

Informationen für die Presse

Schirmherr
Bundesminister für Wirtschaft und Energie Sigmar Gabriel

Grußwort

„Die demographische Frage beschäftigt uns in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik gleichermaßen. Wir müssen gemeinsame Antworten darauf finden, dass es künftig immer weniger junge, erwerbsfähige Menschen und immer mehr ältere Menschen geben wird. Mit Blick auf den Arbeitsmarkt bringt das ganz besondere Herausforderungen mit sich. In Zukunft kommt es vor allem darauf an, mehr Menschen im Inland in gute, qualifizierte Arbeit zu bringen, und gleichzeitig die Zuwanderung qualifizierter Fachkräfte aus dem Ausland zu finden.



Die Integration der Flüchtlinge, die besonders im vergangenen Jahr zu uns gekommen sind, wird das demographische Problem zwar nicht alleine lösen. Dennoch müssen wir erkennen, dass hier ein großes Potenzial liegt und eine echte Chance für unser Land. Viele der Menschen, die in den letzten Monaten Zuflucht in Deutschland gesucht haben, sind noch sehr jung. Wenn es uns gelingt, sie erfolgreich in die Berufswelt zu integrieren, können die Auswirkungen des demographischen Wandels abgefedert werden.

Die Bundesregierung hat dafür gemeinsam mit Ländern und Kommunen bereits viel getan. Vor allem haben wir den Zugang zum Arbeitsmarkt erleichtert und Planungssicherheit für Unternehmen geschaffen, die Flüchtlinge einstellen. Das Bundeswirtschaftsministerium unterstützt diesen Integrationsprozess darüber hinaus mit rund 140 Willkommenslotsen, die als Mittler zwischen Betrieben und Flüchtlingen fungieren, sowie mit dem Netzwerk „Unternehmen integrieren Flüchtlinge“. Klar ist aber: Das vielfältige Engagement der Betriebe und das ehrenamtliche Engagement vieler Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kann niemand ersetzen. Wir wissen schon lange, dass die Kolleginnen und Kollegen am Arbeitsplatz die besten Integrationshelfer sind.

Hier setzt die Versicherungswirtschaft mit dem im Rahmen des „InnoWard 2016“ ausgeschriebenen Sonderpreises „Integration von Flüchtlingen in die Arbeitswelt“ ein wichtiges Zeichen. Die eingereichten Projekte zeigen anschaulich, dass Ihre Branche sich auch in diesem Themenfeld mit viel Engagement und Leidenschaft einbringt.

Der „InnoWard“ hat schon vielen klugen Ideen zum Durchbruch in der Praxis verholfen. Ich bin sicher, dass diese gute Tradition nun erneut fortgesetzt wird. Deshalb habe ich auch in diesem Jahr die Schirmherrschaft für den „InnoWard“ sehr gerne übernommen.“

Die nominierten Projekte

Kategorie „Berufliche Erstausbildung“

- Projekt „AZubiConnect“ (AZC)“, Allianz Deutschland
- Projekt „Finanzchecker – Youtube-Kanal mit Finanzwissen für Jugendliche“, Berufsschule 4 Nürnberg
- Projekt „Die Lehrplattform für die Ausbildung im Außendienst“, Württembergische Versicherung AG

Kategorie „Personalentwicklung/Qualifizierung“

- Projekt „Allianz AVA Versicherungsplanspiel“, Allianz Außendienst Akademie
- Projekt „Design-Thinking @ ERGO – Eine Innovationsmethode als Instrument zur Organisationsentwicklung“, ERGO Group AG
- Projekt „SDK-Lab: Das Innovationslabor der SDK“, Süddeutsche Krankenversicherung a. G.

Projekt „AzubiConnect“, Allianz AG

AZubiConnect ist die innovative und virtuelle Wissens-, Lern- und Vernetzungs-Community der Berufsausbildung der Allianz. Standortübergreifende Einblicke in die Ausbildungsgruppen werden ermöglicht. Dabei wird eine neue Kultur des Lernens, Denkens, Vorgehens und Vernetzens geprägt. Die Medien- und Methodenkompetenz wird erweitert. Das digitale Medium entspricht dabei den Bedürfnissen der digital natives. Konzipiert und aufgebaut wurde AZubiConnect von Auszubildenden selbst. Die Auszubildenden wurden dazu in einem Azubi-Projekt einige Wochen durch den Fachausbilder begleitet und unterstützt. Die Beteiligung in der Community sowie die Rückmeldungen der Teilnehmer bestätigen den Wert der Maßnahme in sehr hohem Maße. AZC ist aktuell auf Platz 3 der globalen Communities der Allianz Gruppe (bei über 142.000 Mitarbeiter in mehr als 70 Ländern). Wir gestalten die Zukunft – wir prägen Menschen!

Jurybegründung

Menschen vernetzen sich privat, Azubis vernetzen sich in ihrer Ausbildung oft über die üblichen social media-Kanäle – was, wenn sie ein Angebot vom ausbildenden Unternehmen bekommen, eine Plattform, die noch besser als Facebook für sie geeignet ist? Es gefällt ihnen! Auch der Jury hat gefallen und in seiner Professionalität beeindruckt, wie mit AzubiConnect eine interaktive Plattform für die Azubis geschaffen wird, die sie ein gutes Stück weit in ein digitalisiertes Arbeitsleben begleitet, gleichzeitig aber da abholt, wo sie als digital natives herkommen. Natürlich, denn die Azubis haben die Plattform ja selbst gestaltet. Die Jury gratuliert zu einem umfassenden, begeisternden Projekt, das nicht nur den internen Erfolg verdient, den es bereits erreicht hat, sondern auch als Vorbild außerhalb der eigenen Organisation für andere dienen kann.

Kategorie

Berufliche Erstausbildung

Projekt „Finanzchecker“, Berufsschule 4 Nürnberg

Das Projekt „Finanzchecker“ will Jugendlichen mehr Finanzwissen vermitteln. Da dies nur in jugendadäquater Form geschehen kann, beinhaltet das Webangebot im Kern einen YouTube-Kanal, der von einer Website und einer Facebook-Seite flankiert wird. Die Videos sind von Jugendlichen für Jugendliche gemacht und im Stile von „Shopping-Hauls“ oder „Erklärvideos“ gehalten. Diese Informationsformate besitzen derzeit im Netz den höchsten Grad an Glaubwürdigkeit und Authentizität. U.a. liegen Videoclips zu drei Lebensbereichen von Jugendlichen vor: Geldanlage, Kredite und Versicherungen. Außerdem gibt es Online-Tests, um das Wissen zu überprüfen. Website: <http://finanzchecker.jimdo.com>

„Finanzchecker“ liegt unter diesem Begriff bei YouTube seit Monaten auf Rang 1 und bei Google auf Seite 1 - und dies trotz starker Konkurrenz von Banken, Versicherungen und Vergleichsplattformen: <https://www.youtube.com/channel/UC71T1jE5Xe7awusyw86snqQ>

Jurybegründung

Beautytipps, Skate-Tricks, Mathenachhilfe, Backanleitung – die digital natives lassen sich ihre Fragen auf youtube beantworten. Und zwar nur dort. Es gibt nichts, wozu es nicht ein Tutorial gibt. Jetzt gibt es auch eins zum Thema „Versicherungen und Finanzen“, und was für eins! Der Jury gefällt besonders gut, wie die Beiträge von Azubis für junge Leute gemacht wurden, Kamerawackler und Versprecher sind heute kein Problem mehr, sondern tragen zur Glaubwürdigkeit bei. Besonders beeindruckt hat auch, dass den Infoclips Frageclips vorangestellt wurden, in denen das Unwissen vieler aus der Peergroup deutlich wurde. Das nimmt Angst, sich zu blamieren und schafft Vertrauen, sich weiter zu informieren. Die Jury kennt keinen vergleichbaren Youtube-Kanal – eine echte Innovation!

Kategorie

Berufliche Erstausbildung

Projekt „Lehrplattform für die Ausbildung im Außendienst“, Württembergische Versicherung

Die Lehrplattform ist ein Online-Tool zur Ausbildung im Außendienst, das die Agenturinhaber in ihrer Rolle als Ausbilder mit geeigneten Lernmedien unterstützt und in der Ausbildungsaufgabe entlastet. Die Lehrplattform enthält inhaltlich und methodisch abwechslungsreiche Aufgaben zu versicherungsspezifischen und überfachlichen Themen und ist am Ausbildungsrahmenplan des Berufsbilds orientiert. Durch praxisnahe Aufgaben wird die Handlungskompetenz des Auszubildenden entwickelt. Zudem ist der Lernerfolg schnell sichtbar und die Motivation des Auszubildenden steigt.

Die Lehrplattform ist an die Besonderheiten der Ausbildungssituation in der Agentur, die Anforderungen des Ausbilders und die Bedürfnisse des Auszubildenden angepasst. Den Auszubildenden ermöglicht sie interaktives und flexibles Lernen. Zur Lehrplattform gehört ein Diskussionsforum für Anregungen. In der Lehrplattform sind Stand Mai 2016 zu insgesamt 18 Themenbereichen 145 Aufgaben veröffentlicht

Jurybegründung

Die Ausbildung in der Agentur ist eine besondere Chance für junge Menschen – und für die Agenturinhaber. Diesem Gespann will das vorliegende Tool Hilfestellung geben. Im Gegensatz zum Lernort großes Unternehmen besteht im Bereich der Agenturausbildung die Herausforderung darin, eine ähnliche Bandbreite bei geringeren Ressourcen abzudecken. Gleichzeitig wird der Lernort Ausbildungsagentur in der Zukunft immer wichtiger, weil eine Qualifizierung im Vertrieb – vom Quereinsteiger mit Fachmann hin zu einer Ausbildung als Kaufmann/Kauffrau für Versicherungen und Finanzen – noch mehr an Bedeutung gewinnt. Als neues, digitales Werkzeug bietet diese Lehrplattform eine große Vielzahl von neuen und neu kombinierten Möglichkeiten für Ausbilder und Azubi, um Inhalte und Methoden erweitern, noch besser durchdringen und anwenden zu können.

Kategorie

Berufliche Erstausbildung

Die weiteren eingereichten Projekte in der Kategorie „Berufliche Erstausbildung“

- Axa Konzern AG – Reverse Mentoring
- Concordia Versicherungen – Der Gesundheitskoordinator für Auszubildende – eine innovative Weiterentwicklung des Gesundheitsmanagements der Concordia
- Stuttgarter Lebensversicherung a. G. – Gesundheitstag – fit durch den Alltag. Ein Projekt von Azubis für Azubis
- Talanx Service AG – Der Kunde als Manager seines Lebens
- Volkswohl Bund Versicherungen a. G. – VB-Young. Ein Projekt von Azubis für Azubis
- NÜRNBERGER Versicherungsgruppe – Azubis4Azubis – Kaufleute für Versicherungen und Finanzen bilden Fachinformatiker aus
- Talanx Service AG/HDI – Projekt A-Team – „Azubis erklären Versicherungen“
- ERGO Direkt – Basisausbildung Kaufleute für Versicherungen und Finanzen im Innendienst
- ERGO Direkt – Empfehlungsverfahren für neue Ausbildungsbeauftragte (ABB) im Innendienst

Projekt „Allianz-Versicherungsplanspiel“, Allianz Außendienst-Akademie

"Sei ein guter Verkäufer!" - Jeder Nachwuchsmitarbeiter eines Vertriebsunternehmens bekommt diese Parole mit seinen ersten Schritten als eine Art Mantra auf den Weg gegeben. Als „guter Verkäufer“ ist der Erfolg und damit die Zufriedenheit quasi garantiert, das Leben im Vertrieb von Freiheit und vielen Karrierechancen geprägt, die Verdienstmöglichkeiten vielversprechend, die Erfolgsstories zahlreich. Doch was bedeutet es eigentlich, ein „guter Verkäufer“ zu sein? Ist damit der reine Zahlenerfolg gemeint? Das Erfüllen vorgegebener Vertriebsziele? Eine gute Position in Wettbewerbsrankings? Zufriedene Vorgesetzte? Wenig stornierte Versicherungsverträge? Wie wird man ein guter Verkäufer für Produkte, die – z.B. im Versicherungswesen - eigentlich nur auf dem Papier existieren?

Das Planspiel beschäftigt sich mit genau dieser zentralen Frage „Was macht eigentlich einen guten Verkäufer aus?“ Dabei wird zum einen der Blick auf das Verkäuferverhalten geschärft. Welche Optimierungen des eigenen Verhaltens sind eventuell nötig, um einen langfristigen Berufserfolg zu gewährleisten? Welche Stellschrauben können hierbei eine wichtige Rolle spielen? Welche Ereignisse und Entscheidungen beeinflussen ggf. den individuell definierten Erfolg? Auf Grundlage von „Emotionaler Intelligenz“ von D. Goleman wurde hier ein Spielbrett und eine Computersimulation entwickelt, die diese Prozesse sichtbar machen. Auf der anderen Seite wird im Planspiel Einblick in die Sicht des Kunden gegeben. Welche Ziele und Träume hat der Kunde für sein Leben? Wie kann ein Verkäufer dieses Streben positiv unterstützen? Welche Wechselwirkung besteht zwischen der Beratung und dem Lebensglück des Kunden?

Jurybegründung

Der Jury hat besonders gefallen, mit welchem umfassendem Repertoire-Mix hier gearbeitet wird. Die Vielfalt der eingesetzten Elemente – vom Improtheater über Brettspiele – zeigt in Verbindung mit der spielerischen Komponente Planspiel, dass es gerade die Verknüpfung von Realem und Virtuellem ist, die bestechende Ergebnisse liefert. Im Rahmen des Präsenzbausteins haben die Teilnehmer der Seminare die Möglichkeit, fachlich-inhaltlich und persönlich auf vielfältigen Ebenen zu lernen und das Erlernte zu erfahren und erleben. Im Fokus der Simulation stehen keine Berechnungen wie z. B. Verkaufs- oder Stornoquoten, sondern der Verkäufer und seine Persönlichkeit sowie die Bedürfnisse des Kunden – er steht mit seinen Zielen und Träumen im Zentrum. Eine hervorragende Initiative!

Kategorie

Personalentwicklung/Qualifizierung

Projekt „Design Thinking @ERGO“, ERGO Versicherung

Ein strategisches Ziel von ERGO ist es Innovationsführer in der Versicherungsbranche zu werden. Doch dies gelingt nicht indem einzelne Personen oder Organisationseinheiten damit beauftragt werden innovativ zu sein, sondern nur, wenn alle Mitglieder der Organisation Innovation als ihre Aufgabe begreifen und diese in ihrem Einflussbereich vorantreiben. Hierzu haben wir bei ERGO ein ganzheitliches Konzept entwickelt, dass mit Hilfe der Methode Design Thinking Innovation im Unternehmen erlebbar macht.

Die Methode Design Thinking stellt den Nutzer bzw. Kunden in den Mittelpunkt jeglicher Fragestellung. In einem sechsstufigen Prozess wird iterativ gearbeitet, Fehler werden als Lernchancen angesehen und frühes Testen mit Kunden und Nutzern führt zu schnellen sicht- und erlebbaren Ergebnissen.

Jurybegründung

In Zeiten, in denen wenn überhaupt hauptsächlich das Brainstorming als Kreativquelle zum Einsatz kommt, freut die Jury hier besonders die stringente und umfassende Umsetzung der Methode „Design Thinking“, die dafür sorgt, dass sich alle Gedanken um den Kunden drehen. Bis hin zur maßgeschneiderten Tool-Box wurde an alles gedacht, um diese Methode für Kunden, das Unternehmen, seine Mitarbeiter gewinnbringend zu nutzen. Der Jury hat auch die Begeisterung der Anwender der Methode im Unternehmen gefallen, die im mitgelieferten Video-Clip deutlich zu sehen war. Ziel ist es, diese Methode nahezu allen Mitarbeitern zugänglich zu machen. Damit wird das „an den Kunden denken“ in allen Bereichen und allen Köpfen verankert. Umfassendes Design Thinking als Methode zur Umsetzung von Innovationen in unserer Branche – das dürfte noch recht einzigartig sein.

Kategorie

Personalentwicklung/Qualifizierung

Projekt „SDK-Lab: Das Innovationslabor der SDK“, Süddeutsche Krankenversicherung

Das Schlagwort Digitalisierung ist auch in der Versicherungsbranche in aller Munde. Vor diesem Hintergrund hat sich die Süddeutsche Krankenversicherung a.G. (SDK) dafür entschieden, diese Thematik unter anderem auch auf einem unkonventionellen Weg anzugehen: Studierende des Master-Studiengangs „Operations Management“ (ESB Business School Reutlingen) erarbeiten in Zusammenarbeit mit einem SDK-internen interdisziplinären Projektteam Lösungen für die „Digitale Veredelung“ sämtlicher kundenbezogener Prozesse entlang der Wertschöpfungskette. Darüber hinaus entwickeln sie ein Instrument, welches die Möglichkeit gibt, den Digitalisierungsprozess zu bewerten und zu steuern. Das Innovative an dieser Herangehensweise ist der bewusste Einbezug fachfremder Studierender. Dies stärkt den „think outside the box“-Ansatz und führt dazu, dass den Studierenden die Versicherungsbranche näher gebracht und somit eine neue Ausbildungs- bzw. Zielgruppe erschlossen wird und sie zugleich lernen ein Projekt sozusagen „auf der grünen Wiese“ zu planen und durchzuführen.

Jurybegründung

Digitalisierung vordenken – das gelingt dem Projekt des SDK-Innovationslabors. Zum Thema gibt es viele Ansätze, viele Fragen, und noch wenig Antworten. Das SDK-Innovationslab gibt eine darauf. Mit Hilfe von Studierenden, mithin Mitgliedern der Digital Natives, erdenkt man bei diesem Projekt die Zukunft für den Kunden neu. Die umfassende und bis ins Detail ausgearbeitete Projektierung beeindruckt, die ersten Ergebnisse sind vielversprechend, die Kooperation mit der Hochschule eine gelungene Entscheidung, um Theorie und Praxis exzellent zu verknüpfen. Der Mut der Projektverantwortlichen, die beiden Gruppen – studentisch und intern – „auf der grünen Wiese“ zusammen zu bringen verdient Anerkennung!

Kategorie

Personalentwicklung/Qualifizierung

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

- R+V Versicherung – R+V Potenzial- und Nachfolgemanagement
- VPV Lebensversicherungs AG – Transformationscoaches – Akteure in Veränderungen
- LVM Versicherung – Trainingsreihe „Start in den Beruf“ – Personalentwicklungsprogramm nach Ende der Ausbildung für Agenturazubis

Sonderpreis „Integration von Flüchtlingen in die Arbeitswelt“

- Allianz Deutschland AG – Allianz – Wir helfen!
- Concordia Versicherungen – Jeder verdient eine (zweite) Chance – Ein Konzept zur Schaffung von Ausbildungsplätzen für Flüchtlinge
- Provinzial Nord Brandkasse AG – Perspektive wechseln und helfen: Von Kochen über Kicken – ein Erfolgsrezept für den Berufseinstieg von Migranten

Die Jury des InnoWard 2016

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

Die Förderer des InnoWard 2016

Regionale Förderer

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

BWV Bergisch-Land

BWV Bremen

BWV Dortmund

BWV München

BWV Münster

BWV Oldenburg

BWV Rheinland



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



Besonderer Dank gilt der Munich Re, München, für die hervorragende Unterstützung und Gastfreundschaft zur Durchführung der Jurysitzung am 15. Juli 2016.



Pressekontakt

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

Manuela Klotzbücher

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

Michaela Keiper-Schröpfer

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

Impressionen zur Preisverleihung ab 16.09.2016 und weitere Informationen unter
www.innoward.de