

VERANT WORTUNG

Das Nachhaltigkeitsmagazin der NÜRNBERGER Versicherung

Weil
Nachhaltigkeit
mehr ist als Zahlen
und Fakten.

Ausgabe
2022

**Wie nachhaltig kann eine
Versicherung sein?**





Der „NÜRNBERGER Beitrag. Für eine bessere Welt“ hat viele Gesichter: Umwelt, Gesellschaft und verantwortungsvolle Unternehmensführung.

Dr. Armin Zitzmann, Vorstandsvorsitzender der NÜRNBERGER Versicherung

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

das Thema Nachhaltigkeit nimmt Fahrt auf in allen Wirtschaftszweigen und Lebensbereichen – und natürlich auch in der Versicherungsbranche. Nachhaltigkeit ist kein Modetrend. Sie ist vielmehr Teil des NÜRNBERGER Kerngeschäfts und bedeutet Mehrwert für jeden Einzelnen. Diesen Mehrwert gilt es, im Blick zu behalten.

Unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten werden in der Öffentlichkeit häufig vor allem an der Kapitalanlage gemessen. Dabei ist unser Engagement so viel mehr. Als Versicherungsunternehmen haben wir unser gesamtes Geschäftsmodell auf die Nachhaltigkeit ausgerichtet: Wir bieten unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Geschäftspartnern und -partnerinnen Schutz und Sicherheit über Jahrzehnte und über Generationen hinweg. Damit die Menschen in Sicherheit leben und der nächsten Generation eine lebenswerte Welt hinterlassen können.

Ganz klar, dass wir dabei auch auf das Thema Umwelt ein besonderes Auge haben. Auf unserem Weg zum CO₂-freien Unternehmen haben wir wichtige Fortschritte

erzielt und unsere Treibhausgasemissionen im letzten Jahr um mehr als 70 Prozent reduziert. Und unsere Firmenzentrale erhielt das TÜV-SÜD-Zertifikat für Klimaneutralität. Auch „Verantwortungsvolle Mitarbeiterführung“ ist Teil der Nachhaltigkeit. Wir wurden zum zweiten Mal in Folge zum Top Employer gewählt und für unsere Mitarbeiterorientierung ausgezeichnet.

Nachhaltigkeit ist aufgrund ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimension ein vielfältiges und komplexes Phänomen. Um dieser Vielfalt Rechnung zu tragen, haben wir vor zwei Jahren ein Kompetenzteam gegründet, das sämtliche Unternehmensbereiche vertritt. Sein Ziel: Die NÜRNBERGER auf allen Ebenen noch nachhaltiger und damit noch zukunftssicherer zu machen.

Der „NÜRNBERGER Beitrag. Für eine bessere Welt“ hat viele Gesichter: Umwelt, Gesellschaft und verantwortungsvolle Unternehmensführung. Manchmal sind es nur kleine Stellschrauben, die wir bewegen können. Manchmal aber auch große Hebel. Jeder Schritt in die richtige Richtung zählt. Wir haben klare Ziele definiert und uns auf den Weg gemacht.

Wo wir stehen, was uns in Sachen Nachhaltigkeit bewegt und wie wir die Dinge angehen – das lesen Sie im neuen VerAntwortung-Magazin. Machen Sie sich ein Bild vom NÜRNBERGER Beitrag!

Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen

Armin Zitzmann

FAIR FORMULIERT

Umgang mit der Gender-Frage

Wir nehmen die Themen Geschlechtergerechtigkeit, Diversität und Chancengleichheit sehr ernst. Derzeit erarbeiten wir hierzu eine Corporate Policy. Mit ihr wollen wir den Erwartungen aller Dialogpartner der NÜRNBERGER optimal gerecht werden. Bis zu deren endgültiger Festlegung gehen wir in diesem Magazin einen hoffentlich auch für Sie tragbaren Weg, der ebenso themensensibel wie lesefreundlich sein soll: Wir wechseln zwischen gängigen Formulierungsvarianten zur gendergerechten Sprache, die grundsätzlich alle Geschlechter und gesellschaftlichen Teilgruppen mitmeinen.



14 Nachhaltigkeit hat viele Gesichter



32 „Es geht nicht darum, immer diesem großen Glück nachzurrennen.“



52 Das große Krabbeln auf dem NÜRNBERGER Teich



64 Zero Waste nachgefragt

Inhaltsverzeichnis

Wirtschaft & Werte

6 Big Data – small problems?

Daten sind das neue Gold. Aber es ist nicht alles Gold, was glänzt. Ein Gespräch über ethisch und moralisch richtige Datennutzung.

10 Wir sind nun mal soziale Menschen

Expertentalk zur Zukunft von Künstlicher Intelligenz (KI) und Digitalisierung. Können sie den Menschen eines Tages ersetzen?

14 Nachhaltigkeit hat viele Gesichter

Gibt es eigentlich so etwas wie ein nachhaltiges Versicherungsprodukt? So bewertet Fachmann Prof. Fred Wagner die Nachhaltigkeitsbemühungen der Versicherungsbranche.

Menschen & Gesellschaft

18 Chancen gibt es immer wieder

Gibt es Chancengleichheit in der schulischen Bildung? Reflexion über die digitale Nachhilfe-Plattform WissensTurbo zu Zeiten von Corona und Homeschooling.

26 Die Welt ist bunt – Diversity im Unternehmen

Diversity-Experte Prof. Dr. Werner Widuckel erklärt die Bedeutung von Diversität für ein Unternehmen.

28 Outfits machen Leute – mehr Diversität durch Kleidung

Über den NÜRNBERGER Knigge und die Frage, welche Auswirkungen Kleiderordnungen und Benimmregeln haben.

32 „Es geht nicht darum, immer diesem großen Glück nachzurrennen.“

Wer verbirgt sich hinter dem OSKAR-Sorgentelefon des Bundesverbands Kinderhospizarbeit e.V.? Ein Gespräch mit Beraterin Pia Heinrich über die Kraft zu trauern.

42 Better health mit BetterDoc

Gesundheit ist das höchste Gut des Menschen. Wie die NÜRNBERGER Kunden, Mitarbeitenden und Familien beim Gesundbleiben und -werden unterstützt.

Umwelt & Region

48 Das Tier auf dem Teller!

Kommentar über artgerechte Tierhaltung und vegetarisches Leben dem Klima zuliebe.

52 Das große Krabbeln auf dem NÜRNBERGER Teich

Rund um den „NÜRNBERGER See“ lässt es sich wunderbar entspannen und neue Kraft tanken. Aber kann ein künstlich angelegtes Gewässer mitten in der Stadt auch zur Artenvielfalt beitragen?

58 Es brodelt sich etwas zusammen.

Der Klimawandel bahnt sich wie Lava seinen Weg – und Versicherer bewegen sich auf dem neuen Terrain.

64 Zero Waste nachgefragt

Müll ist ein globales Problem. Wie können wir natürlicher und bewusster leben?

BIG DATA

SMALL PROBLEMS?

Ein Gespräch über ethisch und moralisch richtige Datennutzung.

Daten sind das neue Gold. Aber bekanntlich ist nicht alles Gold, was glänzt. So sehen es zumindest viele Datenschutzverantwortliche. Verfolgt man die Debatte zur Nutzung, läuft sie auf zwei Pole hinaus: Zum einen wird Big Data gehypt, zum anderen verbreitet sich eine Aversion – ja fast schon eine Phobie – in der Gesellschaft. Aber sind Daten per se gut oder böse?

Zwei Menschen, die das wissen müssen, sind Kevin Goßling und Heinrich Fritzlar. Sie haben täglich mit Daten zu tun. Jedoch in verschiedenen Rollen: Wenn wir bei der Goldmetapher bleiben, ist Kevin Goßling der Schürfer. Der studierte Informatiker ist Gründer des Unternehmens Fusionbase. Das Unternehmen bietet eine Plattform, über die Analysten und Data Scientists auf tausende maschinen-lesbare und aktuelle Daten zugreifen können. Heinrich Fritzlar ist Leiter der Anwendungsentwicklung bei der NÜRNBERGER Versicherung. Er ist quasi der Goldschmied und durchforstet jeden Tag Unmengen an Daten.

Herr Goßling, Sie haben mit Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen zu tun. Für welche Zwecke nutzen Ihre Kunden die über Fusionbase bereitgestellten Daten?

[GOSSLING] Zunächst: Daten sind vielfältig. Entsprechend vielfältig sind auch die Einsatzbereiche: Angefangen bei der Produktentwicklung bis hin zu Marketing und Vertrieb werden Daten verwendet – sogar in Backoffice-Prozessen wie der Buchhaltung. So mannigfaltig der Einsatz auch ist, es gibt einen

roten Faden in deren Nutzung, der sich im Großen und Ganzen durch sämtliche Branchen zieht: Alle wollen durch Daten Mehrwerte für den Kunden schaffen. Die Datenverarbeitung hilft, den Kunden noch besser zu verstehen.

Herr Fritzlar, Sie sind der Herr der Daten bei der NÜRNBERGER. Was macht sie mit ihren Daten?

[FRITZLAR] Na, die Daten gehören unseren Kunden, und wir gehen maximal sorgfältig damit um. Eine Versicherung besteht im Grunde genommen nur aus Daten – über die Beschaffenheit von Schäden, über ihre Häufigkeiten und Frequenzen oder über den Verlauf einer Versicherungspolice. Auch wenn es sich auf den ersten Blick um nüchterne Ordner, Tabellen oder Zahlenkolonnen handeln mag, verbirgt sich dahinter ein wahrer Datenschatz (lacht). Denn all diese Daten analysieren wir und ziehen unsere Schlüsse daraus, um zukünftige Entscheidungen zu treffen. Spannend wird es, wenn wir externe Daten z. B. von Fusionbase einfließen lassen und damit den internen Daten-

bestand unterfüttern. Dann entsteht daraus eine neue Sicht auf die Daten. Es kommt nämlich immer auf die Paarung an, die die reine Datensammlung erst zu einem Schatz macht.

Vielen Menschen bereitet es Sorgen, wenn sie Datenspuren hinterlassen. Datenschützer warnen vor Fußabdrücken im Netz. Trotzdem wollen die meisten Kunden passgenaue Produkte und individuelle Serviceleistungen. Wo hört der Nutzen auf, wo beginnt der Missbrauch?

[GOSSLING] Ja, also darauf gibt es leider keine pauschale Antwort. Am Ende ist es so, dass grundsätzlich erstmal mehr Daten mehr Wert liefern. Wir haben das mit Corona gesehen: Hätten wir mehr Daten gehabt, hätten wir mehr Rückschlüsse ziehen und vielleicht das ein oder andere Leben retten können. Wir hätten vielleicht eher herausgefunden, ob wirklich die Superspreader die Kellner waren oder eine andere Berufsgruppe. Damit hätten wir das Infektionsgeschehen eingegrenzt. Das heißt, aus einer größeren Datenmenge



Unternehmen brauchen über die Gesetze hinaus eine eigene Datenethik.

Heinrich Fritzlar, Leiter Anwendungsentwicklung
NÜRNBERGER Versicherung

lässt sich oft auch ein höherer Mehrwert erzielen. Ich bin eher ein Gegner von Datensparsamkeit. Dennoch gibt es Grenzen bei der Art der Nutzung. Zum Beispiel, wenn Gesundheitsdaten eingesetzt werden, um Personen gezielt zu benachteiligen oder zu diskriminieren.

[FRITZLAR] Und das ist am Ende auch eine Kompetenz, die Unternehmen, Management, aber auch Mitarbeitende entwickeln müssen. Wir haben neutrale Daten wie zum Wetter oder zur Geologie, mit denen der Umgang eher unkritisch ist. Sobald wir personenbezogene Daten betrachten, müssen wir uns vergegenwärtigen: Es geht um Menschen. Ich möchte nicht, dass meine Krankenakte oder meine Historie in die Hände von Dritten gelangt und vielleicht missbraucht wird. Zum Glück haben wir in Deutschland und in Europa sehr gute, auch strenge Gesetze. Doch das allein reicht nicht. Für ein Unternehmen ist es wichtig, darüber hinaus

individuelle Akzente zu setzen. Es braucht eine eigene Ethik – unabhängig vom Einhalten der Gesetze. Die gilt es, zu definieren und immerwährend anzupassen. Auch wir bei der NÜRNBERGER haben unsere ganz eigene moralische Strategie definiert und darin festgelegt, wie wir mit den personenbezogenen Daten unserer Versicherten umgehen möchten. Damit sind wir in der Branche nicht allein: Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V (GDV) hat sich dazu auch schon Gedanken gemacht. Und andere Versicherer sind ebenfalls dran.

Da tut sich ja einiges. Wäre es für das gegenseitige Vertrauensverhältnis nicht förderlich, das als Unternehmen stärker zu kommunizieren und zu zeigen, dass man mit den Daten über die gesetzlichen Forderungen hinaus verantwortungsbewusst umgeht?

[GOSSLING] In der Tat. In den letzten Jahren kam es immer wieder zu großen Missbrauchs-

fällen. Man erinnere sich nur an Facebook und Cambridge Analytica, wo Nutzerdaten abgegriffen wurden, um Wahlen zu beeinflussen. Diese Skandale haben das Vertrauen der Kunden stark belastet. Ich glaube, man sollte im Umgang mit Kunden immer ganz nah am Anwendungsfall bleiben und ihnen den Mehrwert klarmachen, den sie vom Offenlegen ihrer Daten haben. Ich finde den Ansatz der NÜRNBERGER hier sehr schön. Sie fordert Ihre Kunden.

[FRITZLAR] Da stimme ich zu. Man muss den verantwortungsbewussten Umgang mit Daten an konkreten Fällen zeigen. Pauschal zu sagen, wir sind gesetzeskonform und nehmen es genau mit der Datenethik, ist für Menschen zu abstrakt. Sie können sich kein klares Bild von diesem großen Begriff machen, was verunsichert. Die Punkt-zu-Punkt-Kommunikation nimmt ihnen die Bedenken eher.

Wie setzen die sich mit dem Thema korrekte Datennutzung auseinander?

[GOSSLING] So ziemlich alle größeren Konzerne entwickeln gerade eine Strategie und häufig mit Data Governance gemeinsam eine eigene Ethik. Den ersten kräftigen Anstoß in Richtung ethisch-moralisch richtige Nutzung hat die Datenschutz-Grundverordnung gemacht. Das löste ja auch international durchaus große Wellen aus. Einiges passierte aber schon vorher. Ganz vorne mit dabei sind die Versicherer. Sie haben deutlich mehr Erfahrung im Datenhandling als klassische Industrieunternehmen etwa aus dem Maschinenbaubereich.



Heinrich Fritzlar ist Leiter der Anwendungsentwicklung bei der NÜRNBERGER Versicherung. Er ist verantwortlich für den operativen Dateneinsatz des Versicherungsunternehmens.

Kevin Goßling ist Co-Founder von Fusionbase, dem führenden Data Hub für maschinenlesbare Data Streams aus externen Quellen.

Wie sieht das konkret bei der NÜRNBERGER aus, Herr Fritzlar?

[FRITZLAR] Wir haben im Haus ein Data Governance Board. Das ist der nicht-technische Teil im Unternehmen, der sich um Daten kümmert. Wir in der IT sind der technische Teil. Und es gibt die Fachbereiche, vorweg die Aktuarate, die bei uns ganz klassisch und natürlich historisch gesehen die meiste Datennutzung, -analytik etc. betrieben haben. Aus diesem Kreis heraus, also zusammen mit Governance, in Anwendung und Nutzung sowie im Bereich IT, entstehen unsere Datenrichtlinien, entstehen auch unsere Strategie oder unsere DI-Leitplanken. Und zusätzlich haben wir natürlich immer wieder externen Input. Sei es jetzt hier durch Fusionbase oder andere Dienstleister, mit deren Hilfe wir technisch auf den neuesten Stand gebracht werden oder Ideen für neue Anwendungsfälle bekommen. Da braucht es extrem viel Kreativität. Und ich glaube, das ist bei Fusionbase ebenfalls eines der großen Themen: Ideen

liefern, was man mit den Daten anstellen kann.

[GOSSLING] Na klar! Wir sind ein junges Tech-Unternehmen. Mein Mitinhaber und ich, wir sind beide Informatiker und haben Fusionbase aus der TU München heraus gegründet. Anfangs gingen wir auf die Betriebe zu und sagten: „Hey, wir haben eine tolle Datentechnologie und hier sind 1.000 Datensätze.“ Aber das funktionierte nicht. Man muss mit ausgearbeiteten Ideen an die Firmen herantreten, mit fertigen Use Cases, und zeigen, wie Daten genutzt werden könnten. Und ja, einiges ergibt sich dann auch durch eine enge Zusammenarbeit. Mit der NÜRNBERGER entwickelten wir mittlerweile eine ganze Palette an Möglichkeiten, wie sie Daten gewinnbringend für den Kunden oder innerhalb der NÜRNBERGER einsetzen. Mit dem Ziel, auch nachhaltig als wirklich fortschrittlicher Wettbewerber im Markt bestehen zu können.

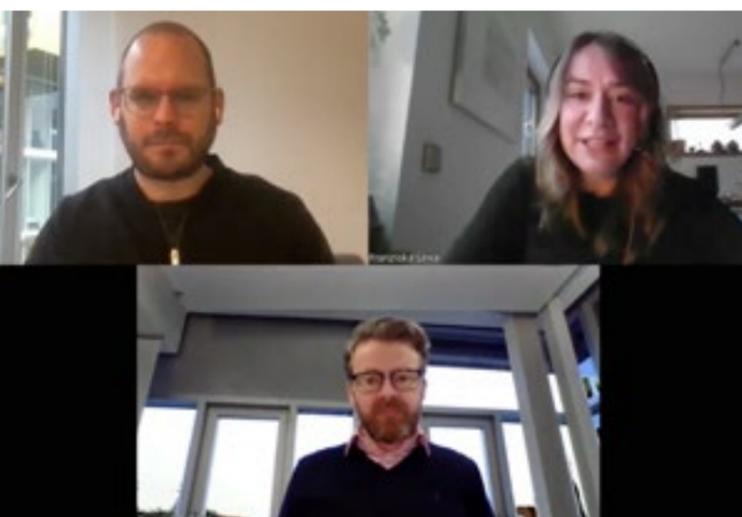
Könnten Sie unseren Leserinnen und Lesern einen Tipp geben, was sie tun

sollen, wenn sie sich unsicher sind, ob sie ihre Daten offenlegen wollen?

[FRITZLAR] Das sollte wirklich jeder für sich selbst entscheiden. Es ist letzten Endes ein technologisches und wirtschaftliches Angebot, das sagt: „Wenn du die Daten mit dem Unternehmen oder dem Dienstleister teilst, kann dir daraus folgender Nutzen erwachsen.“ Wenn der Kunde nicht teilen möchte, dann ist das völlig legitim. Die Hoheit muss beim Einzelnen bleiben.

[GOSSLING] Da bin ich dabei. Am Ende ist es eine persönliche Entscheidung. Bei mir ist es so, ich frage mich: Kann ich dem Unternehmen vertrauen und kann ich irgendwie nachvollziehen, warum die Daten überhaupt gefordert werden? Und wenn ich alles mit „Ja“ beantworten kann und im Idealfall sogar noch weiß, was genau mein Mehrwert ist, dann gebe ich meine Daten her. Wenn ich Zweifel habe, tue ich es eben nicht.

Herzlichen Dank Ihnen beiden für die Einblicke!



Roundtable-Gespräche erfolgen in Zeiten von Corona selbstverständlich digital.

„Wir sind nun mal soziale Wesen.“

Matthias Schenk spricht mit KI-Experte Prof. Dr. Björn Eskofier (Universität Erlangen-Nürnberg), mit Makler Nicolas Vogt (WBV Finanzservice GmbH) und Leitung Onlinemarketing Torsten Abitzsch (NÜRNBERGER) über die Zukunft von Künstlicher Intelligenz und Digitalisierung. Wie weit können Künstliche Intelligenz und Digitalisierung den Menschen als Berater und Dienstleister ersetzen?

[SCHENK] Bei Einkauf oder Dienstleistungen – wo greifen Sie auf digitale Lösungen zurück, und wo bevorzugen Sie das persönliche Gespräch?

[ESKOFIER] Anonyme Internet-Handelsplattformen versuche ich zu vermeiden. Ein ausgesprochenes Nischenprodukt, sagen wir einen Milchaufschäumreiniger, kaufe ich aber durchaus einmal online. Will ich mich jedoch zu einem bestimmten Produkt beraten lassen, mache ich das lieber im Laden.

[VOGT] Alles, von dem ich glaube, es zu verstehen, wie zum Beispiel Spielzeug, kaufe ich online. Aber alles, was komplexer ist, wofür ich also einen Berater möchte, da suche ich dann auch den Kontakt zum Fachmann. Also beispielsweise beim Autoleasing.

[ABITZSCH] Finanzdienstleistungen nutze ich seit 25 Jahren digital. Technik, Fernseher oder Headset für den Junior: Das bestelle ich alles online. Aber ich recherchiere vor dem Kauf sehr gründlich, welches Gerät ich möchte. Schließlich will ich im Sinne der Nachhaltigkeit Retouren vermeiden.

[SCHENK] Corona hat die Digitalisierung enorm vorangetrieben. Ist die Nachfrage nach Online-Produkten bzw. Beratung auch in Ihrer Branche gestiegen?

[VOGT] Wir haben bereits vor Corona mit Video-Calls beraten. Manche Kunden waren etwas skeptisch wegen der Technik. Aber jetzt ist das eine Selbstverständlichkeit. Wir spüren, dass wir auf mehr Akzeptanz bei den Kunden stoßen.

[ABITZSCH] Bei unseren Vermittlern hat die Online-Beratung zugenommen. Die Nachfrage nach Online-Services ist gestiegen. Und die Anzahl der Registrierungen im Kundenportal hat auch stark zugenommen.



[SCHENK] Als daten- und wissenschaftsbasierte Disziplin profitiert die Versicherungswirtschaft in besonderem Maße von KI-Einsatz. Teilen Sie diese Ansicht?

[ESKOFIER] Ja. Der Hauptgrund für die positive Entwicklung auf dem Gebiet der KI ist die Verfügbarkeit von Daten. Nun hat jede Branche zwar Zugang zu bestimmten Algorithmen, aber nicht zu Daten. Und es geht nicht darum, massenhaft Daten zu haben. Sondern es müssen Daten sein, mit denen man informationstechnisch auch etwas anfangen kann. Und die Versicherungsbranche ist für mich im Mittelfeld, da man über gute Daten verfügt.

[SCHENK] Wo sehen Sie bei KI im Vertrieb und im Service das größte Potenzial?

[VOGT] Der Ausschließlichkeitsvermittler wird mittelfristig komplett ersetzbar sein. Denn es gibt keine Informationen, die nicht digital darstellbar sind. Wenn ich aber Produkte mehrerer Gesellschaften anbiete, wird der Mensch auch längerfristig nicht ersetzbar sein. Denn da geht es dann auch um Kreativität, sprich: Konzeptentwicklung. Und hier wird KI noch eine ganze Weile brauchen.

[ABITZSCH] Der Einsatz von relevanter KI im Vertrieb ist noch gering, da hier auch alle Datenschutz-Regelungen zu beachten sind. Vielversprechender ist für mich da der Schadenbereich: Können wir z. B. Betrugspotenziale im Sinne der Versicherungsgemeinschaft besser identifizieren? Generell bietet KI in Zukunft sicher eine Reihe von Ansätzen, um gezielter Mehrwerte und somit bessere Services für unsere Kunden zu schaffen.

[SCHENK] Im Vergleich zu anderen Ländern haben wir recht strenge Vorgaben, Stichwort DSGVO. Brauchen wir solche Reglementierungen?



Prof. Dr. Björn Eskofier

Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg

Leitet seit 2017 das Machine Learning and Data Analytics (MaD) Lab sowie das Zentralinstitut für Medizintechnik der Universität Erlangen-Nürnberg. Mit einem Team von 40 Mitarbeitenden forscht Prof. Eskofier, der auch bereits Gastdozent an der Harvard Medical School war, u. a. im Bereich Maschinelles Lernen.



[ESKOFIER] Selbstverständlich! DSGVO und auf EU-Ebene GDPR sind ein sehr großer Vorteil, den wir in Deutschland und Europa haben. Denn so können wir definieren, wer welche Daten wie verwenden darf. Der Nachteil: Die DSGVO wird immer so wahrgenommen, dass man Daten nicht verwenden dürfe. Das ist aber fatal für unsere Volkswirtschaft. Wir müssen also weg von diesem Denken. Datenschutz heißt: Ich muss die Daten des Einzelnen vor Missbrauch schützen. Dafür ist die DSGVO da.

[ABITZSCH] Es gibt ja auch noch andere Richtlinien, mit denen wir uns beschäftigen. Also z. B. Einwilligungserklärungen. Das führt natürlich zu einem erheblichen Mehraufwand in den einzelnen Prozessen und so auch zu hohen Kosten. Und wahr-



Nicolas Vogt

WBV Finanzservice-GmbH

Der Gesellschafter-Geschäftsführer der WBV Finanzservice-GmbH ist Spezialist für biometrische Risiken und Kapitalanlagestrategien. Die WBV ist bereits seit 50 Jahren am Markt und berät ihre Kunden ganzheitlich zu allen Finanz- und Versicherungsfragen – seit über 10 Jahren schwerpunktmäßig online.

scheinlich werden neue Geschäftsmodelle entstehen, die sich auf Abmahnungen spezialisieren.

[VOGT] Für uns Makler ist die DSGVO ein Kostenfaktor. Mittlerweile ist sie zwar gut in unsere Arbeitsabläufe integriert. Allerdings muss der Kunde nun zwei bis drei Seiten mehr unterschreiben. Und das Gleiche haben wir jetzt im Internet. Man muss immer die Pop-ups wegklicken, um zuzustimmen, welche Daten ausgewertet werden dürfen. Stück für Stück gewöhnen sich die Kunden aber daran, dass man an der Zustimmung zum Datenaustausch gar nicht vorbeikommt.



Torsten Abitzsch

NÜRNBERGER Versicherung

Leitet u. a. die Entwicklung zentraler Online-Angebote und -Services für Endkunden der NÜRNBERGER. Seit über 20 Jahren entwickelt er digitale Lösungen, davon 17 Jahre in der Versicherungsbranche.

[ESKOFIER] Es gibt schon Modelle, wie man DSGVO-konform Daten sammeln kann. Man setzt sogenannte Personal Data Spaces auf: Ein Mensch besitzt seinen eigenen Datenraum. Darin kann er z. B. Krankheitsdaten hinterlegen. Diese sind immer auf dem neuesten Stand. Und dann können Dritte – Zustimmung vorausgesetzt – auf solche Daten zugreifen.

[SCHENK] Wird es Bereiche im Versicherungsvertrieb oder Kundenservice geben, in denen der Mensch komplett durch KI bzw. digitale Tools ersetzt wird?

[ABITZSCH] Die persönliche Ansprache wird im Versicherungsbereich, hier speziell im Vertrieb und bei den Services,

weiterhin wichtig bleiben. Die entscheidende Frage lautet: Wie schaffen wir es, mit KI die Prozesse so zu verschlanken und zu digitalisieren, dass die Qualität und die Effizienz in Vertrieb und Service gesteigert werden können?

[VOGT] Gefährlich wird es für den Versicherungsvermittler, wenn er sich als reiner Produktverkäufer sieht, der die Waren verteilt. Denn dieses Verteilen kann digitalisiert werden. In dem Moment, in dem ich Konzepte erstelle und Themen wie Steuer oder Recht einbinde, wird man es nicht digitalisieren können. So sehe ich unsere Rolle in der Zukunft: kein reiner Produktverteiler, sondern ein lebensbegleitender Berater.

[SCHENK] Wir beamen uns jetzt 30 Jahre in die Zukunft ...

[ESKOFIER] Ich glaube, da werden wir sogenannte Brain-Computer-Interfaces haben, mit denen man das menschliche Gehirn beschreiben und lesen kann. Also wenn man einen Satz nur denkt, kann der digital aufgezeichnet werden.

[ABITZSCH] Sehr viel wird über das Internet laufen. Das Thema Sprachsteuerung wird eine wichtige Rolle spielen. Und damit verbunden natürlich alles, was den Komfort der Menschen steigert. Ich hoffe aber, dass es auch in 30 Jahren noch den Besuch im Opernhaus oder Konzerte geben wird. Denn wir sind nun mal soziale Wesen.

[VOGT] Vielleicht werde ich mich in 30 Jahren daheim aufs Sofa legen und mein virtuelles Ich wird dann in die Stadt gehen oder ein Beratungsgespräch führen. Gleichwohl sind wir tatsächlich soziale Wesen, die sich auch in Zukunft persönlich treffen oder die Freizeit in der Natur genießen werden.

[SCHENK] Herzlichen Dank für das Gespräch!

Wie nachhaltig muss eine Versicherung sein?

Kunden wollen Produkte, die langfristige Sicherheit bieten – für sie selbst, für die Umwelt. Eine doppelt große Herausforderung.

Aber wie kann ein Versicherungsprodukt, diese unsichtbare und nicht greifbare Ware, eigentlich nachhaltig sein? Ist es schon umweltbewusst, wenn man für jeden Vertragsabschluss einen Baum pflanzt? Wie ist es um „grüne“ Kapitalanlagen bestellt, die beim genaueren Hinschauen vielleicht gar nicht so grün sind?

Einer, der sich seit Jahren mit diesen Fragen beschäftigt, ist Prof. Dr. Fred Wagner. Der BWL-Professor ist seit 1997 Direktor des Instituts für Versicherungslehre an

der Universität Leipzig sowie in verschiedenen Fachorganisationen wie dem Verwaltungsrat der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) aktiv. Zu seinen Arbeits- und Forschungsschwerpunkten gehören die wertorientierte Unternehmenssteuerung, Digitalisierung in der Versicherungswirtschaft, InsurTechs und innovative Geschäftsmodelle sowie das Nachhaltigkeitsmanagement im Versicherungsunternehmen.



Ein Interview mit Prof. Dr. Fred Wagner

Professor Wagner sagt: Die Versicherungsbranche ist per se nachhaltig. Sie hat es bislang aber nicht geschafft, dies ihren Kunden und der Öffentlichkeit überzeugend zu kommunizieren. Ulrich Zeidner, Leiter Unternehmenskommunikation, traf sich virtuell mit Fred Wagner, um mit ihm darüber und über die Zukunft nachhaltiger Versicherungsprodukte zu sprechen.

Wenn Sie als Fachmann die Nachhaltigkeitsbemühungen der Versicherungsbranche insgesamt bewerten würden, wie würde Ihr Urteil ausfallen?

Die Versicherungswirtschaft legt inzwischen sehr große Aufmerksamkeit auf das Thema. Die Wichtigkeit wurde auf breiter Front erkannt. Allerdings steht die Assekuranz noch am Anfang der Erkenntnisse, was alles zum Thema Nachhaltigkeit und zum Nachhaltigkeitsmanagement gehört. Und wie man es wirklich anpackt.

Die Versicherungswirtschaft ist eine der größten institutionellen Investoren, die NÜRNBERGER hat ja über drei Milliarden Euro angelegt. Ist es ihre Aufgabe, mit den Kundengeldern den Klimawandel zu stoppen, Kinderarbeit zu verhindern, weltweit soziale Gerechtigkeit zu fördern?

Jeder sollte den Einfluss, den er an seiner Stelle hat, geltend machen, um unseren Enkeln eine lebenswerte Welt zu hinterlassen. Da sind die Kapitalanlagen einer der ganz großen Hebel. Wie das konkret auszugestalten

ist, ist allerdings schwierig. Denn ein einheitliches Verständnis zu gewinnen, was nachhaltig ist und was nicht, das braucht noch Einigungsprozesse. Das sieht man gerade deutlich bei Themen wie Atomstrom. Wir werden Regulierungen kriegen, die möglicherweise gar nicht auf breites Verständnis stoßen. Wenn Strom aus Gas und Atom als nachhaltige Energiequellen regulativ akzeptiert werden oder sogar goutiert werden, dann heißt das nicht, dass die üblichen NGOs das auch gutheißen. Und dann kommen Versicherer auch schnell in ein Dilemma. Welcher Denkweise sollen wir folgen? Jedenfalls rutschen wir da schnell in ein Reputationsproblem hinein. Es ist wichtig für die Branche, alles dafür zu tun, dass sie an der Entwicklung des Verständnisses von Nachhaltigkeit teilnimmt – und dass sie die Deutungshoheit gewinnt.

Sie haben bereits Kapitalanlagen als Nachhaltigkeitshebel erwähnt. Was ist denn mit den anderen Kriterien, das S + G (Social und Governance)?

Nachhaltigkeit ist eindeutig das Zusammenspiel von ESG – also Environmental + Social + Governance. Aber das Thema wird heute sehr vordergründig gespielt im Thema Umwelt und bei den Kapitalanlagen. Da ist der Zug schon abgefahren – mit steigender Geschwindigkeit. Das ist bei S + G meines Erachtens noch nicht der Fall. Bei allem, was außerhalb der Kapitalanlagen stattfindet, setzt sich der Zug eher langsam in Bewegung, aber der wird Dynamik kriegen. Das bleibt nicht stehen. Themen sind genügend da, zum Beispiel Diversität. Mit der Diversität zwischen Geschlechtern sind wir noch lange nicht fertig, da ist noch viel zu tun. Auch was die Situation weiterer Diversitätsgruppen, wie ethnischen Gruppen, angeht. Die Governance folgt am Ende. Sie ist eine regelgerechte Unternehmensführung. Die folgt ja den Themen, die wir

auf der E- und auf der S-Seite haben. Und im Übrigen: Gute Unternehmensführung hat ja nicht nur mit den erst modern aufgekomenen Themen zu tun, sondern auch mit Redlichkeit bei Steuerungssystemen – also die alten Themen, die ja auch für die Governance benötigt wurden.

In der NÜRNBERGER haben wir das unter dem Begriff „ehrbarer Kaufmann“ zusammengefasst.

Ja. Einverstanden. Kann man sicher gut machen.

Gibt es eigentlich so etwas wie ein nachhaltiges Versicherungsprodukt?

Also erstmal bin ich fest davon überzeugt, dass das gesamte Geschäftsmodell der Versicherungswirtschaft Nachhaltigkeit produziert. Warum? Weil es Resilienz schafft. All die privaten und gewerblichen industriellen Versicherungsnehmer könnten ihr Leben so risikokontrolliert oder risikobeherrscht ja gar nicht führen, wenn es die Versicherungswirtschaft nicht geben würde. Also die Resilienz, die Widerstandsfähigkeit gegenüber unerwünschten Entwicklungen, wird ja gerade durch die Versicherungswirtschaft im Kern geschaffen und das ist natürlich nachhaltig.

Natürlich sind auch die privaten Lebensversicherungs- und Krankenversicherungs- und Pflegesysteme nachhaltig. Weil sie auch ein gutes Stück Resilienz gegen die demographischen Entwicklungen schaffen, die wir haben. Das ist auch bei jedem sonstigen Versicherungsprodukt der Fall, weil die Risikobeherr-



Es ist wichtig für die Branche, an der Entwicklung des Verständnisses über Nachhaltigkeit teilzunehmen.

schung im Versicherungsunternehmen immer auf einem Risikoausgleich im Kollektiv basiert. Ja, und dass sie im Grunde durch die Gemeinschaft der Versicherungsnehmer getragen wird zuzüglich des Eigenkapitals, das die Versicherer für einen nachhaltigen Risikoschutz stellen.

Auch das Thema Schadenregulierung wird immer wieder mit Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht.

Ich nehme mal als Beispiel das Sturmtief „Bernd“ und damit verbunden die Flutkatastrophe im Sommer 2021. Bislang war das Geschäftsmodell der Versicherer darauf gegründet, dass sie Prämien einnehmen und mit den Prämien Schäden finanzieren, wenn sie entstanden sind – und fertig. Das wird in Zukunft nicht mehr ausreichen.

In Zukunft wird man sich fragen müssen: Ja, wird das Haus denn überhaupt wiederaufgebaut? Wird es an dieser Stelle wiederaufgebaut, wo es war? Mit welchen Materialien wird das Haus wiederaufgebaut? Sind

das nachhaltige Materialien? Wo kommen die her? Ist das auch aus der Region eher, als von fern, um Transport zu ersparen? Und zudem ist die Branche dadurch geprägt, dass sie immer „neu für alt“ ersetzt hat. Auch das wird zu hinterfragen sein. Ist es nicht auch mit mehr Reparaturen getan? Reparaturen sparen Ressourcen.

Und noch einen Schritt weiter und dann wird es aber sehr substantiell: Müssen wir nicht die gesamte Wertschöpfungskette des Versicherungsgeschäfts noch ein Stück nach vorne schieben und Schadenverhütung mitadressieren?

Die Versicherungswirtschaft hat wunderbare Voraussetzungen dafür, im Zuge auch der Digitalisierung, die vieles messbar und auch besser prognostizierbar macht. Wir wussten drei Tage vorher, dass es den Sturm geben würde. Es ist eigentlich eine öffentliche Aufgabe. Aber warum sind die Versicherer nicht in der Lage, ihre Versicherten mit einer SMS oder mit einer Mail vorzeitig zu warnen, bevor es passiert ist?

Wenn wir allerdings immer mehr Schadenverhütung erreichen, dann sägen wir natürlich an einem Ast, auf dem wir selbst sitzen. Dann wird es auch nötig sein, dieses Geschäftsmodell „Schadenverhütung“ zu monetarisieren. Darüber ist nachzudenken. Ich glaube, da gibt es noch viele Potenziale. Es gibt viele Potenziale auf der Produkt- und Geschäftsmodell-Seite, auch auf der Passiv-Seite der Bilanz, also der Versicherungstechnik, Nachhaltigkeit zu organisieren. Vieles geschieht und einiges ist noch offen.

Nach allem, was Sie hier erläutert haben: Warum gilt die Versicherungsbranche in der Öffentlichkeit immer noch nicht als Musterkind der Nachhaltigkeit?

Ich glaube, dass eine der größten Baustellen der Versicherungswirtschaft die Kommunikation ist. Ich glaube, dass da wirklich massive Defizite bestehen. Die Branche schafft es ja noch nicht einmal, ihr Geschäftsmodell überhaupt zu erklären. Bei vielen Menschen herrscht immer noch der Gedanke vor „Jetzt habe ich soundso viele Jahre immer Prämien einbezahlt und noch nie was bekommen“. Schon da fehlt es ja am Verständnis dafür, dass man nachhaltig Versicherungsschutz bekommen hat über die ganze Zeit. Die Branche ist intransparent.

Das Dilemma, in der die Branche steckt, wird auch bei Thema Schadenprüfung sichtbar. Sie muss berechnete Ansprüche erkennen und hoffentlich selbstverständlich bezahlen und unberechtigte Ansprüche auf das berechnete Maß zu-

rückzuführen – und steht dann schnell in der Defensive. Sie ist nicht wirklich in der Lage, den Risikoausgleich im Kollektiv zu erklären. Stattdessen versucht sie sich als Solidargemeinschaft darzustellen, was sie nicht ist.

Die private Versicherungswirtschaft ist keine Solidargemeinschaft. Solidargemeinschaft wäre reich für arm, schnell für langsam, stark für schwach und gesund für krank. So funktioniert das aber nicht. Jeder einzelne Kunde sucht die für ihn beste Preis-Leistungs-Relation. Und jeder Versicherer sucht für sich die besten Preis-Leistungs-Relationen. Und das wird organisiert über den Risikoausgleich im Kollektiv. Das ist das Geschäftsmodell. Den Ausgleich des

Zufalls mit fairen Preisen. Solidarität ist also kein Geschäftsmodell der Versicherer. Wenn es gelänge dies verständlich zu kommunizieren, dann würde es auch gelingen, der Welt, dem Kunden, der Öffentlichkeit, der Politik klar zu machen, dass Versicherer sehr ernsthaft auf den Weg gehen, Nachhaltigkeit zu fördern. Ich glaube nicht, dass auf Dauer Nachhaltigkeit im Versicherungsgeschäft ein Wettbewerbsfaktor sein wird, durch den man sich abhebt. Ich glaube, dass das ein Hygienefaktor wird. Wir müssen alle darauf achten, dass unser Geschäftsmodell nachhaltig ist. Dafür müssen wir Strategien haben, die müssen wir kommunizieren, die müssen wir glaubwürdig machen. Und dann danach leben.



Das Geschäftsmodell der Versicherungswirtschaft produziert Nachhaltigkeit. Weil es Resilienz schafft.



Chancen gibt es immer wieder.

*Reflexion über Lehren und Lernen zu Zeiten
von Corona und Homeschooling.*

Die Institution Schule anders denken, wesentlich verändern, neu aufstellen – was vor zweieinhalb Jahren nach einem ebenso gewagten wie langwierigen Prozess klang, wurde durch die Corona-Pandemie quasi über Nacht Realität. Die schnelle Umsetzung von Homeschooling und Wechselunterricht hat Schulleitungen, Lehrpersonal, Jugendliche und deren Eltern – also die gesamte Schulfamilie – vor große Herausforderungen gestellt.

Bildung ist ein lebenslanger Prozess und deutlich mehr als die Anhäufung von Wissen. Es ist ein Geschehen sozialer Interaktion, bei dem wir Erfahrungen sammeln – auf sozialer, sachlicher und geistiger Ebene. Doch wie steht es um die schulische Bildung in pandemischen Zeiten? Wie haben Homeschooling und Wechselunterricht das Lehren und Lernen in den vergangenen beiden Jahren beeinflusst? Welche Entwicklungen sind zukunftsfähig und wo muss gegengesteuert werden? Und ist das bayerische Schulsystem so starr wie sein Ruf und damit eher Chancenverhinderer als Chancengeber? Um diese und viele weitere Fragen zu klären, verabreden wir uns mit Dr. Christian Büttner, dem Leiter des IPSN – Instituts für Pädagogik und Schulpsychologie der Stadt Nürnberg.





Corona hat das stabile System Schule nicht nur verändert, sondern komplett in Frage gestellt.

Dr. Christian Büttner, Leiter Institut für Pädagogik und Schulpsychologie der Stadt Nürnberg

Gleich zu Beginn berichtet Dr. Christian Büttner, dass die Stadt Nürnberg dank ihrer 2017 verabschiedeten IT-Strategie bei der Umstellung auf Distanzunterricht im Vorteil gewesen sei. Fragen, die sich andere Kommunen in Sachen Infrastruktur, Ausstattung und Anwendungsschulung erst stellen mussten, waren bereits beantwortet. Die Unabhängigkeit der Nürnberger Schulen von Mebis, dem gerade zu Pandemiebeginn durch technische Startschwierigkeiten in Erscheinung tretenden Internetportal des bayerischen Kultusministeriums, erwies sich als Glücksfall. „Da hatten wir einen gewissen Vorsprung, weil wir einfach schon einen Schritt weiter waren und relativ schnell reagieren konnten. Und wir haben die Lehrkräfte direkt mitgenommen. Mitte März kam die Schulschließung und wir haben bis Mai fast 3.000 Pädagogen zu unserem Video-konferenzsystem und digitalem Unterricht fortgebildet“, erklärt der Bildungsexperte.

Trotz des Schnellstarts und der zügigen Bereitstellung von Hardware für Schülerinnen und Schüler aus einkommensschwächeren Haushalten, zeichneten sich in Nürnberg, wie im Rest Deutschlands, nach kurzer Zeit Verunsicherung und zum Teil auch Überforderung ab. Eltern mussten plötzlich in den eigenen vier Wänden den Spagat zwischen Beruf und Kinderbetreuung schaffen, die Rolle von Aushilfslehrkräften übernehmen und mit überlasteten

lokalen WLAN-Netzen zurechtkommen. Pädagogen standen vor der Herausforderung, mit einer nicht immer optimalen Ausstattung ansprechenden digitalen Unterricht zu gestalten, Noten zu erheben und den Bezug zu den Jugendlichen auch in Zeiten eingeschränkter sozialer Interaktion nicht zu verlieren. „Corona hat das stabile System Schule nicht nur verändert, sondern komplett infrage gestellt. Das war schon eine Riesenherausforderung, sowohl für Lehrkräfte, als auch für die Schülerschaft und deren Eltern. Die digitalen Instrumente haben den Prozess



Unsere Redakteurin Dr. Natalie Schwägerl wirft einen Blick auf den Status quo und beleuchtet angesichts der sich verändernden Rahmenbedingungen auch die Chancengleichheit in der schulischen Bildung.

erträglicher gemacht, aber sie haben den Ort nicht ersetzt. Jugendliche aus einem relativ normalen, fördernden Elternhaus gehen vor allem zur Schule, um dort zu lernen und sozial zu agieren. Aber es gibt Kinder, für die bedeutet Schule noch viel mehr: warmes Essen, Struktur, Wärme, Kommunikation und Sicherheit. weil ihre Eltern sich vielleicht nicht ganz so um solche Dinge kümmern“, gibt Dr. Christian Büttner zu bedenken.

Chancengleichheit alleine reicht nicht aus

Neben dem Verlust des Sozialraums Schule haben Kinder und Jugendliche aus weniger gut situierten Haushalten mit einem weiteren Nachteil zu kämpfen: Sie haben aufgrund räumlicher Verhältnisse nur wenig Möglichkeiten, ungestört digital zu arbeiten. Erschwerend kommt bei einem Teil der Kinder hinzu, dass ihnen die

Eltern nicht oder nur bedingt beim Nachbereiten des Unterrichtsstoffs und den Hausaufgaben helfen können oder wollen. Die sich bereits vor Corona abzeichnende Schere zwischen bildungsnahen und bildungsfernen Familien scheint weiter aufzugehen. Kann man vor diesem Hintergrund noch von einem fairen System und von Chancengleichheit sprechen? Dr. Christian Büttner kommt schnell zu einer Antwort: „Bei klassischen Schulnoten von eins bis sechs würde ich sagen, ich gebe mit Blick auf die Chancengleichheit eine Zwei. Ich bin ein Optimist. Deswegen kann es immer besser werden. In einer Zeugnisbegründung würde es heißen: Das deutsche Bildungssystem ist gerecht. Es sollte aber an der Transparenz der Möglichkeit noch arbeiten.“



Jetzt aufschlagen – mit WissensTurbo!



Im Zuge der Corona-Pandemie wurde die Nachhilfe-Plattform WissensTurbo aufgebaut. An der Umsetzung beteiligt waren das IPSN, CodeCamp:N, die NÜRNBERGER Versicherung und die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Sie funktioniert wie ein digitales Schwarzes Brett und bringt Studierende ausgewählter Hochschulen und Nachhilfesuchende aus der Metropolregion Nürnberg zusammen. So können durch Home-schooling und Wechselunterricht bedingte Lernrückstände aufgeholt werden.

Kostenfrei inserieren und günstig Nachhilfe erhalten

Nach der Registrierung auf www.wissensturbo.de können Nachhilfesuchende aller Schulformen und Klassenstufen kostenfrei ein Inserat erstellen oder auf Nachhilfeangebote von Studierenden antworten. Sobald auf ein Inserat reagiert wurde, versendet WissensTurbo eine Anfrage per E-Mail. Akzeptiert man diese, hat sich ein sogenanntes „Match“ ergeben. Erst wenn dies der Fall ist, erfolgt der Austausch persönlicher Daten. Eine über WissensTurbo vermittelte Nachhilfestunde kostet in der Regel zehn Euro für 45 Minuten. Sie wird als Einzelunterricht gegeben. Coronabedingt findet die Nachhilfe online statt. Ein Wechsel in die Präsenz ist mit sinkenden Inzidenzzahlen möglich.

Zuschüsse mit Nürnberg-Pass

Ein Aspekt, der WissensTurbo von anderen Angeboten unterscheidet, ist die Förderung von Familien mit niedrigem Haushaltsnettoeinkommen. Für Familien mit Nürnberg-Pass bietet die Stiftung NÜRNBERGER Versicherung eine Förderung von 75 Prozent der Nachhilfekosten. Die entsprechenden Gutscheine werden direkt über die WissensTurbo-Plattform ausgestellt und können von den Nachhilfegabenden beim Sozialamt der Stadt eingereicht werden.



Weitere Informationen:
www.wissensturbo.de

Zu den wichtigsten Instrumenten, Chancengleichheit im Sinne einer gleichwertigen Teilhabe sicherzustellen, zählt das Bildungs- und Teilhabepaket der Bundesregierung. Es ermöglicht Kindern aus einkommensschwächeren Familien Leistungen wie Nachhilfe und die Teilnahme am gesellschaftlichen Leben, etwa über die Förderung oder Bezuschussung von Klassenfahrten und Vereinsmitgliedschaften. Nürnberg gehört zu den Städten, in denen das zur Verfügung stehende Budget sehr gut ausgeschöpft wird. Der sogenannte Nürnberg-Pass kann beim Amt für Existenzsicherung und soziale Integration beantragt werden und wird von vielen Anbietern in den Bereichen Bildung, Kultur, Sport und Freizeit akzeptiert. An einem Beispiel verdeutlicht Dr. Christian Büttner jedoch, dass Chancengleichheit alleine nicht ausreichend ist: „Nehmen wir zwei Schüler. Beide bekommen den gleichen Unterricht, beide kriegen ein iPad und beide nehmen Nachhilfe beim gleichen Lehrer. Das bedeutet zunächst eine Chancengleichheit. Aber kann man von gleichen Chancen sprechen, wenn der eine als Muttersprache Deutsch beherrscht und der andere aufgrund seines Migrationshintergrunds erst einen Wortschatz von 1.000 Wörtern? Deswegen plädiere ich dafür, dass jeder die Zeit bekommt, die er braucht, um sich individuell zu entwickeln. Entscheidend ist, dass man die Lernenden unterstützt auf dem Weg. Nicht alle Jugendlichen haben dieselben Startbedingungen und damit automatisch gleiche Chancen. Chancengleichheit muss darum sehr individuell betrachtet und gefördert werden.“

Viele Wege führen ans Ziel

Noch nie in der Nachkriegszeit wurde das deutsche Schulsystem vor so drastische Herausforderungen gestellt wie durch Covid-19. So wie in der Arbeitswelt, in der eine oder andere Mitarbeitende mit den Anforderungen der Digitalisierung und des Homeoffice nicht zurechtkam und sich verloren fühlte, erging es auch dem einen oder anderen Lernenden. Schlechte



Die Pandemie hat den traditionell analogen Lernort Schule in Höchstgeschwindigkeit ins digitale Zeitalter katapultiert. Technik, Strukturen und Didaktik müssen nun schnell nachziehen.

Noten und Versetzungsprobleme sind vorprogrammiert. Doch bedeuten temporäre schulische Schwierigkeiten, eine holprige Versetzung oder der notwendige Wechsel in eine andere Schulform für jeden gleich das Ende aller Karrierehoffnungen? „Nein“, versichert Dr. Christian Büttner. Im bayerischen Schulsystem heißt es: ‚Keinen Abschluss ohne Anschluss‘. Das bedeutet, dass es immer die Möglichkeit gibt weiterzumachen. Egal wo du bist, kannst du deinen Weg gehen, auch wenn er vielleicht ein bisschen länger dauert.“ In diesem Kontext verweist er auf seine eigene Laufbahn. Dem Realschulabschluss folgte die Ausbildung zum Sozialversicherungsfachangestellten. Er nutzte die Berufliche Oberschule, um das Abitur nachzuholen, und studierte anschließend Wirtschaftspädagogik. Im Anschluss an das Referendariat unterrichtete er an der Wirtschaftsschule Nürnberg. Berufsbegleitend begann er zu promovieren, wechselte parallel in die Stadtverwaltung als Wissenschaftlicher Mitarbeiter des Schulbürgermeisters. Wenige Jahre später folgte die Übernahme der Leitung des Instituts für Pädagogik



und Schulpsychologie. „Ich glaube, was das bayerische Schul- und Bildungssystem so komplex und so schwer verständlich macht, sind gerade die Möglichkeiten, die es bietet. Deswegen habe ich vorhin ja auch die Note 2 gegeben“, sagt Büttner. Es gut zu wissen, dass sich für die Lernenden in der breitgefächerten Bildungslandschaft immer wieder neue Chancen und Perspektiven eröffnen, falls sie es wollen. So können sie sich individuell, gemäß ihren eigenen Stärken und Schwächen, entsprechend ihrer Neigungen und Interessen und passend zu ihrem jeweiligen Entwicklungs- und Zeitbedarf „fit machen“ für ein selbstbestimmtes Leben in einer zunehmend digitalisierten Welt.

Das Momentum nutzen

Die Corona-Pandemie hat durch das Homeschooling die Schule in die Mitte der Gesellschaft geholt und sie weiterentwickelt. Sie hat ohne jegliche Vorwarnung alte Routinen aufgebrochen und neue Formate etabliert. Formate, die ohne Schulschließungen nur langsam oder

gar nicht zum Einsatz gekommen wären. Sobald wieder „Normalität“ in Form von dauerhaftem Regelunterricht einkehrt, wird es eine große Herausforderung sein, die bewährte Vor-Pandemie-Praxis gewinnbringend mit den neuen Ansätzen und Konzepten zu verknüpfen. Es wäre schade und wahrscheinlich sogar sträflich, dieses Momentum verstreichen zu lassen. Denn auch wenn über alle Schulformen und Klassenstufen aktuell Lernrückstände zu verzeichnen sind, hat durch das homeschoolingbedingte Auf-sich-selbst-gestellt-Sein und das damit verbundene Sammeln und Verarbeiten völlig neuer Erfahrungen ein Großteil der Schüler und Schülerinnen Kompetenzen und Soft Skills erworben, die nachhaltig sinnstiftend sind. In der Schule, im Alltag und nicht zuletzt im Beruf. Chancen gibt es immer wieder – sie müssen nur genutzt werden wollen. Im Idealfall intrinsisch motiviert, auf organisatorischer und individueller Ebene.

„Public Private Partnership stützt Bildungsaufgaben“

Ein Interview mit Dr. Christian Büttner zu Corona-Folgen und zum gemeinsamen Projekt „WissensTurbo“

Dr. Christian Büttner ist Leiter des Instituts für Pädagogik und Schulpsychologie der Stadt Nürnberg (IPSN) und darüber hinaus verantwortlich für die IT-Strategie der städtischen Schulen. Sein umfassendes Engagement in den Bereichen Bildung und internationale Beziehungen – unter anderem ist er erster Vorsitzender im Bündnis für Bildung, Mitglied im Beirat der Stiftung Jugend und Bildung sowie Präsidiumsmitglied von ANKO, dem Atlanta-Nürnberg-Komitee – begründet er mit den Worten: „Weil ich der Meinung bin, dass ich Bildung alles zu verdanken habe“.

Welche „Learnings“ haben Sie und Ihr Institut aus der Corona-Pandemie gezogen?

Ganz schnell auf den Punkt gebracht: Die schulische Bildung in Nürnberg hat die Herausforderung angenommen und hat Lösungen gefunden. Die waren im Nachhinein betrachtet manchmal nicht optimal, aber aus der Situation heraus wirklich gut.

Und wie zukunftsfähig sind die Lösungen, die Sie entwickelt haben?

Wir haben beispielsweise erkannt, dass eine Fortbildung nur digital nicht immer das Optimalste ist, sondern dass es hybride und analoge Lösungen braucht. In bestimmten Bereichen sind digitale Lösungen weiterhin sinnvoll. Auch inhaltlich hat sich einiges verändert. Vor zwei Jahren war bei uns „Wie arbeite ich mit dem Videokonferenzsystem MS Teams?“ der absolute Renner.

Diese Fortbildung brauche ich jetzt nicht mehr, denn das kann jeder. Es hat sich nicht nur unsere Arbeit verändert, es hat sich auch das Arbeitsumfeld gewandelt. Und es haben sich natürlich auch die Ansprüche verändert. Da müssen wir am Ball bleiben.

Im Zuge der Corona-Pandemie wurde die Nachhilfe-Plattform WissensTurbo aufgebaut. An der Umsetzung beteiligt waren das IPSN, CodeCamp:N, die NÜRNBERGER Versicherung und die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Wie bewerten Sie die Plattform?

WissensTurbo ist ein tolles Produkt. Dass es dieses Matching von Nachhilfesuchenden und -gebenden im Internet gibt, halte ich für ganz, ganz wichtig. Aber es braucht einfach in diesem Schulmarkt, ich sage bewusst Markt, ein bisschen Zeit, bis sich solche Produkte auch

durchsetzen. Es braucht Schulleitungen und Verbindungslehrer und Lehrkräfte, die sagen: „Ich kenne das. Ich finde das gut und empfehle dir, dort hinzugehen.“ Gleichzeitig muss das Angebot Stück für Stück wachsen. Unser limitierender Faktor sind ja aktuell die Studierenden. Die waren jetzt eineinhalb Jahre im Lockdown. Die sind vielleicht auch wieder froh, dass sie Sozialkontakte haben, dass sie Praktika nachholen können, dass sie wieder mal normalen Studijobs nachgehen können. Wir müssen sie verstärkt auf die Plattform ziehen.

Uns beschäftigt auch das Thema Mehrsprachigkeit. Es gibt



gut angenommen, ist aber noch ausbaufähig. Wie kann das Potenzial voll ausgeschöpft werden?

Schwer zu sagen. Eine Erklärung für mich ist, dass Schule immer noch nicht so funktioniert wie vor Corona, die Lehrkräfte nach wie vor überlastet sind und deswegen weniger Empfehlungen aussprechen. Gerade was die Wissenslücken, was Noten angeht, fehlt bei den Eltern einfach noch die Einschätzung. Diese Noten oder diese Wissenslücken kommen ja nicht nur daraus, dass Unterricht ausgefallen ist. Bei den Kindern haben sich durch eineinhalb Jahre Wechsel- und Distanzunterricht auch Prioritäten verschoben und das Lernverhalten verändert. Beim Sozialverhalten spielen psychische Probleme eine ganz andere Rolle und wirken sich auf die Noten aus. Ich denke, solche Dinge werden die nächste Zeit auch sichtbar. Und dann werden diese ergänzenden Angebote viel stärker in Anspruch genommen. Das ist so ein bisschen wie mit der Kreditkarte und dem Kontoauszug. Man shoppt die ganze Zeit und irgendwann verliert man den Überblick, und am Ende des Monats kommt dann ja auch die Abrechnung. Dann denkt man: „Jetzt habe ich aber ganz schön viel Geld ausgegeben, jetzt muss

Zielgruppenflyer und Erklärvideos in verschiedenen Sprachen. Die Plattform selbst ist weiterhin rein deutsch gehalten. Ist das ausreichend?

Flyer und Videos in verschiedenen Sprachen sind als Teaser der richtige Weg. Und ich glaube auch, dass die Schüler mit Förderbedarf ausreichend gut Deutsch beherrschen, um sich anmelden zu können. Die Plattform an sich würde ich nicht in anderen Sprachen anbieten.

Die Stiftung Nürnberger Versicherung fördert die Nachhilfestunden über WissensTurbo für Nürnberg-Pass-Inhaber mit 35.000 Euro. Das Angebot wird bereits

ich mal sparen.“ Und so ähnlich ist es auch mit den Zeugnissen. Spätestens, wenn der blaue Brief kommt oder wenn das Zeugnis kommt, ist die Erkenntnis da: „Jetzt müssen wir was tun.“

Ist die Finanzierung des Bildungssystems über öffentliche Mittel zukunftsfähig oder braucht es verstärkt neue Wege der Finanzierung?

Bildung sollte öffentlich finanziert sein, muss aber ausreichend finanziert sein. Dass es Privatschulen bei uns gibt, ist völlig in Ordnung. Das braucht es auch. Und natürlich gibt es Unternehmen wie die NÜRNBERGER Versicherung, die sagen, wir machen etwas aus einem humanistischen Ansatz heraus. Aber das möchte ich nicht jedem Unternehmen zutrauen.

Ich bin ein Freund von Private Public Partnerships in allen Bereichen und auch von Kooperationen. Aber da müssen die Spielregeln klar sein. Jeder muss sie verinnerlichen und sie leben. Bei manchen Themen hätte ich dennoch echt ein Problem. Deshalb finde ich es richtig, Schule über öffentliche Gelder zu finanzieren, weil dann einfach eine gewisse Unabhängigkeit da ist.



Ein Gastbeitrag von Prof. Dr. Werner Widuckel

Diversity: Potenziale entwickeln und Chancen nutzen.

Diversity ist ein Merkmal gesellschaftlicher und individueller Entwicklung, das für unser Leben prägend geworden ist. In diesem Sinne meint Diversity eine wachsende Vielfalt von individuellen Lebensbezügen und sozialen Lebensverhältnissen. Diversity kann man nicht entkommen, man kann nur wählen, wie man mit ihr umgeht. Dies stellt Unternehmen vor die Herausforderung eines Diversity Managements. Der Beginn eines guten Diversity Managements besteht darin, sich zu fragen, was Diversity eigentlich ist. Die sprachliche Übersetzung von Diversity lautet „Vielfalt“. Diese Vielfalt ist aller-

dings in einem doppelten Sinne zu verstehen: Sie meint Vielfalt der Individuen, aber auch Vielfalt des Individuums. Menschen sind nicht einfach männlich oder weiblich und haben nicht einfach eine Behinderung oder keine. Vielmehr sind die Identitäten vielfältig und komplex. Ein gutes Diversity Management vermeidet, Menschen auf ein Merkmal zu reduzieren. So hat z. B. keine Frau Lust darauf, immer wieder als „die Frau“ angesprochen zu werden, und kein Mensch mit einer Behinderung möchte wiederholt hören, wie gut die erbrachte Leistung angesichts der Behinderung doch sei. Diversity Ma-

nagement rückt nicht bestimmte Merkmale, sondern Individualität in den Mittelpunkt. Frauen oder Menschen mit Behinderungen, um bei diesen Beispielen zu bleiben, verfügen über Erfahrungen, Kompetenzen und Motivation in den unterschiedlichsten Tätigkeiten und Rollen. Ein gutes Diversity Management hat diesen Zusammenhang ganzheitlich im Blick.

Vielfalt und Gemeinsamkeit

Mit diesem Verständnis von Vielfalt müssen Unternehmen entscheiden, wie Diversity in ihrer Organisation aussehen soll.



Diversity ist ein Merkmal gesellschaftlicher und individueller Entwicklung, das für unser Leben prägend geworden ist.

Prof. Dr. Werner Widuckel, Professor für Personalmanagement und Arbeitsorganisation an der FAU Erlangen-Nürnberg



◀ **Prof. Dr. Werner Widuckel:** ist Sozialwissenschaftler und Professor für Personalmanagement und Arbeitsorganisation an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Er war von 2005 bis 2010 Personalvorstand und Arbeitsdirektor der AUDI AG.

Diversity Management stellt einen bestimmten Zusammenhang zwischen Unternehmenszweck, Unternehmenszielen und der Unternehmenskultur her. Unternehmensziele sollen erreichbar gemacht werden und die Unternehmenskultur soll gleichzeitig Diversity als Wert im Unternehmen verankern und das Verhalten im Sinne von Diversity-Freundlichkeit fördern. Diversity Management repräsentiert daher nicht nur Vielfalt als Unterschiedlichkeit, sondern auch Gemeinsamkeit im Sinne geteilter Werte und gemeinsamer Ziele. In diesem Sinne wird Diversity durch ein entspre-

chendes Management sowohl als kultureller Wert als auch wertschöpfend gestaltet. Es bietet Potenziale, Unternehmen in einer komplexer werdenden Umwelt überlebensfähiger zu machen und gleichzeitig vielfältig werdenden Erwartungen von potenziellen oder bereits aktiven Mitarbeitenden gerecht zu werden.

Diversity Management – der Weg lohnt sich

Diversity Management ist allerdings keine leichte Herausforderung. Dies zu gestalten verlangt, die gelebte Praxis im

Unternehmen zu hinterfragen. Das kann unangenehm werden, falls man feststellt, dass Vorurteile oder gar Diskriminierungen ein Hindernis für Diversity darstellen. Häufig handelt es sich um unbewusstes Verhalten („Ältere sind nicht kreativ“) oder um Konventionen, die bestimmte Gruppen automatisch ausschließen („Wichtige Besprechungen nur nach 18.00 Uhr“). Es können auch soziale Konflikte entstehen, wenn bisher bevorzugte Gruppen eine soziale Abwertung befürchten. So muss Diversity Management sich auf die Bewältigung von Konflikten einstellen. Zudem ist eine Überprüfung der Personalsysteme und -instrumente und deren praktischer Anwendung erforderlich. Diversity Management braucht überprüfbare Ziele und Weiterbildung von Führungskräften und Mitarbeitenden. Das ist nicht ohne Ressourcen (Menschen, Zeit und Geld) zu bekommen. Insofern gilt: Wer ein gutes Diversity Management will, muss bereit sein, sich hierauf einzulassen. Dazu gehört auch ein klares Commitment, das von der jeweiligen Unternehmensleitung ausgehen muss. Das ist ein mühsamer Weg, aber dieser Weg lohnt sich, für das Unternehmen, für Führungskräfte wie Mitarbeitende und last but not least die Kundschaft und die Gesellschaft insgesamt. Ein gutes Diversity Management befördert den Unternehmenserfolg.

Outfits machen Leute – Mehr Diversität durch Kleidung!

Vielfalt hat viele Gesichter. Der eigene Kleidungsstil ist Ausdruck der Persönlichkeit. Dresscodes müssen deshalb offen für die Individualität der einzelnen Personen sein und gut kommuniziert werden.

Sakko oder Hoodie, Pumps oder Sneaker – darf ein Arbeitgeber seinem Team einen bestimmten Kleidungsstil vorschreiben? Vielleicht sogar noch geschlechterspezifisch auslegen – Frau trägt Rock und Mann trägt Hose? Dieser Gedanke wirkt eher veraltet. Und doch sind solche Formen des Dresscodes noch immer Gang und Gebe. Dabei geht es doch bei der Arbeit – und hier vor allem im Büro – darum, dass sie gemacht wird. Bestimmte Kleiderregelungen sollten nebensächlich sein. Jeder Mensch hat andere Kleidung, in der er sich wohlfühlt. Die einen mögen am Arbeitsplatz lieber Hemd, Bluse und Blazer tragen, weil sie sich dann in ihrem Arbeitsoutfit passend gekleidet fühlen und dadurch ihre Produktivität steigern. Andere möchten vielleicht lieber ein Kleid oder den selbstgestrickten Pullover anziehen. Wie eng darf man Dresscodes fassen?

In der Versicherungsbranche herrschen häufig noch klare Vorstellungen eines einheitlichen, klassischen Dresscodes vor: Bluse, Stoffhose oder Rock und Blazer für Frauen, Anzug für Män-

ner. Doch der aktuelle Unternehmensalltag der NÜRNBERGER zeigt: Die „eine“ Kleidungs Vorschrift gibt es mittlerweile nicht mehr. Allerdings sah das noch vor zehn Jahren anders aus. Da brachte die NÜRNBERGER ihren eigenen Knigge heraus.

Dresscodes als Zwang?

Der ursprüngliche Knigge ist ein Buch von Adolph Freiherr von Knigge aus dem 18. Jahrhundert. Titel dieses Werkes war simpel: „Über den Umgang mit Menschen.“ Ihm ging es in erster Linie um Tugenden wie Pünktlichkeit, Freundschaft, Verantwortung und Verlässlichkeit. Der Anspruch war es, ein konservatives und seriöses Auftreten in Kleidungsstil und Umgang zu etablieren. Im Gegensatz zum Ursprungs-Knigge, war die NÜRNBERGER-Version auf Etikette und strenge Kleidungs- und Handlungsempfehlungen ausgelegt. Jeder Mitarbeitende erhielt bei der Veröffentlichung im Januar 2013 ein eigenes Exemplar mit persönlichem Anschreiben – das galt auch für Personen, die neu an die NÜRNBERGER kamen. Darin fanden sich neben Benimmregeln auch

klare Richtlinien, wie man sich zu kleiden hatte. Hier wurde kein Unterschied gemacht, ob der Betreffende Kundenkontakt hatte oder im Büro saß. Wieso auch: Die NÜRNBERGER sollte ein einheitliches Erscheinungsbild bekommen. Die Kleiderregeln waren sehr eng gefasst. So war vorgeschrieben, was Frauen mit mehr Figur bei ihrer Kleiderwahl beachten sollen oder dass Männer bei offiziellen Anlässen ausnahmslos im Anzug zu erscheinen haben. Macht so ein Dresscode gepaart mit strengen Verhaltensregeln Sinn? Ist er nicht vielleicht sogar ein Hindernis für die Vielfalt in einem Unternehmen? Diese Fragen beantwortet Werner Widuckel, Sozialwissenschaftler und Pro-

fessor für Personalmanagement und Arbeitsorganisation an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg und erklärt die Bedeutung von Dresscodes etwas genauer: „Sofern der Dresscode als angemessen empfunden wird, kann er eine gemeinschaftsfördernde Wirkung bzw. Ausdruck einer bewusst dargestellten Haltung sein. Denken Sie z. B. an einen Dresscode bei Beerdigungen oder den Dresscode von durchaus diversen Mannschaften im Sport. Es sieht anders aus, wenn der Dresscode als Zwang empfunden wird, weil dessen Sinnvermittlung als nicht überzeugend erscheint – z. B. Krawattenzwang.“

Wann also sind Bekleidungs- oder Verhaltensvorschriften sinnvoll im Sinne von Corporate Identity oder Corporate Behaviour? Wann werden sie zu Recht als beengend abgelehnt? Matthias Schenk, PR-Referent der NÜRNBERGER, wurde damals beauftragt, den „Knigge“ zu verfassen und interne Schulungen zu konzipieren.

Er selbst hat einen klassischen Kleidungsstil – meist in Dunkelblau, eher unauffällig. „Ich bin einfach bequem,“ lacht er. „Weißes Hemd und eine dunkelblaue Hose sind einfach gut zu kombinieren, da muss ich am Morgen nicht lange nachdenken.“ Der Kniggeexperte nahm die Kleidungs Vorschrift schon damals



Noch vor wenigen Jahren war der Kleider-Codex in der Versicherungsbranche recht uniform: gedeckte Farben, gebügelte Hemdkragen, Blazer, Sakko und Kostüm signalisierten Seriosität.





Individualität
versus
Uniformität



Heutzutage laufen CEOs und Politiker viel legerer herum als vor zwanzig Jahren. Aber manche Dinge sind eben zeitlos, wie der Respekt voreinander.

Matthias Schenk, PR-Referent bei der NÜRNBERGER

nicht so bierernst – wie übrigens ein Großteil des Teams: „Knigge ist dem Zeitgeist unterworfen. Genauso wie die Etikette, die Nettikette und auch die Kleidung sich stets anpassen. Heutzutage laufen CEOs und Politiker viel legerer herum als vor zwanzig Jahren. Aber manche Dinge sind eben zeitlos, wie der Respekt voreinander. Knigge handelt von Toleranz und Respekt“. Wie sehr der Unternehmens-Knigge in die optisch ausgedrückte Vielfalt der

Mitarbeitenden eingriff, lässt sich am Absatz „Worauf Sie lieber verzichten sollten“ zeigen: Hier finden sich Punkte wie sichtbare Piercings und Tätowierungen, Frisur mit Pferdeschwanz, Hose mit Gürtelschleifen ohne Gürtel, sichtbare Hosenträger, bunte Socken oder solche mit Gag-Motiv, zweifarbige Schuhe, Ohrringe oder übermäßiger Schmuck.

Schenk stimmt hier zu: „Der NÜRNBERGER Knigge war sicher

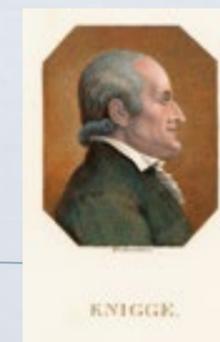
sehr eng gefasst und hat einige Menschen eingeschränkt. Aber wie gesagt, er unterliegt Trends und dem Zeitgeist. Die Versicherungsbranche hat sich gewandelt und die NÜRNBERGER auch. Nachdem die Sinnhaftigkeit niemandem mehr so klar war, haben wir den NÜRNBERGER-Knigge langsam ausgeschlichen.“ Neue Mitarbeitende bekommen keinen Knigge mehr. Es gibt auch keine Schulungen mehr. Das bestätigt das bunte Erscheinungsbild der

NÜRNBERGER von heute. Natürlich gibt es noch immer Menschen, die lieber mit Anzug oder Hemd in die Arbeit kommen. Da ist auch nichts falsch daran. Aber genauso gibt es auch Menschen, die einen Hoodie tragen oder eine Jeans. Pferdeschwänze laufen den Besuchern über den Weg und auch auffallende Ohrringe, Piercings oder Tätowierungen sind auf den Fluren zu entdecken.

Kleider sind situationsabhängig

Der NÜRNBERGER Knigge ist nun Geschichte, aber bei den Beschäftigten noch immer ein Gesprächsthema. Die meisten sind bereits viele Jahre bei der NÜRNBERGER, sie haben sogar noch ihr Exemplar zu Hause. Alle sind froh, dass sie ihre Kleiderwahl nun individueller gestalten können. Das heißt übrigens nicht, dass man nicht trotzdem stolz ist, bei der NÜRNBERGER zu arbeiten. Den gebrandeten Hoodie sieht man nämlich sehr häufig.

Wenn Kleidung Leute macht, dann ist doch die Frage, ob freiwilliges Tragen nicht mehr Zugehörigkeit und Gemeinschaftsgefühl vermittelt als eine feste Büro-Uniform. Ein positives Gemeinschaftsgefühl kann man schließlich nicht erzwingen. Es ist vielmehr ein Ort, an dem man sich wohlfühlt, weil man ein nettes Team, eine tolle Führungskraft und ein gutes Arbeitsumfeld hat. Auf dem Weg zu mehr Vielfalt am Arbeitsplatz ist es nur ein kleiner Schritt, aber er macht mutiger. Man kann schließlich selbstbewusster sein, wenn man sich in seinem Auftreten und in seinem Umfeld wohlfühlt.



Der ursprüngliche Knigge ...

... ist ein Buch von Adolph Freiherr von Knigge aus dem 18. Jahrhundert. Titel dieses Werkes war: „Über den Umgang mit Menschen.“ Ihm ging es in erster Linie um Tugenden wie Pünktlichkeit, Freundschaft, Verantwortung und Verlässlichkeit.



„Es geht nicht darum, immer diesem *großen Glück* nachzurrennen.“

Als Partner des Bundesverbands Kinderhospiz e. V. platziert die NÜRNBERGER Versicherung das schwierige Thema „Kind und Sterben“ in der Öffentlichkeit. Motospieltage und Spendenläufe trugen dazu bei, Berührungssängste abzubauen und sich über das Hilfe-Portal „Frag-OSKAR.de“ zu informieren. Doch wer verbirgt sich hinter dem OSKAR-Sorgen-telefon und den weiteren Angeboten? Was motiviert die Beratenden und woher nehmen sie die Kraft, sich tagtäglich mit ergreifenden Schicksalen, Trauer und Tod auseinanderzusetzen?

Unsere Projektleiterin Dr. Natalie Schwägerl tauschte sich hierzu mit der „Frag-OSKAR.de“-Verantwortlichen Pia Heinrich aus.

Der Begriff Hospiz ruft bei sehr vielen Menschen Gedanken an Tod, an Abschied und Trauer hervor. Was viele nicht wissen: Die Kinderhospizarbeit setzt bereits mit der Diagnosestellung ein. Ambulante und stationäre Angebote begleiten die gesamte Familie schwerkranker Kinder, Jugendlicher und auch junger Erwachsener oft über Jahre. Für die mehr als 50.000 Betroffenen sind die stationären Kinderhospize ganz besondere Orte. Sie helfen ihnen, Kraft zu schöpfen und sich auf das Leben und kleine Glücksmomente zu konzentrieren. Eine fröhliche Atmosphäre, das Lachen erkrankter Kinder und deren Geschwister sind feste Bestandteile ihres Alltags. Ebenso wie die intimen Momente des Abschiednehmens, für die einige Eltern den geschützten Raum dieser Einrichtungen wählen.

Der systemische Ansatz der Kinderhospizarbeit schließt das gesamte soziale Umfeld des erkrankten Kindes ein, beispielsweise Lehrkräfte, die eigene Schulklasse, Übungsleiter oder die häusliche Nachbarschaft. Sie können sich an „Frag-OSKAR.de“ wenden. Das Hilfe-Portal des Bundesverbands Kinderhospiz e. V. bietet an 365 Tagen rund um die Uhr kostenlos Unterstützung und Rat. Im Jahr 2021 kamen „OSKAR-Sorgenmail“, eine sozialrechtliche Sprechstunde und interaktive Gruppenangebote als ergänzende und zu einem geänderten Kommunikationsverhalten passende Angebote hinzu.

Das vom Bundesverband Kinderhospiz e. V. ausgegebene Motto „Das Leben feiern“ zieht uns NÜRNBERGER in seinen Bann und lässt uns aktiv werden. Bei allem, was wir tun, ist uns bewusst, dass wir die Realität nicht ändern können. Am Ende steht immer der Tod junger Menschen. Doch wir können und wir wollen im Rahmen unserer Möglichkeiten unterstützen. Zum Beispiel indem wir Menschen wie Pia Heinrich die Gewissheit geben, dass wir wertschätzen, was sie leisten, wenn sie den betroffenen Familien die zur Verfügung stehende Zeit ein Stück weit besser und in der finalen Phase erträglicher machen.



Ein Interview mit Pia Heinrich

Sie ist gelernte Gesundheits- und Kinderkrankenschwester. Nach Tätigkeiten in einer Klinik und der ambulanten Kinderpflege war sie zunächst Mitarbeiterin, dann mehrere Jahre Leiterin eines stationären Kinderhospizes. Seit 2020 verantwortet sie beim Bundesverband Kinderhospiz e. V. das Hilfe-Portal „Frag-OSKAR.de“. Die 58-Jährige hat drei erwachsene Söhne. Sie lebt und arbeitet in Berlin.

Frau Heinrich, mit Beginn der Corona-Pandemie konnte der Bundesverband Kinderhospiz e. V. das „OSKAR-Sorgentelefon“ um drei zusätzliche Angebote erweitern. Wie wurden Mail, Chat und sozialrechtliche Sprechstunde angenommen?

Das Sorgentelefon ist immer noch am beliebtesten, die Zahlen nehmen seit Beginn der Pandemie stetig zu. Die Chats liefen am Anfang ganz gut, haben sich auf Dauer aber nicht bewährt und wurden durch Online-Veranstaltungen abgelöst. Absolut super ist die Sprechstunde für sozialrechtliche Fragen, weil die Familien die Möglichkeit haben, sich von einem Juristen beraten zu lassen. Auch hier haben wir eine Veränderung vorgenommen. Die Sprechstunde wird jetzt von einer ganz versierten Kollegin begleitet, da es sich gezeigt hat, dass die Familien oft erst eine Entlastungssituation benötigen und viel von sich selbst erzählen. Eigent-

lich wie beim „OSKAR-Sorgentelefon“. Die Kollegin sondiert nun, ob wirklich juristische Fragestellungen vorliegen oder ob für die Familie eine andere Form der Begleitung besser wäre. Bei der Mailberatung ist es so, dass sie aktuell weniger angenommen wird. Sie ist vielleicht noch nicht niederschwellig genug, durch die datenschutzrechtlichen Vorkehrungen, die getroffen werden müssen. Wir arbeiten an einer Lösung.

Konnten Sie in Erfahrung bringen, was den Teilnehmenden am Chat auf Dauer nicht gefallen hat?

Ja, wir haben ziemlich gleichlautende Rückmeldung von den Familien und Jugendlichen bekommen: „Wir möchten uns sehen! Ein geschriebener Chat ist uns zu anonym! Wir besprechen vertrauliche Themen und wir möchten einfach wissen, wer sich dahinter verbirgt.“ Deshalb sind wir

zu „OSKAR Meet & Talk“ übergegangen. Die Veranstaltungen finden in Form einer Webkonferenz statt und werden super angenommen. Es gibt einmal im Monat einen Input zu ganz unterschiedlichen Themen. Da laden wir Experten ein, das können zum Beispiel betroffene Eltern, Menschen aus der pädiatrischen Palliativversorgung oder Steuerfachexperten sein. Also immer genau auf die Bedürfnisse, die brisanten Themen der Familien eingehend.

Wird es für den Jugend-Chat auch einen Ersatz geben?

Wir sind gerade am Konzipieren und Aufbauen. Das Programm von „OSKAR Meet & Talk – Jugend“ wird so angelegt sein, dass wir gemeinsam ins Tun kommen. Das haben wir im vergangenen Jahr schon einmal getestet. Wir haben gekocht und gebastelt. Es ist einfach so, dass die jungen Menschen nicht in einen Chat oder

haben ähnliche Erfahrungen und das ist einfach viel besser und stimmiger, als wenn ältere Berater zum Einsatz kämen.

Und in der „Meet & Talk“-Veranstaltung sind die Peers dann ganz auf sich alleine gestellt?

Im Termin sind unsere Peers tatsächlich auf sich gestellt. Sie sind immer zu zweit eingeteilt, da gibt es keine Ausnahme. Insgesamt sind sie sehr kompetent und ergänzen sich gut. Sie wissen dank intensiver Meetings und Supervision gegenseitig um ihre Stärken, teilen sich die Themen entsprechend auf und schreiben sich während der Veranstaltungen auch persönliche Nachrichten. Gleichzeitig wissen sie, dass ich bei ihren Einsätzen im Stand-by bin und sie sich jederzeit bei mir melden können. Einmal haben sie mich auch dazugeholt. Im Chat ging es um das Thema Suizid, das uns in allen Beratungskontexten betrifft und vor dem wir großen Respekt haben.

Das ist verständlich. Wie unterstützen Sie die Peers und Ihre Berater in solch heiklen Belangen?

Wir haben den Umgang mit Suizidgefährdeten in allen Leitfäden ausführlich beschrieben und thematisieren das Vorgehen immer wieder in Schulungen. Das muss man präventiv machen, auch um die Berater zu schützen. Wenn man wirklich in der Situation ist, ist das sehr herausfordernd. Bei unseren Angeboten kennt und sieht man denjenigen nicht. Überhaupt erst durch Fragen herauszufinden, was dahintersteckt, was die Situation ist, ist unheimlich schwierig. Insgesamt legen wir bei „Frag-OSKAR.de“ großen Wert auf Prävention und Weiterbildung. Nicht nur im Kontext Suizid. Aus dem Team sind zwar so gut wie alle in der Kinderhospizarbeit verortet, in der Psychotherapie, in der Notfallseelsorge. Trotzdem gibt es spezielle und wichtige Themen, etwa



Die Kinderhospizarbeit ist für mich ein Stück weit eine Herzensangelegenheit. Daher ist es für mich so, dass sie in meinen privaten Bereich hineinreicht.

Pia Heinrich, Verantwortliche Hilfe-Portal „Frag-OSKAR.de“

ein Webmeeting gehen und dann einfach über ihre Themen oder Probleme sprechen. Sie wollen nicht reduziert werden auf ihre Erkrankung und das Sterben. Vielmehr wollen sie leben, im Hier und Jetzt. So kenne ich das auch aus der praktischen Arbeit. Sie wollen sich erst einmal kennenlernen, ins Tun kommen und sich dann erst über bestimmte Themen austauschen. Die Jugendveranstaltungen lassen wir daher auch von Peer-Beratern begleiten. Also von jungen Menschen, die selbst lebensverkürzend erkrankt sind. Sie sprechen mit den Teilnehmenden auf Augenhöhe,

Fehl- oder Totgeburten, zu denen wir uns alle schulen. Um wirklich optimal beraten zu können, guckt man immer, welche Themen aktuell sind, und ist da am Ball.

Welches der vier „Frag-OSKAR.de“-Angebote stellt für die Beratenden die größte Herausforderung dar?

Das ist ganz eindeutig die Telefonberatung. Ich bin am Telefon und muss 1.000 Prozent da sein, im Hier und Jetzt und bei demjenigen. Das ist ein Stück weit Luxus bei der Mailberatung. Da lese ich erst einmal die Mail, kann sie für mich verarbeiten, schauen, welche Gefühle sie bei mir auslöst, dann kann ich noch einmal mit jemandem darüber sprechen und, und, und. Beim Sorgentelefon finde ich es daher extrem wichtig, dass die Berater schon Erfahrung aus der Kinderhospizarbeit mitbringen. Man kennt das dann schon aus dem Arbeitsalltag, dass sich Familien in Extremsituationen hilfesuchend an einen wenden. Bei mir haben immer wieder Familien in irgendwelchen Notlagen angerufen.

Gibt es Tage, an denen Sie die Schicksale, von denen Sie hören, weniger gut verarbeiten?

Also definitiv. Alles andere wäre nicht menschlich. Die persönliche psychische Situation spielt eine große Rolle. Ein Stück weit hat man eine gewisse Professionalität in der Beratungssituation, reflektiert und grenzt sich auch ein Stück weit ab. Aber es gibt durchaus Tage, an denen man sagen können muss, sich selbst auch zugestehen können muss, „es geht heute nicht“. Man darf es nicht unterschätzen. Wenn man sich nicht gut fühlt, nicht gut drauf ist, kommt das beim Anrufenden auch an. Deshalb ist jede Schicht beim Sorgentelefon doppelt besetzt. Kurz vor Dienstantritt ruft man bei seinem Backup an und sagt, dass man in den Dienst geht. Das Backup ist aber weiterhin da, für den Fall, dass man im Anschluss an einen brisanten Anruf darauf zurückgreifen möchte.

Die Aussage „die eigene Sprachlosigkeit zulassen“ ist mir im Kontext Kinderhospizarbeit schon häufig begegnet. Auch als Ratschlag für Menschen, die in ihrem Umfeld erstmals mit einem schwerkranken Kind konfrontiert sind. Kommen Sie, mit all Ihrer Erfahrung, manchmal noch in Situationen, in denen Sie nicht wissen, was sie antworten sollen oder können?

Diese Momente gibt es. Aber ich würde sagen, sie gehören dazu. Wirkliche Begleitung und gemeinsames Schweigen sind eng verbunden. Auch am Telefon ist es möglich, diese Sprachlosigkeit ein Stück weit zuzulassen, sie zu verbalisieren. Sie ist Teil der hilfreichen Kombination aus Zuhören, gemeinsam Aushalten, ganz behutsam Nachfragen, die für die Kommunikation mit Menschen in Krisensituationen so wichtig ist.

Wie viel Kinderhospizarbeit nehmen Sie aus dem Beruf mit in den Alltag?



Die Kinderhospizarbeit ist für mich ein Stück weit eine Herzensangelegenheit. Daher ist es für mich so, dass sie in meinen privaten Bereich hineinreicht. Weil ich einfach auch privat viele Menschen kenne, die in der Kinderhospizarbeit verortet sind. Das Thema ist aber nicht negativ besetzt. Es gehört einfach dazu. Wenn man in einer stationären Einrichtung über viele Stunden in der Versorgung und Begleitung von Kindern ist, sind diese Belastungen noch einmal anders, viel extremer. Besonders in der finalen Begleitung von Familien, von jungen Menschen, musste ich nach Dienstschluss, nach Verlassen des Hauses, einen Weg finden, um abzuschalten. Da hatte ich so meine Methoden. Bei „Frag OSKAR“ bin ich doch ein Stück weiter weg, muss ich sagen, da ist es eher seltener nötig.

Gibt es Einzelschicksale, an die Sie sich wiederkehrend erinnern?

Ja, die gibt es auf jeden Fall. Bei mir ist es ganz oft so, dass ich eine Verbindung habe mit Liedern. Ich weiß, welche Lieder auf den Beerdigungen gespielt wurden, auf denen ich war, und wenn ich dann irgendwann eines dieser Lieder höre, dann erinnere ich mich. Ich bin aber niemand, der – das schätze ich auch nicht als gesund ein – Bilder zu Hause hat, das hatte ich nur im Büro von manchen Kindern. In diesem Zusammenhang kann ich Ihnen etwas Lustiges erzählen. Ich habe vor etwa zwölf Jahren eine junge Frau und ihre Familie in der finalen Phase begleitet. Wir haben auf Station mit der Familie und dem Team gefeiert und dann sind wir im Gespräch auf das Kochen von Eiern gekommen. Ich habe zugegeben, dass mir Eier oft platzen. Der Vater gab mir den Tipp, die Eier einmal kurz ins Wasser zu tauchen, wieder herauszunehmen und dann wieder ins Wasser zu geben. Und Sie werden es nicht glauben: Seit zwölf Jahren muss ich bei jedem Eierkochen an diese Geschichte denken. Und mir platzen auch keine Eier mehr auf. Das ist nur ein Beispiel. Sie sehen, es gibt ganz verschiedene Dinge und Anlässe, bei denen mir Familien in den Kopf kommen.



Das Unfassbare
leichter machen

Das Hilfeportal des Bundesverbands Kinderhospiz e. V. ist nach der Erzählung „Oskar und die Dame in Rosa“ von Eric-Emmanuel Schmitt benannt. In deren Zentrum steht ein zehnjähriger, leukämiekranker Junge, der spürt, dass er nicht mehr lange leben wird. Während ihm seine Eltern die Wahrheit verschweigen und ihn so enttäuschen, gibt ihm die „Dame in Rosa“, eine ehrenamtliche Helferin, bei der Auseinandersetzung mit dem Sterben Halt und Kraft.

Überwiegen dann die positiven, eher leichten Erinnerungen oder sind es die dunkleren Momente?

Es sind schon auch schwere Gedanken. Gerade mit diesen Liedern. Da fließt mir schon auch eine Träne, das kommt immer noch vor. Das ist ganz unterschiedlich. In welchem Kontakt man stand, wie lange und so weiter.

Vor diesem Hintergrund spielen Achtsamkeit und Selbstfürsorge eine wichtige Rolle. Wo und wie laden Sie Ihre Akkus wieder auf?

Ich lebe sehr bewusst. Das ist glaube auch etwas, was die Zeit mit sich bringt. Vor 20 Jahren wäre meine Antwort wahrscheinlich etwas anders ausgefallen. Wenn man selbst im Familienalltag ist, mit drei kleinen Kindern, Job und Weiterbildung, dann rennt man 24 Stunden, dann funktioniert man irgendwie. Inzwischen bin ich an dem Punkt, dass ich wesentlich bewusster lebe, diese guten und schönen Momente intensiver wahrnehme. Ich freue mich jetzt schon, wenn im Frühjahr meine Blumenzwiebeln im Garten wiederkommen. Ich freue mich über einen Sonnenaufgang. Früher mochte ich kein schlechtes Wetter. Für mich war Regen etwas, das ich blöd fand, das mir keinen Anreiz gegeben hat rauszugehen. Heute kann ich einen Spaziergang im Regen genießen. Da ist dieses Bewusstsein: Ja, du lebst, dir geht es gut. Es geht nicht darum, immer diesem großen Glück nachzurennen, sondern wirklich mehr auf diese kleinen Dinge zu gucken. Und das hilft mir wahnsinnig.

Im Beruf erleben Sie permanent Schmerz, Verlust und Angst anderer Menschen. Wie gehen Sie selbst mit kritischen Situationen und Lebensphasen um?

In diesen Situationen kann ich mich, und das schreibe ich auch tatsächlich dem Alter zu, vom Verstand her wieder herunterholen. Da ist viel theoretisches Wissen, das man hat, und es hilft einem. Man kann es wirklich trainieren. Ich habe selbst

schwierige Situationen erlebt, wo man sich fragt, was passiert mit dir, wie kommst du aus der Situation wieder heraus? In meinem beruflichen Alltag, in der Betreuung meines Teams, hat es mir sehr geholfen, als ich von Aaron Antonovsky gelesen habe. Mit seinem Salutogenese-Modell fing ja die ganze Resilienz-Thematik eigentlich an. Danach prüfe ich auch im Privatleben oft die Dinge. Kann derjenige es verstehen? Ist es überhaupt machbar? Hat es einen Sinn?

Gerade wenn ich merke, ich stoße an meine Grenzen, komme mit etwas gar nicht zurecht, schaue ich mir diese drei Punkte an. Ich glaube, dass man Vieles bewusst steuern kann. Je jünger man ist, desto schwieriger ist es. Es fällt mir heute viel, viel leichter. Und auch von diesem Wissen, dieser Erfahrung, viele Situationen schon erlebt und gemeistert zu haben, profitiert man. Das bringt mich gut durchs Leben.



Natürlich ist es so, dass sich die Familien ein anderes Schicksal wünschen. Sie zu begleiten, ist eine Herausforderung. Aber das ist genau das, dem man sich stellen möchte, um Hilfe geben zu können.

Pia Heinrich, Verantwortliche Hilfe-Portal „Frag-OSKAR.de“

In der Kinderhospizarbeit gibt es eigentlich nie die Chance auf Heilung. Wie kommen Sie mit dieser Gewissheit klar und was treibt Sie an?

Letztendlich treibt es mich an, die Betroffenen auf ihrem Weg zu begleiten. Einfach für die Menschen da zu sein. Von der Diagnosestellung bis weit über den Tod hinaus. Genau das macht es aus: zu sehen, wie wichtig es für die Familien ist, sie nicht auf dem Weg allein zu lassen und ihnen zu

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

Die Beratung bei „OSKAR“ ist kostenfrei.



„Frag OSKAR“ ist da. Für alle.

Das Hilfeportal unseres CSR-Partners Bundesverband Kinderhospiz e. V. unterstützt Menschen, die mit dem Thema „Kind und Sterben“ konfrontiert sind. Erfahrene Fachleute begleiten ab der Diagnosestellung, während des Abschiednehmens und weit darüber hinaus.

Es stehen vier verschiedene Angebote zur Wahl:

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

OSKAR Meet & Talk

- Online-Treffen mit Experten, Peer-Beratern und Familien
- Impulsvorträge und Austausch
- Mehr Infos: www.frag-oskar.de/chat

Sprechstunde für sozialrechtliche Fragen

- Auskunft zu allgemeinen Leistungsansprüchen
- Hotline 0800 8888 4712 (donnerstags 19 bis 21 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

zeigen, dass immer jemand für sie da ist. Wenn man die Chance hatte, Familien über lange Jahre zu begleiten, dann ist es am Ende auch sehr rund und gut, so schwierig das für Außenstehende jetzt klingen mag. Natürlich ist es so, dass sich die Familien ein anderes Schicksal wünschen. Sie zu begleiten, ist eine Herausforderung. Aber das ist genau das, dem man sich stellen möchte, um Hilfe geben zu können. Die Familien erkrankter Kinder haben ein Recht, wie alle anderen, auf Therapie. Sie haben auch ein Recht, bis zum Lebensende möglichst viele Glücksmomente zu genießen und aufzufangen zu sein.

Welche Botschaft möchten Sie den Leserinnen und Lesern des Interviews mit auf den Weg geben?

Es wäre toll, wenn sie das Angebot von „Frag-OSKAR.de“ im Hinterkopf behalten würden. Für den Fall, dass ihnen jemand begegnet, der Bedarf hat. Ich wünsche mir, dass „Frag OSKAR“ weitergetragen wird und dass die Kinderhospizarbeit in unserer Gesellschaft kein Tabuthema mehr ist. Denn die betroffenen Menschen gehören zu unserer Gesellschaft und haben ein Anrecht darauf, ihr Leben zu leben und Normalität zu erfahren.

„Das Leben feiern“ – wir machen mit!

„Tue Gutes und rede darüber“ – das ist der NÜRNBERGER Versicherung nicht genug. Besonders rund um ihr CSR-Leuchtturmprojekt Kinderhospizarbeit möchte sie Mehrwerte schaffen und zum aktiven Mitmachen anregen. Deswegen wurde das Engagement 2021 bewusst mit reichweitenstarken Sponsorings und der Coach:N-App verknüpft.

Mottospieltag beim HC Erlangen

Die Spieler des Handball-Bundesligisten HC Erlangen laufen beim Heimspiel gegen die Füchse Berlin mit Teddys ein und tragen während des Spiels grüne Accessoires. Damit drücken sie im direkten Umfeld des Tags der Kinderhospizarbeit ihre Solidarität mit über 50.000 lebensverkürzend erkrankten Kindern und Jugendlichen und ihren Familien aus. Im Rahmen des Halbzeitpauseninterviews sowie über Posts und Newsletter werden die Fans des Vereins behutsam mit dem CSR-Engagement ihres Premiumsponsors in Berührung gebracht.



Laufend Gutes tun

Unsere Gesundheits- und Fitness-App Coach:N bietet eine Challenge-Funktion. Über diese können von den Usern Schritte gesammelt und ein gemeinsames Ziel erreicht werden. Fünf Mal riefen wir Kunden, Mitarbeitende, Vermittler und Makler auf, zugunsten des Bundesverbands Kinderhospiz e. V. über mehrere Wochen aktiv zu werden und Millionen Schritte zu machen. Am Ende wurden **19.020 Euro** „erlaufen“. Eine stolze Summe, die zusätzlich zur jährlichen Förderung der Stiftung NÜRNBERGER Versicherung in Erhalt und Ausbau des Hilfeportals „Frag OSKAR“ fließt.



Ende des Jahres rief Triathlon-Weltmeisterin Anne Haug zur „Schlag-die-Haug“-Challenge auf. Die App-Nutzer legten sich ins Zeug und lösten eine **Spende in Höhe von 5.000 Euro** aus.



Zu den Highlights zählte die in Kooperation mit der Versicherungsgruppe die Bayerische durchgeführte **Challenge „Laufend Kinderwünsche erfüllen“**. Diese wurde über die Traditionsvereine **1. FC Nürnberg** und **1860 München** unterstützt.

8 Millionen Schritte steuerten die Clubprofis und ihre Fans bei.

Mottospieltag #GemeinsamFürKinder

Anlässlich des Weltkindertags rückten wir gemeinsam mit dem 1. FCN beim Heimspiel gegen Hannover 96 das Schicksal von schwer- und schwerstkranken Kindern und Jugendlichen in den Fokus. Unser erster gemeinsamer Mottospieltag wurde auf lokale Initiativen ausgeweitet und von einer Themenwoche auf der Club-Community-Plattform UnserClub.de eingeleitet.



Den Engel auf der Brust

Mit dem Engel des Bundesverbands Kinderhospiz auf der Brust und dem Logo der Fan-Initiative Franken-hilft e. V. wurde der Mottospieltag in ganz Fußball-Deutschland sichtbar.



Spendensammeln im Stadion:

Auszubildende und dual Studierende der NÜRNBERGER sammelten im Stadionumlauf eifrig Spenden und Pfandflaschen ein. Zusammen mit dem Erlös aus der Verlosung der Sonderflocktrikots und einer Spende des Supporters Club Nürnberg kamen **15.000 Euro** zustande.

Auch die Club-Frauen schlossen sich dem Mottospieltag an und trugen beim Auswärtssieg in Bocholt das Engel-Trikot.



Geschenke, Geschenke!

Im Februar überraschten wir den Bundesverband Kinderhospiz mit einer sehr umfangreichen Sachspende. Spielzeug und nützliche Alltagsgegenstände wurden per Spedition an die Zentrale in Lenzkirch geliefert und von dort an stationäre Kinderhospize weitergeleitet. In den Oster- und Weihnachtsausendungen des Bundesverbands befanden sich daher viele Überraschungen der NÜRNBERGER.

„Kleiner“ Mottospieltag

Inspiriert von unserem Mottospieltag mit dem 1. FCN widmete der SC Großschwarzenlohe sein Landesliga-Derby gegen den TSV Kornburg der Kinderhospizarbeit. Zusammen mit den Nürnberg Ice Tigers und der FRAPACK GmbH spendeten wir **2.000 Euro** für den Bundesverband Kinderhospiz e. V. Weitere **3.333 Euro** kamen über die Spendenaktion des Vereins zusammen.



#EngelFürDich

Rund um das Jahr haben wir über unsere Social-Media-Kanäle für das Hilfeportal „Frag OSKAR“ geworben. Am Weltkindertag war es uns ein Anliegen, die Rechte und Bedürfnisse der jungen Generation in den Mittelpunkt zu stellen. Im Corona-Alltag, der von eingeschränkter sozialer Interaktion geprägt ist, haben wir Erwachsene dazu aufgerufen, unsere (Karten-)Vorlage mit dem Engel des Bundesverbands Kinderhospiz e. V. zu nutzen, um einem Kind oder Jugendlichen eine nette Botschaft zu schreiben.



Better health mit BetterDoc.

Vom Versicherer zum Gesundheitspartner.

Gesundheit ist das höchste Gut des Menschen. Das sehen wir auch bei der NÜRNBERGER so. Deshalb möchten wir unsere Kunden und Kundinnen, unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sowie ihre Familien beim Gesundbleiben und -werden unterstützen. Gemeinsam mit dem unabhängigen Partner BetterDoc.

Die NÜRNBERGER sieht es als Teil ihrer Nachhaltigkeitsbestrebungen an, sich vom reinen Versicherer im Lebensbereich zum Gesundheitspartner weiterzuentwickeln. Sie will ihren Kundinnen und Kunden nicht nur im Leistungsfall zur Seite stehen – zum Beispiel in der Berufsunfähigkeitsversicherung –, sondern schon im Vorfeld beim Erhalt der Gesundheit unterstützen. Dazu arbeitet sie seit 2021 mit dem unabhängigen

Dienstleister BetterDoc zusammen. Versicherte müssen nur zum Telefon greifen und können so unkompliziert eine persönliche Beratung und fachärztliche Zweitmeinung erhalten. Der darauf spezialisierte BetterDoc-Arzt analysiert ihren Fall und findet für ihre Situation die besten Ärzte und Kliniken. Innerhalb von 48 Stunden bekommen sie ihre Spezialisten-Empfehlung. Wenn die Kunden oder Kundinnen

es wünschen, vereinbart BetterDoc bei dem Arzt oder der Klinik ihrer Wahl direkt einen Termin für sie.

Der beste Rat für die beste Behandlung

Damit geht die NÜRNBERGER auch beim Thema Gesundheit neue, nachhaltige Wege: Für einen geringen Mehrbetrag können sich Kunden und Kundinnen im Bereich der Einkommensschutz-Versicherungen die Expertise eines spezialisierten Ärztenetzwerks sichern. Egal, ob es um die Behandlung einer komplexen Erkrankung oder das Einholen einer wertvollen Zweitmeinung geht: BetterDoc sucht hierfür den passenden Arzt. Dieser Service ist während der gesamten Vertragslaufzeit für Versicherte unbegrenzt nutzbar.

Das medizinische Netzwerk

BetterDoc verfügt über ein einzigartiges Gremium aus über 2.500 führenden Fachexperten. Diese empfehlen bei komplexen und seltenen Erkrankungen spezialisierte Ärzte und Kliniken.

60 %

Geplante Operationen sind unnötig und werden durch die Zweitmeinung vermieden

86 %

Schwere Komplikationen sind durch Steuerung vermeidbar, z. B. Hüftprothesen-Lockerung

91 %

Weiterempfehlungsrate zeigt, wie sehr BetterDoc von Patienten geschätzt wird

Quelle: www.betterdoc.org
Stand 09.2021

Aus erster Hand

Izabela Rupprechter (Leben) und Max Grösch (Vertrieb) von der NÜRNBERGER haben das erlebt, was sich keiner wünscht: eine schwere Verletzung bzw. Erkrankung verbunden mit großen Schmerzen, Ängsten und schwierigem Heilungsverlauf. Nachdem trotz konventioneller Behandlung keine Besserung eingetreten war, wandten sie sich an BetterDoc – und fanden endlich die medizinische Unterstützung, die ihnen wirklich weiterhalf. Dem Nachhaltigkeitsmagazin haben sie ihre Geschichten erzählt.



Weitere Informationen zu
BetterDoc finden Sie unter
www.betterdoc.org

Früher ist Max die steilsten Trails gefahren, Schanzen gesprungen und hat Vollgas gegeben.

Zurück
in die Natur



Bei einem Sturz bergab hat sich der Mountainbiker die rechte Schulter gebrochen.



Mit BetterDoc hat Max Grösch einen Orthopäden gefunden der auf Schulterverletzungen spezialisiert ist. Physio und Krafttraining helfen ihm nach dem Unfall, seine Schulter weiter zu mobilisieren.



Heute fährt der Outdoor-Sportler zwar noch keine Trails, dafür hat er aber das Wandern für sich entdeckt.

Aus erster Hand. Ein Interview mit Max Grösch.

Herr Grösch, was genau ist Ihnen denn passiert?

Letztes Jahr habe ich mir beim Mountainbiken das rechte Schulterblatt gebrochen. So richtig Trail runtergefahren, auf die rechte Seite gekippt und es hat laut geknackt. Zuerst hatte ich noch gehofft, es war nur ein Ast, aber es war leider der „Ast im Rücken“.

Und dann ging es erstmal konventionell weiter?

Genau, Krankenhaus in Nürnberg, dort hat man ein MRT gemacht und eine Operation nicht für notwendig gehalten. Es sollte einfach so zusammenwachsen. Auch der Orthopäde, zu dem ich dann gegangen bin, hielt nichts von einer OP. Im Nachhinein weiß ich, dass es wegen der Sehnen doch besser gewesen wäre zu operieren.

Wie haben Sie den Orthopäden ausgewählt?

Ich kannte ihn vom Sehen und man muss ja froh sein, wenn man beim Facharzt zeitnah einen Termin bekommt. Mehr als krankschreiben, Physiotherapie und Schmerzmittel verordnen hielt der Orthopäde aber nicht für nötig. Mit den Schmerzmitteln habe ich mich so durch den Tag gerettet. Als der Arzt nach fünf Wochen Physio aber nicht mal röntgen wollte und auch die Beweglichkeit gar nicht richtig geprüft hat – er hat sich die Schulter kaum mehr angeguckt –, hatte ich genug.

Wie sind Sie auf BetterDoc gekommen?

Durch meine Tätigkeit wusste ich, dass die NÜRNBERGER ihren Mitarbeitern kostenfrei anbietet, BetterDoc zu nutzen. Dafür gibt es ein Kontingent, auch wenn man keinen entsprechenden Vertrag hat.

Und wie lief es mit BetterDoc?

Es hätte nicht viel besser laufen können. Nachdem ich meinen Fall telefonisch ge-



Vor dem Unfall war der NÜRNBERGER-Mitarbeiter auf solchen Wurzeltrails im Wald unterwegs.

schildert und meine Unterlagen per E-Mail geschickt hatte, rief mich nach vier Tagen eine Ärztin von BetterDoc zurück. Sie hat nicht nur meine offenen Fragen beantwortet und mögliche weitere Therapien mit mir besprochen: Sie hatte auch schon geeignete Ärzte und Kliniken im Umkreis von 30 Kilometern herausgesucht. Besonders hilfreich war, dass sie mir einen Orthopäden empfohlen hat, der auf solche Schulterverletzungen nach Unfällen spezialisiert ist – genau der Arzt, den ich brauchte! BetterDoc hat dann gleich einen Termin für mich vereinbart. Die Wartezeit betrug zwar zwei Monate, aber ohne BetterDoc wären es mindestens fünf Monate gewesen. Und wer sonst weiß schon, wo man so einen Spezialisten findet?

Geht es Ihnen heute besser?

Definitiv. Ich mache weiter Physio und die Beweglichkeit ist noch nicht bei 100 Prozent aber deutlich besser geworden. Ich kann meinen Alltag wieder meistern und bin weitestgehend schmerzfrei.

Sind Sie mit dem Service von BetterDoc zufrieden?

Total zufrieden. BetterDoc sind die Profis, wenn es um fachärztliche Beratung und vor allem Terminvereinbarung geht. Wer verstanden hat, wie BetterDoc funktioniert, wird darauf nicht mehr verzichten wollen.

Finden Sie, dass die NÜRNBERGER damit auf einem guten Weg zum Gesundheitspartner ist?

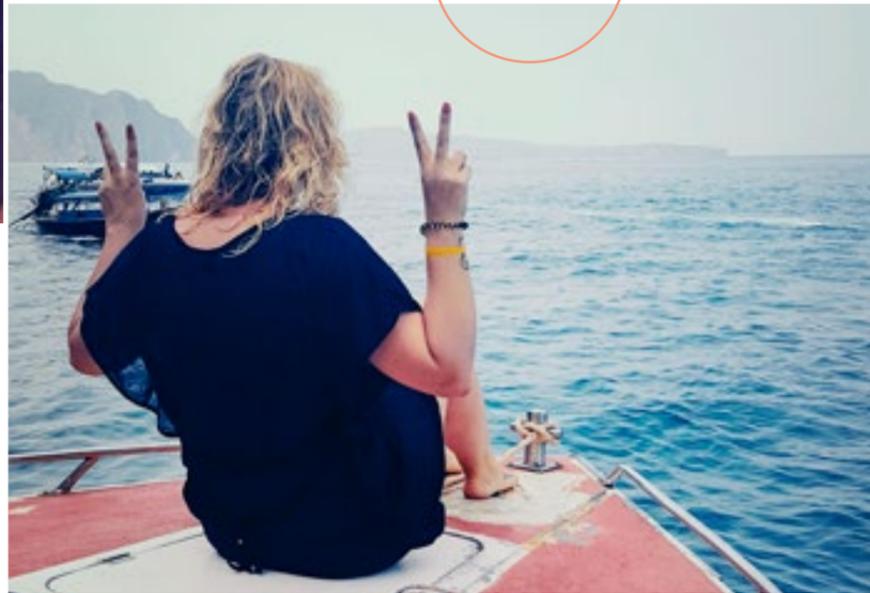
Wenn es um Gesundheit und Nachhaltigkeit geht, gibt es nichts Besseres. BetterDoc als Partner zu wählen, war ein schlauer Schachzug von der NÜRNBERGER.

Vielen Dank für Ihre Offenheit und alles Gute!

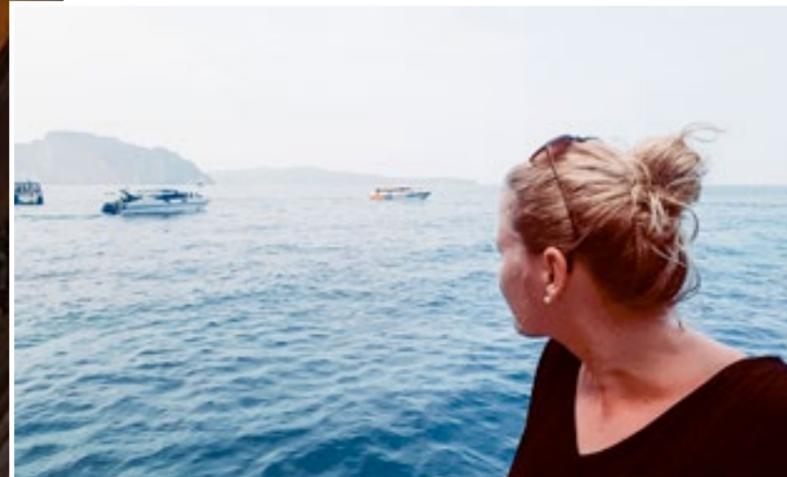


Die Diagnose Schilddrüsenkrebs war für Izabela ein Schock. Erst nach der Zweitmeinung und der Beratung einer BetterDoc-Ärztin hat sie sich ausreichend informiert gefühlt. Diese Beratung war lebensrettend.

Bewusster
leben



Nach dem Krankenhausaufenthalt hat sie etwas gewagt, was sie sich vorher nicht getraut hat: eine Rucksackreise nach Thailand.



Heute, fünf Jahre nach der Diagnose, gilt sie als geheilt. Sie lebt ihr Leben bewusster, hat viele Ängste verloren und genießt ihr Leben befreiter.

Aus erster Hand. Ein Interview mit Izabela Ruppachter.

Frau Ruppachter, wie geht es Ihnen heute?

Zum Glück wieder sehr gut, danke. Aber vor fünf Jahren sah das anders aus. Mit 24 Jahren wurde bei einem Routine-Check durch eine Ultraschalluntersuchung festgestellt, dass meine Schilddrüse mit – rasch wachsenden – Knoten befallen war. Ich selbst hatte nie Probleme mit der Schilddrüse o. Ä. Der Zufallsbefund war für mich im ersten Moment ein Schock.

Was haben Sie damals erlebt?

Es folgten mehrere Blut- und Gewebeuntersuchungen. Meine damalige Fachärztin hat mich aufgrund meines jungen Alters in ein spezielles Schilddrüsenzentrum zur weiteren Behandlung überwiesen. Der dortige Arzt hat mir in einem 20-minütigen Gespräch kurz erklärt, wie die konven-

tionelle Behandlung erfolgt, und meinte „Holen Sie sich den Termin zum Start der Chemotherapie an der Anmeldung“.

Mit dem Aufklärungsgespräch dort waren Sie aber nicht zufrieden?

Nein, ich war vielmehr geschockt, wie im Krankenhaus mit Patienten umgegangen wurde und habe mich dort gar nicht wohlgeföhlt. Die Art und Weise hat mich persönlich mehr runtergezogen als die Diagnose. Ich wusste nicht, was es überhaupt bedeutet und wie es zukünftig weitergeht. Ein Gespräch mit meiner Krankenkasse hat dann die Wende gebracht.

Inwiefern?

Die Mitarbeiterin der Krankenkasse war am Telefon sehr verständnisvoll und hat

und Folgen. Dass es sich dabei um eine von BetterDoc empfohlene Ärztin handelte, habe ich aber erst später erfahren.

Auch Ihre Krankenkasse nutzte also BetterDoc?

Ja, zwar im Hintergrund und unter eigenem Namen, aber sie bieten ebenfalls die Dienstleistung des Spezialisten-Services von BetterDoc für ihre Mitglieder an.

Würden Sie heute wieder eine Zweitmeinung einholen?

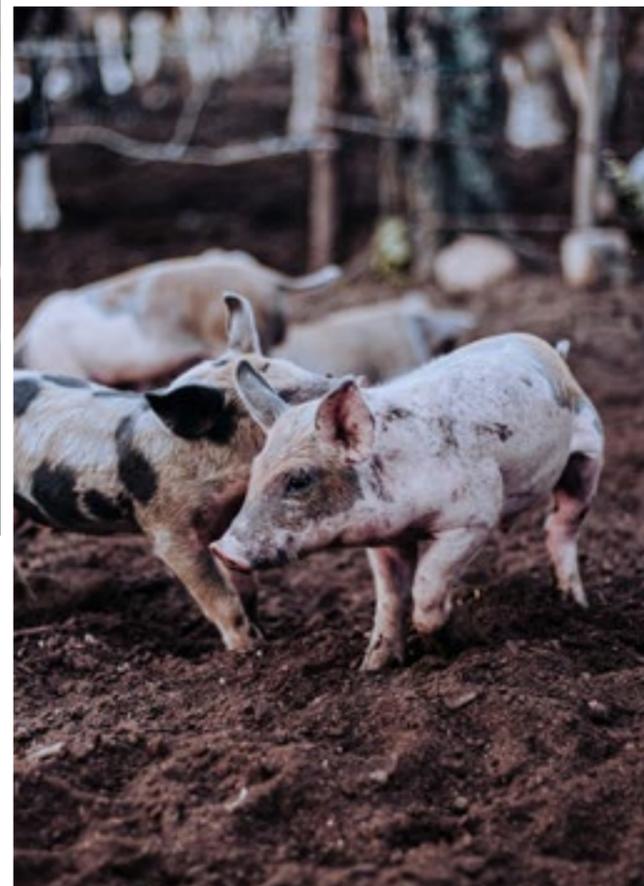
Jederzeit und würde es auch jedem empfehlen. Egal bei welchen gesundheitlichen Beschwerden. Eine Zweitmeinung kann auch die Erstmeinung/Diagnose bestätigen, ist aber in jedem Fall immer wertvoll. Mir hat die medizinische Zweitmeinung mit hoher Wahrscheinlichkeit das Leben gerettet bzw. die Erfolgschancen auf eine Remission erhöht. Dies bestätigten mir auch einige Kollegen im Innen- und Außendienst der NÜRNBERGER, die BetterDoc für sich selbst oder ihre Angehörigen genutzt haben und für die es auch sehr hilfreich war.

Vielen Dank für Ihre Offenheit und alles Gute!

mich im Gespräch überhaupt erst auf den Gedanken gebracht, mir eine Zweitmeinung einzuholen. Mir war nicht klar, dass diese Möglichkeit besteht, einen weiteren Arzt aufzusuchen und mich zur Behandlung bzw. Therapie beraten zu lassen. Als Patient ist man sich seiner Rechte und Möglichkeiten manchmal gar nicht bewusst und glaubt dem Arzt, was er sagt.

Und die Zweitmeinung hat dann den Unterschied ausgemacht?

Ja, nach Einreichung meiner Befundberichte wurde ein zweites medizinisches Gutachten erstellt und ich habe eine weitere Spezialistin aufgesucht. In einem 90-minütigen Aufklärungsgespräch wurden mir alle Behandlungsmöglichkeiten und Alternativen erläutert und auch die entsprechenden Erfolgschancen sowie Nebenwirkungen



**Über artgerechte Tierhaltung
und vegetarisches Leben
dem Klima zuliebe.**

DAS TIER AUF DEM TELLER.

„Die Hühner, die wir heute im Kindergarten besucht haben, sahen traurig aus. Sie hatten nur einen Kreis als Auslauf – der war ganz klein.“ Meine Nichte ist sechs Jahre alt und spricht mir aus dem Herzen: Viele Tiere, die uns heute Fleisch, Eier, Milch, Wolle oder Leder „liefern“, führen ein Hunde-Leben. Wo bei jeder Hund in Deutschland besser lebt. Würden wir unsere Haustiere so behandeln, würden alle von Tierquälerei sprechen. Aber bei Kuh, Schwein & Co. machen wir eine Ausnahme. Schauen weg, wenn sie eingepfercht in ihren Stallungen stehen, finden es ganz normal, dass sie künstlich befruchtet werden, damit sie Milch geben. Egal dabei, was mit den vielen Kälbern geschieht, besonders den unbrauchbaren männlichen. Konventionell gehaltenen Schweinen zum Beispiel steht 0,75 Quadratmeter Platz zu. Bei den derzeit „großzügigsten“ Siegeln für Schweinemast sind es 1,5 Quadratmeter. Das ist nicht gerade viel, aber immerhin.

Zahl derer, die ganz auf Fleisch verzichten, steigt

Ich bin kein Vegetarier, aber meine Lust auf Fleisch schwindet. Die Bilder von unwürdig gehaltenen Tieren gehen mir immer schwerer aus dem Kopf. Ein Fleisch-Skandal reiht sich an den nächsten. Und tatsächlich, einigen Menschen geht es wohl ähnlich

wie mir: Die Anzahl der Deutschen, die sich selbst als Vegetarier einordnen, lag 2021 laut der Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse bei 7,5 Millionen. Damit war es eine Million mehr als noch vor einem Jahr. Ihre Motive reichen von ethisch-moralisch über gesundheitlich bis hin zu ökologisch. Ihnen allen hat der Umgang mit Nutztieren den Appetit verschlagen. Sie haben sich entschieden, aus dem Spiel „Viel Tier zu wenig Preis“ auszusteigen.

Aufgeklärt und trotzdem geil auf Billigfleisch

Aber was ist mit uns anderen? Wir wissen von zahlreichen Medienberichten von unwürdigen Schlachtungen, Transportwegen und Haltungen. Im vorletzten Jahr hat die Causa Tönnies wieder einmal bestätigt, dass das alles kein Märchen ist, sondern bittere Realität. Aber wir handeln nicht. Wir kennen zwar die Fakten, dass Massentierhaltung und übermäßiger Fleischkonsum auch unser Klima ruinieren. Trotzdem kauft ein Großteil der Deutschen Discounterware und rühmt sich am Grill, für welches unverschämt wenig Geld er sein Steak gekauft hat. Vergleicht man die Preise zwischen einer Metzgerei, deren Motto „Handwerk mit Tradition und Qualität“ lautet, mit einem Großhandel wie etwa Metro, wird schnell klar, wer hier als Gewinner hervorgeht. Denn

der Großhandel schlägt, wie bereits vermutet, die regionale Metzgerei: 100 g Kalbsfleischgulasch kostet im Großhandel 0,91 Euro und in der Metzgerei 1,29 Euro. Doch dass der Fleischer unseres Vertrauens auch nicht immer wirklich Kenntnis über Herkunft, Haltung und Transport hat, macht die Sache nicht einfacher.

Warum handeln wir aber nicht, schlagen gemeinsam den Weg gegen den Massenkonsum für ein besseres Klima und mehr Tierwürde ein?

Blind für Gegenwartskrisen

Eine Erklärung liefert Bernhard Pörksen in seinem Spiegel-Artikel „Das Prinzip der toten Katze“: „Evolutionen biologen vertreten die These, dass das menschliche Urgehirn schuld sei, programmiert auf die sichtbare Adhoc-Gefahr in nächster Nähe. Psychologen weisen nach, in welchem Maße Filter- und Verzerrungsmechanismen Illusionen und Irrtümer begünstigen und zum Verdrängen künftigen und gegenwärtigen Schreckens taugen. Soziologen führen vor, dass die Teilsysteme der Gesellschaft wie Politik, Wirtschaft und Medien die Realität strikt nach ihren eigenen, rein internen Regeln verarbeiten, also nur begrenzt für äußere Warnungen empfänglich sind.“



Wir wollen also nicht glauben, prokrastinieren und warten auf einen offiziellen Lösungsweg. Wir überlegen, ob strengere gesetzliche Restriktionen in der Massentierhaltung das Problem lösen könnten – ein Mindestpreis für fleischliche Nahrungsmittel unser Konsumverhalten korrigieren kann. Einer neuen Studie des Sinus-Instituts zu Folge sprechen sich drei Viertel der Deutschen für einen „starken Wandel in der Politik der Tierhaltung“ aus. Die Mehrheit der Befragten ist sogar dafür, die Nutztiere stärker zu schützen als bisher. Doch wenn von „oben“ nichts passiert, machen wir weiter auf Kosten der Tiere, der Umwelt und nachfolgender Generationen.

Die Lösung kommt nicht von außen

Wir fliegen auf den Mond, bald zum Mars, entwickeln ausgefeilte künstliche Intelligenzen, aber können diese Mechanismen nicht durchbrechen? Dabei haben wir es selbst in der Hand – nur wir alleine. Wir müssen uns stärker vergegenwärtigen, welche Auswirkungen unser Handeln hat. Denn in einer solchen Welt müssen unser aller Nachkommen leben. Jeder einzelne von uns muss sich klar werden, dass die Lösung nicht von außen kommt. Je mehr Menschen Billigfleisch boykottieren und ihren Fleischkonsum einschränken, desto mehr können wir schaffen. Die Lösung ist eine Mischung aus gesellschaftlicher Null-Toleranz und kollektiver Verantwortung: Also erhebt euch, kauft bewusst ein und zeigt eurem sozialen Umfeld, dass ihr eure Konsequenz gezogen habt. Ich jedenfalls habe mir ein vegetarisches Kochbuch besorgt – was mittlerweile möglich ist, ohne als Kumbaya-singender Hippie mit Jute-Beutel verschrien zu werden. Meine Entscheidung steht, während der Woche ganz auf Fleisch zu verzichten. Das ist mein Anfang.



Meine Frühlingslasagne: mit regionalen Zutaten leckere Gerichte neu kreieren!

Weil es nicht immer Fleisch sein muss. Der italienische Klassiker kommt auch nur mit Gemüse aus und schmeckt ultra-lecker.

Rezept für meine Lieblings-Frühlingslasagne:

mein Tipp

Das Rezept schont Tier und Klima. Das Gemüse kann saisonal angepasst werden. Es lässt sich gut vorbereiten und macht eine ganze Familie satt und zufrieden. Die Lasagne schmeckt auch lauwarm und sogar kalt sehr gut. Probieren Sie es aus.

Zutaten für die Lasagne:

- 24 Lasagneplatten oder 2–3 Zucchini
- 285 g Karotten
- 285 g Mais
- 285 g Erbsen (tiefgefroren)
- ½ Zwiebel, rot / Frühlingszwiebeln
- 1 Knoblauchzehe
- 400 g BIO-Tomaten (feingehackt)
- ½ Becher Crème fraîche
- 1 EL Kräuter, frisch
- n. B. Butter
- n. B. Gouda gerieben
- Salz und Pfeffer
- Cocktailtomaten
- Basilikumblätter



1. Backofen auf 180 Grad Ober-/Unterhitze vorheizen.
2. Zucchini waschen, die Enden abschneiden und mit einem Gemüseschäler in dünne Scheiben schneiden. Karotten schälen und in kleine Würfel schneiden. Ebenso Zwiebel (rot), Knoblauchzehe und Frühlingszwiebeln. Die Tomaten fein hacken. Den Mais, wenn nötig, abtropfen und die Erbsen ein wenig auftauen lassen.
3. Bringen Sie in einer Pfanne die Butter zum Schmelzen, geben Sie Zwiebel, Frühlingszwiebeln und Knoblauchzehe hinzu und dünsten Sie sie an, bis die Zwiebel glasig bzw. die Frühlingszwiebel glänzend grün ist. Anschließend kommen Karottenwürfel, Mais und Erbsen in die Pfanne. Dünsten Sie sie das Gemüse bei mittlerer Hitze 15–20 Minuten an.
4. Nun geben Sie die feingehackten Tomaten zum Gemüse hinzu und köcheln Sie die Sauce kurz auf.
5. Anschließend heben Sie die Crème fraîche unter, schmecken Sie die Mischung mit Salz, Pfeffer und frischen Kräutern ab und nehmen Sie sie vom Herd.
6. Jetzt eine flache Auflaufform buttern, abwechselnd Sauce und Lasagneplatten/Zucchini-Scheiben schichten und mit geriebenem Käse bestreuen. Dann die Frühlingslasagne im vorgeheizten Backofen bei 180 Grad Ober-/Unterhitze ca. 45 Minuten backen, bis der Käse goldbraun ist.
7. Zum Anrichten, wenn gewünscht, können Sie gerne Cocktailtomaten oder Basilikumblätter verwenden.



In der Mittagspause den Blick über die Wasserfläche schweifen lassen. Einfach mal durchatmen. Rund um den „NÜRNBERGER See“ lässt es sich wunderbar entspannen und neue Kraft tanken. Aber kann ein künstlich angelegtes Gewässer mitten in der Stadt auch zur Artenvielfalt beitragen?

Das wollten wir von Christoph Grünfelder vom Umweltreferat Nürnberg wissen. Auf einem gemeinsamen Rundgang haben wir den See in Sachen Ökologie genau unter die Lupe genommen.

Das große Krabbeln?!





Wasser =
Lebensraum

Auch ein stark technisches
Gewässer bietet einen
ökologischen Nutzen.



Unverzichtbar für Nachhaltigkeit und Klimaschutz

Seen, Teiche & Co. findet man in Stadtzentren eher selten. Dabei können Wasserelemente städtische Architektur nachhaltig aufwerten. So zum Beispiel geschehen im Innenhof der NÜRNBERGER Versicherung. Dort reguliert ein künstlich angelegter See mit 8.000 Quadratmetern Fläche das Mikroklima und dient als Regenauffangbecken und Wasserspeicher. Damit fördert der „NÜRNBERGER See“ die Nachhaltigkeit und sorgt z. B. auch für Hitzeregulation im Sommer.



Jede Wasserfläche zieht mobile, wassergebundene Arten an, insbesondere Entenvögel und Libellen.

Christoph Grünfelder, Umweltreferat Nürnberg

Was ist mit der Artenvielfalt?

Wir wollten herausfinden, ob der See auch etwas zur Artenvielfalt beitragen kann. Deshalb haben wir Christoph Grünfelder vom Umweltreferat NÜRNBERG eingeladen und um seine Einschätzung gebeten. Auf einem gemeinsamen Rundgang erklärt er uns, dass auch ein künstli-

ches und technisch ausgelegtes Gewässer einen ökologischen Beitrag leistet. Ganz besonders im städtischen Umfeld. Denn es bietet wassergebundenen Tieren wie Enten und Libellen einen Rückzugsort und Nahrung in einer überwiegend „kargen“ Umgebung. Das klingt vieler-

sprechend. Etwas Luft nach oben in Sachen Artenvielfalt gibt es aber dennoch. Denn natürliche Gewässer enthalten beispielsweise mehr organische Materialien, die zahlreichen Tierarten als Nahrungsquelle dienen.

Kann man ein künstliches Gewässer nachträglich ökologisch aufwerten?

Auf jeden Fall. Mit relativ einfachen Mitteln lässt sich rund um einen künstlichen See auch nachträglich ein Lebensraum für Wasserläufer, Libellen & Co. gestalten. Und das ohne etwas an den grundsätzlichen Strukturen zu verändern. Wie genau das funktionieren könnte, das hat uns Christoph Grünfelder erklärt.

4 Tipps für mehr Artenvielfalt:

1. Bringt man zusätzlich Körbe am Rand des Sees an und bepflanzt diese, schafft man neuen Lebensraum und Nahrung für Wasserinsekten wie Libellen, Käfer und Wasserläufer
2. Beete bzw. Filterbecken rund um den See kann man einfach ökologisch aufwerten, indem man das Schilf um verschiedene Röhricht-Arten oder auch Seggen und Binsen ergänzt. Denn es gilt: Je mehr Pflanzenarten – desto mehr Insektenarten können sich ansiedeln.
3. Wenn man das Röhricht in den Filterbecken über den Winter stehen lässt, können verschiedene Stadien von Insekten (Eier, Raupen, Larven, Puppen) dort überdauern. Außerdem ist es tierfreundlich, das Schnittgut aus den Filterbecken an einer geeigneten Stelle anzuhäufen und bis in die zweite Jahreshälfte zu belassen.



Es gilt: Je mehr Pflanzenarten – desto mehr Insektenarten können sich ansiedeln.

4. Aus ökologischer Sicht macht es Sinn, vor allem heimische, standortgerechte Laubbäume um ein Gewässer herum zu pflanzen. Denn Laubbäume bieten im Allgemeinen bessere Lebensraumbedingungen für viel mehr Arten als Nadelgehölze.

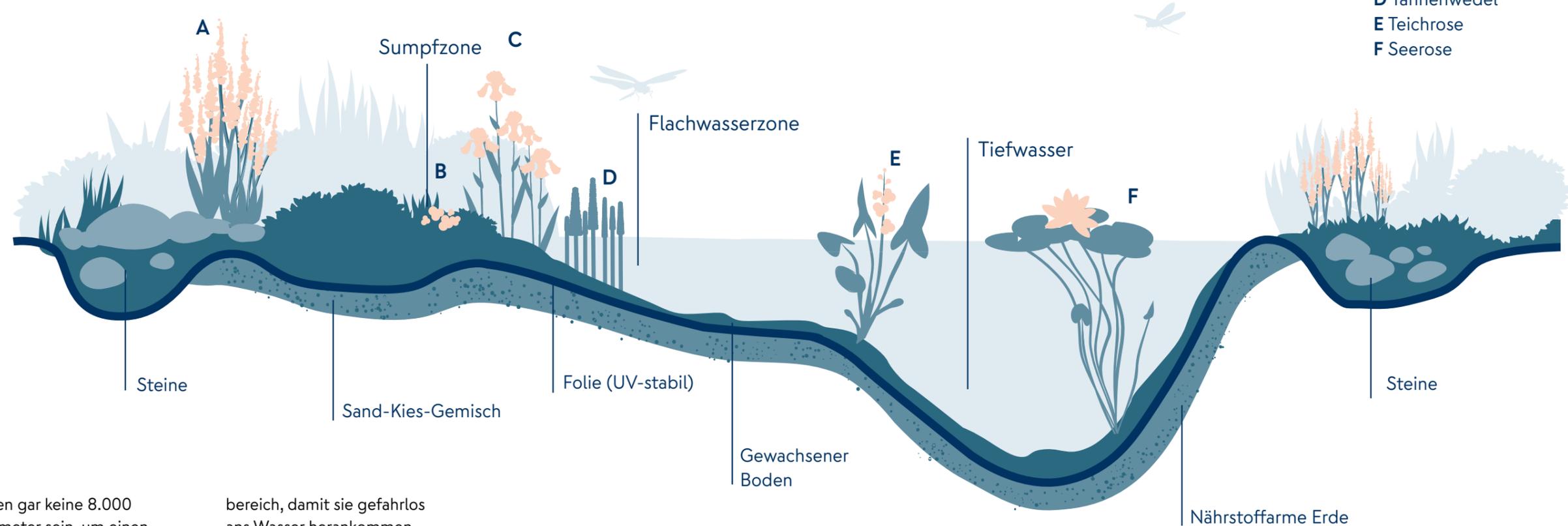
Fazit: Mehr Wasserflächen in die Stadt integrieren

Jedes Gewässer in der Stadt ist also wertvoll – ob technisch oder

natürlich angelegt. Denn gerade in Zeiten des Klimawandels brauchen wir in Metropolen möglichst viel Wasser zur Klimaregulation und als Speicher. Idealerweise hat man bei der Gestaltung der Wasserflächen auch die Artenvielfalt im Blick. Zum Wohle von Mensch und Natur. Denn „Alles, was gegen die Natur ist, hat auf die Dauer keinen Bestand“, wie es Charles Darwin formulierte.

Wie wäre es mit einem artenreichen Teich im heimischen Garten?

- A Blutweiderich
- B Sumpfdotterblume
- C Schwertlilie
- D Tannenwedel
- E Teichrose
- F Seerose



Es müssen gar keine 8.000 Quadratmeter sein, um einen tierfreundlichen Teich anzulegen. Das klappt auch im heimischen Garten oder sogar auf dem Balkon. Idealerweise an einem sonnigen Platz. Und so ein Gartenteich ist nicht nur schön anzusehen, sondern es gedeihen dort auch verschiedene Wasser- und Sumpfpflanzen. Außerdem wird er von Vögeln und Kleintieren als Tränke genutzt und bietet Lebensraum für Libellen, Wasserläufer, Wasserkäfer und Frösche.

Damit das Projekt Gartenteich ein Erfolg wird, gibt es ein paar Punkte zu beachten:

1. Flache Uferzone

Durstige Vögel und Kleintiere brauchen einen flachen Ufer-

bereich, damit sie gefahrlos ans Wasser herankommen. Denn insbesondere Igel laufen ansonsten Gefahr, von steilen Teichrändern nicht zurück ans Ufer zu kommen. Zusätzlich kann man noch Ausstiegshilfen in Form von Ästen oder kleinen Leitern zur Verfügung stellen. Darüber hinaus werden Steinhäufen oder auch größere Steine gerne als Ruheplatz oder sicherer Unterschlupf genutzt.

2. Verschiedene Wassertiefen

Verschiedene Wassertiefen bzw. -zonen machen den Teich artenreicher, denn jede Teichzone hat ihre eigene vielfältige Pflanzenwelt. Der NABU empfiehlt drei Zonen: in der Mitte mit einer Min-

desttiefe von mindestens 80 bis 100 Zentimetern, die anschließende Zone hat eine Wassertiefe von 20 bis 50 Zentimetern und die flache Sumpfbereich schließlich leitet über zum Ufer (siehe auch www.nabu.de).



Vom Ufer bis zur Tiefenzone:
Pflanztipps für den naturnahen Gartenteich

3. Abwechslungsreiche Pflanzenwelt

Beim Bepflanzen des Teiches gilt: Je vielfältiger die Pflanzenwelt in den verschiedenen Zonen – desto mehr unterschiedliche Lebewesen können sich dort ansiedeln. Für die Tiefwasserzone kommen vor allem Sauerstoffpflanzen in Frage, die Nährstoffe aufnehmen und Sauerstoff abgeben. Dazu gehören z. B. Seerosen, Wassernuss und das Schwimmende Laichkraut. In der nächsten Wasserzone – der Flachwasserzone – gedeihen z. B. Schwanenblume,

Rohrkolben und andere Röhrichtpflanzen sowie Pfeilkraut. Und für die Uferzone sind z. B. Wassermintze und Sumpferdbeere geeignet. Übrigens: Besonders Libellen lieben Röhricht um den Teich.

4. Keine geschlossene Eisdecke

Idealerweise sollte ein Teich niemals ganz zufrieren und daher eine Mindesttiefe von 80 bis 100 Zentimetern haben. So können z. B. Molche und Frösche am Grund des Teichs überwintern. Ein Röhrichtgürtel am Teichrand verhindert eine geschlossene Eisdecke

und bietet Tieren im Winter außerdem einen wertvollen Unterschlupf.

5. Möglichst wenig/keine Technik

Mit den richtigen Pflanzen am passenden Standort braucht man keine Pumpen, Skimmer oder Wasserfilter am Gartenteich. Grundsätzlich gilt: Je größer ein Teich, desto rascher stellt sich ein ökologisches Gleichgewicht ein. Und viel tierfreundlicher ist es, öfter zum Kescher zu greifen, um Blätter, Algen oder diverse abgestorbene Pflanzenteile aus dem Teich zu fischen.



Es brodeln sich
etwas zusammen.

*Der Klimawandel bahnt sich wie Lava
seinen Weg – und Versicherer bewegen
sich auf dem neuen Terrain.*

Gewaltige Rauchwolken steigen auf, die Erde wirft uns ihre glutrote Wut entgegen, Lavaströme walzen sich ihren Weg frei: Vulkanausbrüche können einerseits spektakuläres Naturereignis sein, andererseits Elementargefahr, aber kommen eher noch selten vor. Dagegen nehmen Starkregen, Dürren und Stürme in ihrer Intensität und Häufigkeit zu. Das wirkt sich auch auf die Versicherer aus – nicht nur als Risikoträger, sondern auch in ihrer Verantwortung für nachhaltiges Handeln.

Noch nie so hoch

Feuer, Wasser, Luft und Erde: Mit der 4-Elemente-Lehre und ihren „Prinzipien der Veränderung“ legten die griechischen Philosophen den Grundstein der Naturwissenschaften. Genau diese Elemente werden der Menschheit aber immer häufiger zum Verhängnis. Heute beschäftigen sich Heerscharen von Experten mit den Auswirkungen der „Elementargefahren“. Das idyllische Städtchen am Fluss kann mit jedem Starkregen Opfer des nächsten „Jahrhundert-Hochwassers“ sein. Jeder Sturm kann das Schadenausmaß des bisher schlimmsten Sturms noch toppen. Auch der Klimabericht 2021 lässt daran keinen Zweifel: 12, 5 Milliarden Euro mussten die deutschen Versicherer 2021 allein für Schäden durch Naturgefahren zahlen. Diese gestalten sich lokal sehr unterschiedlich: Dürre, extreme Hitze und Brandgefahr einerseits. Auf der anderen Seite schwere Stürme, Starkregen und Sturzfluten, die zerstörerische Kraft von Geröll und Schlamm Mensch, Tier sowie Existenzen mit sich fortreißen.

Hier wie dort zeigt sich, dass man aus Fehlern der Vergangenheit lernen muss. Sollte z. B. überhaupt noch in unmittelbarer Nähe von Überschwemmungsgebieten gebaut werden dürfen? Und wie können Menschen, Gebäude und materielle Werte in Zukunft besser oder überhaupt geschützt werden? Politik, Wirtschaft und



die Bevölkerung müssen hier gemeinsam Wege finden, um dem Klimawandel zu begegnen. Abwenden lassen sich die Risiken von Naturkatastrophen nicht, allenfalls mindern.

Nachhaltig geprägt

Hier ist auch die Versicherungswirtschaft im Zugzwang. Die Schäden von morgen sind auch ein Parameter für die Kundenzufriedenheit. Denn wo steht die Versicherungswirtschaft, wenn sie Menschen nicht mehr den Schutz geben kann, den sie brauchen?

Es ist nichts Neues, dass sich Versicherer wie die NÜRNBERGER ihrer gesellschaft-

lichen Verantwortung stellen. Relativ neu ist, dass sie sich dabei auf ein Terrain begeben müssen, das ihr Handeln noch stärker in den Fokus der Nachhaltigkeit stellt. Obwohl die Versicherungswirtschaft im Grunde genommen schon immer nachhaltig über mehrere Generationen ausgerichtet ist. Denn nur so können Risiken übernommen und kalkuliert werden, um Schutz, Sicherheit und Vorsorge in allen Lebensbereichen zu bieten. Ebenso können Präventionsmaßnahmen nur aus der Expertise in der Schadenregulierung entwickelt werden, damit Schäden gar nicht erst entstehen.

Doch an welchen Stellen können Versicherer auf künftige Entwicklungen einwirken?

Versichern – mit bewusster Kapitalanlage

Zum einen geht das über den entscheidenden Faktor Kapital. Versicherungen legen jährlich Milliarden von Euro an – und können hier gewaltig Einfluss ausüben. Generell geht es darum, soziale, ethische und ökologische Werte zu berücksichtigen. Auch die NÜRNBERGER hat hier ein eindeutiges Signal gesetzt, indem sie vor Kurzem die Principles for Responsible Investment (PRI) unterzeichnet hat. Eine von den Vereinten Nationen unterstützte internationale Finanzinitiative, die sich für ein nachhaltiges globales Finanzsystem einsetzt.

Alarmierende Studie

Laut einer aktuellen Sigma-Studie der Swiss Re könnten die klima- und wetterbedingten Versicherungsschäden bis 2040 allein in Deutschland um bis zu 90 Prozent steigen. Prämien dürften sich bis dahin mehr als verdoppeln. Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass die Versicherungswirtschaft einen entscheidenden Beitrag leisten muss, damit Risiken versicherbar und bezahlbar bleiben.



Im Spannungsfeld des Wandels

Neben der nachhaltigen Kapitalanlage ist es erklärtes Ziel der NÜRNBERGER, in ihrem Nachhaltigkeitsansatz sowohl ökologische (environmental) als auch soziale (social) Kriterien mit Kriterien guter Unternehmensführung (Governance) – die sogenannten ESG-Kriterien – zu kombinieren und systematisch bei der Produktentwicklung zu berücksichtigen.

Es ist naheliegend, in diesem Zusammenhang sofort an die Schadenversicherungen zu denken, an Elementargefahren, denen Kunden ausgesetzt sind. Das Produktangebot wandelt sich aber auch durch verändertes Verhalten der Menschen und Neuerungen in Technik und Wissenschaft.



Ran an die Spaten und Versprechen einlösen: Bäume pflanzen für den Vertragsabschluss. Hier tatkräftig unterstützt von Mitarbeitenden des Bereichs Lebensversicherung.



Waldzukunft zum Anfassen: Mit ihrer Baumpflanzaktion unterstützt die NÜRNBERGER zukunftsfähige Waldbewirtschaftung im Nürnberger Land.

Produkte neu ausrichten

Nachhaltigkeit, erneuerbare Energie, E-Autos: Das alles bedeutet für die Versicherer, sich auf neue Gegebenheit einzustellen. So war es vor ca. 15 Jahren eher noch eine Seltenheit, dass auch Privathaushalte die Sonne als Energielieferant mit einer Photovoltaikanlage „angezapft“ haben. Mittlerweile gelten Photovoltaikanlagen auf Hausdächern als Investition in die Zukunft. Und so haben sich Versicherungen für Photovoltaik- und Solaranlage etabliert. Denn die Umwandlung der Sonnenkraft hat auch ihre Schattenseite: Laut einer Statistik des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. sind immerhin knapp ein Viertel aller Schäden an PV-Anlagen auf Feuer zurückzuführen, gefolgt von Sturm. Hinzu kommt, dass die Anlage durch Naturereignisse wie z. B. Hagelschlag ausfallen, beschädigt oder zerstört werden kann.

E nimmt Fahrt auf

Gerade bei der Mobilität muss die Versicherungswirtschaft dem Paradimen-

wechsel aufmerksam auf der Spur bleiben. Im Moment stehen die Zeichen in der Automobilbranche auf „E“, um den Anforderungen einer radikalen CO₂-Reduzierung nachzukommen. Fördermittel und steigende Kraftstoffpreise tun ihr Übriges, dass sich immer mehr Verbraucher für einen E-Stromer entscheiden.

Doch eine normale Kfz-Versicherung wird den neuen E-Autos nicht gerecht. Deshalb bietet die NÜRNBERGER z. B. den Zusatzbaustein Elektro Plus für Elektro- und Plug-in-Hybridfahrzeuge an. Akkus und private Lade-Infrastruktur wie die Wall-Box erfordern einen adäquaten Schutz. Schließlich sollen Kunden nicht auf den Kosten sitzen bleiben, wenn Akkus z. B. wegen eines Bedienfehlers beim Aufladen beschädigt werden oder das Ladekabel angeknabbert wurde. Dabei reicht es nicht, auf die Entwicklungen der Automobilbranche alleine mit Produktanpassungen zu reagieren. Vielmehr macht man sich in der NÜRNBERGER in Innovations-Workshops immer wieder Gedanken, wie die Mobilität von morgen aussehen wird und welche Rolle die Versi-

cherung hierbei übernehmen kann. Denn genau hier schließt sich der Kreis zu einer sauberen Umwelt und damit auch der Lebensqualität jedes Einzelnen.

Zeichen setzen

Die Menschen haben die Vorteile der E-Mobilität entdeckt und sorgen so für mehr Nachhaltigkeit. Die NÜRNBERGER unterstützt das und trägt ihren Teil dazu bei. So pflanzt das Unternehmen für jeden Kfz-Versicherungsvertrag für Elektro- und Plug-in-Hybrid-Pkw oder -Lieferwagen bis 3,5 Tonnen Gesamtgewicht einen Baum und unterstützt damit die Aktion „Waldzukunft zum Anfassen“ im Nürnberger Land. Die Initiative, für jeden Antrag einen Baum zu pflanzen oder dadurch eine Spende für ein soziales Projekt auszulösen, kam ursprünglich aus einem anderen Bereich: der NÜRNBERGER Lebensversicherung. Da z. B. eine Berufsunfähigkeitsversicherung

oder eine Grundfähigkeitsversicherung per se auf eine sichere Zukunft ausgerichtet sind, verpasste man den beiden Vorsorgeprodukten einen zusätzlichen Nachhaltigkeitseffekt. Das Nachhaltigkeitsspektrum im Bereich der Lebensversicherung hat sich auch in anderer Hinsicht auf das veränderte Kundenverhalten eingestellt. So können Kunden bei fondsgebundenen Versicherungen z. B. nachhaltige Portfolios wählen.

Nachhaltigkeit ist also der große Ansatz, um dem Klimawandel und sich verändernden Risiken sowie Umweltgefahren zu begegnen. Sicher wird der Umbau von Wirtschaft und Gesellschaft für eine nachhaltige Zukunft eine Herausforderung für uns alle. Und auch wenn es sich auf den ersten Blick nicht erschließt: Zu den Maßnahmen, den Klimawandel aufzuhalten oder zu entschleunigen, gehört auch die Vorsorge, damit die Folgen und Schäden des Klimawandels bewältigt werden können.

Erneuerbare Energien sind die Hoffnungsträger im Klimawandel. Gerade in diesem Umfeld müssen Versicherer umfassenden Schutz bieten, z. B. auch im Gewerbebereich.



Gewerbeversicherung mit Umweltaspekt

Die NÜRNBERGER versichert im Haftpflicht-Gewerbe verschiedenste Tätigkeiten (Herstellung, Handel und Montage) in Zusammenhang mit erneuerbaren Energiequellen, wie etwa Bioenergie, Geothermie, Wasserkraft, Sonnenenergie, Windenergie und E-Mobilität. Ein wichtiger Bestandteil sind ESG-Konzepte wie Ausschlusslisten: z. B. kein Versicherungsschutz für Rüstungsgü-

ter und Tabakindustrie. Grundsätzlich sind Umwelthaftpflichtrisiken umfassend mitversichert. Im Versicherungsfall wird gewährleistet, dass im Rahmen von hohen Versicherungssummen auch das Beseitigen von Umweltschäden gewährleistet werden kann. Die NÜRNBERGER Schadenersatzleistungen sorgen dafür, dass intakte Umweltbedingungen wieder hergestellt werden.



Müll ist ein
globales
Problem.

Zero Waste nachgefragt.

**Wie können wir natürlicher und bewusster leben?
Indem wir Müll vermeiden und Rohstoffe schonen.**

Ich hole mein Brot beim Bäcker im Jutebeutel, kaufe Joghurt & Co. in Mehrweggläsern und versuche, um abgepacktes Obst und Gemüse einen möglichst großen Bogen zu machen. Trotzdem sind Mülltonne und Gelber Sack bei mir zuhause immer gut gefüllt. Und das liegt bestimmt nicht nur daran, dass mein Mann auf Flüssigseife besteht und meine Töchter Schokoriegel lieben. Zudem ist mir mit Corona ehrlich gesagt viel Motivation verloren gegangen. Aber das Thema lässt mich nicht los. Da muss doch noch mehr gehen! Deshalb haben meine Kollegin Alisa Gröh und ich mit Menschen gesprochen, die nach dem Prinzip Zero Waste leben bzw. schon viel weiter sind als wir.



Claudia Rauh

**„Ersetze, was du
ersetzen kannst.
Hauptsache ohne
Plastik.“**

2019 habe ich bei Claudia Rauh einen Workshop „Plastikfrei leben“ besucht. Da liegt es nahe, mein Wissen bei ihr etwas aufzufrischen. „Auf der einen Seite bin ich stark von meiner Mutter und Großmutter geprägt, die nach der Devise lebten ‚nur nichts wegschmeißen‘“, erzählt die Mittfünfzigerin, „Auf der anderen Seite inspirieren mich die R-Regeln von Zero Waste“ (siehe Seite 71). Plastikvermeiden fängt bei Claudia Rauh beim Kochen an – und damit auch beim Einkaufen. „Ich koche mit frischen Zutaten und zwar so viel, dass es gleich für zwei Tage reicht. Beim Einkauf kommt meine Oma wieder ins Spiel. Ich überlege mir, welche Lebensmittel es bereits zu ihrer Zeit im Laden gegeben hat. Denn damals gab es noch kein Plastik.“

**Sei vorbereitet, sei aufmerksam, sei mutig,
sei kreativ**

Ebenso hilft es, Einkaufen nicht als notwendiges, schnelles Übel zu betrachten, sondern als soziale Komponente und gleichzeitig in der Ernährung etwas umzudenken. Muss es jeden Tag Fleisch sein? Wo kommt mein Essen her? Wem gebe ich mein

Geld? Lieber dem Bauern vor Ort, einem kleinen Laden oder Großkonzernen? In ihrem Workshop gibt Claudia Rauh den Teilnehmenden vier Empfehlungen: Sei vorbereitet, sei aufmerksam, sei mutig, sei kreativ. „Gut vorbereitet sein heißt z. B., dass bei mir der Einkaufskorb in der Küche steht. Ich lege die Obst-/Gemüsetaschen direkt wieder hinein und auch die Mehrweggläser und -flaschen zum Zurückbringen. Alles was irgendwie möglich ist, kaufe ich in Mehrweg. Denn Tetra Pak ist als Verbundstoff schwer zu recyceln und wird oft verbrannt oder exportiert. Mit ‚aufmerksam sein‘ meine ich, dass man schaut, wie die Ware verpackt ist. Nudeln z. B. gibt es auch im Karton. Dazu gehört für mich ebenso die eigene Einstellung. Die Welt ist nur geliehen und es ist an uns, diese für die kommenden Generationen zu bewahren. Man kann schon bei sich vor der Haustüre anfangen und einfach das heruntergefallene Papierchen oder die Maske aufheben und in den nächsten Mülleimer werfen“, führt die hauptamtliche Schulbegleiterin weiter aus.

Mit ‚sei mutig‘ möchte Claudia Rauh anregen, etwas auszuprobieren. Zum Beispiel einfach mal nachfragen, ob der Supermarkt Fleisch in Haltungsform 4 führt, oder sagen, dass man das Lieblingsprodukt gerne in umweltfreundlicher Verpackung hätte. In diesem Zusammenhang verweist sie auf die von Studierenden entwickelte App „ReplacePlastics“. Diese ist gleich ein gutes Beispiel für ‚sei kreativ‘. „Ersetze, was du ersetzen kannst. Hauptsache ohne Plastik. Bei Putzmitteln habe ich z. B. die Firma Moanah für mich entdeckt. Das sind nachhaltige Reinigungsmittel als Refill und mit wiederverwendbarer Glasflasche“, gibt Claudia Rauh mir jede Menge Ideen mit.



Zur App **ReplacePlastic**
kostenlos für
◀ **Android** oder **iOS** ▶
herunterladen.



Zero Waste – was ist das überhaupt?

Übersetzt aus dem Englischen bedeutet Zero Waste „null Müll bzw. null Verschwendung“. Zero Waste ist eine nach Nachhaltigkeit strebende Philosophie und verfolgt das Ziel, ein Leben zu führen, bei dem möglichst wenig Abfall produziert und Rohstoffe nicht vergeudet werden. Dies soll insbesondere durch Konsumverweigerung, Abfallvermeidung, Reparaturen, Wiederverwendung, Kompostierung und Recycling erreicht werden. Quelle: Wikipedia

Im März 2021 wurde der bundesweite Dachverband Zero Waste Germany e. V. gegründet. Dessen Ziel ist, den Zero-Waste-Gedanken weiter zu verbreiten, die verschiedenen Vereine und Initiativen zu vernetzen und gemeinsam noch stärkere Wirkung zu entfalten. Quelle www.zerowasteverein.de

Wer sich selbst aktiv in Sachen Zero Waste engagieren möchte, findet bestimmt in seiner Region viele Gleichgesinnte sowie interessante Aktionen und Projekte. Einfach Zero Waste und den gewünschten Ort bzw. die Region googeln.



Weitere Informationen
www.zerowasteverein.de



Ein Interview mit unseren Azubis.



Samantha Döberl

„Ich finde es schade, dass viele vegane Produkte nur in Plastik verpackt erhältlich sind.“

Meine Kollegin Christine Kaiser und ich haben uns mit Samantha Döberl und Philipp Weiser zu einem Online-Gespräch getroffen. Die beiden sind dual Studierende und haben vergangenen Sommer bei der Aktion NÜRNBERGER Azubi-Umweltwoche auf Instagram mitgemacht. Wir beginnen mit der Frage: „Was fällt euch spontan ein, wenn ihr an Müll denkt? Und wie versucht ihr, im Alltag Müll zu vermeiden?“ „Heutzutage ist Müll ein sehr großes Problem. Wir sind ständig damit konfrontiert, sogar in der Uni. Da sollte man meinen, dass alles ziemlich digital abläuft“, merkt Philipp Weiser an und denkt an die vielen Ausdrücke. Samantha Döberl hält Plastik für die größte Umweltbelastung, da dies am schwierigsten entsorgt werden könne. „Klar ist Plastik der schlimmste Müll und die größte Masse“, stimmt Philipp Weiser sofort zu. Doch auch wenn Bäume nachwachsen, sei die fünfte Papiertüte beim Bäcker in der Woche auch nicht erstrebenswert. Die

beiden hoffen auf die Forschung und sehen bereits interessante Ansätze, wie z. B. Verpackungen auf Algenbasis oder Dämmmaterial aus Popcorn.

Als Studierende haben beide knappe Mittel und noch weniger Zeit. Es sei schon ein deutlich größerer Aufwand, beim Einkauf auf die Verpackung zu achten und nur im Bio-Supermarkt oder Unverpacktladen einzukaufen. Trotzdem versuchen sie zu integrieren, was irgendwie geht. „Ich finde es schade, dass viele vegane Produkte nur in Plastik verpackt erhältlich sind. Da sind wir Verbraucher schon sehr auf die Industrie angewiesen“, wendet Samantha Döberl ein. „Apropos Supermarkt. Wenn ich mir vorstelle, wie viele genießbare Lebensmittel dort jeden Tag weggeworfen werden. Das ist die reinste Verschwendung.“ Beim Thema Foodsharing sollte der Staat eine gute Lösung schaffen, sind sie sich einig.

Einfach selber machen

„Wenn es um Neuanschaffungen geht, achte ich auf Langlebigkeit“, erzählt Philipp. „Ich denke, meine gusseiserne Pfanne wird mich bei guter Pflege noch viele Jahre begleiten. Wenn du aufs Geld achten musst, überlegst du dir automatisch, was



Regrowing – 2. Chance für Gemüsereste

Regrowing kommt aus dem Englischen und bedeutet so viel wie nachwachsen lassen. Der Trend, aus Gemüseabfällen neues Leben zu gewinnen, begeistert immer mehr Menschen. Die Reste landen nicht im Müll, sondern werden in ein Wasserglas gesetzt und anschließend wieder eingepflanzt. Besonders gut eignen sich Lauchzwiebeln, Lauch, Romana-Salat und Stangensellerie.

Quelle: plantura.garden



Philipp Weiser

„Wenn es um Neuanschaffungen geht, achte ich auf Langlebigkeit.“

du brauchst und was nicht. Für mein Zimmer in der WG habe ich vor allem gebrauchte Möbel gekauft bzw. geschenkt bekommen. Und unser Weinregal ist ein stylisches Unikat, das wir aus einer alten Palette selbst gebaut haben.“ Samantha ergänzt: „Wenn ich die Zeit hätte, würde ich überhaupt mehr selber machen. Marmelade, Kekse oder sogar Hafermilch - das geht alles ganz einfach.“ Gute Erfahrung haben beide mit Regrowing gemacht. So haben sie bereits Zitronen, Avocados, Lauch, Orangen und Paprika nachwachsen lassen. Und der praktischste Zero-Waste-Tipp überhaupt ist: Leitungswasser trinken.

Eine Sache liegt ihnen besonders am Herzen: „Unternehmen müssen langfristig gesehen nachhaltig werden. Denn ohne die Mitarbeit der Wirtschaft kann der Klimawandel nicht aufgehalten werden. Wir Verbraucher können dazu beitragen, indem wir z. B. nicht immer gleich das neueste Smartphone kaufen und bereits bei der Anschaffung auf Qualität, Langlebigkeit und eine ressourcenschonende Produktion achten.“

Mein nächster Weg führt in den Unverpacktladen „Die naggerde Hummel“ in Schwabach. Ich treffe mich mit Jacqueline Volland, die ihr Geschäft im Oktober 2020 – zu Lockdown-Zeiten – eröffnete. „Ich sehe Müll nicht als etwas, das weggang, sondern als Ressource. Für mich ist das aktuell wie eine Einbahnstraße, denn von einem funktionierenden Ressourcenkreislauf sind wir meilenweit entfernt. Dazu kommt, dass die Müllabfuhr das Problem quasi aus unserem Bewusstsein transportiert“, erklärt die Betriebswirtin. „Für uns Unverpacktläden ist es selbstverständlich, heimische Produzenten zu bevorzugen und unsere Ware nicht von weit her zu beziehen.“, beschreibt Jacqueline Volland das Prinzip. Die Kunden bringen von zu Hause einen Behälter mit, wiegen ihn ab und notieren das Leer-

Jacqueline Volland

„Für uns Unverpacktläden ist es selbstverständlich, heimische Produzenten zu bevorzugen und unsere Ware nicht von weit her zu beziehen.“



gewicht. Dann befüllen sie ihn und nehmen nur so viel, wie sie brauchen. An der Kasse wird dann das Leergewicht einfach abgezogen.

Die naggerde Hummel ist – wie die meisten anderen Unverpacktläden auch – Mitglied im Unverpackt-Verband und bio-zertifiziert. „Der Verband ist für uns kleine Geschäfte eine große Hilfe und kann viel bewirken, wenn es z. B. um den Zugriff auf Lieferanten geht. Wir achten sehr darauf, in welcher Verpackung und welchen Mengeneinheiten die Ware bei uns eintrifft. Nicht jede Verpackung ist gleich gut geeignet. Für Trockenfrüchte etwa ist Plastik besser als Glas, da dieses zu viel Volumen beim Transport einnimmt. Hier hat der Unverpackt-Verband einen Leitfaden veröffentlicht, wann welche Verpackung besser ist. Ebenso forscht die Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde seit Jahren zu diesem Thema“, führt sie weiter aus.

Strenge Kriterien

Die Zertifizierung mit dem EU-Bio-Logo ist für Unverpacktläden wichtig, da die Ware nicht mehr als „Bio“ ausgewiesen werden darf, wenn sie umgefüllt wurde. Das sei auch gut so, bekräftigt Jacqueline Volland. Sie verweist darauf, dass das Bio-Logo nur Produkte tragen dürfen, für die eine zugelassene Kontrollstelle bescheinigt hat, dass sie biologisch erzeugt wurden. Das heißt, dass sie strenge Bedingungen für Herstellung, Verarbeitung, Transport und Lagerung erfüllen müssen. Für die Kundinnen und Kunden ist das eine gute Sache. Denn sie können sich darauf verlassen, dass alles, was sie kaufen, ressourcenschonend hergestellt und transportiert wurde. Und zu kaufen gibt es so ziemlich alles, was das Herz begehrt. „Die Kunden sind überrascht, dass es im Laden z. B. auch Backerbsen, Gummibären oder Toilettenpapier gibt“, weiß Jacqueline Volland. Mir gibt sie den Tipp, dass ich meinen Müll mal unter die Lupe nehmen soll. Was fällt im Laufe einer Woche alles so an? Denn es nützt ja nichts, wenn ich unverpackte Trockenfrüchte kaufe, die ich eigentlich gar nicht brauche.



Weitere Informationen

www.hummel-unverpackt.de


Kristina Oßmann

„Ich kaufe lieber weniger, aber dafür gute Sachen und das am liebsten an der Bedientheke, wo ich meine eigenen Schälchen mitbringen kann.“

Eine Kollegin gibt mir den Tipp, auf Kristina Oßmann zuzugehen. Die Leiterin des Bereichs Marktmanagement Leben Privat könne mir bestimmt in Sachen Zero Waste interessante Impulse geben. Kristina Oßmann ist davon überzeugt, dass schon winzige Kleinigkeiten in der Summe einiges bewirken können. Je mehr Menschen mitmachen, umso besser. „Ich kaufe lieber weniger, aber dafür gute Sachen und das am liebsten an der Bedientheke, wo ich meine eigenen Schälchen mitbringen kann“, erzählt Kristina Oßmann und gesteht aber auch ein, dass das Müllreduzieren nicht immer gelingt. Dann versucht sie, Konsequenzen daraus zu ziehen und ihre Handlungen anzupassen: „Kürzlich haben mein Mann und ich Essen vom Asiaten geholt. Wahnsinn, wie viel Verpackungsmüll wir hinterher hatten. Da essen wir das nächste Mal besser im Restaurant oder fragen, ob wir unsere eigenen Töpfe mitbringen können.“

Erstmal keine neue Kleidung

So ernst das Thema auch ist – ihr persönlich ist eine positive Herangehensweise wichtig: „Jede Konsumentscheidung, die wir treffen, ist eine Entscheidung für oder gegen die Welt. Dieses Bewusstsein ist mir wichtig und dafür möchte ich auch gerne andere sensibilisieren. Trotzdem nützt es wenig, wenn wir uns geißeln und unter Druck setzen. Vielmehr geht es darum, genauer hinzuschauen und zu hinterfragen. Welche globalen Auswirkungen hat es, wenn ich z. B. das T-Shirt für 3,99 Euro kaufe? Unter welchen Bedingungen wurde die Baumwolle angebaut? Erhalten die Näherinnen einen fairen Lohn? Was passiert damit, wenn ich das Shirt nach einer Saison in die Altkleidersammlung gebe? Es muss uns einfach klarwerden, dass unsere Handlungen nicht nur das Hier und Jetzt beeinflussen, sondern in einem größeren Kontext stehen.“ Aus diesen Gedanken heraus hat Kristina Oßmann spontan beschlossen, sich erstmal keine neuen Klamotten mehr zu kaufen. Das war im Oktober 2019. Wie geht es ihr damit? „Es ist total befreiend.“, verrät sie mir, „Mein Schrank ist übersichtlicher, und es sind nur noch Sachen drin, die ich gerne trage und in denen ich mich wohlfühle. Ungeliebte, aber hochwertige Stücke habe ich nicht in den Kleidercontainer gegeben, sondern an Lilith gespendet. Der Verein hilft in Nürnberg Frauen und Kindern mit Drogenproblemen, indem dort die Kleidung hergerichtet, manchmal etwas Neues daraus genäht und weiterverkauft wird. Wenn ich mir mal wieder neue Kleidung kaufen möchte, dann in solchen Läden.“

Überhaupt findet es Kristina Oßmann toll, wenn man Dingen eine zweite Chance geben kann. Bei ihr im Stadtteil gibt es sogenannte Verschenkbretter. Da stellt man gut erhaltene, gebrauchte Sachen drauf und ein anderer kann es mitnehmen. Ihre neuen Espresso-tassen stammen etwa von dort. Wir unterhalten uns über Flohmärkte und Secondhand-Läden und ich nehme mit, dass man auch mit weniger zufrieden sein kann.





Anne Tieseler

„Stell dir einfach die ganz grundlegenden Fragen, dann werden die komplizierten Details schnell irrelevant. Und fang einfach an.“

Bei meinen Recherchen stoße ich auf Anne Tieseler. Sie ist Nachhaltigkeits-Bloggerin und Zero-Waste-Aktivistin. Als ich auf ihrer Webseite lese, dass der Jahres-Restmüll ihrer vierköpfigen Familie in ein einziges Einmachglas passt, schwanke ich zwischen ungläubigem Staunen und Bewunderung. Echt jetzt, das geht?!? „Als ich vor rund zehn Jahren anfang, unseren Alltag grün zu gestalten, stand ich vor einem großen Berg an Aufgaben und Fragen.“, erzählt Anne Tieseler, „Anstatt jedoch vor ihm zu kapitulieren, beschloss ich einfach, Stück für Stück voranzugehen. Denn ein nachhaltiger Alltag ist ein lehrreicher Prozess, der Spaß machen kann, und kein ultimatives Ziel, das schnell erreicht ist. Der Zeitaufwand ist jedoch überschaubar, wenn man Produkte, Denkprozesse und Gewohnheiten Schritt für Schritt angeht, um echte Lösungen zu finden.“

Manchmal ist es schwer und manchmal ganz leicht

Für sie persönlich kommt ein halbherziger Mittelweg nicht in Frage: „Es gibt vieles, auf das wir ohne Probleme verzichten können, wenn uns die globalen Auswirkungen bewusst werden. Schließlich geht es um Menschenleben und um die Natur als unsere eigene Lebensgrundlage.“ Verzicht sei relativ. Das klingt für mich ziemlich gewaltig, und ich frage sie, ob es sehr schwer sei, nachhaltig zu leben. „Manchmal ist es schwer und manchmal ganz leicht. Wenn mir z. B. der Bauer auf dem Markt genau erklären kann, wie er sein Obst und Gemüse anbaut, umgehe ich das Dilemma mit der plastikverpackten Massenerwirtschaft und untätigen Politik gänzlich. Natürlich wäre es ideal, regional und bio zu vereinen. Die radikalste Variante, mein Essen selbst anzubauen, ist für mich und meinen Lebensstil nicht realistisch. Ich will nicht aus der Gesellschaft aussteigen, sondern in eine neue Gesellschaft eintauchen. Ich will zeigen, wie und dass es besser geht – jeden Tag, mit jeder Wahl, die wir treffen“, erklärt die Diplom-Ingenieurin und zweifache Mutter. Wie sie das konkret umsetzt, beschreibt sie in ihrem Blog.

Anne Tieseler ist davon überzeugt, dass jeder für sich selbst entscheiden soll, wie er leben möchte. Jedoch kann man seine Mitmenschen durchaus motivieren, indem man mit gutem Beispiel vorangeht. „Es ist verständlich, dass wir zuerst die uns Nahestehenden überzeugen möchten mitzumachen. Das führt aber leider oft zu Diskussionen und Konflikten“, sagt Anne Tieseler, „Wir müssen zunächst einmal akzeptieren, dass nicht jeder gleich schnell in seiner Entwicklung ist und nicht unbedingt zum gleichen Zeitpunkt eine Veränderung in seinem Leben braucht und willkommen heißt. Daher ist es besonders wichtig, Dinge zu erklären und vorzumachen, anstatt mit erhobenem Zeigefinger zu diktieren. So hat der andere die Möglichkeit zu verstehen und zu unterstützen, selbst wenn er nicht sofort mitmachen möchte.“ Damit habe ich jetzt jede Menge Stoff zum Nachdenken bekommen. Eine Sache gibt mir Anne Tieseler dazu noch mit: „Stell dir einfach die ganz grundlegenden Fragen, dann werden die komplizierten Details schnell irrelevant. Und fang einfach an.“



Weiterlesen im Blog
www.grueneralltag.de

Zero Waste

Einfach umsetzbar! Tipps für Einsteiger

Wir haben in unseren Gesprächen jede Menge Impulse bekommen, die wir gerne mit Ihnen teilen. Wir sind überzeugt, dass sich vieles ganz bequem in den Alltag integrieren lässt – und sogar Spaß macht. Gemeinsam können wir viel erreichen und jede Menge Müll vermeiden.

Die R-Regeln bieten eine gute Orientierung

- ✓ **1. Refuse (ablehnen)**
Der beste Müll ist der, der gar nicht erst entsteht. Wenn wir Dinge ablehnen, die verpackt oder unnötig sind, vermeiden wir eine erhebliche Menge an Abfall, z. B. Plastiktüten und -verpackungen, kostenlose Werbegeschenke.
 - ✓ **2. Reduce (reduzieren)**
Brauchen wir wirklich das neueste Smartphone, ein weiteres T-Shirt, den x-ten Dekoartikel? Reduzieren heißt nicht, komplett zu verzichten. Es geht vielmehr um das Bewusstsein und darum, dass wir beim Kauf auf eine faire und nachhaltige Produktionsweise achten.
 - ✓ **3. Reuse (wiederverwenden)**
Welche Möglichkeiten gibt es, Gegenstände länger zu nutzen? Nicht alles, was wir nicht mehr benötigen, muss gleich im Müll landen. Man kann gut erhaltene Kleidung, Möbel, Technik etc. verkaufen, spenden oder verschenken.
 - ✓ **4. Repair (reparieren)**
Kann man das noch reparieren? Diese Frage spart nicht nur Geld, sondern auch Ressourcen. Bereits bei der Neuanschaffung kann man auf Langlebigkeit und Reparierbarkeit achten.
 - ✓ **5. Recycle (wiederverwerten)**
Recycling steht erst an dritter Stelle der Abfallhierarchie. Denn oft handelt es sich dabei nicht um Kreisläufe, da viele Materialien sowie Plastikverbindungen nicht recyclebar sind. Dennoch ist Wiederverwerten wichtig, weil es Ressourcen schont und Rohstoffe einspart.
 - ✓ **6. Rot (kompostieren)**
Mit dem umweltfreundlichen Kompostieren von Bioabfällen schließt sich der natürliche Nährstoffkreislauf.
- Quelle: www.utopia.de



1.

Baumwolle statt Papier
Servietten, Putztücher, Abschminkpads – waschbare Alternativen haben eine bessere Öko-Bilanz.

Kann man auch gut selber machen.



2.

Flüssig ist oft überflüssig
Ob Seife, Shampoo oder Duschgel: Feste Produkte sparen viel Plastik.



3.

Mehrweg first
Milch, Joghurt, Saft – stets Mehrweg bevorzugen.

4. **App- & Web-Empfehlung von Claudia Rau**

- CodeCheck-App
- ReplacePlastic-App
- monomeer.de
- eBay-Kleinanzeigen, momox.de, rebuy.de, usw.
- moanah.com



5.

Unsere persönlichen Buchtipps

- Besser leben ohne Plastik von Anneliese Bunk und Nadine Schubert
- Fünf Hausmittel ersetzen eine Drogerie, smarticular Verlag

6.

Leitungswasser trinken
Spart Verpackung, Geld und Schleppen.



Unser Tipp

Mit Superfruits wird die kühle Erfrischung sogar noch leckerer.

Zutaten Infused Water:

- 2 große Orangen
- 1 große Zitrone
- 100 g Blaubeeren
- 1 l Wasser
- 1 kleiner Bund Minze
- ggf. Eiswürfel

7.

Nur noch Liebingsachen

Nur anschaffen, was gebraucht wird und 100 Prozent gefällt. So kauft man weniger und bewusster.



8.

→ Unverpacktläden gibt's in ganz Deutschland
www.unverpackt-verband.de

Impressum

Herausgeber

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

Chefredaktion

Ulrich Zeidner
Leiter Unternehmenskommunikation

Projektkoordination

Philipp Hilse
Leiter Inhouse-Serviceagentur

Redaktionsleitung

Franziska Lexa

Artdirection/Konzeption

Julia Dresel

Bildredaktion/Illustration

Julia Dresel, Helene Schütz,
Konstanze Sterzel und Kollegen

Autoren

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

Lektorat

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

Bildnachweis

S. 1: Tunvarat Pruksachat/Moment/Getty Images
S. 4: Tunvarat Pruksachat/Moment/Getty Images
S. 4: Oliver Rossi/Stone/Getty Images
S. 5: recep-bg/E+/Getty Images
S. 6: olga_hmelevska/iStock/Getty Images Plus/Getty Images
S. 9: Kevin Goßling
S. 14: Tunvarat Pruksachat/Moment/Getty Images
S. 17: Prof. Dr. Fred Wagner
S. 21: supersizer/E+/Getty Images
S. 22: Westend61/Getty Images
S. 21: abc17/iStock/Getty Images Plus/Getty Images
S. 34: Pia Heinreich
S. 36/37: Oliver Rossi/Stone/Getty Images
S. 39: Westend61/Getty Images
S. 26: Eugenio Marongiu/Image Source/Getty Images
S. 27: Prof. Dr. Werner Widuckel
S. 28: Guido Mieth/DigitalVision/Getty Images
S. 30: Tom Werner/Stone/Getty Images;
Maskot/Maskot/Getty Images
S. 31: akg.images; Guido Mieth/DigitalVision/Getty Images
S. 40: HCE, Hans-Jürgen Krieg und OGO
S. 41: 1. FCN, Bundesverband Kinderhospiz e. V.
S. 48: Catherine Falls Commercial/Moment/Getty Images;
KARRASTOCK/Moment/Getty Images;
Sergio Corzo/500px/500px/Getty Images
S. 50: Morsa Images/DigitalVision/Getty Images;
Catherine Falls Commercial/Moment/Getty Images
S. 51: antonios mitsopoulos/Moment/Getty Images;
Rocky89/E+/Getty Images;
Nattawut Lakjit/EyeEm/Eyeem/Getty Images
S. 58/59: jamesdvdsn/iStock/Getty Images Plus/Getty Images
S. 61: sinology/Moment/Getty Images
S. 63: Andriy Onufriyenko/Moment/Getty Images
S. 64: recep-bg/E+/Getty Images
S. 65: Claudia Rauh
S. 66: Hiramán/E+/Getty Images
S. 67: StefanieDegner/iStock/Getty Images Plus/Getty Images
S. 67: Ja'Crispy/iStock/Getty Images Plus/Getty Images
S. 68: Jacqueline Volland
S. 70: Anne Tieseler
S. 71: Balnea Home/EyeEm/EyeEm/Getty Images;
brizmaker/iStock/Getty Images Plus/Getty Images;
Oscar Wong/Moment/Getty Images;
Westend61/Getty Images;
fcafotodigital/iStock/Getty Images Plus/Getty Images

Bildnachweis NÜRNBERGER

S. 2, S. 5, S. 8, S. 9, S. 18–24, S. 40/41, S. 42–47, S. 52–55,
S. 60, S. 62, S. 66, S. 67, S. 69, S. 71

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

X552_202201 M