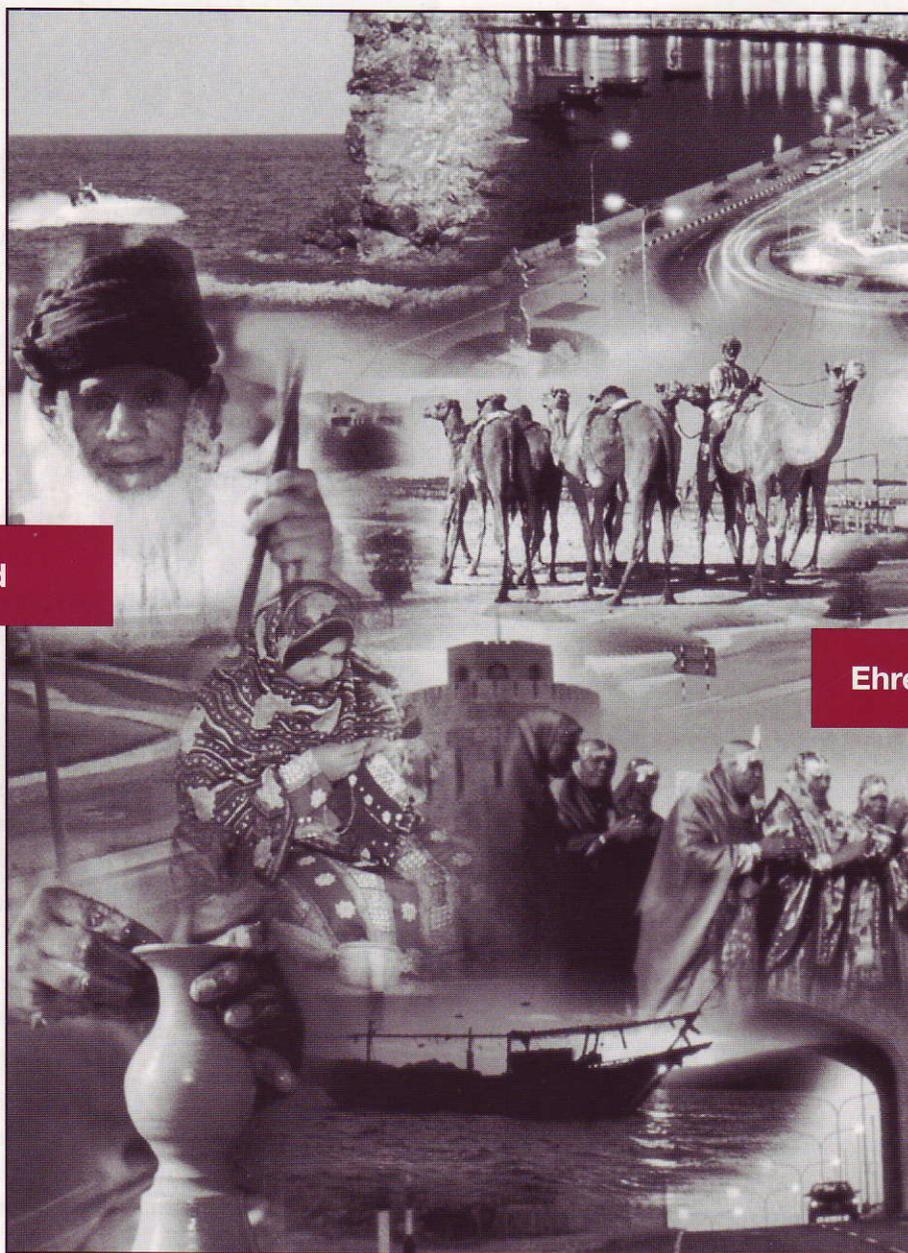


NECKURIER

Das NECKURA Mitarbeitermagazin



Mit Top-Club und

Ehren-Club unterwegs

IN DIESER AUSGABE:

Top-Club-Reise	Seite 2
Der Euro kommt	Seite 5
Berufsunfähigkeit wird Privatsache	Seite 8
Erfolgsmedium Internet	Seite 10

Aladins Wunderlampe brennt noch immer

Top-Club-Reise ins Sultanat Oman vom 22. bis 26.3.2001

Im äußersten Südosten der Arabischen Halbinsel, zwischen der landschaftlichen Schönheit des Hajar-Gebirges, einer großartigen Sandwüste und einem beinahe tropischen Küstenstreifen gelegen und mit hell erleuchteten Straßen begrüßte uns im Anflug das Sultanat Oman. Atemberaubend war schon allein dieser erste Anblick, doch es sollte nicht der einzige während unseres Top-Club-Arrangements bleiben.

Nach dem Transfer vom Flughafen erwartete alle Teilnehmer schon der nächste Anblick, bei dem jedem der Atem stockte: der Al-Bustan-Palace. Ein wahrhaft ungewöhnliches Hotel! Weihrauchschwaden durchzogen die 33 m hohe Lobby, die eher an das Innere einer Moschee erinnert. Al-Bustan, der Garten, ein Palasthotel der Superlative – genau wie die gesamte Top-Club-Reise. Mit Worten kaum zu beschreiben. Zum Ausklang des Anreisetages lud Michael Eberhard zu einem Mitternachtsempfang mit delikatem Buffet ein.

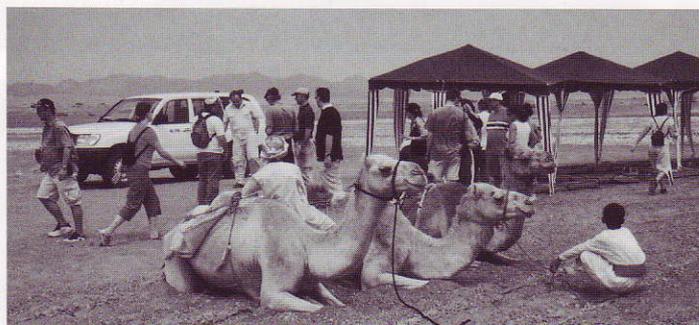
Tags darauf wurden wir nach einem verführerischen Lunch-Buffet mit knöchellangen Umhängen, „Dishdashas“ genannt, für den Abend ausgestattet. Danach fuhren wir zu den Sehenswürdigkeiten von Muscat, der Hauptstadt des Oman. Muscat ist ein 3.000 Jahre alter Handels-hafen, der von zwei mächtigen portugiesischen Forts flankiert wird. Eingerahmt von steilen Felsen und dem Indischen Ozean empfing uns die Stadt mit blitzsauberen Straßen, Blumenrabatten und schmiedeeisernen Toren vor dem prächtigen Palast des Sultans Qaboos. Weiter ging es in den Souk, der uns mit sei-

nen Gewürzen, dem weltberühmten Weihrauch, Tüchern, Stoffen, Dolchen und vielem mehr in seiner orientalischen Gesamtheit gefangen nahm. Hier erstand die Mehrzahl der männlichen Top-Club-Teilnehmer ihre „Kummas“, handbestickte Kappen, um bei der abendlichen Veranstaltung stilecht gekleidet zu erscheinen. Der Souk brachte die richtige Einstimmung für diesen arabischen Abend. Wir waren alle in den omanischen Dishdashas gekleidet und wurden mit großer



Gastfreundlichkeit in offenen Beduinenzelten unter freiem Sternenhimmel empfangen. Eine fürstliche Bewirtung mit arabischen Spezialitäten, Henna-Malerei für die Damen, volkstümliche Tänze und Gesang sowie Kamele schufen die Atmosphäre für einen zaubernden Abend.

Am nächsten Tag starteten wir früh mit modernen Allrad-Fahrzeugen durch die bizarre Bergwelt des Oman. Nach zweistündiger Fahrt erreichten wir



den Rand der Wüste. Hier konnten wir unser fahrerisches Können unter Beweis stellen und den Wüstenführerschein erwer-



ben. Weiter ging es mit einheimischen Fahrern durch die Wüste Wahiba. Wie in einer Achterbahn ging es hoch und runter, schräg und querfeldein, ein Riesenspaß, wenn man nicht gerade in einem Jeep saß, der stecken geblieben war. Doch mit der Hilfe aller wurden auch diese Jeeps wieder freigebugdelt. Zum Schluss der Wüstentour konnten wir von einer sehr hohen Wüstendüne mit dem Jeep oder einem Sandboard (sitzend) hinunterfahren. Für die meisten von uns ein unvergessliches Erlebnis.

Highlight des Tages wurde das abendliche Gala-Dinner im eindrucksvollen „Gulf of Oman Room“ des Al-Bustan-Palace-Hotels mit Siegerehrung. Vertriebsvorstand Michael Eberhard führte eindrucksvoll und stilgerecht durch den Abend.

Sonntags um 9.00 Uhr ging es wieder los. Fast wie zu Sindbads Zeiten starteten wir mit einer Dhow zu einer Kreuzfahrt vor der

Küste Omans im Arabischen Meer. Postkarten-Idylle entstand beim Anblick der Ausläufer des Hajar-Gebirges mit seinen Grotten und Höhlen und davor das grün-blaue Meer. In einer ehemaligen Piratenbucht erwartete uns ein üppiges Beach-Barbecue. Man konnte nach Herzenslust schmausen, schwimmen,



Pfeil und Bogen schießen oder einfach nur genüsslich faulenzten und die letzten Eindrücke vor der Heimreise sammeln.

Ein Farewelldinner im berühmten Restaurant „Mumtaz Mahal“, traumhaft gelegen auf einer Anhöhe, mit Panorama auf das Meer und Muscat, setzte den Schlusspunkt dieser wunderschönen Reise. Leider war der Traum aus 1001 Nacht viel zu schnell vorbei. Bleibt die Hoffnung, entweder davon weiter zu träumen oder doch noch eine Wunderlampe zu finden – denn Aladins Wunderlampe brennt noch immer. Ila-liqai/maa s-salamati und Schukran (auf Wiedersehen und danke).

Ulrich Guiglia

Island – Land der Geysire, Vulkane und Wasserfälle

Ehren-Club-Reise vom 1. bis 4. März 2001

Ein Wikinger-Eiland im Nordatlantik bei Europa mit heißen Quellen und springenden Geysiren. Das Land der großen Wasserfälle und der aktiven Gletschervulkane, dazu hier ein bisschen Wüste und dort ein bisschen Arktis. Das Ganze gewürzt mit einem Hauch von Abenteuer. Halldór Laxness, Literatur-Nobelpreisträger und dortzulande wohl der bekannteste Isländer, sagt: Island zwingt Sie, sich auf sich selbst zu besinnen. Und Sie müssen mit sich allein sein können.

Doch unser Reiseverlauf verlief alles andere als „sich auf sich selbst besinnen“. Schon bei unserer Ankunft auf dem internationalen Flughafen „Keflavík“ war bei allen Teilnehmern Spannung und Abenteuerlust angesagt. Zunächst ging es mit dem Bus in die „Blaue Lagune“, die größte Badewanne Islands, in die heiße Lake von einem Kraftwerk in ein Lavafeld geleitet wird. Das mineralhaltige Wasser (heilende Wirkung bei Schuppenflechte) hat hier ein Becken geschaffen, in dem man bei 38 Grad baden kann. Nach einem ausgiebigen Bad in dieser gesundheitsfördernden Therme gab es einen ersten Kontakt mit landesüblichen Speisen – nämlich isländischem Lachs.

Nach dem Check-in in unserem Hotel „Radisson SAS Saga“ in Reykjavik ging es dann nach einer kurzen Überfahrt zur Insel Videy, wo im Restaurant „Videyastofa“ ein delikates Diner und die Siegerehrung auf uns warteten. In historischer Atmosphäre mit dezenter Live-Musik würdigte Michael Eberhard die Ergebnisse aller Preisträger. Zum Ausklang dieser

„ehren“-werten Veranstaltung traf man sich dann zu einem Nachttrunk in der Hotelbar.

Am nächsten Morgen fuhren wir mit unseren „Super-Jeeps“ ins Landesinnere. Die scheinbar unbefahrbaren Pisten bewältigten unsere Guides bravurös. Unsere erste Station war der wohl schönste Wasserfall Islands „Gullfoss“, wo die „Hvítá“ in 2 Stufen 32 m tief in einen 2,5 km langen Canyon stürzt. Trotz der Minusgrade und



einem eisigen Nordwind war dieser Anblick ein überwältigendes Naturereignis. Weiter ging es dann zu einem opulenten Fischbuffet in ein idyllisch gelegenes Gletscherrestaurant. Nachdem wir uns gestärkt hatten, fuhren wir auf Gletscherpisten zum sportlichen Highlight – nämlich der Schneemobilfahrt. Ausgestattet mit Helm und warmer Kleidung bestiegen wir die „Snow Scooters“ und fuhren – eingebettet in eine schroffe, winterliche Vulkanlandschaft – zügig unserem Ziel entgegen. Anfangs noch etwas ungewohnt, wurde mit zu-



nehmender Routine auch das eine oder andere Rennen gefahren. Unsere vorerst letzte Etappe brachte uns zu den weltberühmten Geysiren, wo das aufwärts

drängende Warmwasser (bis zu 100 Grad) dynamisch aus dem Boden schießt. Neben vielen kleineren sprudelnden Quellen sorgt die Springquelle „Strokkur“ (übersetzt Butterfass) zuverlässig alle 5-10 Minuten für eine 20 m hohe Fontäne.

Nach diesen bleibenden Eindrücken ging es zurück ins Hotel, um anschließend im Restaurant „Kaffi Reykjavik“ im Herzen der Altstadt bei Kerzenlicht landestypisch zu speisen. Der übrige Abend stand zur freien Verfügung und viele Kollegen nutzten die Zeit, um sich in den unzähligen Kneipen und Diskotheken zu amüsieren und auch den einen oder anderen Kontakt mit den Einheimischen zu knüpfen.

Den nächsten Tag verbrachten wir zunächst mit einer ausgiebigen Stadtrundfahrt durch Reykjavik (auch Islands Tor zur Welt genannt). Nachdem wir alle wichtigen Sehenswürdig-

keiten kennen gelernt hatten, speisten wir im „Naust“, dem wohl ältesten Restaurant in Island. Man sitzt wie in einem Fischerboot und bekommt ausschließlich Fisch serviert – was sonst. Am Nachmittag ging es auf die Rücken der berühmten Islandponys, die ein Symbol für Ausdauer, Freiheit, Kraft und Lebenslust sind. Ausgestattet mit den notwendigen Reit-Accessoires (warme Kleidung und Helm) versuchte ein jeder die beste Figur auf diesen temperamentvollen Vierbeinern zu machen. Dabei kam es auch zu kleineren Stürzen, die aber allesamt glimpflich verliefen.



Unser letzter Abend führte uns in das Drehrestaurant „Perlan“, das kuppelförmig aufgebaut auf 4 Heißwassertanks als Symbol moderner isländischer Architektur gilt. Das sich langsam drehende Restaurant vermittelt einen gigantischen Blick auf die abendliche, hell erleuchtete Metropole Reykjavik. Das dort kredenzte Dinner und der internationale Esprit wurden von allen Teilnehmern als gelungener Abschluss unseres Aufenthaltes in Island gewürdigt.

Robert H. Pinggen

Geschäftsprozessanalyse (GPA)

in den Kfz-Betriebsbereichen AUTO DIREKT/SUN DIRECT

Die optimale Organisation von Geschäftsprozessen gilt heute als ein entscheidender Erfolgsfaktor der meisten Unternehmen.

Nur so ist eine starke Kundenorientierung bei gleichzeitiger Beachtung der wirtschaftlichen Aspekte erreichbar.

Obwohl keine aktuellen Schwachstellen ersichtlich waren und sind, bestand der Wunsch, auch vor dem Hintergrund der schnell wachsenden Bestände in den Kfz-Direktbereichen, nach einer Analyse der Tätigkeiten, Abläufe und Zuständigkeiten.

Vorgehensweise

Zunächst waren folgende Fragen zu klären:

- Was wird dort getan?
- Warum wird es dort getan?
- Wie oft kommt dies vor?
- Welche Zeit wird benötigt?
- Was kostet das?
- Welcher Nutzen ergibt sich daraus?

Die Menge der unterschiedlichsten Tätigkeiten der Kfz-Betriebsbereiche (bei AUTO DIREKT „Kundenservice“ genannt) erforderte zuerst eine Priorisierung der anfallenden Arbeiten, um ein Gefühl für Mengen-, Aufwands-, Zeit- und damit auch Kosten- und Abhängigkeitskomponenten zu ermitteln.

Dies erfolgte weitestgehend sowohl durch Analyse und Aufbereitung bestehender als auch neu entwickelter Statistiken.

So waren direkte Vergleiche und Bewertungen der beiden Gesellschaften möglich, die auch künftig zur Ermittlung und Nutzung vorhandener Synergieeffekte herangezogen werden können.

Brainstorming

In Form eines durchgeführten Brainstormings mit den Mitarbeitern beider Gesellschaften wurde zum einen Gelegenheit gegeben, Verbesserungsvorschläge einzubringen und auf vermeintliche Mängel bei der Bewältigung der Tagesprobleme hinzuweisen. Zum anderen war auch Gelegenheit, bereits in dieser frühen Projektphase starken Einfluss auf



die genauer zu betrachtenden Tätigkeiten und Prozesse zu nehmen.

Ist-Erhebungen

Ergänzend wurden dann Ist-Erhebungen in Form von Interviews mit den Bereichsleitern durchgeführt, um die Ergebnisse in einem weiteren Schritt einer kritischen Würdigung zu unterziehen.

Ergebnisfindung

Themen, die unmittelbar aufgegriffen, teils erledigt und teils in DV/OE-Anträge überführt wurden, waren z. B.:

- Konsolidierung von Vollmachten
- Dialogerweiterung maschineller Buchungen
- Erhöhung maschineller DV-Schreiben

- DMS-Optimierungen
- kleinere Ablaufverbesserungen
- Portooptimierungen von jährlich ca. 68.000 DM
- kritische Betrachtung der mit der manuellen Kuvertierung verbundenen Aufwände

Aufbauorganisation

Im Rahmen der GPA wurden auch Fragen der Aufbauorganisation vor dem Hintergrund behandelt, welcher Teil des Geschäftsprozesses „Vertragsabschluss“ Aufgabe des Vertriebs- und welcher Teil Aufgabe des Betriebsbereiches ist.

Unter kritischer Berücksichtigung aller Pros und Contras wurde vorgeschlagen, die Gesamtverantwortung für diesen Prozess (ab Angebotserstellung bis zum Policeneingang beim Kunden) einem Bereich zuzuordnen.

Die für April 2001 vorgesehene Zuordnung der Abteilung Neugeschäft bei SUN DIRECT zum Bereich Vertrieb resultiert insofern auch aus diesem GPA-Projekt.

Weitere GPA-Themen

Ergänzende Stichworte aus dem Themenkatalog der Projektaktivitäten waren:

- Internet
Mengen, Abläufe, Zuständigkeiten, maschinelle Datenübernahmen
- E-Mail
Handling, Zugriff für alle Mitarbeiter, Abläufe, Antwortverhalten

- Service-Level
 - Vorgangsbearbeitung: Durchlaufzeiten ab Eingang bis zur endgültigen Erledigung
 - Telefonverhalten: Erreichbarkeit aus Kundenverständnis und zu allen angebotenen Servicezeiten
- Vorschlag, die Möglichkeiten und Vorteile eines Zusammenschlusses von Telefontechnologie und Bestands-Verwaltungssystem (CTI) eingehend zu untersuchen
- Themen rund um die Prozesse Fahrzeugwechsel, Schadenfreiheitsrabatt und sonstige Vertragsbearbeitungen
- Konsolidierung der Abteilungsbezeichnungen der Kfz-Bereiche

Personalbedarfsbemessung

Einen weiteren Schwerpunkt bildete die Einführung eines neuen Verfahrens zur PKZ-Bemessung.

Die Bemessungsgrundlagen (z. B. Statistiken) werden nicht personenbezogen, sondern anonym und in verdichteter Form auf Abteilungs- oder Gesellschaftsebene erstellt. Ein Rückschluss auf Einzelpersonen ist nicht möglich und auch nicht Sinn und Zweck von PKZ-Verfahren.

Die bisher für unsere Direktgesellschaften wie auch in der Versicherungswirtschaft noch weit verbreitete Bemessung nach lebenden Bestandsverträgen sollte analog der seit 1989 für den NECKURA Kfz-Kundenservice eingeführten vorgangs- bzw. bearbeitungsabhängigen Bewertung abgelöst werden.

Unter Berücksichtigung der sich jetzt durch die Nutzung

Der Euro kommt in Fahrt

des DMS-Systems bietenden maschinellen Möglichkeiten (1989 gab es noch kein DMS) wurde beschlossen, die Bemessung der Vorgangsbearbeitung weitestgehend aus diesem System abzuleiten.

Die ohne diese Hilfe sonst notwendigen, aber aufwändigen manuellen Zählungen entfallen somit.

Weiterer Vorteil dieser maschinellen Unterstützung ist die Information über Arbeitsreserven.

Zur Bemessung der im Direktbereich in großer Menge anfallenden Telefonate werden die bereits bestehenden Informationen herangezogen.

Das neue Verfahren ist ab Januar 2001 für AUTO DIREKT im Bereich Kfz-Kundenservice im Einsatz und soll nach einer Stabilisierungsphase auch bei der SUN DIRECT im K-Betriebsbereich zur Anwendung kommen.

Ausblick

Im Rahmen der GPA konnten aufgrund des gegebenen Zeitrahmens und der Vielzahl von Prozessen und Abhängigkeiten nicht alle Themen abschließend behandelt werden.

Dementsprechend wurde vorgeschlagen, die aus der GPA hervorgegangenen, noch nicht in Angriff genommenen Optimierungsempfehlungen zu priorisieren und die erforderlichen Detailarbeiten anschließend zur Realisierung in kleine Arbeitsgruppen zu geben.

Andrea Egyptian,
Jürgen Zanetti

Der magische Umrechnungswert 1,95583 DM = 1 EURO ist in vielen NECKURIANER-Köpfen heute schon ein fester Wert.

Damit wir ab 1. Januar 2002 nicht „zu Fuß“ weiterrechnen müssen und die gesamte NECKURA „EURO-fähig“

nehmen werden. Die Akquis-/Angebotssysteme werden bereits im Zeitraum Oktober/November für Produkte/Tarife ab 1. Januar 2002 „EURO-fähig“ sein. Aus der Grafik ist der zeitkritische Ablauf der Systemumstellungen am Jahresende ersichtlich. Aufgrund der „günstigen

zur Korrespondenz oder Hinweisen in den Kundenzeitschriften informiert.

Ganz anders sieht dies für die ab dem 1. Januar 2002 gültigen Produkte/Tarife aus. Hier werden sicherlich Änderungen kommen, allein schon um die „unrunden“ Summen zu vermeiden.



ist, wurden schon im letzten Jahr zwölf EURO-Teilprojekte aufgesetzt. Betroffen sind: Produkte/Tarife im Neugeschäft, der gesamte Versicherungsbestand, die DV-Systeme, Lohn- und Gehaltsabrechnung, aber auch z. B. die Reisekostenabrechnung und Kaffeeautomaten.

Der Gesamtaufwand aller Projekte beträgt gemäß Plan ca. 20 Personenjahre. Damit ist das EURO-Projekt neben der „2000-Umstellung“ und der „SUN-Integration“ das aufwändigste Projekt in der NECKURA Geschichte.

Wie geht die NECKURA bei der EURO-Umstellung vor? Welche Auswirkungen ergeben sich für Kunden und Mitarbeiter?

„Big Bang“-Umstellung

„Big Bang“ heißt, dass wir eine Komplettumstellung aller Systeme zum Jahresende vor-

nehmen werden. Die Akquis-/Angebotssysteme werden bereits im Zeitraum Oktober/November für Produkte/Tarife ab 1. Januar 2002 „EURO-fähig“ sein. Aus der Grafik ist der zeitkritische Ablauf der Systemumstellungen am Jahresende ersichtlich. Aufgrund der „günstigen

Auswirkungen auf unsere Kunden

Grundsätzlich ergeben sich für unsere Kunden keine Änderungen, bis auf die einfache Tatsache, dass alle vertragsrelevanten DM-Werte entsprechend in EURO umgerechnet werden. Das sind vor allem Versicherungssummen, Selbstbeteiligungen und Prämien. Bei der Umrechnung auftretende Rundungsdifferenzen werden nach dem Grundsatz „nicht zum Nachteil des Kunden“ behandelt.

Unsere Kunden werden hierüber bereits heute mit entsprechenden Flyern als Beilagen

Auswirkungen auf die Mitarbeiter

Auf die Mitarbeiter in den Kunden-/Schadensservicebereichen und im Außendienst wird speziell am Jahresende ein höherer Auskunftsbedarf unserer Kunden zukommen. Um hierfür gewappnet zu sein, beginnen die Fachbereiche bereits mit den erforderlichen Vorbereitungen. Für die Mitarbeiter der DV und für die DV/OE-Koordinatoren gilt zum Jahreswechsel jedoch „erhöhter Bereitschaftsdienst“, um den Big Bang auch sicherzustellen.

Ansonsten dürfte die EURO-Umstellung für unsere Mitarbeiter vor allem im eigenen Portmonee spürbar werden. Auch die NECKURA trägt dazu bei: Gehälter und Provisionen werden ab Januar 2002 in EURO ausgezahlt.

Dr. Harald Neugebauer

Die Männer für alle Fälle aus der Haustechnik (HT)

Auch wir haben sie in unserem Hause und brauchen gar nicht so weit zu gehen, um sie zu finden und somit ihre Bekanntschaft zu machen.

Ein Anruf genügt und schon sind „unsere Männer“ für alle Fälle zur Stelle, um mit Rat und Tat bei allen möglichen Problemfällen rund um die Direktion alle erdenklichen Hilfen zu geben, die notwendig sind, damit ein Haus

unserer Größe mit der gesamten Technik inside und outside in Gang gehalten werden kann.

Ob Klima, Heizung, Telefon, Fax, Licht und Wasser,



Fußball-Freak ist unser längster und kürzester Mitarbeiter seit 1.10.2000 in der HT

Dirk Bücher

Elektrik, Umzüge, Vorstandswagen und sonstige Angelegenheiten – sie sind da, wenn sie gebraucht werden. Freie Wege, geräumt von Eis und Schnee. Wenn wir uns zum Schlafen noch einmal herumdrehen, wird schon



Fahrrad-Freak und unser Mann für Gas, Wasser und seit 1.2.1999 in der HT

Arthur Konrad



Frau Suleder und Herr Büch vor dem großen Ansturm

Motorradmesse Völklingen

Auch in diesem Jahr war die NECKURA auf der traditionellen Biker-Messe in Völklingen mit den Generalagenturen Büch und Suleder vertreten. Das Preisausschreiben mit dem Hauptgewinn eines Motorrads war dabei der Renner. Die Teilnahmekarten wurden den Mitarbeitern förmlich aus den Händen gerissen. Die vielen Prämienanfragen der Biker lassen erkennen, dass es sich lohnt, auf dieser Messe präsent zu sein.



Motorrad-Freak, der gern pfeifend durch die NECKURA läuft, seit 1.1.1991 in der HT

Peter Ranacher
Referent

Schnee geschippt, damit wir sicher von den Parkplätzen zu unseren Arbeitsplätzen gehen können.



Unser Schwachstromer, der Mann für die kleinen Drähte, seit 15.4.2000 in der HT

Daniel Mänz

Ein überwiegend junges Team um Günter Gommermann, der Leiter des Teams: Er führt die Geschicke seiner Crew und ist mit fast aller Technik im Hause auf Du und Du, und das schon fast zehn Jahre.

Die Mannschaft stellt sich Ihnen auf dieser Seite vor und



SAT-Freak (Antenn'n) unser kleinster und längster Mitarbeiter, seit 2.1.1983 in der HT

Franz Stiedl



Der schnellste Feuerwehrmann und Fahrrad-Freak, von 0 auf 100 in 2 Sekunden, seit 1.6.1991 in der HT

Günter Gommermann
Abt.-Leiter



Musik-Fan. Sein Wahspruch: „Ein Tag ohne Messen ist kein Tag.“ Seit 1.5.2000 in der HT

Martin Bätz

bis auf die Schuhgröße können Sie alle Daten auch unter www.haustechnik-neckura.com (nun gut, so weit sind wir noch nicht, aber was ja nicht ist, kann ja noch werden) im Internet abrufen oder besser unter der bekannten Telefonnummer



Auto-Freak, unser Weinkönig aus Heppenheim, seit 1.10.1998 in der HT

Gerhard Mitsch

-1271 bei allen Problemen rund um die Haustechnik anrufen.

Sie können es glauben, diese Männer sind alle Nichtraucher und bereit ... für fast alle Fälle!

Gerald Hartig

NECKURA Marketing

unter neuer Leitung

Zum 1.3.2001 übernahm Volker Lauenstein als Abteilungsleiter die Leitung der NECKURA Marketingabteilung.



Volker Lauenstein kommt von unserem Kooperationspartner ARAG aus Düsseldorf, wo er seit 1996 als Abteilungsleiter für Produktmanagement in den Kompositsparten und der Marktforschung tätig war.

Nach einer Ausbildung zum Versicherungskaufmann bei der DBV in Wiesbaden absolvierte Volker Lauenstein am Fachbereich Versicherungswesen der Fachhochschule Köln ein Studium mit Schwerpunkt Marketing und Lebensversicherung. Anschließend kehrte er zur DBV in den Verkaufs-Außendienst zurück

und wechselte später zur Mannheimer als Verkaufsförderungs-Spezialist für Personenversicherungen.

Der gebürtige Berliner ist 39 Jahre alt, verheiratet und Vater eines 6-jährigen Sohnes. Zunächst gilt es für ihn, mit der Familie den Umzug ins neue Domizil im Taunus zu bewältigen. Entspannung sucht er beim Joggen, Skilaufen und Badminton.

Wir wünschen Volker Lauenstein viel Erfolg in seiner neuen Aufgabe.

Frauke Heckmann



NECKURA Motorradtour 2001

Nach Ablauf des Anmeldeschlusses vom 15. April 2001 ist klar: Die Tour findet vom 31.8. bis 2.9.2001 statt. Es geht in die Rhön und den Thüringer Wald, Sommerparty inkl.

Infos gibts bei Achim Schönborn (-1307) oder Steffen Kunze (0 37 25/34 18 99).

NECKURIER

Offen gefragt ... Offen gesagt

Frage

Kfz-Prämie:
Leichtkraftrad WKZ 022
Die Prämie für obiges Fahrzeug beträgt in der Haftpflicht bei Anfängern zwischen 72,60 DM und 1.339,30 DM. Beim 25-Jährigen mit Auto SF 3 sind wir mit 72,60 DM unschlagbar. Beim 17-Jährigen die Teuersten. Diese Kalkulation sollten Sie überprüfen.

Antwort

von Dr. Peter Ackermann, Vorstand

Wir haben die K-Prämie für Leichtkrafträder überprüft und bleiben bei unserer heutigen Handhabung, da wir großen Wert auf eine risikogerechte Kalkulation legen.

Nach den Schadenstatistiken des Verbandes und auch nach unseren eigenen Statistiken verursacht ein Leichtkraftrad im Durchschnitt fünf- bis sechsmal so viele Unfälle wie ein Motorrad. Dies ist vor allem zurückzuführen auf die vielen jugendlichen (vor

allem männlichen) Fahrer, die den durchschnittlichen Schadenbedarf stark nach oben treiben. Bei den Leichtkrafträdern dominieren nämlich die jungen Fahrer, während bei Motorradfahrern die große Mehrheit über 30 Jahre alt ist. Übrigens sind in Deutschland nur ca. 45.000 Leichtkrafträder zugelassen, aber fast fünfzigmal so viele Motorräder.

Um eine einfache und zugleich praxisorientierte Lösung zu haben, verlangen wir von dem statistisch schlecht verlaufenden Teil der Leichtkrafträder die erforderliche hohe Prämie nach WKZ 022 (Leichtkrafträder). Der statistisch gut verlaufen-

de Teil der Leichtkrafträder erhält von uns die wesentlich günstigere Prämie nach WKZ 003 (Motorrad); und zwar falls der Kunde entweder a) mindestens 25 Jahre alt ist und ein Fahrzeug (Pkw oder Motorrad) mindestens in SF 3 hat oder b) mindestens 20 Jahre alt ist und den Führerschein Klasse 1 bzw. 1a besitzt. In beiden Fällen müssen der Versicherungsnehmer bzw. sein Ehepartner alleinige Nutzer sein.

Die von Ihnen angesprochene große Prämiendifferenzierung ist geschäftspolitisch ausdrücklich gewollt. Sie bietet für viele Kunden ein ausgesprochen günstiges und wettbewerbsfähiges Angebot.

Berufsunfähigkeit wird Privatsache

Nur wenige haben es mitbekommen – doch seit Jahresbeginn ist es Realität. Die gesetzliche Berufsunfähigkeitsrente ist entfallen. Stattdessen wird nur noch eine Erwerbsminderungsrente gezahlt.

Um es auf den Punkt zu bringen: Wer nach dem 1. Januar 1961 geboren wurde, besitzt gegenüber der gesetzlichen Rentenversicherung nur noch einen sehr eingeschränkten Anspruch, sollte er seinem eigentlichen Beruf wegen einer Erkrankung nicht mehr nachgehen können. Der Gesetzgeber fragt nicht mehr danach, in welchem Beruf die versicherte Person vor Eintritt der Erwerbsminderung tätig war. Ausbildung und Erfahrung werden nicht



Zum Hintergrund

Die bislang gültigen gesetzlichen Berufs- und Erwerbsunfähigkeitsrenten werden durch eine zweistufige Erwerbsminderungsrente ersetzt. Ausschlaggebend ist das zeitliche Restleistungsvermögen auf dem allgemeinen Arbeitsmarkt. Ausbildung, bisherige Berufstätigkeit und sozialer Status haben als Kriterien der Leistungsbemessung mithin ausgedient. Die volle Er-

unter sechs Stunden am Tag einer Tätigkeit nachgehen kann, erhält zumindest noch den halben Satz der Erwerbsminderungsrente. Allerdings erhalten Versicherte, die am Arbeitsmarkt keinen entsprechenden Teilzeitarbeitsplatz finden, die volle Erwerbsminderungsrente. Wer noch mindestens sechs Stunden täglich dem Arbeitsmarkt zur Verfügung steht, geht allerdings leer aus.

Lücken schließen durch private Vorsorge

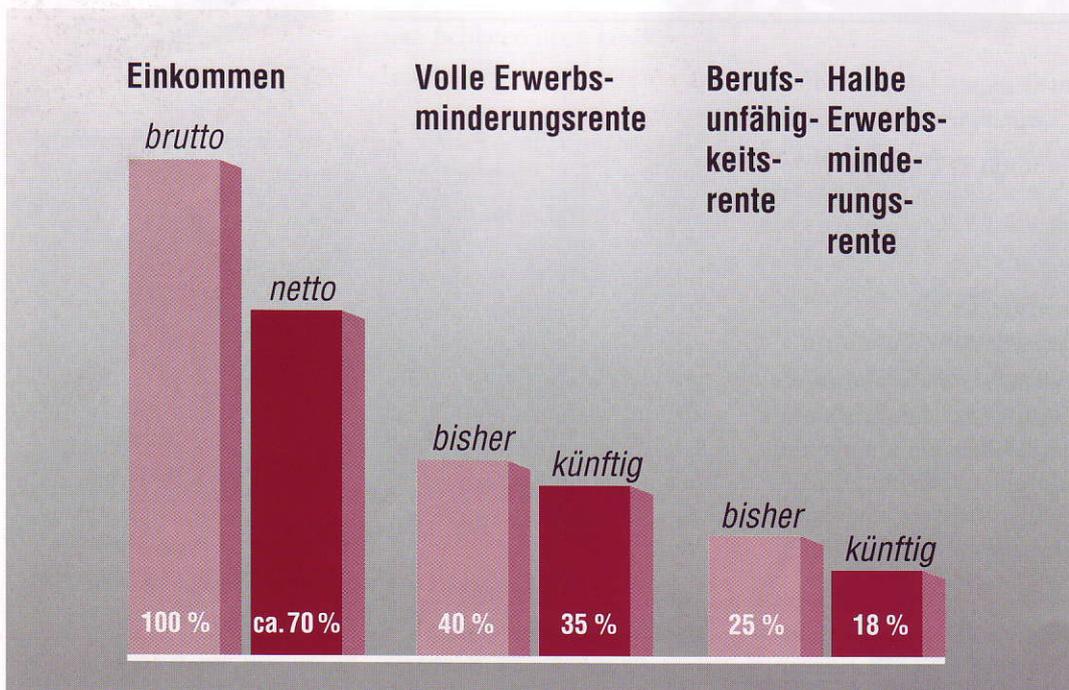
Die Leistungsminderungen durch das neue Erwerbsminderungsrecht sind gravierend. Die Absicherung des Berufsunfähigkeitsrisikos ist jetzt Privatsache. Ihre Versorgungslücken schließen Sie am besten mit der Berufsunfähigkeits-Zusatzversicherung (BUZ) der NECKURA in Verbindung mit einer Kapital- oder Rentenversicherung. Sie schließen damit nicht nur die Einkommenslücke bei Berufsunfähigkeit, sondern sichern sich auch den kontinuierlichen Aufbau Ihrer privaten Altersvorsorge – egal was passiert.

Übrigens: Die BUZ-Bedingungen der NECKURA wurden von dem Rating-Unternehmen Morgen & Morgen mit dem 5-Sterne-Prädikat bewertet.

Fordern Sie ein Angebot zum günstigen Haustarif bei der Abteilung Kundenservice Leben I:

- Werner Flesch: -1223
- Gisela Schneider: -1490
- Silvia Heubner: -1258

Karlheinz Luh



mehr berücksichtigt. Es zählt allein, inwieweit der Anspruchsteller noch einsatzfähig ist – in welchem Beruf auch immer.

werbsminderungsrente wird gezahlt, wenn die versicherte Person weniger als drei Stunden täglich arbeiten kann. Wer noch zwischen drei und

Nur wer vor dem 2. Januar 1961 geboren ist, behält seinen Berufsunfähigkeitschutz, aber mit deutlichen Kürzungen.

Spezialitätenwochen

Übersicht 2001

Auch in diesem Jahr wird Sie das Küchenteam wieder mit Spezialitätenwochen verwöhnen. Hier die Übersicht der bereits durchgeführten und noch

geplanten Wochen:

Wir hoffen, dass Ihnen unser Angebot zusagt und freuen uns auf Ihre Anregungen.

Ihr Küchenteam

■ Rund um den Katerfisch 19.02.-02.03. (8./9. KW)

■ Suppen, Wok und andere scharfe Sachen 12.03.-16.03. (11. KW)

■ Fit for Fun 02.04.-06.04. (14. KW)



■ Matjestage 07.05.-11.05. (19. KW)

■ Gemüse aus den Mittelmeerlandern 14.05.-18.05. (20. KW)



■ Asterix und Obelix 18.06.-22.06. (25. KW)

■ Rund um den Plattensee 13.08.-17.08. (33. KW)

■ Hessenwoche mit Odenwälder Bauernmarkt 10.09.-14.09. (37. KW)

■ Tex-Mex-Woche 24.09.-28.09. (39. KW)

■ Nahrung aus den Ozeanen 05.11.-09.11. (45. KW)



■ Vom König der Wälder und anderen Wildtieren 26.11.-30.11. (48. KW)



■ Verkauf von Wild/Lachs usw. 17.12.-21.12. (51. KW)

Neu werden unsere Spezialitätentage sein:

■ Spargeltag

■ Matjestage mit Verkauf von Fischsalaten

■ Spezialtage „Es kocht für Sie ...“

■ Pastatage

■ „Die Knolle“ und der Gegenspieler „die Nudel“



Die „neue“ Rente

Zum Ausgleich für das weiter sinkende Rentenniveau soll 2002 der Aufbau einer privaten Altersvorsorge staatlich gefördert werden. Erstmals in der Geschichte der Bundesrepublik wird der Versuch unternommen, eine kapitalgestützte Altersvorsorge neben der gesetzlichen Rente zu installieren. Ein Fördersystem, das Niedrig- wie Besserverdienende über Zulagen

Umstellung auf den dann vorliegenden „riesterkonformen“ Tarif vorzunehmen, stellt LEBEN DIREKT seine Ausrichtung als Altersvorsorgespezialist wieder einmal unter Beweis.

Die Diskussion um die Reform der gesetzlichen Altersvorsorge wird in den nächsten Jahren weiterhin im Mittelpunkt stehen. Steigende Lebenserwartung und



oder steuerliche Anreize gleichermaßen berücksichtigt, soll zum Abschluss anregen.

Die LEBEN DIREKT trägt diesen Bestrebungen Rechnung, indem sie in den nächsten Wochen ihren traditionellen Rententarif als ein auf die „Riester-Rente“ ausgerichtetes Produkt am Markt platzieren will. Mit einer lebenslangen Rentenzahlung und der Garantie der eingezahlten Beiträge zu Beginn der Auszahlungsphase bildet dieses Produkt bereits heute die wesentlichen Bedingungen der „neuen“ Rente ab. Verknüpft mit der verbindlichen Zusage, im nächsten Jahr eine problemlose

eine Verschiebung der Altersstruktur lässt dem Gesetzgeber keine andere Wahl, als die private Altersvorsorge stärker auszubauen. Dabei wird die private Rentenversicherung als das zentrale Instrument gesehen, da sie mit ihren lebenslangen Leistungen wie kein anderes Produkt Planungssicherheit bis ins hohe Alter bietet.

Die hervorragende Marktstellung der LEBEN DIREKT in diesem Segment lässt für die Zukunft einiges erwarten.

Markus Brück

Erfolgsmedium Internet

Das Internet wird als Werbemedium für den Direktvertrieb immer bedeutender. Nahezu jeder dritte Neukontakt der SUN DIRECT kam im vergangenen Jahr über das Akquisitionsinstrument Internet zustande. Rund 50 % dieser Kontakte sind auf Internet-Kooperationen, so genannte Marktplätze wie Aspect Online, zurückzuführen. Weitere 50 % generieren wir über unsere eigenen Internet-Aktivitäten.



SUN DIRECT Kfz-Versicherung

Berechnen Sie Ihre Kfz-Prämie sofort online!

Drucken Sie den Antrag und Ihre Doppelkarte direkt aus!

Sparen Sie jede Menge Geld!



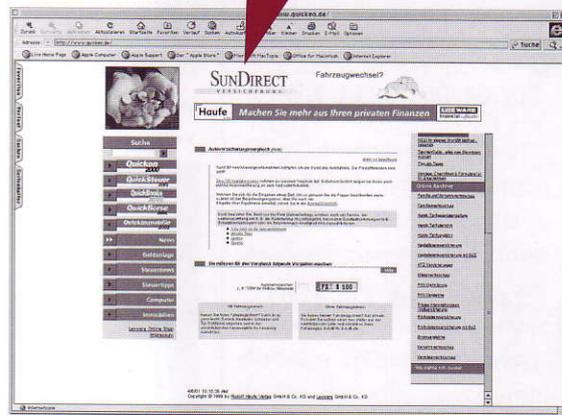
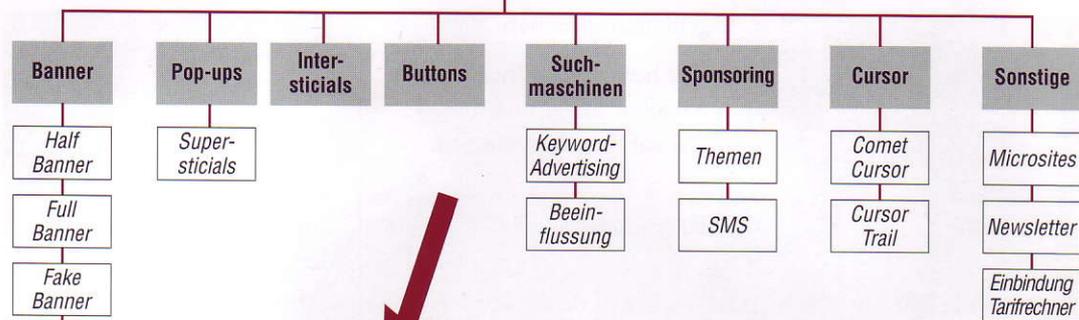
Private Haftpflicht und Vollkasko über 12% günstiger als der Durchschnitt

Ihr unverbindliches Angebot unter: **www.kfzpraemie.de** oder: **0211-77 75 55 55**

SUN DIRECT VERSICHERUNG

SUN DIRECT Versicherungs-AG
Jahnstraße 3 · 40215 Düsseldorf

Werbeforum im Internet

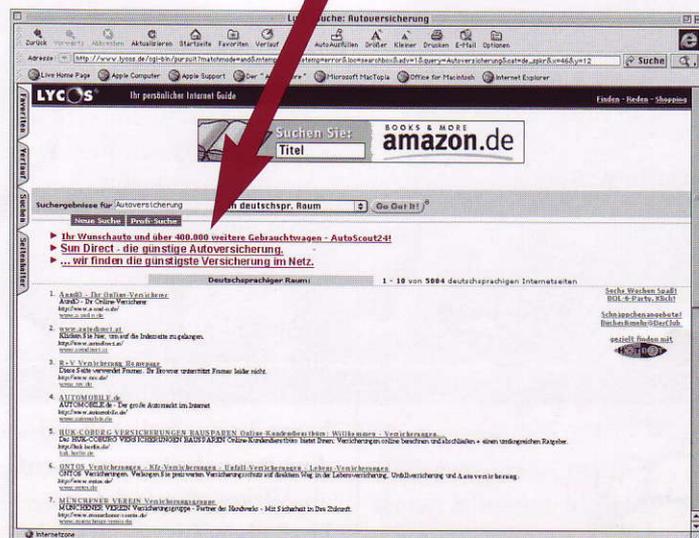


Bannerschaltung

Um auf unsere Homepage aufmerksam zu machen, betreiben wir gezielt werbliche Maßnahmen. Zum einen über klassische Medien wie Printwerbung. Eine eigens entwickelte Anzeige, die auf unseren Online-Tarifrrechner hinweist, wird in einschlägigen Internet-Magazinen (Tomorrow, COM!online, Computer Bild etc.), also

direkt im Internet-affinen Umfeld, geschaltet. In allen weiteren Werbemaßnahmen, wie TV-Werbung oder Mailings, weisen wir deutlich auf unsere Internet-Adresse hin.

Darüber hinaus betreiben wir auch im Internet selbst aktiv Werbung, z. B. durch „Bannerschaltungen“ oder „Keyword-Advertising“.



Keyword-Advertising

Werbeformen im Internet

Rasant, wie sich das Internet entwickelt, werden auch die Möglichkeiten, Werbung im Internet zu betreiben, immer zahlreicher und origineller.

Die häufigste Werbeform ist die **Bannerschaltung**. Einzelne Varianten der Bannerschaltung unterscheiden sich vor allem hinsichtlich der Größe sowie der technischen Komplexität. So können z. B. bei einem **Rich Media Banner** kleine Filme oder Musik ablaufen. Entscheidend ist, wenn man einen Banner anklickt, landet man direkt auf der Homepage des Werbetreibenden.

Äußerst erfolgreich in der Online-Werbung ist der Bereich **Suchmaschinen**, so z. B. **Keyword-Advertising**. Bei Betreibern von Suchmaschinen wie Lycos oder web.de werden im Vorfeld Suchbegriffe definiert, nach denen ein User möglicherweise Produkte oder Unternehmen sucht. In unserem Fall beispielsweise „Autoversicherung“, „Kfz-Versicherung“ oder „Kfz-Prämie“. In dem Moment, wo der User einen dieser Suchbegriffe eingibt, erscheint ein Textlink. Wenn der User diesen anklickt, landet er direkt auf der Seite des Werbetreibenden.

Nicole Meyer

Personalien aktuell

Jubiläen

10 Jahre

Jürgen Damm
Generalagentur
FD Mitte
17.06.2001

Günter Gommermann
Haustechnik
01.06.2001

Marlene Hamata
Betrieb/Schaden AV
15.05.2001

Ralf Hennig
Generalagentur
LD Nordwest
01.06.2001

Kerstin Philippski
Provision/
Vertriebstechnik
01.06.2001

Heidi Sesselmann
Schadenservice München
01.05.2001

Jürgen Theis
HV
Geschäftsstelle
M. Schneider
LD Nordwest
15.06.2001

15 Jahre

Wilhelm Biege
Geschäftsstelle
FD Nord
15.06.2001

Susanne Dienst
PC-Benutzerservice
01.06.2001

Thomas-Martin Ducat
AD Servicecenter
01.06.2001

Ingrid Tannebaum
AWE Leben/Sach
01.06.2001

25 Jahre

Karl-Heinz Meurer
Geschäftsstelle
FD West
01.06.2001

Silvia Spasic
Schadenservice
Düsseldorf
01.05.2001

30 Jahre

Günter Schuler
Subdirektion
FD Süd
13.05.2001

Neue Mitarbeiter/innen



Stefanie Haefner
RZ-Betrieb
01.02.2001



Marco Heimann
DV PC/AWE
01.03.2001



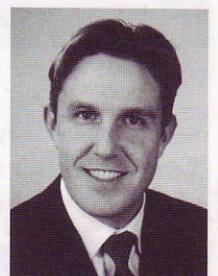
Christian Henschel
Kundenservice Leben
01.02.2001



Jutta Mittermeier
FD Süd
01.02.2001



Steffen Weidling
RZ-Technik
01.03.2001



Karsten Winkler
SVM
01.02.2001

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

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

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

Neuer NECKURA Messeauftritt 2001

In einem neuen und modernen Outfit ging es wieder mit dem NECKURA Messestand auf die Motorrad-



Der Hauptgewinn

messen in Hamburg, München und Dortmund. Nach mittlerweile vier intensiven



Der Messestand

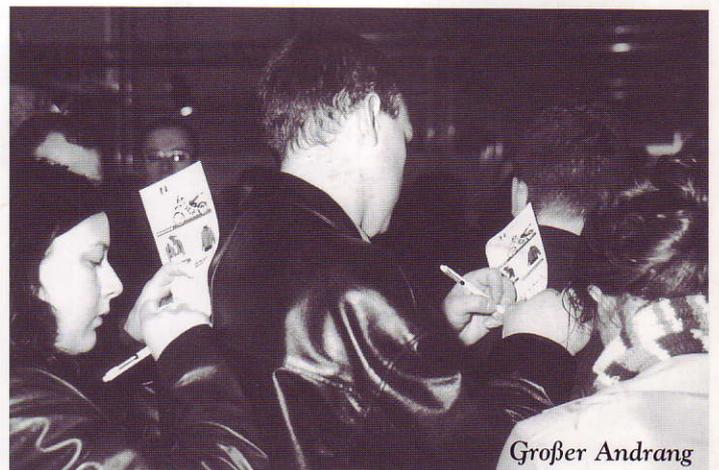
Messejahren zählt die NECKURA zur festen Größe im Biker-Geschäft. Verlost wird eine BMW F 650 GS, im „Dakar-Design“. Sie war der Blickfang für viele Hobbyfotografen.



Hamburg



Dortmund



Großer Andrang

Im Überblick:

- insgesamt über 200.000 Messebesucher
- 47 Außendienstler im Einsatz
- über 10.000 neue Interessentenanschriften
- unzählige Beratungsgespräche
- und schon einige Vertragsabschlüsse

Thorsten Krüger



München