

VERANT WORTUNG

Das Nachhaltigkeitsmagazin der NÜRNBERGER Versicherung

Weil
Nachhaltigkeit
mehr ist als Zahlen
und Fakten.

Ausgabe
2021

„KEIN MODE- THEMA, DAS WEGGEHT!“

Was versteht man eigentlich
unter einer nachhaltigen Kapital-
anlage? Experten im Gespräch.

ROTKÄPPCHEN, KLIMAWANDEL UND DER WALD...

Hat das komplexe Ökosystem
Wald eine Zukunft?

DER NEBEL DES LICHTS.

Pechschwarz legt sich die Nacht über das Land. Wenn das so wäre!
Über die Lichtverschmutzung und ihre Folgen.





*Nachhaltigkeit ist kein Selbstzweck.
Nachhaltigkeit ist vielmehr Be-
standteil eines zeitgemäßen Un-
ternehmens wie der NÜRNBERGER
und bedeutet Mehrwert.*

Dr. Armin Zitzmann, Vorstandsvorsitzender
der NÜRNBERGER Versicherung

Editorial

Liebe Leserinnen
und Leser,

die NÜRNBERGER Versicherung versteht sich traditionell als verantwortungsvolles Unternehmen. Wir integrieren ökologische und gesellschaftliche Aspekte systematisch in unsere Geschäftstätigkeit. Fairness im Umgang mit Ihnen und nachhaltige Prozesse sind Basis unseres Handelns.

Dabei verpflichten wir uns, unsere internen und externen Abläufe in Bezug auf unsere Werte immer wieder neu zu hinterfragen. Das gilt auch für unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen.

An der Stelle möchte ich Ihnen versichern, dass Nachhaltigkeit für uns kein Selbstzweck ist. Sie ist vielmehr Bestandteil eines zeitgemäßen Unternehmens wie der NÜRNBERGER und bedeutet Mehrwert – Mehrwert für das Unternehmen, Mehrwert für seine Mitarbeiter, seine Partner und nicht zuletzt die Umwelt. Zudem beruht unser Nachhaltigkeitsansatz auf dem Verständnis, dass wir ökonomischen Erfolg nur in einer intakten ökologischen und sozialen Umwelt erzielen können.

Deshalb haben wir uns das Ziel gesteckt, Nachhaltigkeit zu einem Handlungsmaßstab für unsere gesamte Organisation zu erheben. Den daraus resultierenden Mehrwert wollen wir zukünftig weiter steigern und noch greifbarer machen.

Hierfür brachten wir einen Prozess in Gang, an dem wir uns messen lassen wollen: den „NÜRNBERGER Beitrag“. Definierte Meilensteine bzw. Etappenziele sollen den Fortschritt unserer Anstrengungen aufzeigen und ein Zeichen setzen.

In diesem Magazin stellen wir Ihnen den „NÜRNBERGER Beitrag“ hinter den Daten und Fakten vor. Erfahrungsberichte, Gespräche mit internen und externen Experten sowie Reportagen veranschaulichen, mit welchen Themen wir uns beschäftigen, welche Schlussfolgerungen wir für unser Handeln ziehen und was wir unter Verantwortung verstehen.

Jetzt wünsche ich Ihnen die nötige Ruhe und Muße, sich in unser Magazin zu vertiefen.

Armin Zitzmann



20 Weil Gesundheit
Chefsache ist!



24 Zwischen Spielplatz und
Mitarbeitergespräch



36 Coach:N, mach mich fit!

Special:
Lichtschmutzung



42 Der Nebel des Lichts.

Inhaltsverzeichnis

Wirtschaft & Werte

6 Schöne grüne Arbeitswelt?

Corona – Gefahr oder Chance? Ein Gespräch mit dem Nachhaltigkeitsbeauftragten der NÜRNBERGER Versicherung Bastian Güttler.

10 „Kein Modethema, das weggeht.“

Roundtablegespräch mit Experten der TeamBank, der UmweltBank und (der) NÜRNBERGER über nachhaltige Finanzprodukte und Kapitalanlagen.

14 Rotkäppchen, Klimawandel und der Wald...

Wälder sind nicht nur eine Ansammlung von Bäumen, sondern komplexe Ökosysteme. Sind sie noch zu retten?

Menschen & Gesellschaft

20 Weil Gesundheit Chefsache ist!

Wie wichtig ist ein Betriebliches Gesundheitsmanagement in der heutigen Zeit und was bietet die NÜRNBERGER ihren Mitarbeitern?

24 Zwischen Spielplatz und Mitarbeitergespräch

Führungskraft in Teilzeit, geht das? Kathrin und Bernd Schaffner kümmern sich zu gleichen Teilen um die Erziehung ihres Sohnes.

30 Füreinander da sein

Ein eigenes Kind. Das ist der Wunsch vieler Paare und Familien. Doch was passiert, wenn klar wird, dass das Kind unheilbar krank ist?

36 Coach:N, mach mich fit!

Über das Leben mit digitalen Gesundheitsangeboten und einem Versicherer als Gesundheitspartner. Die Fitness-App Coach:N im Test.

Umwelt & Region

42 SPECIAL: Der Nebel des Lichts.

Pechschwarz legt sich die Nacht über das Land. Wenn das nur so wäre..! Von den Auswirkungen und Folgen der Lichtverschmutzung.

50 Nur noch schnell die Welt retten!

Kein Unternehmen kann sich den klimatischen Folgen des industriellen Wachstums entziehen. Die NÜRNBERGER lässt ihre Generaldirektion deshalb klimaneutral zertifizieren.

54 Nachhaltig und fair werben!

(Werbe-)Geschenke erhalten die Freundschaft. Ein Gespräch mit Frank Dangmann, Vorstandsvorsitzender des Gesamtverbands der Werbeartikel-Wirtschaft über nachhaltige Werbeartikel.

56 Gemüsetheke: original regional!

Heimische Produkte sind die Wurzeln einer Region. Gutes tun und profitieren. So funktioniert's!

Schöne grüne

„Das Wort Krise setzt sich im Chinesischen aus zwei Schriftzeichen zusammen. Das eine bedeutet Gefahr und das andere Gelegenheit“, sagte John F. Kennedy. Noch ist nicht klar, wie sich Covid19 auf die Nachhaltigkeitsziele der Unternehmen auswirkt.

Forscher der Internationalen Energieagentur (IEA) fanden bereits im vergangenen Juni heraus, dass es einen direkten Einfluss auf den weltweiten Energieverbrauch hat, wenn Millionen Menschen rund um den Globus plötzlich von zu Hause aus arbeiten. Würden diese Menschen auch künftig nur einen Tag in der Woche im Homeoffice arbeiten, könnten die jährlichen Emissionen um 24 Millionen CO₂-Tonnen sinken.

Die digitalen Fortschritte machen Desk-Sharing zum Standard. Mitarbeitende können jetzt ohne festen Arbeitsplatz oder eigenes Büro räumlich flexibel arbeiten. Deswegen haben viele Firmen beschlossen, ihre Arbeitsumgebung in Zukunft zu verkleinern. Das hat ebenfalls Einfluss auf ihre künftige Ökobilanz.

Eine weitere positive Entwicklung für das Klima ist mit dem Rückgang von Geschäftsreisen verbunden: Es scheint inzwischen fast absurd, für ein Meeting von zwei Stunden in ein Flugzeug zu steigen. Die digitalen Konferenztechniken wurden so erfolgreich weiterentwickelt, dass sich CO₂-Ausstoß, Kosten und zeitli-

cher Aufwand für einen Business-trip nicht mehr lohnen.

Während in manchen Bereichen die Nachhaltigkeitsbestrebungen der Unternehmen durch Corona Aufwind bekommen haben, gibt es andernorts Rückschritte.

Zum Beispiel steigt der Müllverbrauch, wo unter normalen Bedingungen kein Müll angefallen wäre. Damit Unternehmen die Hygienekonzepte einhalten und ihre Mitarbeitenden schützen, werden wieder häufiger Umverpackungen und Wegwerfartikel benötigt. In Kantinen wird Besteck in Plastik verpackt gereicht, Mehrwegbecher werden gegen Einweg getauscht, der Snack to go wird in Kunststoffboxen kredenzt. Vom Einsatz der Einwegmasken ganz zu schweigen.

Auch die soziale Verantwortung bekommt durch die Pandemie eine neue Ausrichtung. In vielen Unternehmen war Homeoffice vor Corona eher unger-

gesehen. Die Face-to-face-Kommunikation wurde als unersetzliches Gut gefeiert. Inzwischen scheint es zeitweise sogar unverantwortlich, Mitarbeitende nicht ins Homeoffice gehen zu lassen.

Deren Gesundheit wurde in der Krise noch einmal mehr zur Chefsache erhoben. Ein gesundheitsorientierter Arbeitsschutz ist zwischenzeitlich nicht mehr nur eine Frage der Organisation, sondern auch eine Chance für ein besseres Miteinander. Die Pandemie hat uns stärker denn je gezeigt, dass, wer Verantwortung für sein Team übernimmt, langfristig in die Zukunft einzahlt.

Deshalb entwickelten Unternehmen bereits im ersten Lockdown neue Strukturen in Sachen Mitarbeiterführung und Arbeitskultur. Sie machten sich Gedanken, wie es gelingen könnte, die Loyalität der Mitarbeitenden auch über die Ferne sicherzustellen. Außerdem legten sie die notwendigen Weichen für eine wertschätzende Unternehmenskultur, die auf gegenseitigem Vertrauen basiert. Eine positive Veränderung, die ohne Pandemie wahrscheinlich noch Jahre gedauert hätte.

Arbeitswelt?



Durch Corona den Spagat lernen

Wir fragten bei Bastian Güttler, Nachhaltigkeitsbeauftragter der NÜRNBERGER, wie sich die Pandemie auf die CSR-Ziele des Versicherungsunternehmens ausgewirkt hat und welche neuen Gelegenheiten sich dadurch boten.

Herr Güttler, wie haben sich Nachhaltigkeitsziele der NÜRNBERGER durch Corona verändert? Was ist besonders auffällig im Vergleich zu 2019?

Durch Corona prägen ein paar ungewohnte Entwicklungen unseren Alltag, die sich nach der Krise hoffentlich wieder ändern. Der Pendelverkehr ist dabei das Stichwort, denn leider Nutzen immer weniger den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV). Viele unserer Kolleginnen und Kollegen kommen aus dem Umland oder aus Nachbarstädten zur Konzernzentrale. In den letzten Jahren haben wir verstärkt darauf hingearbeitet, dass sie dafür die öffentlichen Verkehrsmittel nehmen. Im Jahr 2019 nutzten 55 Prozent der Arbeitnehmenden das Firmenticket; bis 2022 sollte der Anteil auf 60 Prozent gesteigert werden. Doch dann kam Corona. Die Leute fahren nicht mehr so gerne mit Bus oder Bahn. Deshalb ermöglichen wir unseren Pendlern, dass

sie ihre Autos kostenfrei parken können. Der hohe Anteil an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Homeoffice drückte die Präsenzquote nach unten. Das spiegelt sich auch in den Werten für 2020 wider – der Anteil der Nutzer unseres Firmentickets ist auf 47 Prozent zurückgegangen. Deshalb ist der gestiegene Individualverkehr natürlich nicht eins zu eins vergleichbar mit den vergangenen Jahren.

Verantwortung für die Arbeitnehmenden wird seit Corona in der öffentlichen Debatte häufig mit dem Thema Homeoffice verbunden. Wird das nach der Pandemie auch noch relevant sein?

Das Arbeiten von zu Hause aus wird weiterhin möglich sein, wahrscheinlich nicht im selben Ausmaß wie jetzt in der Krise. Eine Flexibilisierung findet aber gewiss statt. Dann fallen auch weniger Emissionen durch den Weg ins Büro an, sei es nun im ÖPNV oder im Individualverkehr.

Man muss darauf achten, wie sich in Zukunft die Waage zwischen Homeoffice und Präsenz halten lässt. Alles hat eben seine Vor- und Nachteile. Nach dem ersten Lockdown im Frühjahr 2020 stellten wir auf eine A- und B-Gruppen-Regelung um. Das sollte gewährleisten, dass 50 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor Ort sind und so genügend Abstand halten können. Mit den gestiegenen Inzidenzzahlen Ende 2020 kam es auch bei unserer A-/B-Regel zu Abweichungen. Die Kolleginnen und Kollegen gingen wieder vermehrt ins Homeoffice, was zu reduzierter Präsenz in der Firmenzentrale führte – deutlich unter 50 Prozent.

Die neu etablierten Arbeitsformen haben auch starken Einfluss auf eine nachhaltige Führungskultur. Was hat Corona hier verändert?



Seit Januar 2020 hat die Generaldirektion der NÜRNBERGER Versicherung auf 100 Prozent Ökostrom umgestellt.



Ehrgeiziges Ziel: Die NÜRNBERGER möchte für ein besseres Klima ihren Fuhrpark auf E-Autos umstellen.



Was brauchen wir an Räumlichkeiten? Wie muss der Anteil von Flexibilität und Mobilität sein? Alles ist gerade im Fluss, wir lernen ständig durch Corona.

Dr. Bastian Güttler, Nachhaltigkeits- und Datenschutzbeauftragter

Die zahlreichen Kolleginnen und Kollegen im Homeoffice erfordern eine virtuelle Art der Führung – das ist für viele neu. Leiterinnen und Leiter in allen Ebenen werden von unserer Abteilung Human Resources unterstützt und gecoacht, damit sie ihre Teams auch über die Distanz lenken können. Regelmäßige Impulsumfragen erschließen, wie die Situation von ihnen empfunden wird. Wo muss man nachjustieren? Welche digitalen Hilfsmittel sind eventuell notwendig, um zum Beispiel auch Kreativität aus der Distanz freizusetzen? Zu Hause hat der Einzelne vielleicht mehr Ruhe und ist konzentrierter, doch manche Ideen blitzen eben nur im persönlichen Austausch auf. Dieser muss von den Führungskräften nun ganz anders gedacht und gefördert werden.

Wenn weniger Menschen vor Ort sind, dann wirkt sich das doch sicherlich auf die Nachhaltigkeitsziele in Sachen Umweltschutz und Klima aus?

Klar! Der Papierverbrauch ist deutlich zurückgegangen – im Vergleich zu 2019 um über 40

Prozent. Wenn weniger Kolleginnen und Kollegen vor Ort arbeiten, wird auch weniger gedruckt. Die Hoffnung bleibt, dass sich bei der Rückkehr in einen normaleren Betrieb der Papierverbrauch weiter reduziert, was ein entscheidender Faktor für den Fortschritt der Digitalisierung ist. Weniger analog bedeutet, dass mehr digital stattfindet. Das ist ebenfalls im Hinblick auf die Kundenzentrierung spannend. Weniger ausgedruckte Unterlagen für den Kunden oder Vermittler heißt zu meist auch einfachere Wege, um an notwendige Informationen zu kommen. Wir beschreiben vor Ort über elf Millionen Blätter, da gibt es definitiv Einsparpotenzial. Das ist eine der Ressourcen bei uns, die wesentlich zum CO₂-Ausstoß beiträgt. Wir sind zudem dabei, auf Recyclingpapier umzustellen und CO₂-freies Material einzukaufen. 2019 waren es noch 66 Tonnen CO₂-Äquivalente, die durch den Papierverbrauch entstanden sind. Diese Emissionen haben wir letztes Jahr halbiert. Ein CO₂-Reduktionsplan ist erforderlich, um Emissionen real einzusparen und nicht nur CO₂-Reduktionszertifikate wie

bei einem moderneren Ablasshandel zu erwerben, um eine Kompensation vorzuweisen.

In so einem Plan wird natürlich auch der Stromverbrauch aufgeführt. Der ist 2020 doch sicher gesunken.

Das stimmt, aber leider nur deutlich unterproportional zum Rückgang der Präsenz vor Ort unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ein großes Verwaltungsgebäude wie unsere Generaldirektion (GD) hat nun mal einen hohen Grundverbrauch. Hier muss man unabhängig von Corona schauen, wie man die Temperierung am besten managen oder die Lichtnutzung optimieren kann. Durch sukzessives Umrüsten auf eine effizientere Gebäudetechnik konnten wir den Stromverbrauch an unserer GD seit Bezug vor gut 20 Jahren bereits um rund ⅓ reduzieren. Aber Einsparen ist eine Komponente, die andere ist der Strombezug: Seit Januar 2020 nutzen wir 100 Prozent Ökostrom, was uns sehr wichtig war. Auch unsere Tochterunternehmen wie die Fürst Fugger Privatbank oder die NVÖ

in Österreich wollen 2021 auf klimaneutrale Energie umstellen.

Wenn es so viele Veränderungen gibt, ist es dann manchmal schwierig, dem gesellschaftlichen Engagement nachzukommen?

Wir haben versucht, unsere Partnerschaften weiter zu pflegen. Manche Themen wie zum Beispiel das therapeutische Reiten bei der Lebenshilfe oder die Wunsch-

baum-Aktion für den Bundesverband Kinderhospiz konnten wir aufgrund der Corona-Pandemie nicht in Gänze aufrechterhalten. Der Wille zum Engagement ist aber ungebrochen, und 2020 sind sogar noch ökologische Projekte hinzugekommen.

Geben Sie mir einen Ausblick: Betrachtet man die soziale Verantwortung, Stichwort Arbeitskultur: Welche Chance bietet Corona?

Im Homeoffice die Kinder zu betreuen, ist eine Realität, der sich viele Eltern in der Corona-Krise stellen.



Wir haben das Projekt Future Work:N ins Leben gerufen, für ein erfolgreiches Arbeiten nach Corona. Wie viele Menschen hatten auch wir gehofft, dass die Pandemie schneller ein Ende findet und wir die Projektergebnisse aus der Krise mit in die neue Arbeitswelt nehmen können. Derzeit ist aber nicht absehbar, wann wir in den Regelbetrieb übergehen. Wir müssen sorgfältig bewerten: Was brauchen wir an Räumlichkeiten? Wie muss der Anteil von Flexibilität und Mobilität sein? Alles ist gerade im Fluss, wir lernen ständig durch Corona. Eine große Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter würde sicherlich gerne mal wieder vor Ort arbeiten und die Kolleginnen und Kollegen wiedersehen. Nicht nur über Videocalls mit ihnen sprechen. Je länger die Krise dauert, umso besser ist abzusehen, was in Zukunft sinnvoll ist. Dass Virtualität und Digitalität nicht nur Vorteile bietet, sondern ebenso Präsenz gewisse Vorzüge hat. Diesen Spagat müssen wir hinbekommen, damit wir die richtige Arbeitsweise für die NÜRNBERGER finden.



Investitionen in nachhaltige Finanzprodukte und Kapitalanlagen

- Soziale Projekte
- Umwelt

NO-GOs



und weitere...

Nachhaltige Kapitalanlagen

„Kein Modethema, das weggeht.“

Unser Pressereferent Matthias Schenk spricht mit Andrea Brinkmann (TeamBank), Michael Jessen (UmweltBank) und Dr. Jobst Leikeb (NÜRNBERGER) über nachhaltige Finanzprodukte und Kapitalanlage. Alle Unternehmen sind in Nürnberg zu Hause, arbeiten mit dem Geld der Kunden und verfolgen jeweils einen eigenen Ansatz, wenn es um Nachhaltigkeit geht.

[SCHENK] Modelabels nehmen in ihren Geschäften alte Klamotten an. Brauereien pflanzen beim Kauf von zwei Kästen Bier einen Baum. Lassen Sie sich beim Einkaufen dadurch beeinflussen?

[BRINKMANN] Ich nehme das gerne wahr, hinterfrage aber auch: Wo wird der Baum denn gepflanzt? Ist es die heimische Fichte? Und auch bei Kleidung achte ich bereits beim Kauf auf Nachhaltigkeit.

[JESSEN] Ja, man achtet darauf. Aber ich will hinter die Fassade schauen. Denn das Thema wird in so vielen Facetten gespielt. Trotzdem bringen solche Lockangebote das Thema in die breite Masse.

[LEIKEB] Ich finde es vor allem wichtig, dass ich bei solchen Angeboten emotional und rational dahinterstehen kann.

[SCHENK] Haben Sie das Gefühl, dass der Nachhaltigkeitsgedanke in der Bevölkerung zunimmt?

[LEIKEB] Ja, das gilt für Kunden, aber auch für Unternehmen. Das ist kein Modethema, das weggeht. Und das wird uns über die nächsten Jahrzehnte begleiten.

[JESSEN] Wir merken schon seit Jahren, dass immer mehr Menschen auf den Gedanken kommen: Nachhaltigkeit muss nichts sein, was Rendite kostet. Sondern sie bringt für alle eine Rendite, die man nicht in Geld bemessen kann.

[BRINKMANN] Nachhaltigkeit bei jüngeren Generationen ist eine Art neues Normal und stellt beeindruckend die Vielfalt der Thematik dar. Neben Umweltaspekten wird auch der eigene Umgang mit Geld reflektierter. Wo kommt es her und wie verwende ich es?

[SCHENK] Welche Rolle spielt die junge Generation? Und welche Rolle Sie?

[LEIKEB] Junge Menschen wissen sehr genau, was Nachhaltigkeit für sie bedeutet.

Sie treiben die anderen Generationen – Stichwort Fridays for Future – verständlicherweise vor sich her. Unsere Aufgabe ist es, dem Kunden deutlich zu machen, wo wir uns als Unternehmen nachhaltig positionieren. Und wie komplex das Thema gerade bei Altersvorsorgeprodukten ist. Ich sehe uns da in der Rolle des Vermittlers und Aufklärers.

[SCHENK] Laut einer Nachhaltigkeits-Studie des Deutschen Instituts für Altersvorsorge sinkt das Interesse an Nachhaltigkeit bei den älteren Generationen ...

[JESSEN] Das können wir so nicht bestätigen und sehen es nicht als Generationenfrage. Sondern: Was ist einem wichtig? Also dem Kunden aufzeigen, dass Nachhaltigkeit keine Altersfrage ist. Zum Beispiel wollen bei uns viele Großeltern für ihre Enkel Geld nachhaltig anlegen. Sie wollen also nicht nur das Geldgeschenk übergeben, sondern auch etwas Gutes tun.

[BRINKMANN] Vielmehr ist es doch so, dass sich Ältere – die sich die eigenen Wünsche bereits erfüllen konnten – bei den Ausgaben oft darauf fokussieren, dass es ihren Liebsten gut geht. Kaufentscheidungen werden auch dort bewusster getroffen.

[SCHENK] Das magische Dreieck der Kapitalanlage besteht aus Sicherheit, Rentabilität und Liquidität. Manche bezeichnen es auch als Viereck, weil eben als weiteres Kriterium für eine Anlageentscheidung die Nachhaltigkeit hinzukommt. Sehen Sie auch ein Viereck?

[LEIKEB] Ich persönlich bevorzuge eher den Begriff „Dreieck 2.0“. Denn Nachhaltigkeit muss bei uns in allen bekannten Bereichen berücksichtigt werden. Es macht z. B. keinen Sinn, in ein Unternehmen zu investieren, das seine Lieferketten nicht im Griff hat – Stichwort Soziales. Und es gibt klare No-Gos:



Andrea Brinkmann
TeamBank

Verantwortet seit 2018 die Unternehmenskommunikation der TeamBank, in der auch das Thema Nachhaltigkeit und die Förderung der Stiftung „Deutschland im Plus“ verortet ist. Das gesellschaftliche Engagement spiegelt sich in den Werten und in der Unternehmenskultur der TeamBank wider.

Wir als NÜRNBERGER schließen Investments in Firmen aus, die mit Streumunition und Antipersonenminen Geld verdienen.

[SCHENK] Stichwort Soziales. Sie spielen auf die ESG-Kriterien an. Also Environmental (E), Social (S) und Governance (G)...

[LEIKEB] Richtig! Also es geht um die Aspekte Umwelt- und Klimaschutz, Soziales und Menschenrechte sowie Unternehmensführung. Bei Wertpapieren und Aktien achten wir darauf, dass unsere Assetmanager ohne weitere Erläuterung nur bis zu einem bestimmten Grenzwert eines sogenannten ESG-Ratings, das diese Kriterien aggregiert betrachtet und das wir zuvor eingekauft haben, Investments tätigen. Also der sogenannte comply-or-explain-Ansatz kommt hier zum Tragen.



Dr. Jobst Leikeb
NÜRNBERGER Versicherung

Arbeitet in der NÜRNBERGER im Bereich Kapitalanlagen und leitet dort seit 2018 das Team Investment Management/Recht. Dort liegt auch die Verantwortung für Konzeption und Weiterentwicklung der ESG-Prinzipien für die NÜRNBERGER Kapitalanlagen. Im Juli 2020 wurde er in den Vorstand der NÜRNBERGER Krankenversicherung und der GARANTA berufen.

[JESSEN] Auf unserer No-Go-Liste stehen z. B. fossile Energien, Kernenergien und kontroverses Umweltverhalten. Auf der anderen Seite sind die Positiv-Kriterien ganz wichtig. Dass beispielsweise ein Unternehmen dafür Sorge trägt, dass keine Armut herrscht oder nachhaltige Städte und Gemeinden entwickelt werden. Und wenn mehrere Positiv-Kriterien erfüllt werden, sehen wir das als nachhaltig an.

[SCHENK] Nachhaltige Finanzprodukte – wie ist die Resonanz bei den Kunden?

[JESSEN] Das aktive Nachfragen bei unseren Kunden, aber auch bei denen, die es werden wollen, nehmen wir verstärkt wahr. Also die Menschen wollen wissen, was wir da konkret machen.



Michael Jessen
UmweltBank

Ist seit April 2011 bei der UmweltBank und startete im Bereich der privaten ökologischen Baufinanzierung. Er ist Teamleiter Finanzierung Privatkunden für ökologische Verbraucherkredite. Der Schwerpunkt liegt hier auf der Finanzierung kleinerer, nachhaltiger Investitionen von Privatpersonen in Photovoltaikanlagen, Elektromobilität oder ökologische Sanierungen.

[BRINKMANN] Bei uns ebenso. Neben digitalen und umweltfreundlichen Prozessen spielen vor allem Vertrauen und Fairness eine Rolle. Das bedeutet z. B. keine versteckten Kosten, ein effektiver Schutz vor Überschuldung und eine persönliche Beratung. Die Bereitschaft, für Nachhaltigkeit mehr zu zahlen, ist noch verhalten. Insofern gilt es, Win-wins zu finden und clever zu verzahnen.

[SCHENK] Apropos Kredit: Laut Schuldneratlas 2019 waren in Deutschland rund sieben Millionen Menschen verschuldet. Was kann die Finanzindustrie tun, um hier entgegenzuwirken?

[BRINKMANN] Sie kann ihr Wissen weitergeben – Stichwort finanzielle Bildung. Überschuldung bedeutet Verlust an Lebensqualität und oft erhebliche psychische Belastungen. Seit 2003 fördern wir deswegen die Stiftung „Deutschland im Plus“. Im Fokus sind dort präventive Bildungsangebote für junge Menschen, die für einen verantwortungsvollen und nachhaltigen Umgang mit dem eigenen Geld sensibilisieren.

[JESSEN] Finanzielle Bildung ist in Deutschland immer noch ein Randthema. Alle Generationen sollten verstehen, was die Finanzindustrie macht und warum. Wir als Bank wollen jeden Kunden und sein Projekt kennenlernen. Wie geht es dem Kunden dabei? Passt das Projekt zu ihm? Vielleicht kann hier die Bank durch Beratung Überschuldung vermeiden.

[SCHENK] Wie würden Sie einem potenziellen Kunden erklären, warum er auf ein nachhaltiges Produkt setzen soll?

[LEIKEB] Ich würde ihm erklären, dass der Kunde ja an einem langfristig stabilen Kapitalertrag interessiert ist. Und das funktioniert eben nur im Rahmen einer nachhaltigen Kapitalanlage.

[JESSEN] Nachhaltigkeit hört nicht auf, wenn ich mein Geld abgegeben habe. Sondern wenn ich es zurückbekomme und weiß, dass die Bank das Geld nachhaltig angelegt hat.

[BRINKMANN] Wahrscheinlich gar nicht. Vielmehr sollte es uns doch allen wichtig sein, Produkte und Services ganzheitlich und so nachhaltig wie möglich aufzusetzen, damit Kundinnen und Kunden rational entscheiden können.

[SCHENK] Herzlichen Dank für das Gespräch!

Rotkäppchen, *Klimawandel und der Wald...*

Hänsel und Gretel verliefen sich im tiefen Wald, Rotkäppchen begegnete dort dem Wolf, Goethe schrieb romantische Verse darüber. Kurzum: Wälder waren und sind tief in unserer Kultur verwurzelt. Tatsächlich leben wir hierzulande in einem der waldreichsten Länder Europas. Rund ein Drittel der Fläche Deutschlands ist mit Bäumen bestanden¹. Zumindest noch. Denn der Klimawandel hinterlässt auch hier seine Spuren.

Wälder sind nicht nur eine Ansammlung von Bäumen, sondern komplexe Ökosysteme – unverzichtbar für unser (Über-)Leben. Dort findet man die nach dem heutigen Kenntnisstand höchste Artenvielfalt aller Lebensräume auf der Landfläche. Allein in mitteleuropäischen Buchenwäldern kommen 4.300 Pflanzen- und Pilzarten sowie mehr als 6.700 Tierarten vor.² Wussten Sie zum Beispiel, dass auf einer alten Buche bis zu 700 Organismenarten in Gemeinschaft leben?³

Aber damit nicht genug: Wälder speichern Kohlenstoff und Wasser, produzieren Sauerstoff, liefern uns den Rohstoff Holz und sind Erholungsorte, an denen wir entspannen und Kraft tanken können. Umso besorgniserregender, dass der Klimawandel einigen unserer heimischen Baumarten extrem zu schaffen macht – und damit auch das empfindliche Ökosystem Wald bedroht. Ob Trockenheit, Hitze, Stürme oder Schädlinge: Was können wir tun, um unseren Wäldern zu helfen, sich den verändernden Umweltbedingungen anzupassen? Mehr noch: Wie erreichen wir, dass sie auch noch in 50 bis 100 Jahren gesund und voller Leben sind?

Über die Zukunft unserer Wälder hat unsere Redakteurin Alexandra Lill mit Dr. Christian Kölling gesprochen. Er ist Bereichsleiter Forsten beim Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (AELF) in Roth (Mittelfranken) und begleitet das Projekt „Waldzukunft zum Anfassen“.

^{1,2} Quelle: NABU: www.nabu.de/natur-und-landschaft/waelder/waldpolitik/11375.html
³ Quelle: Taunus-Nachrichten: www.taunus-nachrichten.de/oberursel/nachrichten/oberursel/wald-mehr-summe-seiner-baeume-id65971.html



Ein Waldspaziergang mit Dr. Christian Kölling

Bereichsleiter Forsten beim Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (AELF), Roth

[LILL] Vielen Dank, dass Sie sich Zeit für das Interview nehmen. Eine Frage, die uns gleich zu Beginn brennend interessiert: Was fasziniert Sie an Wäldern? Und was verbinden Sie damit?

[KÖLLING] Wälder haben mich schon als Kind begeistert. Wann immer möglich, waren mein Vater und ich dort auf Entdeckungstour unterwegs. Die Atmosphäre, die Gerüche nach feuchtem Laub, Erde und Harz, die Vielfalt an Lebewesen – jeden Tag kann man hier Neues entdecken. Denn das komplexe Wald-Ökosystem verändert sich ständig. Nichts ist exakt wie

am Tag zuvor. Meinen Forschergeist haben die „Geheimnisse“ in und um den Wald also schon früh beflügelt. Heute habe ich das Glück, dass meine Leidenschaft und mein Beruf Hand in Hand gehen.

[LILL] Sie begleiten und leiten ja auch das Projekt „Waldzukunft zum Anfassen“, das unsere Wälder für den Klimawandel fit machen soll. Können Sie die Kernidee dahinter erläutern?

[KÖLLING] Wir stecken gerade mitten im menschengemachten Klimawandel: Das Klima ändert sich mit einer Geschwindigkeit, wie sie noch vor wenigen Jahren nur in sehr pessimistischen Szenarien vorkam. Wohin die „Reise“ unserer Wälder genau geht und welche Bäume bzw. Baumgemeinschaften bei uns in 50 bis 100 Jahren unter den veränderten klimatischen Bedingungen leben können, ist unmöglich exakt vorherzusagen. Dafür wäre eine Zeitmaschine nötig. Um dennoch herauszufinden, wie wir unseren Wäldern helfen können, den Klimawandel zu überstehen, z. B. durch das Pflanzen der richtigen Baumarten, orientieren wir uns an Regionen, wo heute schon das Klima herrscht, das wir bei uns in Zukunft erwarten dürfen. Wir nutzen also Erfahrungen aus der Ferne anstelle von Erfahrungen aus der Zukunft und „importieren“ Bäume wie die Edelkastanie, die auch höhere Temperaturen und Trockenheit überstehen können. Die Raumreise ersetzt somit die Zeitreise. Das nennt sich Analogieprinzip und dient als Basis für unser Projekt „Waldzukunft zum Anfassen“.

[LILL] Also können wir von anderen Regionen lernen, unsere Wälder zukunftsfähig aufzuforsten. Aber warum ist der Klimawandel für einen Großteil unserer derzeitigen Wälder überhaupt so gefährlich?

[KÖLLING] Um diese Frage zu beantworten, schauen wir am besten in unsere klimatischen Zwillingsregionen in Frankreich. Diese reichen von Dijon über

Lyon bis nach Avignon. Hier wachsen immer weniger Kiefern und Fichten. Und auch deutlich weniger Eichen und Buchen – wenn man sich nur weit genug in Richtung Süden vorarbeitet. Denn jede Baumart hat einen individuellen Temperaturbereich, in dem sie überleben kann.

Nadelbäume, die für unsere derzeitigen Wälder noch typisch sind, kommen ursprünglich aus dem kalten Norden. Sie lieben niedrige Temperaturen und brauchen viel Feuchtigkeit. Bedingungen, die sie vor dem Klimawandel auch in unserer Region vorgefunden haben. Nun ändert sich das Klima rapide und Fichten wie Kiefern kommen mit der zunehmenden Trockenheit und den gestiegenen Temperaturen nicht gut klar. Schlimmer noch: Sie sterben ab. Und da sie einen großen Prozentsatz unserer Wälder ausmachen, hat das dramatische Folgen – sofern wir dem nicht entgegenwirken.

[LILL] Das klingt wirklich besorgniserregend. Tatsächlich sieht man ja bei uns oft ganze Waldbereiche, wo ausschließlich Fichten als Monokultur angepflanzt wurden. Doch weshalb haben Waldbesitzer in der Vergangenheit denn überwiegend auf Nadelbäume und nicht auf unterschiedliche Baumarten gesetzt?

[KÖLLING] Unter für sie idealen Bedingungen wachsen Fichten sehr schnell und bieten daher eine besonders ertragreiche Holzernte. Deshalb hat man sie in der Vergangenheit bevorzugt gepflanzt – eben auch gerne als Monokulturen. Doch der Klimawandel bedeutet nun das Aus für reine Fichten- und Kiefernwälder. Ein Umdenken ist dringend notwendig.

[LILL] Also sind Mischwälder, sprich Wälder mit vielen unterschiedlichen Baumarten, grundsätzlich besser für den Klimawandel gerüstet?

[KÖLLING] Auf jeden Fall. Da wir die klimatische Entwicklung nicht exakt vorhersagen können, ist es riskant, ausschließlich auf Baumarten zu setzen, die hervorragend mit Trockenheit und hohen



Mit dem Pflanzen zukunftsfähiger Baumarten aus wärmeren, trockeneren Regionen will das Projekt „Waldzukunft zum Anfassen“ unsere Wälder für den Klimawandel fit machen.





Je heißer und trockener die Sommer, desto anfälliger werden unsere Nadelwälder für Schädlinge wie den Borkenkäfer.



Wir Menschen haben den Klimawandel in Gang gesetzt. Damit tragen wir auch die Verantwortung für die Folgen, die dieser für unsere Wälder hat.“

Dr. Christian Kölling, Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (AELF)

Temperaturen, aber nicht mit Kälte und Feuchtigkeit umgehen können. Denn das Klima verändert sich ja nicht von heute auf morgen komplett, sondern in der Übergangszeit gibt es eine Mischung des Klimas von heute und morgen. Das bedeutet: Es kann zwischendurch immer noch kalte Winter und regenreiche Sommer geben. Wenn wir nun viele Baumarten mit unterschiedlichen Vorlieben pflanzen, verringern wir das Risiko, dass ganze Waldbereiche unter für sie ungünstigen Bedingungen absterben.

Das ist aber nicht der einzige Vorteil von Mischwäldern. Verschiedene Baumarten unterstützen sich gegenseitig. So verlieren Laubbäume im Winter ihre Blätter und lassen dadurch mehr Regenwasser und Licht durch. Davon profitieren wiederum die Nadelbäume. Denn Ressourcen wie Licht, Wasser und Nährstoffe können so effizienter genutzt werden, was Mischwälder sogar ertragreicher macht als Monokulturen.

[LILL] Spielt auch Artenvielfalt eine Rolle bei dem Umbau der Wälder?

[KÖLLING] Ganz bestimmt. Mit unserem Ansatz fördern wir auch die Artenvielfalt. Denn wir ergänzen heimische Baumarten (die bislang gut mit dem Klimawandel klarkommen) mit neuen Arten aus unseren klimatischen Zwillingsregionen. Dadurch erhöhen wir die Biodiversität, denn vorhandene Organismen können weiterhin existieren, da ihre Lebensgrundlage ja bestehen bleibt. Zusätzlich erhalten neue Lebewesen die Chance, sich anzusiedeln. Das Ökosystem Wald entwickelt sich also weiter – ergänzt um neue Arten.

[LILL] Und welche Baumarten können den aktuellen und kommenden Herausforderungen am besten trotzen? Müssen wir wirklich „fremde“ Baumarten importieren?

[KÖLLING] Unsere Wälder können aktuell mit der Geschwindigkeit der klimatischen Veränderungen nicht Schritt halten. Sie brauchen unsere Unterstützung. Stärken können wir sie, indem wir eben fremde Baumarten, die in den schon genannten Zwillingsregionen gedeihen, in unsere Breiten importieren. Dazu gehört unter anderem die Edelkastanie, aber auch die Manna-Esche oder die Hopfen-Buche. Sie haben die Fähigkeit, in den trockeneren, wärmeren Regionen zu überleben. Das gelingt ihnen, weil sie große Wurzeln haben, mit denen sie das Wasserangebot aus der Erde optimal ausschöpfen können. Dafür sind sie etwas kleiner und wachsen sie etwas langsamer. Aber damit können eben auch in Zukunft bei uns leben – im Gegensatz zu manchen unserer heimischen Arten, deren große Zeit leider vorbei ist.

[LILL] Wir Menschen haben das ganze Problem mit dem Klimawandel ja überhaupt erst verursacht. Wäre es da nicht auch eine Option, der Natur (teilweise) wieder ihren Lauf zu lassen und so wenig wie möglich einzugreifen? Wie viel unberührte Natur braucht unser Wald und wie viel Naturwald gestatten wir?

[KÖLLING] Das stimmt. Wir Menschen haben den aktuell rapide voranschreitenden Klimawandel in Gang gesetzt. Und damit tragen wir auch die Verantwortung für die Folgen, die dieser für unsere Wälder hat. Wenn wir diese nun einfach sich selbst überlassen, werden große Teile in den nächsten Jahren absterben – und es würde sehr lange dauern, bis sich ein neues Gleichgewicht einstellt bzw. neue Arten auf natürliche Weise „einwandern“. Sofern das überhaupt passiert, denn wir Menschen haben viele Barrieren (wie

Straßen, Städte, Ackerflächen etc.) aufgebaut, die so eine natürliche Einwanderung erschweren oder gar komplett verhindern. Deshalb sehe ich uns ganz klar in der Pflicht, unsere Wälder zu unterstützen, indem wir zukunftsfähige Baumarten zwischen die heimischen Arten pflanzen. Und das tun wir ganz gezielt mit dem Projekt „Waldzukunft zum Anfassen“.

[LILL] Abschließend noch eine ganz zentrale Frage: Was sind für Sie die wichtigsten Faktoren, damit ein Aufforstungsprojekt nachhaltig erfolgreich ist?

[KÖLLING] Da möchte ich vier Faktoren nennen, die für den Erfolg eines solchen Waldumbaus besonders wichtig sind:

- Zuerst sollte man mindestens vier Baumarten mischen – wenn möglich mehr. Möglichst sollten diese verschiedene Temperaturbereiche abdecken. Von kühl über mittel bis hin zu hohen Temperaturen.
- Dann sollten es natürlich die passenden Baumarten sein, also solche mit einer guten Zukunftsprognose, die auch noch in 50 bis 100 Jahren unter den neuen klimatischen Bedingungen eine Überlebenschance haben.
- Wichtig ist außerdem, diese zukunfts-fähigen Baumarten über eine große Fläche zu streuen, d. h. möglichst häufig kleinere Anpflanzungen über eine große Region zu verteilen, damit hier die Artenvielfalt flächenwirksam erhöht wird.
- Die jungen Bäume müssen in den ersten Jahren gepflegt werden. Dazu gehört es, sie vor dem Verbiss durch Wildtiere zu schützen und auch Platz im vorhandenen Wald zu schaffen, damit sie an genug Licht und Wasser kommen

[LILL] Vielen herzlichen Dank für das interessante Gespräch, Herr Dr. Kölling. Und weiterhin viel Erfolg mit dem Projekt „Waldzukunft zum Anfassen“.

Weil Gesundheit Chefsache ist!

Gesunde Mitarbeiter =
gesundes Unternehmen?



Wenn uns das Jahr 2020 etwas gelehrt hat, dann das: Gesundheit ist das höchste Gut. Und die Voraussetzung für alle Bereiche des Lebens, effizient und erfolgreich zu sein. Auch und besonders im Job. Trotzdem betrachten manche Unternehmen Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) noch eher stiefmütterlich. Ein „Nice-to-have“, um körperbewussten Beschäftigten etwas zu bieten und sie bei der Stange zu halten. Aber es ist aufwendig und wird von viel zu wenig Mitarbeitern angenommen – laut einer aktuellen Studie nutzen nur 65 Prozent der Arbeitnehmer Gesundheitsangebote ihres Arbeitgebers.*

Dabei zeigt die Studie deutlich, was ein effektives BGM leisten kann: 40 Prozent weniger Fluktuation, elf Prozent mehr Umsatz pro Mitarbeiter und ein um 76 Prozent gesteigerter Aktienwert innerhalb von sechs Jahren. Und: Im Corona-bedingten Homeoffice ist die Bereitschaft der Menschen, etwas für ihre Gesundheit zu tun und auch entsprechende Online-Angebote wahrzunehmen, spürbar größer.

Die NÜRNBERGER hat das Potenzial von BGM schon lange vor Corona erkannt. Als Unternehmen mit hoher sozialer Verantwortung setzt die NÜRNBERGER

**BGM in der NÜRNBERGER –
immer am Puls der Zeit.**
Kerstin Catak, Günter Distler
und Jeanette Wilbrand leiten
im Team das NÜRNBERGER
Gesundheitsmanagement

einiges in Bewegung, um die Lebensqualität und das Wohlbefinden ihrer Beschäftigten zu verbessern. Das Gesundheitsmanagement für alle NÜRNBERGER Konzerngesellschaften hat nicht nur zum Ziel,

die Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit zu erhöhen sowie krankheitsbedingte Fehlzeiten zu reduzieren. Das Unternehmen stellt sich damit auch den Herausforderungen des demografischen Wandels und sichert seine Position als attraktiver Arbeitgeber.

*Roland Berger Studie „Corporate Health Management“ in Zusammenarbeit mit den Asklepios-Kliniken

Das Engagement zahlt sich aus: Die NÜRNBERGER ist zum wiederholten Mal mit dem Corporate Health Award unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie ausgezeichnet worden.



Jeanette Wilbrand und Walter Bockshecker, Vorstand für Personal- und Sozialwesen, sind stolz auf den Corporate Health Award in der Kategorie „Exzellenz“.

Doch welche Maßnahmen stecken hinter dem BGM-Konzept? Wie können die Mitarbeiter ihren Arbeitsalltag – und die Zeit darüber hinaus – gesund gestalten?

Ein Raum für alles

Bewegung & Entspannung sind die Grundpfeiler eines körperbewussten Lebens. Damit unsere Mitarbeiter nicht ins Fitnessstudio müssen, haben wir das Fitnessstudio ins Haus geholt: Der Bewegungs- und Entspannungsraum im Business Tower hält großzügige Flächen und Geräte für alle Formen des Eigen- und Kurstrainings bereit. Und weil NÜRNBERGER NÜRNBERGERN helfen, werden hier Kurse von (geschulten) Mitarbeitern für Mitarbeiter angeboten: von Faszientraining bis Yin Yoga, von Body Workout bis Qi Gong.

Gemeinsam fit

Nichts motiviert mehr beim Sport als eine Gruppe Gleichgesinnter, die einen kollegial anspornen! Die NÜRNBERGER Sportgemeinschaft (NSG) bietet für einen geringen Jahresbeitrag die Chance, ein Dutzend populärer Sportarten zu günstigen Konditionen zu betreiben – von Ballsport über Tanzen bis Mountainbiken. Gemeinsame Ski- und Wanderfahrten runden das NSG-Sportjahr ab. Die NÜRNBERGER bezuschusst außerdem die Teilnahme an Laufveranstaltungen wie dem Firmenlauf der Metropolregion Nürnberg. Und ganz im Sinne der Nachhaltigkeit können sich NSG-Mitglieder jederzeit Fahrräder, Tretroller und E-Scooter ausleihen und damit z. B. zu einem Geschäftstermin oder in der Pause um den nahegelegenen See düsen. Um auch die kommenden Generationen an eine aktive, körperbewusste Lebensweise heranzuführen, gibt es für Mitarbeiterkinder Angebote wie die beliebten Ferien-Sportcamps.

Auf zwei Rädern in die Zukunft

Das Fahrrad als Verkehrsmittel ist stark im Aufwind. Noch bevor im Rahmen der Corona-Krise „Pop-up-Radwege“ die Städte eroberten, hatte die NÜRNBERGER dies schon erkannt und ihr Mobilitätsangebot um das Firmenfahrrad erweitert. Bei ausgewählten Fachhändlern können Mitarbeiter kostengünstig hochwertige Zweiräder ihrer Wahl leasen und vom Zuschuss ihres Arbeitgebers profitieren. Das fördert CO₂-neutrale Mobilität – und gleichzeitig die Fitness der Arbeitnehmer.

Nachhaltig genießen

Für das Wohlbefinden am Arbeitsplatz spielt ausgewogene, gesunde Ernährung eine wichtige Rolle. Lecker soll es sowieso sein. Und am besten auch noch nachhaltig und ökologisch. Kein Problem: Der haus-eigene Kasinobetrieb der NÜRNBERGER stellt eine gesunde Verpflegung für alle Mitarbeiter sicher – mit täglich wechselnden, frisch zubereiteten Speisen. Beim Einkauf der Lebensmittel haben heimische Produkte Vorrang. Kontrollierte Qualität



Wussten Sie schon? Jeder Kilometer auf dem Drahtesel spart Kohlendioxid und schont die Umwelt. So ließen sich etwa 7,5 Millionen Tonnen des Treibhausgases vermeiden, wenn 30 Prozent der Kurzstrecken bis sechs Kilometer in den Innenstädten mit dem Fahrrad statt mit dem Auto gefahren würden.

steht dabei im Vordergrund, vom Anbau bis zur Verarbeitung. Wir legen hohen Wert auf Nährstoff- und Vitamingehalt, gesunde sekundäre Pflanzenstoffe sowie Nahrungsmittelsicherheit durch frische Produkte von regionalen Zulieferern. Auf Basis dieser hohen Standards entwickelt Kasinoleiter Max Kellermann für jeden Tag ein ausgewogenes, vielfältiges und reichhaltiges Ernährungsangebot, ergänzt um Aktionswochen, zum Beispiel mit köstlicher Low-Carb-Küche. Damit der Genuss ökologisch erzeugter Premium-Lebensmittel auch für alle erschwinglich bleibt, unterstützt die NÜRNBERGER die Preise für die Mitarbeitergerichte. Und zum Nachkochen für zu Hause teilt der Küchenchef gerne seine besten Rezepte.

Bewegung und Abwechslung für einen gesunden Rücken

Die wichtigste Voraussetzung für gesundes Arbeiten ist ein ergonomisch eingerichteter Arbeitsplatz. Insbesondere bei der oft statischen Tätigkeit am Schreibtisch sollten die einzelnen Elemente

optimal auf die individuellen körperlichen Bedürfnisse abgestimmt sein. Denn schließlich verbringen unsere Mitarbeiter die meiste Zeit des Tages im Sitzen. Für ein gesundes Muskel-Skelett-System ist es jedoch entscheidend, dass man sich ausreichend bewegt. Das gilt auch am Büroarbeitsplatz. Bei häufiger, langanhaltender Tätigkeit im Sitzen kann es sonst zu Verspannungen in Nacken, Schultern und Rücken bis hin zu ernsthaften Bandscheibenschäden kommen.

Gesundheits-Profis sind vor Ort

Als verantwortungsbewusster Arbeitgeber leistet die NÜRNBERGER viel, damit sich die Mitarbeiter am Arbeitsplatz wohlfühlen – und Mehrwerte für ihr ganzes Leben mitnehmen können. Von der mobilen Business-Massage am Arbeitsplatz – seit 2012 ein gern genutzter Service – über Erste-Hilfe-Kurse bis zu Gripeschutzimpfungen, Augen-Check, Darmkrebsvorsorge und weiteren Angeboten im Rahmen des BGM. Unsere Betriebsärztin und unser Ergonomiebeauftragter sorgen dafür, dass die Mitarbeiter in einem gesundheitsfördernden Arbeitsumfeld agieren können.

Gesund und leistungsfähig bleiben

Ein Vorzeigemodell unseres Gesundheitsmanagements sind die intern konzipierten „NÜRNBERGER Seminare zur Erhaltung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit“. Im zweitägigen Basisseminar erfahren die Teilnehmer, wie sie ihr Wohlbefinden und ihr Arbeitspotenzial langfristig bewahren können. Sie erlernen Methoden, um herausfordernde Situationen besser zu bewältigen und anhand ihrer persönlichen Werte Strategien zu entwickeln, mit denen sie im Berufsleben zufriedener sind. In einem Vertiefungsmodul wird das Wissen der Basiskurse aufgefrischt, erweitert und somit die Nachhaltigkeit des Angebots gewährleistet.

Die Maßnahmen des BGM sind in jeder Hinsicht ein Gewinn an Lebensqualität: Neben der Möglichkeit, Körper und Seele unkompliziert und arbeitsplatznah etwas Gutes zu tun, profitiert auch das Zusammengehörigkeitsgefühl unserer Mitarbeiter davon enorm. Und das ist besonders in Corona-Zeiten essenziell.



Regional, frisch, am besten Bio: Küchenchef Max Kellermann legt höchsten Wert auf Qualität beim Einkauf.



Das firmeneigene „Gym“: Im Bewegungs- und Entspannungsraum können sich die Mitarbeiter fit halten, auch individuell.

Zwischen Spielplatz und Mitarbeitergespräch.

Eine Mutter, die Teilzeit arbeitet – und als leitende Führungskraft bei der NÜRNBERGER verantwortlich ist für über 50 Mitarbeiter des Servicecenters im Bereich Human Resources. Dabei sieht sich Kathrin Schaffner weder als Exotin noch als Pionierin: „Es sollte eigentlich in unserer Gesellschaft nichts Besonderes sein, dass eine Führungskraft Teilzeit arbeitet, und damit meine ich Frauen und Männer gleichermaßen.“ Die 39-Jährige ist mit ihrer Familie dafür ein gutes Beispiel.





Führung in Teilzeit ist nicht nur ein Frauending.

„Außenstehenden fällt es meist gar nicht auf, dass ich Teilzeit arbeite“, erzählt Kathrin Schaffner. Für sie und Ehemann Bernd stand schnell fest, dass sie sich beide zu gleichen Teilen um die Erziehung ihres Sohnes Luis kümmern möchten – Führungsposition hin oder her. Doch wie bekommt man das im Alltag umgesetzt? Damit Luis zwei gleichberechtigte Bezugspersonen bekommt, gab bereits die Hebamme Tipps, was die Familie dafür tun kann. „Ohne diese Unterstützung und frühzeitige Vorbereitung wäre es viel schwieriger gewesen“, ist sich Kathrin Schaffner sicher, „so achteten wir etwa darauf, dass auch mein Mann viel Zeit mit Luis allein verbringt, obwohl ich die ersten sechs Monate nach der Geburt Elternzeit genommen habe. Dadurch konnte ich mit meinem Team regelmäßig in Kontakt bleiben und an wichtigen Terminen teilnehmen – manchmal sogar mit Kind.“

Doch von Anfang an: Als Kathrin Schaffner Ende 2017 schwanger wurde, stand der Bereich Human Resources vor einer Umstrukturierung und die Führungskräfte mussten sich auf die ausgeschriebenen Positionen bewerben. Hier stand für sie durchaus die Überlegung im Raum, welche Hierarchieebene sie sich mit Kind zutrauen könne: die nächste Karrierestufe (Bereichsleitung) angehen, auf der bisherigen Ebene (Abteilungsleitung) bleiben oder künftig auf Mitarbeiterverantwortung verzichten? „Bei der Entscheidung bestärkten mich sowohl mein Partner als auch meine frühere Tätigkeit bei der NÜRNBERGER. Denn ich begleitete als Projektleiterin die Initiative ‚Frauen in Fach- und Führungspositionen‘ und habe auf branchenübergreifenden Netzwerkveranstaltungen viele tolle Frauen

kennengelernt. Seitdem weiß ich, dass Teilzeit und Führung kein Widerspruch sein muss. Ich war damals begeistert und habe mich für entsprechende Maßnahmen eingesetzt. Das hat mich ermutigt, den nächsten Schritt zu gehen. Dazu kommt das Vertrauen meiner Führungskräfte in mich und meine Fähigkeiten“, gibt Kathrin Schaffner Einblick.

Überhaupt ist Vertrauen und Loslassen-Können bei Führung in Teilzeit immens wichtig und zwar nicht nur beruflich, sondern auch privat. „Ich vertraue meinem Mann, dass er es auf seine Art und Weise mit unserem Sohn genauso richtig macht wie ich. Beruflich half es mir, dass ich nach sechs Monaten Pause auf eine neue Stelle als Leitende in einen komplett umstrukturierten Bereich



Manchmal kann es ganz schön sportlich sein, Beruf und Familie unter einen Hut zu bringen.

kam. Dies war die große Chance, mich auf Managementaufgaben zu fokussieren und mich aus dem operativen Bereich weitgehend herauszuhalten. Dafür habe ich meine drei Teamleiterinnen und kompetente Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“, schildert Kathrin Schaffner. Ebenso kommt Teilzeit(führungs)kräften wie ihr entgegen, dass die Corona-Krise ein Umdenken, was die Präsenzpflcht angeht, beschleunigt hat. Digitalisierung, neue Kommunikationsmöglichkeiten, größere Flexibilität von Arbeitszeit und -ort eröffnen neue Möglichkeiten und lassen Beruf und Familie leichter vereinbaren. Durch vermehrtes Home-Office verliert die physische Anwesenheit einer Führungskraft zunehmend an Bedeutung.



Loslassen-Können: Wichtig ist, dass am Ende das Ergebnis stimmt.

Das sprichwörtliche Jackett über dem Bürostuhl oder das Licht, das bis spät-abends im Büro brennt, haben eigentlich ausgedient. Es gibt schließlich Ziele, die es zu erfüllen gilt und die mehr über den Erfolg eines Bereichs aussagen als die bloße Präsenz. Kathrin Schaffner arbeitet hier konsequent mit dem Klären von Erwartungen sowohl in der Hierarchie nach oben als auch nach unten (s. auch Infobox „Führen mit Dialog und Feedback“). Der Job ist gut gemacht, wenn klar definierte Ziele bzw. Erwartungen erfüllt sind: Was nehmen wir uns vor, was haben wir erreicht? Jeder – von der Führung bis zum Mitarbeiter – soll wissen, was sein Beitrag ist. „Gerade im Zuge der Umstrukturierung und nach meiner Elternzeit waren für mich die Gespräche mit meinem Chef, was er von mir als Leitende erwartet, wichtige Leitplanken. Umgekehrt formuliere ebenso ich meine Erwartungen an ihn. Das gleiche gilt für meine Teamleiterinnen. Um festzustellen, ob ich zu nah dran oder zu weit weg bin, hilft nur eines: vertrauensvoll miteinander sprechen“, bekräftigt Kathrin Schaffner.

Was unterscheidet nun eigentlich eine Teilzeit- von einer Vollzeitführungskraft? „Außer der wöchentlichen Arbeitszeit – hoffentlich nichts“, antwortet Kathrin Schaffner schmunzelnd. Schließlich kann sie auf einige Jahre Erfahrung als Abteilungsleiterin in Vollzeit zurückblicken. Insgesamt hat sich in den letzten Jahren die NÜRNBERGER Unternehmenskultur weiterentwickelt und damit auch der Führungsstil an sich.



Weniger Wochenstunden – mehr Zeit für die Familie. „Es sollten mehr Männer den Mut haben und Teilzeit arbeiten“, wünscht sich Kathrin Schaffner.

Es herrsche ein größeres Verständnis, die Bedürfnisse der Mitarbeiter und ihre Belastungsgrenze werden ernster genommen. Die Mitarbeiter zeigen gerade angesichts der Corona-Krise eine hohe Eigenverantwortung, und viele Eltern haben den Anspruch, die Situation selbst hinzubekommen. Kathrin Schaffner muss es wissen, denn ihr HR-Servicecenter ist für die Personalangelegenheiten aller Mitarbeiter zuständig. In diesem Zusammenhang ist es ihr wichtig, sich von Stereotypen zu lösen und in der Kommunikation neutraler zu werden.

Bei einer Frau kommt meist im gleichen Atemzug die Frage nach Teilzeit. Anstatt neutral zu fragen, ob sie schon wisse, wie sie nach der Geburt arbeiten möchte“, nennt Kathrin Schaffner dafür ein Beispiel. Insgesamt hat sie festgestellt, dass Männer eher bereit sind, ins kalte Wasser zu springen und sich freizuschwimmen, wenn es um neue Herausforderungen geht. Dadurch ist ihre Lernkurve höher. Frauen sind da zögerlicher, trauen sich oft weniger zu und warten eher, bis das Wasser lauwarm ist. „Ich würde mir wünschen, dass mehr Frauen den Sprung ins kalte Wasser wagen, ihre Selbstzweifel überwinden und sich sagen, wenn der andere mir das zutraut, dann schaffe ich das.“ Auch Kathrin Schaffner wird wieder ins kalte Wasser springen, denn im Juli 2021 erwartet sie ihr zweites Kind.

Führung in Teilzeit (noch) selten

Teilzeit ist unter Managern eine Seltenheit: Weniger als 5 Prozent der deutschen Führungskräfte reduzieren ihre Arbeitszeit. Ähnlich sieht es in den meisten europäischen Ländern aus (Quelle: Hans-Böckler-Stiftung, www.boeckler.de). Bei der NÜRNBERGER Versicherung arbeiten über alle Hierarchieebenen hinweg sieben Prozent der Führungskräfte Teilzeit (Stand 31.12.2020).



Frauen sollten sich trauen, öfter mal ins kalte Wasser zu springen und Selbstzweifel überwinden.

Warum ist das so? Mit dieser Frage haben sich u. a. Prof. Dr. Anja Karlshaus beschäftigt, die den Fachbereich Personal und Unternehmensführung an der Cologne Business School (CBS) leitet, sowie Angela Fauth-Herkner, die als Inhaberin eines Beratungsunternehmens über langjährige Erfahrung im HR-Management verfügt. Beide haben jeweils verschiedene Publikationen und Beiträge zum Thema Führen in Teilzeit veröffentlicht und kennen vielfältige Hinderungsgründe, z. B.:

- Hohes zeitliches Engagement ist als Leistungsmaßstab verinnerlicht.
- Teilzeitarbeit ist oft noch negativ besetzt und wird mit Halbtagsbeschäftigung, Frauenarbeit, wenig qualifizierter Arbeit sowie Einkommenseinbußen gleichgesetzt.



Berufsleben perfekt aufeinander abgestimmt: Kathrin und Bernd Schaffner kümmern sich zu gleichen Teilen um Ihr Kind.

- Es besteht der Anspruch, dass eine Führungskraft für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter möglichst gut oder immer erreichbar sein müsse. Dabei wird übersehen, dass Führungskräfte auch in Vollzeitarbeit häufig durch Termine, Sitzungen etc. nicht erreichbar sind. Ob diese stets sinnvoll bzw. produktiv sind, sei dahingestellt.
- Es herrscht mangelnde Bereitschaft, Verantwortung zu delegieren: Aus Angst vor Macht- bzw. Statusverlust arbeiten nicht wenige Führungskräfte tatkräftig operativ mit, anstatt sich auf Managementaufgaben zu konzentrieren und auf Spezialisten zu verlassen.

Sieht man sich diese Hinderungsgründe genauer an, stellt man fest, dass ein Großteil von Vorbehalten und alten Denkweisen geprägt ist. Zeit, etwas zu ändern. Beginnen wir mit unserer inneren Einstellung. Denn dass Führung in Teilzeit funktioniert, beweisen Kathrin Schaffner und viele andere täglich aufs Neue.

FÜHREN MIT DIALOG UND FEEDBACK

Viele Führungskräfte, wie beispielsweise auch Kathrin Schaffner, arbeiten instinktiv mit dem Klären von Erwartungen. Erwartungen sind Annahmen, die an das Handeln, eine Reaktion oder Entwicklung z. B. einer Person gestellt werden. Diese können sich an andere Personen richten, aber auch an einen selbst. Als Instrument der Personalführung spricht man vom sogenannten Erwartungsmanagement. Dabei ist es für Führungskräfte und ihre Mitarbeiter wichtig, gegenseitige Erwartungen zu klären. Hier geht es nicht darum, diese Ansprüche erfüllen zu müssen. Doch man muss sie erst einmal kennen. Dann erst kann man sondieren, aussortieren, korrigieren, erweitern, streichen. Wer dies nicht tut, riskiert leichtfertig und überflüssigerweise Enttäuschungen. Denn Enttäuschungen sind immer unerfüllte Erwartungen.

Wer als Führungskraft im Dialog mit seinen Mitarbeitenden bleibt – und nicht nur im inneren –, hält sich und andere up-to-date, was den Lauf der Dinge und die begleitende Stimmung angeht. Man setzt so ein wichtiges Zeichen von Interesse und Wertschätzung. Wichtig ist hierbei auch das Vertrauen in die Kompetenz des anderen. Vielleicht wird ein Thema nicht den eigenen Erwartungen entsprechend erledigt – aber vielleicht wird es dadurch sogar noch besser. Und wenn nicht, ist es umso wichtiger, sich durch Dialog und Feedback auf Augenhöhe einem gemeinsamen Verständnis zu nähern.



Füreinander da sein.

Helfen und Hilfe annehmen, wenn es kein „Jetzt-wird-alles-Gut“ mehr gibt.

Ein eigenes Kind. Das ist der Wunsch vieler Paare und Familien. Während der Schwangerschaft fiebern sie sehnlichst darauf hin, das Neugeborene in ihre Arme zu nehmen und in ihr Herz zu schließen. Sie malen sich die Zukunft in bunten Farben aus. Unbeschwertes Kinderlachen, erste Gehversuche, die große Schultüte und das Bedürfnis, Geborgenheit und Wissen zu vermitteln, inbegriffen. Doch wie damit umgehen, wenn die Realität ganz anders aussieht? Wenn klar wird, dass das eigene Kind krank ist und nicht lange leben kann?

In Deutschland wohnen über 50.000 Eltern, die wissen, dass ihr Kind früh sterben wird. Bestrebt, sich dem Schicksal zu stellen, in der Hoffnung, einen Ausweg zu finden, setzen sie sich intensiv mit der Erkrankung ihres Kindes auseinander. Während sie neue Forschungsergebnisse und Therapieformen herbeisehnen, widmen sie sich dem anstrengenden Pflegealltag. Dabei versuchen sie, ihrem Kind sein kurzes Leben so angenehm wie möglich zu machen, ihm viele Wünsche zu erfüllen. Die daraus resultierenden gemeinsamen, flüchtigen Augenblicke des Glücks geben ihnen Kraft und lassen die Gedanken an Leid, Abschied und Trauer vorübergehend verblassen.

Das Unfassbare begreifen

Fatal ist, dass es für die betroffenen Familien keine Lösung in Form von Heilung gibt. Die Krankheit schreitet unaufhörlich voran, bestimmt die Abläufe rund um die Uhr und vereinbart mehr und mehr – physisch wie psychisch. Emotional besonders herausfordernd wird es für die Eltern, wenn ihr Kind die eigene Situation realisiert, anfängt, Fragen nach dem Warum zu stellen, und sich mit dem Sterben auseinandersetzt. Antworten zu geben fällt schwer, wenn man im Innersten tief erschüttert ist, das Unfassbare dennoch zu verarbeiten versucht und sich dabei hilflos und alleine fühlt. Neben dem Kind, seinen Eltern, Geschwistern und nahen Verwandten müssen weitere Bezugspersonen, beispielsweise Freunde, Mitschüler, Vereinskameraden, Erzieher, Lehrer,

Trainer oder Nachbarn, lernen, mit der Krankheit und deren Folgen umzugehen. Dabei treten immer wieder Fragen und starke Emotionen wie Zweifel, Ängste, Wut und Trauer auf. Lähmende, niederdrückende Gefühle, welche die eigene Machtlosigkeit widerspiegeln.

Mit dem Schicksal auseinandersetzen

Rat und Beistand bietet in diesen Situationen das Telefon OSKAR des Bundesverbands Kinderhospiz e. V. Es ist benannt nach der Erzählung „Oskar und die Dame in Rosa“ des französischen Schriftstellers Éric-Emmanuel Schmitt. Im Zentrum der Handlung steht ein zehnjähriger, an Leukämie erkrankter Junge, der spürt, dass er nur noch kurze Zeit zu leben hat. Während ihm seine Eltern die Wahrheit verschweigen und ihn so massiv enttäuschen, gibt ihm die „Dame

in Rosa“, eine ehrenamtliche Helferin, Halt und Kraft bei der Auseinandersetzung mit seiner Krankheit und dem bevorstehenden Tod. Am Ende scheidet Oskar friedlich und in gewisser Weise zufrieden aus der Welt. Die Rolle der „Dame in Rosa“ übernehmen bei der kostenlosen Hotline OSKAR Telefon rund um die Uhr und an 365 Tagen im Jahr speziell geschulte Mitarbeiter mit Erfahrung im Bereich der Kinderhospizarbeit. Sie stehen allen zur Seite, die mit schwerstkranken Kindern und Jugendlichen zu tun haben oder den Verlust eines lieben Menschen verarbeiten müssen, und gehen individuell auf die Anliegen der Anrufenden ein. Die Vermittlung von Kontaktadressen im Umkreis der Betroffenen gehört ebenso zum Portfolio wie das „Einfach-Zuhören“ oder eine intensive psychosoziale Beratung.

Was sage ich meinem Kind? Und wie gehe ich mit seinen Ängsten um? Die Experten von „Frag OSKAR“ helfen, Antworten zu finden.



Hemmschwellen überwinden

Nicht immer können Betroffene über das sprechen, was sie emotional beschäftigt und aufwühlt. Im Geist die passenden Worte zu finden ist das eine, sie gegenüber Dritten zu äußern, das andere. Selbst aktiv zu werden, den Telefonhörer oder das Smartphone in die Hand zu nehmen und bei einer Hotline anzurufen, um sich Hilfe zu holen, stellt einen großen, bedeutenden Schritt dar, dem das Überwinden der eigenen Hemmschwelle vorausgeht. Vielen Menschen fällt es leichter, sich das Schicksal von der Seele zu schreiben, den Prozess des Verbalisierens, des Aussprechens der belastenden Tatsachen zu umgehen. Andere suchen nach

Ansprechpartnern, die sich in einer ähnlichen Situation befinden, die verstehen, was es bedeutet, ein lebensverkürzend erkranktes Kind zu haben, und bereit sind, sich auszutauschen – über die Grenzen und Herausforderungen des Alltags ebenso wie über wertvolle, schöne Momente.

Neue Kommunikationswege nutzen

Vor diesem Hintergrund wurde die Hotline im Herbst 2020 durch drei weitere Angebote ergänzt. Zu „Frag OSKAR“ zählt die Mail-Beratung, deren Team sich aus Fachkräften und Spezialisten der verschiedensten Bereiche zusammensetzt. Jede eingehende Nachricht wird mit Achtsamkeit und Mitgefühl gelesen und beantwortet. Moderierte Gruppen-

chats bieten schwersterkrankten Kindern und Jugendlichen, deren Familien und Bezugspersonen die Chance, sich zu vernetzen und auszutauschen. Das Wissen, nicht allein zu sein, kann helfen, die eigenen Gedanken neu zu ordnen und Probleme zu meistern. Die Jugend- und Familien-Chats widmen sich einem im Vorfeld veröffentlichten Thema und bieten darüber hinaus Raum, Anliegen der Gruppe zu besprechen.

Für Durchblick im „Paragraphendschungel“ sorgt die kostenfreie Sprechstunde zu sozialrechtlichen Fragen, die unter anderem Aufschluss zu Pflege- und Wohngeld sowie den Leistungen der Kranken- und Pflegekassen gibt. Die Betroffenen erfahren, welche Beihilfe ihnen zusteht, und sparen gleichzeitig ihr wertvollstes Gut: Zeit. Zeit, die sie in das Zusammensein mit ihrem Kind investieren können.

Das Miteinander leben

Die Berater der „Frag OSKAR“-Angebote wissen um den herausfordernden Alltag der Betroffenen, um ihre Sorgen und Nöte, um kostbare Glücksmomente und bohrende Fragen. Sie versuchen, Hilfe, Beratung und Unterstützung zu geben und Wege aufzuzeigen, mit der belastenden Situation umzugehen. Um bei „Frag OSKAR“ tätig sein zu dürfen, durchlaufen sie ein intensives Auswahlverfahren und nehmen regelmäßig an Schulungen und Weiterbildungen teil. Ihre größte Herausforderung ist es, Balance zu halten zwischen professioneller Handlungsfähigkeit und emotionaler Teilhabe. Denn in der Kinderhospizarbeit gibt es

Bei „Frag OSKAR“ können erkrankte Jugendliche und alle, die ihnen nahestehen, selbst entscheiden, welches Angebot heute, hier und jetzt das richtige ist.



kein Happy End. Alle Beteiligten wissen, dass eine Heilung nicht möglich ist und am Ende der Tod eines jungen Menschen steht. Vor diesem Hintergrund helfend zur Seite zu stehen, zu signalisieren, dass der andere alles aussprechen und abladen kann, ist unendlich wertvoll und verdient größten Respekt.

„Frag OSKAR“ ist da. Für alle. Immer.

Ob und wann sich Betroffene öffnen, welchen Weg der Kommunikation sie suchen, ist kaum vorherzusagen. Einige gehen es direkt an, andere brauchen Jahre, manche nehmen ihren Kummer mit ins Grab. Niemand ist davor gefeit, selbst zum Betroffenen zu werden oder mit Betroffenen in Kontakt zu kommen. Im Akutfall auf Angebote wie „Frag OSKAR“ zurückgreifen oder verweisen zu können, ist ebenso hilfreich wie tröstlich. Einem Betroffenen Offenheit entgegenzubringen, ihm das Signal zu geben, alles erzählen zu dürfen, auch wenn es einen selbst berührt und sprachlos macht, bereitet den Boden, auf dem Miteinander entstehen und wachsen kann. Helfen und Hilfe annehmen, wenn es kein „Jetzt-wird-alles-Gut“ mehr gibt, ist herausfordernd und kann bereichernd sein – für alle Beteiligten.

Angenommen werden – für Betroffene ist das eine wertvolle, Kraft gebende Erfahrung.

„Frag OSKAR“ auf einen Blick

Das Hilfeportal ist für alle Menschen da, die mit dem Thema „Kind und Sterben“ konfrontiert sind. Die Unterstützung durch erfahrene Experten setzt ab der Diagnosestellung ein und umfasst auch die Sterbebegleitung sowie die Trauerzeit.

→ **Die Beratung ist kostenfrei.**

OSKAR Telefon

- 24 Stunden an 365 Tagen erreichbar
- Hotline 0800 88 88 47 11
- Mehr Infos: www.frag-oskar.de/telefon

OSKAR Mail

- Online-Beratungsplattform
- Passwortgeschütztes Benutzerkonto
- Mehr Infos: www.frag-oskar.de/mail

Moderierte Live-Chats

- Jugend-Chat (14 bis 27 Jahre) mittwochs von 16 bis 18 Uhr
- Familien-Chat donnerstags von 19 bis 21 Uhr
- Mehr Infos: www.frag-oskar.de/chat

Sprechstunde für sozialrechtliche Fragen

- Auskunft zu allgemeinen Leistungsansprüchen
- Freitags von 15 bis 18 Uhr
- Mehr Infos: www.frag-oskar.de/sprechstunde

Die Stiftung NÜRNBERGER Versicherung trägt zum Erhalt des „Frag OSKAR“-Angebots bei, das sich zu 100 Prozent aus Spenden finanziert. Helfen auch Sie!

→ Spendenkonto

IBAN DE39 6805 1004 0004 7744 44
BIC SOLADES1HSW

„Das Leben feiern“ – Wir machen mit!

Die NÜRNBERGER Versicherung und ihre Stiftung unterstützen den Bundesverband Kinderhospiz e. V. Im ersten Kooperationsjahr wurden intern und extern zahlreiche Maßnahmen durchgeführt.



Verkündung der Zusammenarbeit

Am 10. Februar 2020, dem Tag der Kinderhospizarbeit, gab Vorstandsmitglied Dr. Martin Seibold die Zusammenarbeit mit dem Bundesverband offiziell bekannt. Im Rahmen einer „Bildung um 5“-Veranstaltung zog Per Toussaint, Leiter Kommunikation des Bundesverbands, die Mitarbeiter der NÜRNBERGER in seinen Bann und nahm ihnen die Angst davor, sich mit dem hochsensiblen Thema „Kind und Sterben“ auseinanderzusetzen. Premiere feierte der „Wunschbaum“, der es den Mitarbeitern ermöglicht, Geschwistern kranker Kindern etwas zu schenken.

Unser Vorstand Walter Bockschecker übergab Per Toussaint den Spendenscheck in Höhe von 5.000 Euro.



Stadtradeln 2020

Beim Stadtradeln traten die Mitarbeiter der NÜRNBERGER erstmals für den Bundesverband Kinderhospiz e. V. in die Pedale. Jeder von den 144 Teilnehmenden im Aktionszeitraum im beruflichen und privaten Umfeld mit dem Fahrrad zurückgelegte Kilometer wurde mit zehn Cent belohnt. Nach 21 Tagen standen insgesamt 37.311 Kilometer zu Buche. Die sich daraus ergebende Spendensumme von 3.731 Euro wurde durch die Stiftung NÜRNBERGER Versicherung auf 5.000 Euro aufgerundet.



FC Bundestag vs. 1. FC Kinderhospizarbeit

Generalagent Sven Matuschak vertrat die NÜRNBERGER bei einem ganz besonderen Fußballspiel: der Partie zwischen dem FC Bundestag und dem 1. FC Kinderhospizarbeit im Stadion des Jahn-Sportpark in Berlin. Gemeinsam mit Verantwortlichen, Botschaftern und Unterstützern des Bundesverbands, darunter Fußballgrößen wie Steffi Jones und Thomas Helmer, lenkte er bei der abschließenden „Dritten Halbzeit“ die Aufmerksamkeit der Abgeordneten auf die Bedürfnisse der 50.000 betroffenen Familien in Deutschland.

Insgesamt wurden 5 Postings im Zeitraum von 7. bis 31. Dezember erstellt.



Social-Media-Kampagne

Mit einer mehrteiligen Social-Media-Kampagne sensibilisierte die NÜRNBERGER ihre Follower zum Jahresende für die Kinderhospizarbeit. Im wöchentlichen Rhythmus wurden die „Frag OSKAR“-Angebote Telefon, Mail, Jugend- und Familienchat sowie sozialrechtliche Sprechstunde vorgestellt und mit aktiven Spendenaufrufen verbunden. Mit einem motivierenden Posting zum virtuellen Neujahrs-Lebens-Lauf schlug die NÜRNBERGER die Brücke ins nächste Kooperationsjahr.



Sachspenden

Auch mit Sachspenden wurde der Bundesverband Kinderhospiz e. V. von der NÜRNBERGER unterstützt. Während des ersten Lockdowns sorgten 2.000 FFP2-Masken dafür, dass sich betroffene Familien im Corona-Alltag ein bisschen sicherer fühlen konnten. Stofftiere, Gesellschafts- und Geschicklichkeitsspiele, bemalbare Tassen, Sportartikel und vieles mehr bereicherten am Jahresende den Alltag in 130 ambulanten und stationären Einrichtungen.



Herzenswünsche

Der „Wunschbaum für Geschwisterkinder“ wurde sehr gut angenommen. Indem sie kleine und große Herzenswünsche erfüllen, zaubern die Mitarbeiter der NÜRNBERGER den Brüdern und Schwestern betroffener Kinder, die im aufwendigen Pflegealltag mitunter eigene Bedürfnisse zurückstecken müssen, ein Lächeln ins Gesicht.

Coach:N mach mich fit!



„Schon untersommert? Mach mit bei unseren Tipps rund um den Jahreszeitenwechsel.“ Die Push-Nachricht der Gesundheits-App kommt pünktlich zur Mittagspause.



Testerin Ivonne Lößlein beim Workout:
Die Fitnessapp Coach:N hilft, den inneren
Schweinehund zu überwinden.

Ich fühle mich seit Tagen matt, kann mich schlecht aufraffen und das ewige Grau schlägt mir auf die Stimmung. Ein Tipp kommt jetzt eigentlich gerade recht.

Den Zugang zur App habe ich mir vor einer Woche speziell für diesen Artikel von der NÜRNBERGER zuschicken lassen. Sie bietet ausgewählten Kunden seit geraumer Zeit verschiedene digitale Gesundheitsdienste an. Ich wollte herausfinden, wie sich der Anwender fühlt, wenn aus seinem Versicherer plötzlich der fürsorgliche Gesundheitspartner wird, und ob die Dienste wirklich einen Mehrwert haben.

Ich wählte aus unterschiedlichen Anbietern, die sich auf den ersten Blick nur minimal voneinander unterscheiden, die Fitness-App Coach:N aus. Sie verspricht mir, sowohl bei der Arbeit als auch im Privatleben ausgeglichen und entspannt zu sein – wenn man sie denn aktiv nutzt. Mit Workouts, Ernährungscontent, Physio-Inhalten sowie Achtsamkeitsübungen für Körper und Seele soll sie einem helfen,

den Alltag mehr und mehr zu genießen. „Denn nur wer seine Batterien regelmäßig auflädt, kann mit Energie durchs Leben gehen und selbstbewusst Entscheidungen treffen. Tag für Tag“, lockt Coach:N.

Jetzt liegt das fein geschnürte Paket mit Aktivierungscode und Beschreibung vor mir und ich frage mich: Muss ich hier allzu viel von mir preisgeben? Nutzt die Versicherung den gewonnenen Einblick irgendwann gegen mich? Wie viel Zeit muss ich für mehr Fitness investieren?

Gesundheit hat schon heute, wie kaum ein anderer Megatrend, die Lebensziele der modernen Gesellschaft nachhaltig verändert. Die Menschen sind ungleich aktiver als in der Vergangenheit und legen Wert auf eine Lebensweise, die die Gesunderhaltung fördert, Körper und Geist jung hält sowie Natur und Umwelt mehr zu schätzen weiß. Die Bandbreite reicht dabei von gesunder Ernährung über gesundes Alltagsverhalten bis hin zu



Nicht nur Fitness steht bei Coach:N im Fokus, auch Achtsamkeit, Meditation und Entspannung.

weiter zunehmenden sportlichen Aktivitäten. Der Kunde wird also zukünftig primär das Gesundbleiben im Blick haben und erst an zweiter Stelle dessen Absicherung. Das bedeutet natürlich: Auch der Versicherer muss sich was überlegen.

Meinen Wunsch nach einem gesünderen Lebensstil vor Augen, wischen die schön klingenden Versprechen die Bedenken letztendlich schnell vom Tisch und bewegen mich dazu, die App am Abend zu aktivieren.

Ich gebe meine persönlichen Daten und Ziele ein und werde mit dem Angebot „Spring dich fit!“ begrüßt. Ich scrolle nach unten. Das Design der App ist auf den ersten Blick übersichtlich und aufgeräumt. Hinter den Icons verbergen sich viele abwechslungsreiche Trainingseinheiten und Kurse. Nicht nur die Fitness steht im Fokus, auch Achtsamkeit, Meditation und Entspannung haben einen hohen Stellenwert.

Als langfristiges Programm wird mir „Ausdauer steigern“ empfohlen:

24 Tageseinheiten à zehn bis 20 Minuten. Ich setze mir eine Erinnerung drei Mal wöchentlich auf jeweils 18 Uhr und starte meine erste Einheit. Die einzelnen Übungen sind im Vorfeld eingeblendet. Los geht's! Das Video beginnt und eine blecherne Computerstimme weist mich an, mich bereit zu machen. Sportlich aussehende Trainerinnen und Trainer turnen die Übungen einmal vor, dann bin ich dran. Der Off-Sprecher erklärt, auf was besonders geachtet werden muss. Und ein blauer Zeitbalken verrät mir, wie lange ich diese Übung zu absolvieren habe. Die Zusammenstellung der Lektionen ist ok. Hampelmann und Kniehebel laufen sich an langsames Knieheben oder ausgiebiges Dehnen. Ich komme ins Schwitzen, bin aber nicht kaputt. Nach 20 Minuten habe ich es geschafft und die App applaudiert mir. Ich bin zufrieden, bin auch tatsächlich ein bisschen stolz auf mich und beschließe, das Programm übermorgen zu wiederholen. Ungeachtet der Punkte, die mir auf meinem Aktivitäts-Konto gutgeschrieben werden.

Am folgenden Tag: Ein leichter Muskelkater erinnert mich daran, dass ich gestern aktiv war, und ich fühle mich gut dabei. Was schlägt meine App eigentlich als Morgenroutine vor? Meditation. Achtsamkeitstraining. Yoga. Ich schaue auf meine Uhr. Dank Homeoffice habe ich in der Früh mehr Zeit. Meine Wahl fällt auf das Rückentraining mit Yoga. Ich mache seit meinem Studium regelmäßig Yoga, mal mehr, mal weniger. Der Coach:N-Übungszyklus verspricht mir, meinen Rücken ausgewogen und ganzheitlich zu kräftigen, und dauert etwa eine halbe Stunde. Matte ausgerollt und los geht's! Die Computerstimme führt mich zügig durch das Programm. Die Asanas werden verständlich erklärt und sind auch für Anfänger geeignet. Keine Esoterik, kein Sanskrit, wenig Geisteshaltung. Dennoch saubere Übungen und ein schöner Sonnengrußzyklus. Die morgendliche Yogapraxis hat meinem Rücken sehr wohlgetan, die Schlussentspannung genieße ich in vollen Zügen. Die Punkte werden auf meinem Konto vermerkt. Ich fühle mich bestens betreut und bin motiviert weiterzumachen.

Anders als bei Online-Fitnessangeboten z. B. auf YouTube gibt mir die App das Gefühl, exklusiv für mich da zu sein. Sie setzt sich mit meinen Gewohnheiten auseinander und unterstützt mich, meine Ziele zu erreichen.

2019 untersuchten US-Wissenschaftler in der Studie „Effect of Electronic Health Record-Based Coaching on Weight Maintenance: A Randomized Trial“, wie Menschen dabei unterstützt werden können, ihre Diäterfolge aufrechtzuerhalten. Jene, die eine Internetplattform nutzen, um ihren Lebensstil zu protokollieren, und die von digitalen Coachings begleitet werden, konnten besonders effektiv ihr Gewicht halten. Lässt es sich also mit Computer, Tablet und Smartphone gesünder leben und langfristig Lebensqualität sichern? Ich bin gespannt.

Pünktlich 18 Uhr am nächsten Tag: Die Push-Nachricht trudeln ein: „Runter von Sofa! Dein Programm beginnt!“ Gar nicht so übel. Ich fahre nach Hause, verstaue meine Einkäufe und schlüpfe in meine Sportklamotten. Während ich mich

Coach:N setzt sich mit den Gewohnheiten seiner User auseinander und unterstützt sie, ihre Ziele zu erreichen.





Schlechte Gewohnheiten werden optimal unterbrochen – Push-up-Nachrichten erinnern den User an sein Vorhaben.



Digitale Gesundheitsangebote bieten dem Versicherer große Chancen: Sie motivieren Kunden, Verantwortung für ihre Gesundheit zu übernehmen.



in meinem Ausdauertraining von der Computerstimme leiten lasse, denke ich darüber nach, wie einfach es geworden ist, Sport zu machen. Kein Fitnessstudio mit doofen Smalltalks oder ungefragten Tipps. Rechts vom Sofa, zwischen Tageschau und Lieblingsserie, führe ich meine Übungen durch. Ich muss keine großen Hürden in Kauf nehmen, um das Programm zu absolvieren, und der Effekt ist der gleiche. Freilich könnte ich das auch anonym mit einem YouTube-Trainer. Aber langsam beschleicht mich die Erkenntnis, dass der vermeintlich übermächtige Schweinehund mit einem regelmäßigen, persönlichen Fitnessprogramm, das einen Tag für Tag erinnert, motiviert und begleitet, einfach besser überwindbar wird.

Ich frage bei Kristina Oßmann nach. Sie ist Leiterin des Marktmanagements Leben bei der NÜRNBERGER und hat schon einige Erfahrungen mit digitalen Gesundheits-services und -Apps gesammelt. Oßmann nickt: „Ja, die sind nicht nur Spielerei, sondern leisten wichtige Dienste. Sie helfen einfach dort, wo man sie braucht: im Alltag und in den eigenen vier Wänden.“

Außerdem: Wer alle Einheiten durchhalte, sei auf dem besten Weg, schlechte Routinen dauerhaft zu durchbrechen und die persönlichen Ziele zu erreichen. Seine Ernährung wirkungsvoll umzustellen beispielsweise, die nötigen Rückenübungen zu absolvieren oder an seiner Achtsamkeit zu arbeiten, weiß die Expertin. Ich verspreche ihr, sie über mein Test-Training auf dem Laufenden zu halten, und bin selbst gespannt, welchen Einfluss die App langfristig auf meine Fitness hat.

Drei Monate später: Das Programm zur Steigerung meiner Ausdauer durchlaufe ich nach wie vor drei Mal die Woche. Mir fiel es nicht schwer dranzubleiben und ich bilde mir ein, dass meine Kondition besser geworden ist. Aus meinem Alltag nicht mehr wegzudenken: meine tägliche Yoga-Praxis am Morgen. Ich liebe es mittlerweile, kurz nach dem ersten Kaffee Yoga zu praktizieren. Und wer hätte es gedacht – Coach:N hat mich dazu gebracht, eine Routine zu etablieren und durchzuhalten. Der tollste Nebeneffekt ist, dass meine Rückenprobleme fast verschwunden sind. Weil mir der Duft

von Räucherstäbchen, die Stimme meiner Yoga-Lehrerin und der beruhigende Klang der Klangschalen aber fehlt, werde ich zusätzlich zu meiner lieb gewonnenen Morgenroutine auch wieder meine gewohnte Yogastunde in der Gruppe absolvieren.

Ich komme zum Ergebnis: Digital Health bietet dem Versicherungswesen große Chancen. Es motiviert die Kunden, langfristig mehr Verantwortung für Körper und Geist zu übernehmen. Durch die digitalen Coaches, das abwechslungsreiche Programm und die täglichen freundlichen Erinnerungen kann der Anwender einen gesünderen Lifestyle entwickeln. Vorausgesetzt, er hält durch. Das ist mit dieser App aber tatsächlich ein Kinderspiel, wie ich selbst erfahren durfte. Ich kann nach drei Testmonaten sagen, dass ich mental gestärkt sowie körperlich ausgeglichener und zufriedener bin.

Einen Verbesserungswunsch habe ich zum Schluss dennoch: Die App lädt die Tageseinheiten manchmal zu lange. Da hilft auch das Meditationstraining nur bedingt weiter.

Vielfältiges digitales

Angebot

Coach:N heißt die digitale Gesundheitsplattform der NÜRNBERGER. Deren Nutzer können aus über 3.000 Coachings in den Bereichen Bewegung, Achtsamkeit und Ernährung auswählen. Ob raffiniertes Kochrezept, Fitness-Live-Classes, Motivationseinheiten, gezielte Übungen zur Lösung von Verspannungen oder Bewegungseinheiten für alle Fitnesslevels – jeder interessierte Nutzer findet mit der Gesundheitsplattform seinen persönlichen Gesundheitscoach.

Die NÜRNBERGER hält mit ihrer digitalen Gesundheitswelt EXPARO Tools wie Onlinekurse, Fitnessprogramme, Expertenanalysen, Tests und Merklissen bereit. Sie sind kurzweilig und kommen schnell auf den Punkt – dank Videos, interaktiven Elementen und Übungsaufgaben. Alle Tipps kann der Krankenversicherungskunde sofort umsetzen.

Für Versicherte mit Rückenleiden, Diabetes oder psychischen Erkrankungen ermöglicht die NÜRNBERGER in Kooperation mit Thieme TeleCare unterstützende Coaching-Programme. Fachlich ausgebildete Coaches stehen telefonisch im regelmäßigen Austausch mit den Patienten und geben Empfehlungen.



Der Nebel *des Lichts*.

Pechschwarze Nacht legt sich
über das Land ...

... wenn
es nur
so wäre!

Fakt ist, dass die Nacht immer mehr von ihrer dunklen Seite an die Wächter des künstlichen Lichts abgeben muss. Beleuchtete Gebäude, Reklametafeln, Schaufenster, Häuser und Straßenlaternen lassen nicht nur die Sterne am Nachthimmel verblasen. Die sogenannte Lichtverschmutzung wirkt sich auch auf Mensch und Umwelt aus.

Die große Konjunktion von Saturn und Jupiter am 21. Dezember 2020 war für viele Astronomie-Fans ein Highlight am Abendhimmel. Eines der wenigen Himmelsereignisse, die nicht vom Lichtdunst der Atmosphäre verschluckt werden. Denn was vielerorts vor rund 30 Jahren noch Normalität war, ist für die meisten Menschen in den Großstädten der Welt heute kaum mehr möglich: die Milchstraße mit bloßem Auge zu sehen. Wer z. B. in Nürnberg in einer klaren Nacht in den Himmel blickt, sieht nur noch wenige Sterne, denn es wird durch die vielen künstlichen Lichtquellen nicht mehr richtig dunkel.

Diese Erfahrung machen z. B. die Mitglieder der Nürnberger Astronomischen Arbeitsgemeinschaft (NAA) immer wieder. Deshalb weichen sie in die ländliche Gegend aus, um mit ihren Teleskopen und beachtlichen

Objektiven der Faszination der Sterne zu erliegen. „Zu unserer Bildungsarbeit für die Öffentlichkeit gehört eben auch der Blick in den Sternenhimmel. Mit der zentralen Lage unserer Regiomontanus-Sternwarte sind wir in Nürnberg durch die zunehmende künstliche Beleuchtung im Stadtgebiet aber bei astronomischen Beobachtungen eingeschränkt“, erläutert Matthias Gräter, Geschäftsführer der NAA. Jedoch ist Lichtverschmutzung ein Thema, das in

der Bevölkerung noch zu wenig präsent ist. Wichtig ist, die Menschen für die Tragweite der Lichtverschmutzung zu sensibilisieren. „Auch die NÜRNBERGER Versicherung haben wir darauf angesprochen, dass die Beleuchtung ihres Geschäftsgebäudes, insbesondere der angestrahlte Business Tower, sich negativ auf unsere Arbeit auswirkt.“ Mittlerweile hat die NÜRNBERGER die Beleuchtung des Business Towers umgerüstet: Es wurden moderne LED-Strahler ange-



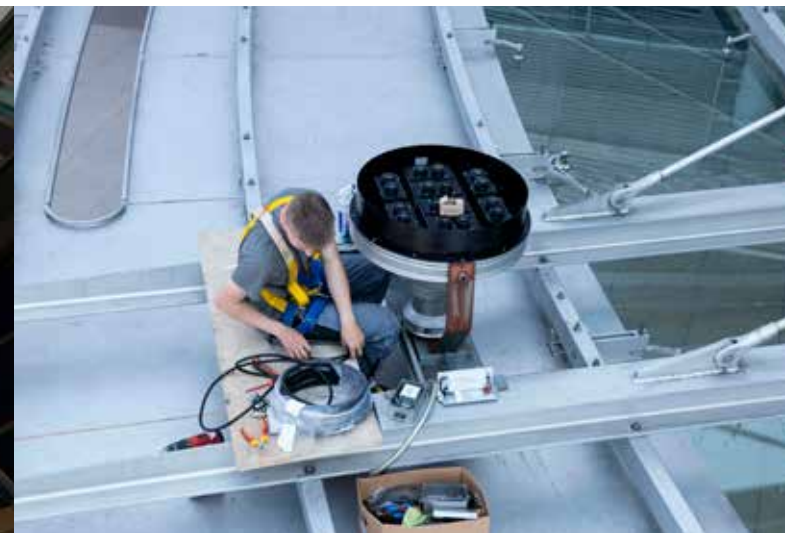
Je größer, je heller: Manche Städte liegen unter der Dunstglocke ihrer Beleuchtung. Je näher man den Städten kommt, desto heller wird der Nachthimmel.



Es könnte so schön sein

Das UNESCO-Biosphärenreservat Rhön wurde 2014 zum Internationalen Sternenpark durch die Dark Sky Association ausgezeichnet. Der Sternenpark Rhön fasziniert mit natürlichen Nachtlandschaften und einem sternreichen Himmel. Besonders beliebt sind die Himmelsschauplätze, auf denen man den Rhöner Sternenhimmel selbst erkunden kann. Ganz ohne Lichtverschmutzung.

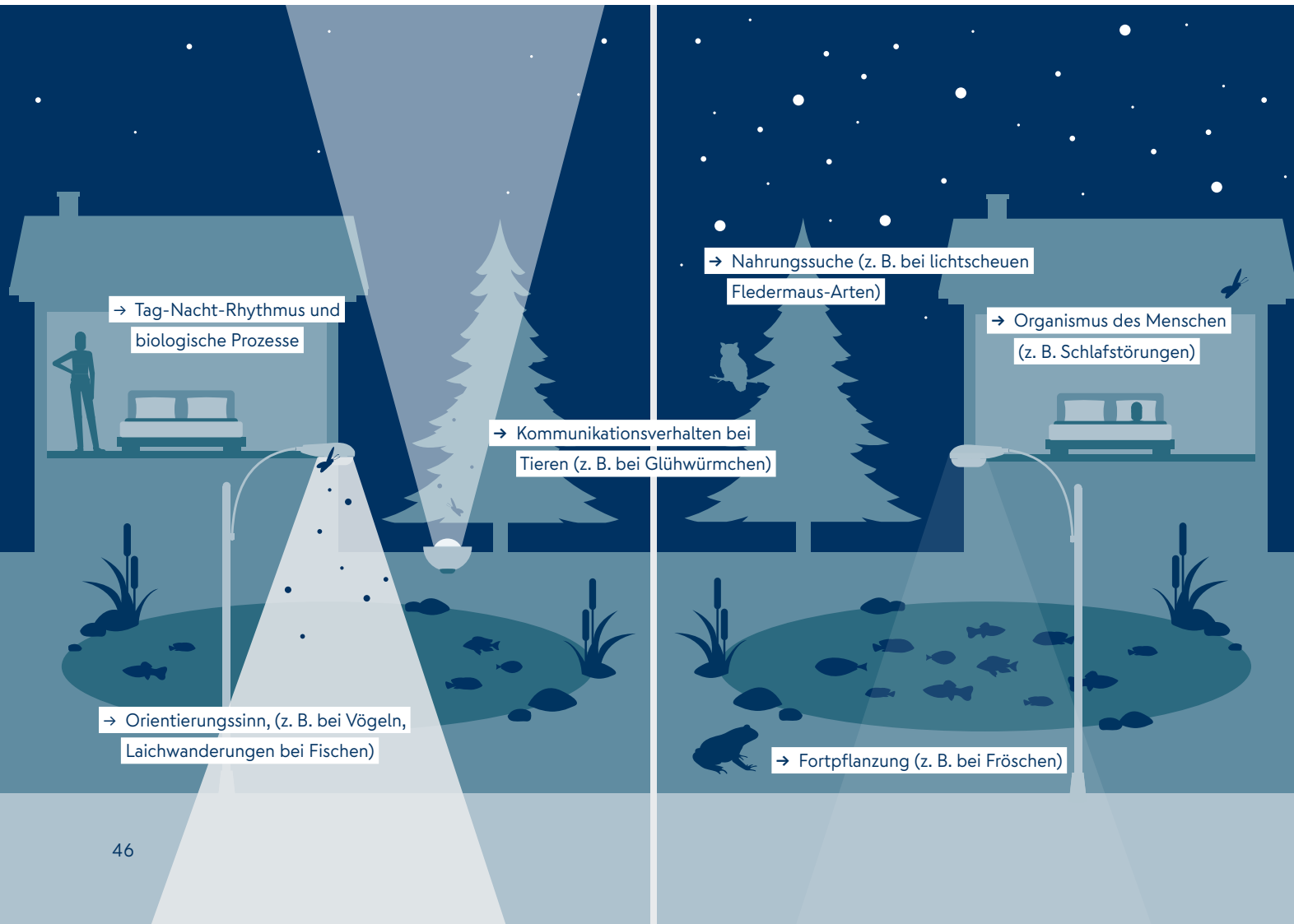
Magisch anziehend mit aufstrebender Symbolkraft: So ist der Business Tower Nürnberg (BTN) allerdings nur zu wenigen besonderen Anlässen beleuchtet.



Aktiver Umweltschutz und zeitgemäß: Die Außenstrahler des BTN wurden auf moderne, dimmbare LEDs umgestellt, die kein UV-Licht abgeben und somit auch weniger Insekten anlocken.



Künstliches Licht hat Einfluss auf...



bracht und die Lichtleistung reduziert, so dass die ehemals sehr helle Lichtsäule über dem Turm nun deutlich schwächer ist und die Beobachtungen auf der Sternwarte nicht mehr stört. Außerdem wird die Beleuchtung jetzt schon um 22 Uhr ausgeschaltet und bei besonderen astronomischen Anlässen wird sogar komplett darauf verzichtet.

Faszination und Gefahr

Neben der astronomischen Lichtverschmutzung gibt es aber auch noch die ökologische Lichtverschmutzung. Denn so sehr künstliches Licht Sicherheit und Wohlfühl oder auch Faszination auf uns ausüben mag – so sehr kann es auch den biologischen Tag-Nacht-Rhythmus und damit unsere gesamten Ökosysteme beeinflussen. Wissenschaftler begeben sich daher immer häufiger auf Spurensuche in der „gestohlenen Nacht“ und durch-

leuchten die Auswirkungen auf Mensch, Tier und Pflanzenwelt. Im Laufe der Evolution haben sich die verschiedenen Organismen an den natürlichen Wechsel Licht und Dunkelheit als Taktgeber von aktiver und passiver Phasen angepasst. Doch während der mit mächtigen Spots beleuchtete Kirchturn eine schöne Erscheinung für den Menschen ist, wird diese unnatürliche Helligkeit für Insekten und Zugvögel zur Todesfalle.

Wie die Motten ins Licht

Dass Motten immer ins Licht fliegen, ist bekannt. Dass sie auch als Nachtarbeiter Blüten bestäuben, eher weniger. Diesen Job können sie aber nicht erledigen, wenn sie in den für sie tödlich attraktiven Laterne mit hohem UV-Lichtanteil verenden. Vereinzelt wurde in Studien aber auch festgestellt, dass ein geringerer UV-Anteil in

den Leuchtmitteln tatsächlich weniger Nachtfalter anlockte.

Noch gibt es viel Forschungsbedarf, um die bisherigen Erkenntnisse im Bereich der Fauna und Flora weiter zu untermauern. Aber dass Fröschen das Quaken in der Nähe eines mit Flutlicht beleuchteten Fußballstadions vergeht, Glühwürmchen die eigene Leuchtkraft für die Partnersuche ausgeht, sich das Zooplankton nicht mehr an die Meeresoberfläche wagt oder sich tag- und nachtaktive Tiere bei der Nahrungsuche in die Quere kommen, dürfte alarmierend genug sein. Bei den Forschungsteams hat sich in den vergangenen Jahren bereits eine deutliche Ausweitung auf verschiedene Wissenschaftsbereiche gezeigt. Waren es anfangs „nur“ die Astronomen, die sich um die Auswirkungen des elektrischen Lichts sorgten, haben sich inzwischen auch Biologen, Soziologen und Mediziner hinzugesellt.



Big City Lights: Licht als Sinnbild einer aufregend schillernden Großstadtkultur – mit weitreichenden Folgen für den Tag-Nacht-Zyklus.



Vermenschlicht

Studien lassen vermuten, dass permanent oder periodisch veränderte Lichtverhältnisse durch künstliche Beleuchtung auch negative Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit haben können.

- **Hormonhaushalt**
Die nächtliche Beleuchtung kann den Hormonhaushalt durcheinanderbringen. So wird die Ausschüttung des Schlafhormons Melatonin am Abend herausgezögert.
- **Fehlender Schlaf**
Fehlt das Melatonin, fällt das Einschlafen am Abend und Aufwachen am Morgen schwer. Insgesamt verkürzt sich dadurch die Schlafdauer.
- **Chronische Störungen**
Chronische Schlafstörungen können wiederum auch Auslöser von Diabetes, Bluthochdruck, Depressionen und Fettleibigkeit sein.

- **Erhöhtes Krebsrisiko**
Es wird angenommen, dass durch das fehlende Melatonin der Östrogenspiegel steigt. Zu viel Östrogens ist wiederum ein Risikofaktor für Brustkrebs.

Was Mediziner im Zusammenhang mit der Lichtverschmutzung neben Schlafstörungen und Entstehung von chronischen Erkrankungen beschäftigt, ist die Bedeutung des Schlafhormons Melatonin. Hier scheint ein Dreh- und Angelpunkt zu sein, an dem der menschliche Organismus empfindlich gestört wird. Israelische Forscher fanden z. B. heraus, dass in Gebieten mit hoher Lichtverschmutzung das Risiko deutlich höher ist, an Brust- oder Prostatakrebs zu erkranken. Vermutlich weil die Produktion von Melatonin gehemmt wird, wenn im Schlaf Licht durch die geschlossenen Augen auf die

Netzhaut fällt. Auch die nächtliche Zellerneuerung wurde mit Melatonin in Verbindung gebracht: Diese hemmt maßgeblich das Tumorstadium. Ein Team der Universität Köln kam zu ähnlichen Ergebnissen bei Schichtarbeiterinnen, deren Brustkrebsrisiko um 30 Prozent höher lag. Hingegen ergibt sich bei Menschen in Grönland oder der Arktis eine deutlich geringere Krebsrate, da sie wegen des Polarlichts in besonders abgedunkelten Räumen schlafen.

Streiflichter

Den Blick für die Auswirkungen der Lichtverschmutzung zu schärfen, ist in vielerlei Hinsicht wichtig. Dabei kann man selbst die Initiative ergreifen oder Initiativen unterstützen.

Verlust der Nacht – ein Projekt für Zukunft

Wie wichtig die weitere Erforschung der Lichtverschmutzung ist, zeigt das Projekt „Verlust der Nacht“. Dieses wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung sowie von der Berliner Senatsverwaltung finanziert. Hier erforschen Wissenschaftler die ökologischen, gesundheitlichen sowie kulturellen und sozioökonomischen Auswirkungen, aber auch die Ursachen der zunehmenden Beleuchtung der Nacht.

→ Zum Projekt:
www.verlustdernacht.de

Megawatts für den Weltraum?

Die Lichtverschmutzung nimmt laut Studien pro Jahr um etwa 5 bis 6 Prozent zu. Angesichts dieser Ausmaße liegt es in der Hand von Unternehmen, öffentlichen Einrichtungen, Städteplanern und jedem Einzelnen von uns, eine der größten Errungenschaften der Menschheit maßvoll und zielgerichtet einzusetzen. Ins tiefste Mittelalter mit dunklen Gassen will natürlich niemand zurück, aber andere Beleuchtungskonzepte können hier schon viel ändern. Einige Städte gehen mit gutem Beispiel voran und dimmen ihre Straßenlaternen, um weniger Megawatt an Lichtleistung in den Weltraum abzugeben. Aber es gibt noch viel Handlungsbedarf.

Was können wir tun?

Künstliches Licht bei Außenbeleuchtungen sollte nur dort eingesetzt werden, wo es notwendig ist, z. B. um Gefahren vorzubeugen, etwa an Treppen oder Wegen. Auch die Lichtmenge sollte sparsam eingesetzt werden, um eine Überbeleuchtung zu vermeiden.

- Dimmbare Leuchtmittel sowie Zeitschaltuhren, Bewegungsmelder oder Smart-Home-Techniken helfen dabei, Lichtverschwendung zu vermeiden und obendrein effektiv Energie zu sparen
- Leuchten sollten so ausgerichtet sein, dass sie nur dorthin strahlen, wo es nötig ist – und nicht in den Himmel oder zur Seite. Dadurch wird die Beleuchtung auch wesentlich effektiver. Bodenstrahler, Skybeamer, Kugelleuchten oder nicht abgeschirmte Röhren erfüllen diese Aspekte z. B. nicht.
- Leuchtmittel mit geringen Ultraviolett (UV)- und Blauanteilen liefern bernsteinfarbenes bis warmweißes Licht mit Farbtemperaturen von 1.800 bis maximal 3.000 Kelvin (K) und locken damit nicht so viele Insekten an

→ Weitere Informationen: Bundesamt für Naturschutz „Leitfaden zur Neugestaltung und Umrüstung von Außenbeleuchtungsanlagen“

Wissens-Fact: Melatonin

Melatonin – stark und sensibel

Melatonin ist ein körpereigenes Hormon, das den Schlaf-Wach-Rhythmus reguliert und dem Körper Ruhephasen signalisiert. Deswegen wird Melatonin auch als Schlafhormon bezeichnet. Es wird aus dem als Glückshormon bekannten Serotonin gebildet und überwiegend abends und nachts ausgeschüttet. Der

Körper stellt sich auf Inaktivität und Erholung ein, das Immunsystem wird aktiviert. 1981 untersuchte der amerikanische Schlafforscher Alfred Lewy, welchen Einfluss künstliches Licht in der Nacht auf die Melatonin-Produktion hat. Ergebnis: Die Ausschüttung des Schlafhormons wurde durch die Helligkeit gehemmt.



Nur noch schnell die Welt retten!

Es gibt wohl keine Branche, die sich den Folgen des industriellen Wachstums entziehen kann. Der steigende Meeresspiegel, das massenweise Artensterben und extreme Wetterereignisse zeugen von der Veränderung des Klimasystems. Die Wissenschaft ist sich einig: Ein fortwährender Anstieg der Treibhausgasemissionen könnte zu einem Kollaps unserer Umwelt führen.

Während der Corona-Pandemie war das Thema Klimaschutz in den Hintergrund gerückt – zumindest in der öffentlichen Wahrnehmung. Tatsächlich aber wird hinter den Kulissen eifrig daran gearbeitet, vorgegebene oder selbstgesteckte Klimaziele zu erreichen.

In der Unternehmenszentrale der NÜRNBERGER beispielsweise hat der TÜV Süd schon im Herbst damit begonnen, die diesbezüglichen Anstrengungen des Unternehmens auf Herz und Nieren zu prüfen.

Das Ziel: Die Generaldirektion der NÜRNBERGER soll als klimaneutral zertifiziert werden.

Dieses Ziel hatte sich eine unternehmensweite Arbeitsgruppe gesetzt, die eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie fürs Unternehmen entwickelt hatte. Nachdem der Vorstand diese Strategie verabschiedet hatte, erging auch gleich der Auftrag



Schon seit einigen Jahren sammelt und veröffentlicht die NÜRNBERGER entsprechende Zahlen.

Dr. Bastian Güttler, Nachhaltigkeitsbeauftragter

an den Nachhaltigkeitsbeauftragten, Bastian Güttler, und sein Team diese Zertifizierung in die Wege zu leiten.

Der TÜV hat schon einige Unternehmen auf ihrem Weg zur Klimaneutralität begleitet – seine Vorgaben sind streng, das Prüfverfahren kompliziert. Viele Anfragen gehen in der Prüfstelle ein, letztendlich scheuen die meisten Betriebe aber Kosten und Mühen, die die Umstellung mit sich bringt. Güttler wusste, dass es kein leichtes Unterfangen werden würde. „Der TÜV zertifiziert sehr streng. Das bedeutet für ein Unternehmen, tief ins Thema einzutauchen: Prozesse zu prüfen, Pläne zu entwickeln

und Maßnahmen zu ergreifen. Alles kommt auf den Prüfstand“, erklärt der Experte.

Wichtigste Arbeitsgrundlage war die bereits vorhandene CO₂-Bilanz. „Schon seit einigen Jahren sammelt und veröffentlicht die NÜRNBERGER entsprechende Zahlen. Und die gehen seitdem ständig nach unten“, ergänzt der Nachhaltigkeitsbeauftragte. So weit sogar, dass die NÜRNBERGER Anfang 2021 von der Wirtschaftszeitschrift Capital als besonders klimabewusstes Unternehmen ausgezeichnet wurde.

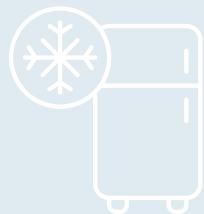
Als Grundlage dient ein Carbon-Footprint-Managementplan, den

Was müsste man tun, um 210 Tonnen CO₂e einzusparen?

Um 210 Tonnen CO₂ einzusparen, müssen viele Menschen ihre Gewohnheiten ändern. Oft sind es nur Kleinigkeiten, die aber in der Summe den großen Unterschied machen.

14.910

Personen tauen einmal im Jahr ihren Gefrierschrank ab.



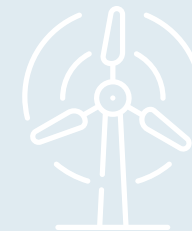
700

Personen kaufen einmal im Monat regional statt beim Discounter.



105

Personen steigen auf 100 Prozent Ökostrom um.



69.930

Personen drehen einmal beim Zähneputzen das Wasser ab.



3.000.000

Personen verzichten auf eine Tasse Kaffee.



105.000

Personen essen Maultaschensuppe anstatt Rinderbraten.



30.030

Personen putzen ein Jahr lang die Zähne nicht elektrisch.



26.250

Personen schalten ihren Fernseher aus statt ein Jahr auf Stand-by.



53

Personen streichen eine Fernreise von Frankfurt am Main nach New York.



Güttler erarbeitet hatte. Hier werden konkrete Aktionen mit CO₂-Reduktionszielen festgelegt und deren Umsetzung dokumentiert. „Viele der angestoßenen Maßnahmen waren längst fällig. Andere mussten erst neu aufgesetzt werden und verlangten uns einiges an Kraft ab“, erläutert der Nachhaltigkeitsexperte. „Zu den besonders wirksamen Maßnahmen gehörte die Umstellung auf 100 Prozent Öko-Strom. 3.175 Tonnen CO₂-Äquivalente konnten wir im Vergleich zum Vorjahr so einsparen“, freut sich Güttler.

„Trotz aller Anstrengungen gibt es immer unvermeidbare Treibhausgasemissionen“, weiß Güttler. „Aber was an einer Stelle ausgeschieden wird, kann



Trotz aller Anstrengungen gibt es immer unvermeidbare Treibhausgasemissionen.

Dr. Bastian Güttler, Nachhaltigkeitsbeauftragter

an anderer eingespart werden.“ Der Mechanismus des CO₂-Ausgleichs gründet nämlich auf der Tatsache, dass sich Treibhausgase einheitlich in der Atmosphäre verteilen und deren Konzentration somit überall auf der Erde in etwa identisch ist. Deshalb ist es für die globale Treibhausgaskonzentration und den Treibhauseffekt unerheblich, an welchem Ort auf der Erde Emissionen verursacht oder vermieden werden. Lokal nicht vermeidbare Emissionen können daher durch Klimaschutzmaßnahmen an einem anderen Ort rechnerisch ausgeglichen werden.

Die NÜRNBERGER Generaldirektion produziert jährlich nur noch 210 Tonnen CO₂. „Das ist kein übermäßiger Betrag für ein Unternehmen unserer Größenordnung. Aber gemessen an einem Privathaushalt müssten beispielsweise 53 Personen ihre Fernreise von Frankfurt am Main nach New York stornieren, um den Betrag einzusparen, oder 2.100 Personen 1.000 Kilometer mit dem Zug statt dem Auto fahren.

Um diese Menge an CO₂ zu kompensieren, kauft die Versicherung entsprechende Zer-

tifikate und unterstützt damit mehrere Klimaschutzprojekte: die Aufforstung von Natur- und Regenwäldern in Togo und dem peruanischen Amazonasgebiet, aber auch ökologische Waldumbauprojekte in der Europäischen Metropolregion Nürnberg. Im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen wird daran gearbeitet, wenig resistente Nadelwälder in widerstandsfähigere Mischwälder umzubauen.

Die zertifizierte Klimaneutralität der Unternehmenszentrale ist zwar ein wichtiger Meilenstein, aber es stehen noch große Aufgaben an. So geht es in einem der nächsten Schritte darum, die CO₂-Emissionen der über das Bundesgebiet verteilten Außenstellen zu ermitteln – und die der Berufspendler. „Wir unterstützen unsere Mitarbeiter schon jetzt beim Umstieg vom Auto auf den ÖPNV. 47 Prozent der Belegschaft haben ein subventioniertes Firmenticket. Die Zahl wollen wir auf 60 Prozent anheben.“ Aber die Herausforderung bleibt, die dennoch entstehenden Abgase zu quantifizieren. „Nur was wir messen können, können wir auch reduzieren“, fasst Güttler diese komplexe Aufgabe zusammen.



Nachhaltige Werbemittel

Ein Gespräch mit Frank Dangmann, Vorstandsvorsitzender des Gesamtverbands der Werbeartikel-Wirtschaft e. V. (GWW), über die Bedeutung nachhaltiger Werbemittel, Entwicklungen in der Werbe-wirtschaftsbranche und ein Umdenken in Zeiten von Corona.

„Aber bitte kein Greenwashing!“



Frank Dangmann
Vorstandsvorsitzender des
Gesamtverbands der Werbe-
artikel-Wirtschaft e. V.



3,65 Milliarden Euro haben deutsche Unternehmen laut GWW im Jahr 2019 für Werbeartikel ausgegeben. Sicher entsprachen nicht alle den landläufigen Nachhaltigkeitskriterien. Herr Dangmann, was verstehen Sie unter einem nachhaltigen Werbemittel?

Das ist sicher noch nicht allen Menschen klar. Ich denke, da besteht Aufklärungsbedarf. Wie bewerten Sie den Trend zu mehr Nachhaltigkeit im Allgemeinen?

Fridays for Future ist ein gutes Stichwort. Wie entwickelt sich die Nachfrage hinsichtlich ökologisch und sozial korrekt produzierter Produkte eigentlich?

Haptische Werbeträger, die ressourcenschonend mit sozialer Verantwortung in guter Qualität für einen langfristigen Einsatz produziert werden. Dokumentiert mit belastbaren Zertifikaten oder durch nachweisbare öko-soziale Initiativen von Unternehmen. Aber bitte kein „Greenwashing“ mit intransparenten Zertifikaten und Nachhaltigkeitsketten, sondern authentische Nachhaltigkeit. So ist beispielsweise ein müllvermeidender Mehrwegbecher für Coffee-to-go „Made in Germany“ aus in Europa produziertem Kunststoffgranulat per se nachhaltig. Zumal dieser auch alternativ aus biobasiertem Plastik, ohne Formaldehyd oder BPA (Bisphenol A) erhältlich ist.

Klimawandel, Ressourcenknappheit und Müllvermeidung sowie gesellschaftliche Veränderungsprozesse führen dazu, dass Konzerne – auch um den ökonomischen Erfolg zu sichern – ihr Geschäftsmodell nach den Prinzipien von CSR und Nachhaltigkeit ausgerichtet haben. Das ist kein Trend, sondern ein weltweiter Leitgedanke mit enormer Bedeutung und elementar für die Zukunftsfähigkeit vieler Firmen. Zum Unternehmenskern zahlreicher großer Marken und mittelständischer Betriebe – und das schon zu Zeiten, als Kinder freitags noch zur Schule gingen – zählen soziale Verantwortung und ökologisches Handeln.

Selbst wenn während der Corona-Pandemie das Thema etwas in den Hintergrund getreten ist, stieg der Bedarf an nachhaltigen Produkten stetig. Das belegen auch die Marktforschungsergebnisse des aktuellen GWW-Monitors. In dieser repräsentativen Umfrage antworteten 74 Prozent der Unternehmen, dass Nachhaltigkeit bei der Auswahl von Werbeartikeln eine Rolle spielt. Ein Spannungsfeld ergibt sich allerdings bei den Mehrkosten: Nur zehn Prozent der Befragten sind bereit, für nachhaltige Produkte Aufpreise von mehr als 20 Prozent zu akzeptieren.



„Von der Flasche zur Tasche“ Hipster Bag und Einkaufsshopper

Der unter der Bezeichnung RPET vertriebene Kunststoff wird aus eingesammelten gebrauchten PET-Flaschen hergestellt. Die leeren Flaschen werden erfasst, gereinigt und zerkleinert. Anschließend wird das Material geschmolzen und zu einem Bestandteil der fertigen Folie verarbeitet, die zur Herstellung von Verpackungen verwendet wird. Bei der Herstellung können mehrere energieintensive Schritte im Verarbeitungsprozess übersprungen und damit CO₂-Emissionen vermieden werden. Die neue Methode ist außerdem deswegen besonders energiesparend, weil wesentlich weniger Öl zu Polymeren verarbeitet werden muss.

Nachhaltig und clever! Schon mal daran gedacht, dass man auch Geschenke in unseren Taschen verschenken kann? We like!



Ähnlich verhält es sich in der Versicherungsbranche. Das Interesse an nachhaltigen Produkten ist zwar da, aber nicht die Bereitschaft, dafür mehr zu zahlen. Wie entwickelt sich das Angebot der Werbemittelwirtschaft diesbezüglich?

Die Werbeartikel-Wirtschaft hat diesen Bedarf antizipiert, Geschäftsmodelle wurden hinterfragt und auf ökologische Verträglichkeit und soziale Gerechtigkeit ausgerichtet. Seit vielen Jahren orientiert sich ihr Produktportfolio konsequent an CSR und Nachhaltigkeit und das Angebot wurde ständig weiterentwickelt. Die Branche prämiiert mit dem PSI Sustainability Award seit 2015 die Nachhaltigkeits-Initiativen in neun Kategorien. Und: In einem von der Pandemie gezeichneten Jahr riss das Engagement der Werbeartikel-Anbieter für unsere Umwelt nicht ab. Es gab 2020 so viele Einreichungen wie nie zuvor!

Herr Dangmann, vielen Dank für das Gespräch!

Nachhaltig und fair werben!

Geschenke erhalten die Freundschaft, sagt ein altes Sprichwort. Doch nicht alle Werbegeschenke sind eine Freundschaft wert. Das Werbeartikel eines Unternehmens sollte idealerweise auch Teil des Wandels sein, den man sich in der Welt wünscht. Die NÜRNBERGER macht es vor und hat bereits einige Alternativen in ihren Werbemittelkatalog aufgenommen.

Drehkugelschreiber Skeye BIO Marke Senator

Biobasierter Kunststoff kann dabei helfen, den CO₂-Ausstoß zu reduzieren und schon dabei endliche Ressourcen. Senator verwendet für seine Bio-Produkte ein PLA auf Basis nachwachsender Rohstoffe. Das PLA wird aus Zuckerrohr gewonnen, einer der effizientesten Rohstoffe zur PLA-Herstellung. Produziert wird im südhessischen Groß-Bieberau. Die komplette Produktion wird mit Ökostrom betrieben und ist nach Prozessen der Umweltnorm 14001 aufgestellt.



unser
Tipp

Nachhaltiges Notizbuch mit Recycling-Papier

Das Notizbuch ist aus Recyclingpapier – hergestellt aus 100 Prozent Altpapier mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ und wird in Deutschland gefertigt. Für die Herstellung von Recyclingpapier muss kein einziger Baum fallen, da es vollständig aus Recyclingmaterial besteht. Das ist nicht nur gut für die Wälder, sondern auch ein wichtiger Beitrag für den Erhalt der Artenvielfalt, da so der Lebensraum vieler Tiere und Pflanzen erhalten bleibt.



Aus der Region für die Region. Obst und Gemüse direkt vom Erzeuger.



Gemüsetheke: original regional!



Unser Traum war es, im Innenhof der Generaldirektion der NÜRNBERGER einen Gemüsemarkt für Mitarbeiter zu eröffnen. Das wäre allerdings ein zu hoher Aufwand gewesen. Da lag die Idee erst einmal brach und Corona brachte den Stein erneut ins Rollen. Deshalb haben wir uns entschlossen, die vorhandene Kühlung im Kantinenbereich zu nutzen und eine Verkaufstheke mit regionalem Obst und Gemüse, Wurstwaren vom Metzger, selbst gemachten Chutneys, Marmeladen und Brot einzurichten. Mein Team und ich wollten unseren Mitarbeitern und den regionalen Gemüselieferanten etwas Gutes tun.

Damit schlagen wir zwei Fliegen mit einer Klappe: Unsere Mitarbeiter müssen nicht nach der Arbeit noch einkaufen gehen und wir unterstützen unsere regionalen Lieferanten und die hiesige Landwirtschaft.

Max Kellermann, Leiter Kasino

Impressum

Herausgeber

NÜRNBERGER Beteiligungs-AG
Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg
E-Mail: presse@nuernberger.de

Redaktion

Chefredaktion

Ulrich Zeidner
(Leiter Unternehmenskommunikation)

Projektkoordination

Philipp Hilse
(Leiter Inhouse-Serviceagentur)

Redaktionsleitung

Franziska Lexa

Gestaltung

Artdirection/Konzeption

Julia Dresel

Bildredaktion/Illustration

Thomas Schuber, Helene Schütz,
Marina Woollen und Kollegen

Autoren

Christine Kaiser, Franziska Lexa,
Alexandra Lill, Ivonne Löblein,
Martina Mergenthaler, Manuela Oertel,
Tanja Pappert, Matthias Schenk,
Dr. Natalie Schwägerl, Ulrich Zeidner

Lektorat

gräßel KOMMUNIKATION, Bettina Sandmann
www.graessel-kommunikation.de

Bildnachweis

- S. 1: Cyril Gosselin/1153652371/Getty Images
- S. 2: NÜRNBERGER Versicherung
- S. 4/5: NÜRNBERGER Versicherung
- S.7–9: NÜRNBERGER Versicherung
- S. 9: Westend61/1282129542/Getty Images
- S. 10–13: NÜRNBERGER Versicherung
- S. 14–19: ANDICAM GmbH, www.andicam.de
- S. 20–23: NÜRNBERGER Versicherung
- S. 24–29: NÜRNBERGER Versicherung
- S. 30: Emilija Manevska/1056348594/Getty Images
- S. 31: Rubberball/Nicole Hill/73329459/Getty Images
- S. 32: NÜRNBERGER Versicherung
- S. 33: Westend61/1139013029/Getty Images
- S. 34–35: NÜRNBERGER Versicherung
- S. 36–41: NÜRNBERGER Versicherung
- S. 42–43: Bernd Liebscher
- S. 44: Peter Muller/899785608/Getty Images;
Artur Debat/1292567777/Getty Images
- S. 45: Cyril Gosselin/1153652371/Getty Images
- S. 46–47: NÜRNBERGER Versicherung
- S. 48: Ditto/175824246/Getty Images;
Jiale Tan/916383058/Getty Images
- S. 49: NÜRNBERGER Versicherung
- S. 50: ArdeaA/1299840784/Getty Images
- S. 55: NÜRNBERGER Versicherung
- S. 56: NÜRNBERGER Versicherung

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind für die Dauer des Urheberrechts geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Personen- und Funktionsbezeichnungen stehen für alle Geschlechter gleichermaßen.



NÜRNBERGER
VERSICHERUNG

www.nuernberger.de/verantwortung

NÜRNBERGER Beteiligungs-AG, Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg