
60594 Frankfurt am Main
Telefon 069 - 61 90 45

Redaktion:
Michael Friedrich
Gerald Hartig
Frauke Heckmann
Erich-Walter Hörger
Nicole Meyer
Gisela Schneider
Gert Süßmann

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

Wir trauern um

Heinz Steinmetz

Im Alter von 88 Jahren verstarb unser ehemaliger Mitarbeiter Heinz Steinmetz. Er stand bis zu seiner Pensionierung am 31.07.1977 in unseren Diensten.

