

TIROLER VERSICHERUNG

18
21

200 JAHRE

TIROLER
VERSICHERUNG

20
21

TIROLER

V O R S T Ä N D E



200 Jahre nach der Unternehmensgründung noch immer extrem erfolgreich am Markt tätig zu sein wäre Argument genug, Lobeshymnen in einer Hochglanz-Jubiläumsschrift zu publizieren, in der honorige Persönlichkeiten universitärer Provenienz die Entwicklung der TIROLER wissenschaftlich aufbereitet darlegen. Unsere Firmengeschichte wurde aber primär von Menschen für die Menschen in unserer Region geschrieben. Daher zum Jubiläum keine klassische Festschrift, sondern ein Buch, in dem – stellvertretend für so viele – Menschen zu Wort kommen, die Teil unserer Unternehmensgeschichte sind und Geschichte und Geschichten (mit)geschrieben haben.

WALTER SCHIEFERER ●



Welche Zukunft hätte man der TIROLER vor 200 Jahren vorhergesagt? In der Glaskugel stand nicht „Zufall“. Es waren die Visionen und der Einsatz aller TIROLERINNEN und TIROLER. Sie haben unser Unternehmen zu dem gemacht, was es heute ist. Neues wird unsere Zukunft prägen: Risiken in einer Welt autonom agierender Dinge. Themen, die noch keinen Namen haben. Eines ist sicher: Mit kundenorientierten und flexiblen Versicherungsprodukten und -abschlüssen, einer einfachen Regelung des Schadenfalls und einem unübertrefflichen Kundenservice werden wir auch in der Festschrift 2121 einiges zu erzählen haben. Und die Sammlung der Geschichten beginnt jetzt.

●
ISOLDE STIEG



Was die TIROLER so besonders macht? Es sind die Menschen, die verstanden haben, dass dieses Unternehmen, der Verein auf Gegenseitigkeit hier in Tirol, etwas wirklich Einzigartiges ist. Und die auch deshalb mit unglaublich viel Leidenschaft dafür arbeiten, die TIROLER im Sinne unserer Gründer für unsere Kundinnen und Kunden – also unsere Vereinsmitglieder – Tag für Tag noch besser zu machen. Davon handelt dieses Buch. Mein großer Dank gilt Katharina Zierl, die akribisch Geschichten gesammelt und mit unvergleichlichem Feingefühl zu Papier gebracht hat. Und so ein ganz besonderes Zeitdokument geschaffen hat.

●
FRANZ MAIR

Imbit

12	RÜCKBLICK 200 Jahre Tiroler Versicherung	76	IN DER ERSTEN REIHE Thomas Steixner, Martin Außerer, Armin Singer und Manfred Gutwenger	126	INVESTITION IN DIE ZUKUNFT Julia Auckenthaler
22	ERINNERT Bruno Wozak	82	DER SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG Harald Siegmund, Sonja Hörtnagl und Christian Nuener	132	EINEN SCHRITT VORAUS Franz Mair
28	VORREITER MIT MUT FÜR NEUES Walter Schieferer	86	AUSBLICK Isolde Stieg	138	VORDENKERIN Jane Platter
34	BLICK FÜR DAS GANZE Caroline Raffl	92	EIN BLICK ZURÜCK Entscheidungsträger	144	ICH GEHE GERN IN DIE TIEFE Hannes Ischia
38	NEUSTART Alois Kaiser und Pierluigi Siri	96	AUF AUGENHÖHE Marianne Hengl	150	CHANGE-MANAGER Peter Scherl
44	NACHGEFRAGT Barbara Schett	100	ES LEBE DER SPORT Andreas Linger, Wolfgang Linger und Manfred Pranger	154	DIE FORMEL ZUM ERFOLG Markus Mittendorfer, Kurt Eller und Cemal Acikbas
46	IN EINER TIROLER VOR UNSERER ZEIT Erich Widauer	106	WIR HABEN UNS GEGENSEITIG INSPIRIERT Herbert Walzl	158	STARKER PARTNER IM ERNSTFALL Alfons Gruber
52	EIN GROSSER TEIL MEINES LEBENS Norbert Keller	112	OFFEN, EHRlich, GERADLINIG Othmar Ederer	164	HERAUSFORDERUNG CORONA Julia Steiner-Mair, Stefan Soratroi und Stefanie Egger
58	ZUSAMMENHALT Die TIROLER Delegierten	118	FASZINATION GESCHICHTE Martin Reiter	168	IMMER AM BALL BLEIBEN Thomas Silberberger
64	FILMREIF Ein Film der besonderen Art	122	WENN EXPERTINNEN FAHRT AUFNEHMEN Irene Fellier, Kathrin Ziernhöld und Doris Bergmann	174	GEHT DEN JUNGEN DAS KOMMANDO Katharina Bernhart, Georg Gridling und Barbara Heis
70	EINE PASSION, DIE VERBINDET Familie Dresch			180	NEUBAU Nachhaltig und wegweisend
74	NACHGEHAKT Josef Geisler				

IMPRESSUM

HERAUSGEBERIN UND MEDIENINHABERIN

Tiroler Versicherung
Wilhelm-Greil-Straße 10
6020 Innsbruck
www.tiroler.at

.....

REDAKTION UND GESTALTUNG

Tirolerin Verlags GmbH
Brunecker Straße 3
6020 Innsbruck
www.tirolerin.at

.....

CHEFREDAKTEURIN

Katharina Zierl

.....

GRAFISCHE KONZEPTION UND UMSETZUNG

Corina Spiegl

.....

FOTOGRAFIE

Martin Vandory
Birgit Pichler

.....

REDAKTION

Andrea Lichtfuss
Ulrich Ringhofer
Tjara-Marie Boine
Elisabeth Probst

.....

LEKTORAT

Maria Oberhofer
Melanie Knünz

.....

DRUCK

Alpina Druck GmbH
Haller Straße 121
6020 Innsbruck

1 8 2 1 – 2 0 2 1



Stellen Sie sich vor, Sie hätten die Chance, komplett in ein Unternehmen und in eine für Sie weitestgehend fremde Branche einzutauchen. Sie könnten erfahren, wer und was dieses Unternehmen geprägt, bewegt und dahin gebracht hat, wo es jetzt ist. Genau diesen spannenden Prozess ermöglichte mir die Tiroler Versicherung. Die Aufgabe: 200 Jahre Unternehmensgeschichte zum Leben zu erwecken und das Gefühl, die Werte und die Kultur, welche die TIROLER auszeichnen, zu Papier zu bringen. Es folgten intensive, spannende und beeindruckende Gespräche mit den Menschen, die wesentlich zur Entwicklung des Unternehmens und dessen Erfolg in den vergangenen Jahrzehnten beigetragen haben. Die mit visionären und mutigen Ideen den Grundstein für die Etablierung als modernes und innovatives Unternehmen gelegt haben. Und es folgten inspirierende Gespräche mit den Menschen, die eine genaue Vorstellung von der Tiroler Versicherung der Zukunft haben und diese Vorstellung mit viel Engagement, Gespür und Weitblick Schritt für Schritt Realität werden lassen. Wir nehmen Sie in diesem Buch mit auf eine auf vielen Ebenen bereichernde Reise, die in die Tiefe geht, anstatt an der Oberfläche zu kratzen.

E D I T O R I A L
KATHARINA ZIERL

Französischer Schriftsteller und Politiker
(1802-1885)

Victor Hugo



Nichts auf
der Welt ist
so kraftvoll
wie eine Idee,
deren Zeit
gekommen ist.

GRUNDSTEIN GELEGT

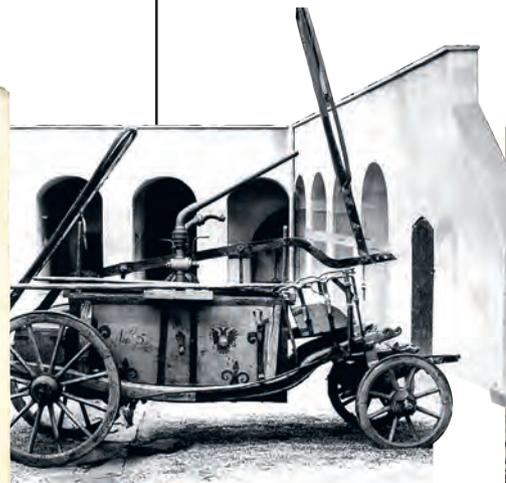
„Seine k.k. Majestät haben mit allerhöchster EntschlieÙung vom 5. September 1821 die Errichtung einer Feuer-Assekuranz-Anstalt für Tirol in der Eigenschaft eines freiwilligen privatgesellschaftlichen Vereines ... allergnädigst bewilliget ...“



ERSTES GESCHÄFTSJAHR

Bei einem Großbrand im April 1825 werden in Lienz 72 Gebäude, darunter 39 Wohnhäuser, zerstört. Erst zwei Monate zuvor, am 1. Februar 1825, hatte die TIROLER ihren Geschäftsbetrieb aufgenommen. Die Schadenssumme von 67.121 Gulden ist für die Versicherung ein harter Schicksalsschlag. Die Situation des Unternehmens bessert sich erst mit der Ausdehnung seiner Tätigkeit auf das mit der Monarchie staatsrechtlich und wirtschaftlich eng verbundene Fürstentum Liechtenstein.

1825



1823

VERÖFFENTLICHUNG DER STATUTEN

Die Statuten der „Feuer-Versicherungs-Anstalt für Tirol, als ein Privat-Verein, unter Leitung der Stände von Tirol“ werden veröffentlicht. Da die Anstalt keinerlei Gewinn beabsichtigt, beruht sie auf dem Grundsatz der Wechselseitigkeit.

Die Grundzüge der Statuten:

- Die Anstalt erstreckt sich auf Alt-Tirol (einschließlich Trentino) und Vorarlberg.
- Sie ist eine Privatanstalt unter Leitung der Stände.
- Der Ein- und Austritt steht jedermann frei. Gegenstand der Versicherung können nur Gebäude sein.

1847

DORFBRÄNDE IN ZWÖLF ORTEN WELTSCHTIROLS

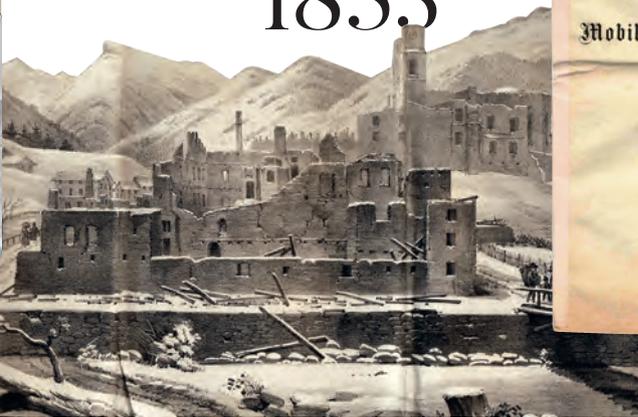
Von den Bränden betroffen sind Darzo, Bedol, Vigo, Madice, Trient, Godenzo, Selemo, Roncio, Lafez, Rivò, Montès und Spormaggiore.

R Ü C K B L I C K

BRANDKATASTROPHE UND WIEDERAUFBAU

In der Nacht vom 16. auf den 17. Jänner 1853 wütet in Steinach am Brenner ein verheerender Dorfbrand, durch den 54 Wohnhäuser und eine Reihe von Wirtschaftsgebäuden ganz oder teilweise zerstört werden. Von den 54 Geschädigten sind 46 bei der TIROLER versichert. Diese leistet 112.665 Goldkronen Entschädigung für den Wiederaufbau.

1853



MEHRERE GROSSBRÄNDE IN NORD-/OST-/SÜDTIROL

1880: Bei einem Großbrand in Nauders werden 132 Gebäude zerstört.

1897: Die Osttiroler Gemeinde Matri wird durch eine Brandkatastrophe weitgehend zerstört. Innerhalb von drei Stunden stehen 78 Objekte in Flammen.

1904: Dorfbrand in Mitterlang. Die 42 geschädigten Versicherungsnehmer erhalten insgesamt 142.936 Goldkronen Entschädigung.



1880-1904

VON DREI AUF FÜNF GEFAHRENKLASSEN

Durch die Gründung der „Tirolisch-Vorarlbergisch Wechselseitigen Mobilien-Brandschaden-Versicherungsanstalt“ gilt eine Haftung im Sinne heutiger Vollwertversicherungen. Die inzwischen geschaffenen drei Gefahrenklassen werden auf fünf erhöht.

1875

1919/1920

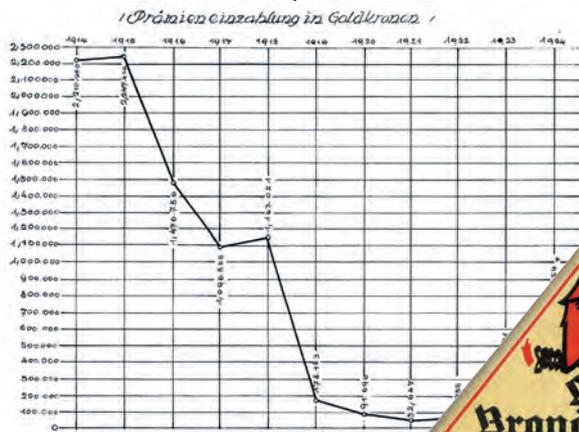
ERSTER HAUPTBERUFLICHER DIREKTOR

Die Reihe der Direktoren eröffnet Karl Ritter von Attlmayr (1913-1916). Ihm ist die Einführung wesentlicher Neuerungen und Betriebsverbesserungen trotz schwerer Zeiten zu verdanken.



LOSLÖSUNG VORARLBERGS

Der Versicherungsbestand in Vorarlberg wird an die im Jahr 1920 neu gegründete, selbstständige Vorarlberger Feuerversicherung übertragen.



1929



1927

ABTRENnung SÜD- UND WELSCHTIROLS

Nach dem Ersten Weltkrieg verliert die TIROLER ihre Mitglieder in Südtirol und Trentino und damit mehr als die Hälfte aller Kunden, weil der eigentliche Privatverein aufgrund der Bezeichnung „Landesbrandversicherung“ völkerrechtlich als öffentliches Gut angesehen wird.

BRANDVERHÜTUNG AUF DER HERBSTMESSE

Auf der Innsbrucker Herbstmesse richtet die TIROLER mehrere Kojen zum Thema Brandverhütung ein.

1913

LANDESKOMMISSION FÜR BRANDVERHÜTUNG

Auf Initiative der Tiroler Landes-Brandschaden-Versicherungs-Anstalt wird die „Landesbrandverhütung“ ins Leben gerufen.

GROSSBRAND IN FLIESS

Vom 11. auf den 12. Oktober 1933 bricht in Fließ ein Großbrand aus, der die Kirche und 13 Anwesen vernichtet. Davon betroffen sind 16 Familien. Als Brandursache wird Brandlegung vermutet.



1931

BRANDSTIFTUNG

Die 1930er-Jahre beginnen mit zahlreichen Brandstiftungen. Es wird nach den Tätern gefahndet, für die Ergreifung wird eine Belohnung ausgesetzt.

1930

1935

NEUER HAUPTSITZ

- Das Haus in der Wilhelm-Greil-Straße 10 in Innsbruck wird erworben und ist bis heute Hauptsitz der Tiroler Versicherung.
- Die Mitarbeiter im Außendienst erhalten erstmals Lichtbildausweise mit der Vollmacht zum Inkasso der Prämien.

DUNKLE ZEITEN

Die Nazis entheben Direktor Josef Dobin seiner Funktion und setzen SA-Mann Ekkehard Pesendorfer als Leiter der Tiroler Landesbrandschadenanstalt ein. Der Historiker Nikolaus Bliem hat die Nazizeit der damaligen Tiroler Landes-Brandschaden-Versicherungsanstalt aufgearbeitet und 2020 als Buch mit dem Titel „Betriebsführer und Gefolgschaft“ veröffentlicht.

1936



1938-1945

PRÄVENTION IN DEN SCHULEN

Um den Kindern die Gefahr von offenem Feuer spielerisch näherzubringen, wird in den Schulen das Heft „Der kleine Feuerwehrmann“ verteilt.

ERSTE FÖRDERIN DER FEUERWEHREN

Die TIROLER unterstützt Gemeinden und Feuerwehren durch unverzinsliche Darlehen für den Motorspritzenankauf und stellt 250 Eisenbahnwaggons Portlandzement zum Bau von Feuerlöschbehältern kostenlos zur Verfügung.

1982

AUSWEITUNG DES ANGEBOTS

Das Angebot wird um die Versicherungen gegen Einbruchdiebstahl, Gebäude-Leitungswasserschaden und Glasbruchschaden, vor allem aber um Haftpflicht-, Unfall- und Rechtsschutzversicherungen sowie eine selbstständige Haushaltsversicherung, Kraftfahrzeug-, Maschinenbruch-, Reiseeffekten-, Kühlgut- und Elektrogeräteversicherungen erweitert. Auch Bündelversicherungen werden eingeführt.

NEUE MARKETINGLINIE

Der einzige eigenständige Universalversicherer im Land startet als Tiroler Versicherung mit neuem Logo und einer vielbeachteten Werbelinie in die Zukunft.

1959



1998



1964-1971

EINFÜHRUNG PRÄMIENRÜCKERSTATTUNG

Die Beitragsrückerstattung („Bonus“) wird eingeführt. Alle Versicherungsnehmer erhalten seitdem bei entsprechender Vertragsgestaltung einen Prämiennachlass von zehn Prozent.

ZUSÄTZLICHER GESCHÄFTSZWEIG

Nach langer Vorbereitungsphase erfolgt mit der klassischen Lebensversicherung der Einstieg in diesen neuen Geschäftszweig.

INNOVATIVE PRODUKTE

Mit dem flexiblen Rententarif „Dolce Vita“ und vor allem der Naturkatastrophen-Versicherung „H.E.L.P alpin“ präsentiert und positioniert sich die TIROLER mit innovativen Produkten im Bewusstsein der Öffentlichkeit.



1999



GENERATIONENWECHSEL IM VORSTAND

Walter Schieferer (43) und Franz Mair (34) übernehmen im beginnenden dritten Jahrtausend als neues Vorstandsduo die Leitung der TIROLER.

2000

MODERNISIERUNG

Die TIROLER wird intern neu ausgerichtet: neues Organigramm, neue Führungsstrukturen, Abschaffung von Dienstrecht und Definitivstellung, Pensionskassa für alle, ein neues Provisionssystem und vieles mehr.

TIROLI WIRD GEBOREN

Tirol, das Maskottchen der TIROLER, wird geboren und entwickelt sich in kürzester Zeit zum Liebling der Kinder und sympathischen Helferlein.

2001



2005

JAHRHUNDERT-KATASTROPHE

Die größte Hochwasserkatastrophe der jüngeren Nordtiroler Geschichte ereignet sich. Der volkswirtschaftliche Gesamtschaden beläuft sich auf über 500 Millionen Euro. Nur wenige sind ausreichend versichert – Hochwasser war bis dahin in Tirol kein Thema – trotz des TIROLER-Angebots „H.E.L.P alpin“ (siehe 1999). Den am schwersten betroffenen TIROLER-Mitgliedern wird durch einen Beschluss der Delegiertenversammlung dennoch geholfen – mit 1,4 Millionen Euro über die Versicherungsleistungen hinaus.



2006

EINZIGARTIGES GEMEINDEPRODUKT

Eine echte Innovation: Das neue Gemeindeprodukt verzichtet auf manche „Versicherungsausancen“ und wird zum Verkaufsschlager – binnen weniger Jahre werden fast alle Gemeinden in Tirol zu Vollkunden. Selbst in der Steiermark und in Niederösterreich wird das Tiroler Erfolgsmodell im Original verkauft.



2007



2008

ZURÜCK NACH SÜDTIROL

Nach 87 Jahren kehrt die TIROLER nach Südtirol zurück, wird herzlich willkommen geheißen und bezieht ihre neue Landesdirektion in der Bahnhofsallee in Bozen. Alois Kaiser wird erster Landesdirektor.

NEUER FIRMENWORTLAUT

Mit den neuen und modernen Satzungen kommt auch ein neuer Firmenwortlaut: Aus der Tiroler Landesversicherungs-Anstalt (TILAND) wird die Tiroler Versicherung.

KUNDENBÜRO-OFFENSIVE

Tirolweit werden neue großräumige und leicht erreichbare Kundenbüros eröffnet, unter anderem die Zweigniederlassung Hall in Form eines energieeffizienten Baus.



(OLYMPISCHE) SPITZENLEISTUNGEN

Die gezielte Förderung heimischer Sporttalente trägt (goldene) Früchte: Die TIROLER ermöglicht vielen den Weg an die Weltspitze (Barbara Schett), zu Olympia (Eva Dollinger, Bernadette Graf), zu Paralympics-Medaillen (Andi Kapfinger) und sogar zu Olympiasiegen (Andreas und Wolfgang Linger) sowie Weltmeistertiteln (Manfred Pranger).



2000-2014

TIROLER ERWIRBT EIGENTUM IN SÜDTIROL

Mit dem Ankauf eines Stockwerks im neuen City-Tower in Bozen erwirbt die TIROLER erstmals wieder Eigentum in Südtirol und siedelt dort auch ihre Landesdirektion an.

WEICHEN FÜR DIE ZUKUNFT

Walter Schieferer und Franz Mair werden 2020 zum fünften Mal als Vorstände der Tiroler Versicherung bestellt. Damit sind sie das am längsten dienende Vorstandsduo in der österreichischen Versicherungslandschaft. Isolde Stieg zieht 2021 in den Vorstand ein.



2018-2021

2010



AUSGEZEICHNETE TIROLER

Die TIROLER wird mehrfach als „Top-Arbeitgeberin“ geehrt, erhält das staatliche Gütesiegel für betriebliche Gesundheitsförderung, erfüllt die Kriterien des Bundesministeriums für Arbeit, Familie und Jugend als familienfreundliches Unternehmen, gewinnt Silber beim nationalen Employer Branding Award und den Staatspreis Werbung 2020. Darüber hinaus wird die TIROLER „vertrauenswürdigste Versicherung Österreichs“ beim market-award, „Leading Employer Austria“ und „Ausgezeichneter Traditionsbetrieb“.

Bruno Wozak war von 1985 bis 2000 Vorstand der Tiroler Versicherung.
Für uns blickt er auf „die Steinzeit der Datenverarbeitung“ zurück und erinnert sich an spannende Herausforderungen und mutige Entscheidungen.



Erinnerung

Kaum ist das eine Stück fertig, folgt das nächste“, erzählt Bruno Wozak von seiner Zeit als Vorstand der Tiroler Versicherung. An Herausforderungen mangelte es ihm nie, der Erfolg und das Wohlergehen der TIROLER sind ihm nach wie vor ein großes Anliegen. Seit den frühen 1970er-Jahren ist Bruno Wozak eng mit dem Unternehmen verbunden. Zunächst bei der Salzburger Landesversicherung beschäftigt, arbeitete er 15 Jahre lang für beide Unternehmen, bevor er zur Tiroler Versicherung wechselte. Wir wollten wissen, worauf er besonders gerne zurückblickt und welche Erinnerungen ihn auch heute noch zum Schmunzeln bringen.

Welche Erinnerungen haben Sie an Ihre Anfänge bei der Tiland?

Bruno Wozak: Tirol und Salzburg hatten damals eine gemeinsame Datenverarbeitung. Wir hatten einen Maschinensatz in Salzburg, mit dem für Tirol gearbeitet wurde. Man kann sich

das heute nicht mehr vorstellen: Wir hatten Lochkarten im Einsatz. Am Schluss hatten wir so viele, dass wir nicht mehr wussten, wohin damit. Die Datenübertragung erfolgte per Auto. Einmal pro Woche fuhr ein Mitarbeiter mit den Lochkarten hin und her, damit alles verbucht werden konnte. Das war die Steinzeit der Datenverarbeitung (*lacht*). Ich war als Rechenzentrumsleiter auch Betriebsorganisator. Es wurde alles Mögliche versucht, um die Belastung durch die vielen Neuerungen möglichst gering zu halten.

Sie sind 1985 in den Vorstand eingezogen. Was waren die größten Herausforderungen?

Aufsichtsratsvorsitzender war der damalige Landesrat Alois Partl. Nachdem die Formalitäten erledigt waren, habe ich gefragt: „Herr Landesrat, was wünschen Sie? Geben Sie mir Weisungen.“ Partls Antwort war: „Du bist der Bauer. Damit ist alles gesagt. Du bist verantwortlich dafür, dass es dem Unternehmen gutgeht. Wenn es schlecht geht, können wir dir helfen oder auch nicht.“



”

DIE DATEN- ÜBERTRAGUNG ERFOLGTE PER AUTO.

— BRUNO WOZAK —

Und wenn du miese Sachen machst: Rübe ab.“ Partl kam aus einem ländlichen Betrieb. Für ihn war einfach klar, dass einer der Bauer sein muss.

Hat das mehr Druck oder Motivation erzeugt?

Zunächst war es für mich einfach eine große Überraschung (*lacht*). Ich habe mir dann selbst mein Motto zusammengesammelt: „Tue recht und scheue niemanden.“ Dann kann eigentlich nicht viel passieren. Man hat mit dem Rechten auch manchmal seine Schwierigkeiten, das habe ich im Laufe der Zeit gemerkt. Aber im Prinzip ist das aus meiner Sicht eine ganz gute Einstellung.

Was haben Sie während Ihrer Vorstandszeit umgesetzt?

Natürlich alle versicherungs- und datentechnischen Neuerungen, zum Beispiel die Bündelversicherungen. Der Außendienst wurde ausgebaut. Wir hatten damals das duale System, den Ortsvertreter und den Bezirksvertreter. Wenn ich „wir“ sage, meine ich das ganze Unternehmen, besonders meinen damaligen Vorstandskollegen Norbert Keller. Der Ortsvertreter war

nebenberuflich tätig, hatte die guten Kontakte und kassierte die Prämien für die Zentrale. Das Büro des gesamten Außendienstes bestand aus einem Tisch. Als ich nach Reutte kam, hatte der Bezirksvertreter eine Wohnküche und da waren die Akten für den ganzen Bezirk gestapelt. Das ging im Laufe der Zeit einfach nicht mehr. Es war vielleicht günstig, aber eigentlich unmöglich. Heute hat der Außendienst ganz andere Möglichkeiten und wird bestens unterstützt.

Ein anderes Thema war das damalige Dienstrecht, das Beamtenstatus hatte. Dieser Dienstvertrag spießte sich mit Arbeitsrecht und Kollektivvertrag. Das war auf Dauer auch nicht finanzierbar. Vorstand und Betriebsrat haben für die Neuzugänge eine Regelung gefunden, die dem Kollektivvertrag näherliegt. Die Älteren haben die Pensionszusagen behalten. Und dann gab es natürlich auch immer wieder Gerüchte, denen man gegensteuern musste. „Warum machen Sie denn keine Aktiengesellschaft?“, habe ich oft gehört. Das war aber nie ein Thema.

Gibt es auch lustige Anekdoten, an die Sie sich gerne erinnern?

Da gibt es einige. Ich kann mich etwa noch sehr gut daran erinnern, dass es Tintengeld gab. Ich dachte mir: „Wer schreibt denn noch mit Tinte?“ Hat eh jeder die Kugelschreiber vom Haus. Für mich war klar: Das Tintengeld muss weg. Da machen wir uns ja lächerlich.

Was mir auch gerade einfällt: Wir hatten immer eine Adventfeier. Es wurde aber zunehmend schwieriger, im Dezember ein passendes Lokal zu finden. Mir hat es dann gereicht. Ich mag nicht mein Stille Nacht schon am 10. November hören. Wir haben uns also entschieden, keine Weihnachtsfeier zu machen. Stattdessen haben wir im Jänner eine Feier veranstaltet. Das ist bis heute so geblieben. Ich sehe bei dieser Gelegenheit auch immer wieder Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die ich angestellt habe.

Mit der Kommunikation war es ab und zu auch nicht ganz einfach. Wir

hatten einen Vertreter in Pfunds, Oberes Gericht. Ich habe mich mit dem Dialekt etwas schwergetan und beim besten Willen nicht herausbekommen, was er eigentlich von mir wollte. Dann habe ich mich herausgerettet und gesagt: „Sie kommen eh wieder nach Innsbruck, da reden wir drüber.“ Was er eigentlich wollte? Dass sein Sohn bei uns Vertreter wird, ein Spitzenmann.

Gerade im EDV-Bereich wurden während Ihrer Vorstandstätigkeit wichtige Weichen gestellt.

Es war ein großer Umbruch mit einem gewaltigen Ausbau der Datenfernverarbeitung, gerade auch mit den Bezirksstellen. Dann kamen die Laptops für die Außendienstmitarbeiterinnen und -mitarbeiter dazu. Wir haben insgesamt zweimal das System umgestellt, weil neue Betriebssysteme eingeführt wurden. Am Freitagmittag wurde die Maschine abgeschaltet, am Montag in der Früh ist die neue gelaufen, als ob nichts gewesen wäre. Da hat man von anderen Firmen anderes gehört.



Die Abteilung hat das hervorragend über die Bühne gebracht. Die Abläufe haben insgesamt sehr gut funktioniert, Tausende von Erlagscheinen sind rausgegangen. Nur einmal bin ich heiß geworden. Meine persönlichen Polizzen wurden für die EDV immer als Testfälle verwendet. Ich habe eine Mahnung zu einer Erstprämie über null Schilling bekommen. Ich kann doch nicht für null Schilling gemahnt werden und fünf Schilling Mahngebühr zahlen. Mein Gedanke war: „Seid ihr eigentlich noch zu retten?“ Das ist dann schnell abgestellt worden.

Wie stehen Sie der zunehmenden Digitalisierung gegenüber?

In meinen frühen EDV-Jahren, als noch Lochkarten im Einsatz waren, war die wichtigste Frage für mich: „Wofür brauchen wir das?“ Die Digitalisierung ist natürlich weitgehend eine Hilfe. Aber sie verführt auch dazu, sie zu missbrauchen. Solange man etwas Vernünftiges damit macht, ist das in Ordnung. Ich verwende ganz gern die Suchmaschine. Wenn ich etwas wissen will, hole ich ein paar Lexika oder ich schaue im Internet nach. Natürlich wird nicht alles stimmen, aber gewisse Informationen kann man sich rausziehen. Was sich allerdings auf den ganzen Social-Media-Kanälen abspielt, ist für mich nicht nachvollziehbar. Ein bisschen mehr Gefühl dafür zu entwickeln, dass man nicht alles braucht, was man hat oder haben kann, wäre in diesem Zusammenhang ratsam. Da kommen wir wieder zum Versicherungsgedanken zurück: Diese sogenannten All-Risk-Versicherungen im Sinne von „Wir zahlen alles“ gehen nicht. Der Versicherer ist dazu da einzuspringen, wenn jemand einen Notfall hat oder eine Situation, die ihn wirtschaftlich überfordert. Aber nicht für jeden Schmarrn.

Auch eine neue, vielbeachtete Werbelinie inklusive Namensänderung wurde – initiiert vom damaligen Marketingleiter Franz Mair – während Ihrer Zeit als Vorstand umgesetzt. War das eine schwierige Entscheidung?

Es war vor allem eine mutige Entscheidung. Ich habe mich damals an den Aufsichtsrat gewandt und erklärt, dass wir das gerne realisieren würden. Der damalige Aufsichtsratsvorsitzende hat das akzeptiert und wir haben es gemacht. Punkt, aus. Ein Manager, der bei allem ein gutes Gefühl hat, ist fehl am

Platz. Er muss seine eigenen Entscheidungen auch überprüfen, wenn er kann. Er muss kritisch bleiben. Ich habe mir einfach gedacht, wir sollten das probieren. Und diese Entscheidung hat sich dann auch als richtig herausgestellt.

Wie haben Sie von außen betrachtet die vergangenen 20 Jahre der Entwicklung der Tiroler Versicherung erlebt?

„Außen“ stimmt in meinem Fall nicht, weil ich immer noch drinnen bin in der TIROLER. Es hat mich immer interessiert, wie es dem Unternehmen geht. Ich habe jährlich einen Erfolgsbericht gesehen, zunächst von der Tiland, dann von der Tiroler Versicherung. Das hat mich sehr gefreut.

Gibt es besondere Momente während Ihrer Zeit bei der TIROLER, an die Sie gerne zurückdenken?

Es gibt schon Dinge, die einen sehr freuen, etwa, wenn Pläne aufgegangen sind. Ich habe gewusst, dass das Pensionsstatut auf lange Sicht nicht finanzierbar ist. Und habe den Betriebsrat dann doch dazu gebracht, dass er dieser Übergangslösung zustimmt. Da war mir schon viel leichter. Aber kaum ist das eine Stück fertig, kommt das nächste. Ich hatte übrigens immer einen un-aufgeräumten Schreibtisch. Es war furchtbar. Da gibt es ja den Spruch: Nur der Dumme hält Ordnung, der Gescheite beherrscht das Chaos.

Was wünschen Sie der Tiroler Versicherung für die Zukunft?

Ich wünsche ihr eigentlich das, was ich ihr immer schon gewünscht habe: einen sehr guten Marktanteil. Und dass das Unternehmen auch von der Öffentlichkeit als wichtiger Baustein geschätzt wird. Als „eine Perle in der Krone Tirols“ hat der legendäre Landeshauptmann Wallnöfer bei der 150-Jahr-Feier gesagt. Die TIROLER ist eine Perle in der Krone Tirols. Das soll sie sein und das soll sie bleiben. Und ich wünsche dem Unternehmen, dass dieses Klima, das hier eigentlich immer geherrscht hat, erhalten bleibt. Freundlichkeit, ein gewisses Aushelfen, wenn in einem Team jemand ausfällt. Es soll im Betrieb immer gelten, dass man alles miteinander macht, nicht gegeneinander. Das richtet sich auch an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die TIROLER ist ein Serviceunternehmen für die Menschen in Tirol und das soll sie bleiben. ●





”

HERAUSFORDE-
RUNGEN? KAUM
IST DAS EINE STÜCK
FERTIG, FOLGT
DAS NÄCHSTE.

— BRUNO WOZAK —

Vorreiter mit Mut für Neues

Vorstandsvorsitzender Walter Schieferer hat die Tiroler Versicherung seit dem Jahr 2000 entscheidend geprägt. Auf dem Weg zum ehrgeizigen Ziel, die starren Strukturen aufzubrechen, blieb die Menschlichkeit nie auf der Strecke.

TEXT Katharina Zierl FOTOS Martin Vandory

Das Bild ist ausdrucksstark. Wer Walter Schieferers Büro betritt, dem sticht sofort ein Werk von Elmar Peintner ins Auge. Es ist die dargestellte Dynamik, die den Vorstandsvorsitzenden der Tiroler Versicherung überzeugt hat. „Im Grunde lässt sich das Bild gut auf die Zusammenarbeit von Franz Mair und mir übertragen – und zwar vom ersten Tag an. Wir sind im Gleichklang wie die beiden Reiter mit den Pferden. Wir haben uns von Anfang an blind verstanden. Auf dem Bild ist eine große Dynamik spürbar. Genau die haben auch wir gebraucht, um in der Tiroler Versicherung vieles umzusetzen“, erzählt Walter Schieferer. Der gebürtige Landecker,

der Jus studiert hat, ist seit dem Jahr 2000 gemeinsam mit Franz Mair im Vorstand der TIROLER und hat mit viel Umsicht, innovativen Ideen und langfristiger Planung den erfolgreichen Weg des Unternehmens entscheidend geprägt. Walter Schieferer ist innerhalb und außerhalb des Unternehmens als weitsichtiger und empathischer Stratege bekannt und beliebt. Seine große Überzeugungskraft und die Fähigkeit, Menschen zu begeistern, haben viele maßgebliche Änderungen in der TIROLER überhaupt erst möglich gemacht. Im Gespräch erzählt er, warum eine offene Kommunikation die Basis für gelungene Veränderung darstellt und er der Tiroler Versicherung so lange treu geblieben ist.





Welche Erinnerungen haben Sie an die erste Zeit im Unternehmen?

Walter Schieferer: Franz Mair und ich wollten von Anfang an etwas bewegen und eine Basis schaffen, damit sich das Unternehmen langfristig eigenständig am Markt behaupten kann. Es gab Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die nicht an das Überleben der TIROLER geglaubt haben. Andere standen in den Startlöchern und wollten unbedingt etwas verändern. Im Unternehmen gab es einzelne Bereiche, die kaum miteinander kommuniziert haben. Konfliktfähigkeit war ein Fremdwort. Aus 26 Abteilungen haben wir vier Ressorts gemacht. Das neue Organigramm aufzusetzen und die Basis für eine durchgängige Kommunikation zu schaffen, das war eine unserer ersten Aktionen.

In welchen Bereichen gab es außerdem Handlungsbedarf?

Es war notwendig, den Menschen eine Perspektive zu geben. Viele haben einfach ihren Job gemacht, ohne an das Unternehmen zu glauben oder ihr Standing zu kennen. Außerdem wollte ich die Diskussionen um Übernahmeangebote von mehreren Gesellschaften beenden. Dafür mussten wir uns überlegen, welche Strategie und welche Organisationsform erforderlich ist. Es waren Arbeitsabläufe zu verschlanken und neu zu strukturieren, um auch den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Abteilungen zu verdeutlichen, dass wir nur erfolgreich sein können, wenn wir gemeinsam an einem Strang ziehen.

Welche der vielen Änderungen hat besonders viel Einsatz gefordert?

Stark beschäftigt hat mich das alte Dienstrecht. Die „aktuellste“ Version stammt aus dem Jahr 1961. Darin gab es Regeln, die heute undenkbar sind. Wenn etwa eine Mitarbeiterin und ein

Mitarbeiter geheiratet haben, musste die Frau das Unternehmen verlassen. Auch Definitivstellungen waren darin festgeschrieben: Wenn jemand 15 Jahre im Unternehmen tätig war und nicht gerade goldene Löffel gestohlen hat, wurde er quasi pragmatisiert. Ein zentraler Bestandteil des Dienstrechts war auch die sogenannte Ruhegehaltsordnung. Ein Anspruch auf Firmenpension wurde nach 15 Jahren erworben, die Höhe betrug 80 bis 85 Prozent des Letztbezuges. Diese Pension wurde unabhängig von der Entwicklung der ASVG-Pension garantiert. Alleine diese Altlasten hätten das Unternehmen finanziell in den Ruin getrieben. Es war extrem viel Arbeit, das gemeinsam mit dem damaligen Betriebsrat zu ändern. Wir haben die alten Verträge in ein beitragsorientiertes

System übertragen, wonach laufende Beträge in das Pensionskonto einfließen.

Was würden Sie in all den Jahren als größten Erfolg bezeichnen?

Wir haben es geschafft, aus der Tiroler „Landesversicherungsanstalt“ ein hochmodernes Unternehmen mit tollen Zukunftsperspektiven zu machen, das heute eine Vorreiterrolle am Markt innehat – ganz egal, ob es um Regionalität, Innovationen, Flexibilität oder um Produkte geht. Ein Erfolg war es auch, dass wir die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dazu motivieren konnten, aktiv an dieser Trendumkehr mitzuarbeiten. Kundenorientiertes Arbeiten wurde gelebt. Mit einem neuen Gehaltssystem, das leistungsorientiert funktioniert und Gleichberechtigung ermöglicht, wurde eine wichtige Basis geschaffen. Wir haben vermehrt auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geschaut – bis hin zum betrieblichen Gesundheitsmanagement, Möglichkeiten der Teilzeit-

”

WIR MUSSTEN DEN MENSCHEN EINE PERSPEKTIVE GEBEN.

— WALTER SCHIEFERER —



arbeit und vieles andere. Auch die Staaten- und Finanzkrise konnten wir perfekt meistern. Wir haben so viel umgerührt, dass ich selbst wahrscheinlich nicht mehr alles aufzählen kann.

Was braucht es, um derart große Veränderungen in einem Unternehmen erfolgreich umzusetzen?

Eine durchgängige, offene, gute Kommunikation. Und Menschen, die an die Erreichung des Ziels glauben. Wichtig ist auch, niemanden zu überfordern, sondern kleine Schritte zu machen und kleine Erfolge zu feiern.

Hatten Sie zwischenzeitlich auch Angst zu scheitern?

Nein. Ich bin ein sehr optimistischer Mensch und sah immer einen Ausweg. Wenn es nicht genau so lief, wie ich es mir vorgestellt hatte, gab es immer eine Alternative. Über diese Alternativen habe ich mir viele Gedanken gemacht. Unsicher war ich nur bei den Auswirkungen der Finanzkrise: Da wusste ich nicht, was tatsächlich passieren kann. Aber wirkliche Versagensangst hatte ich nie.

Wie viel Geduld ist für große Veränderungen nötig? Würden Sie sagen, dass das eine Ihrer Stärken ist?

Ich bin eigentlich sehr geduldig, aber auch meine Geduld endet irgendwann. Rückwirkend betrachtet, hätte ich in manchen Dingen weniger geduldig sein sollen, vor allem dann, wenn ich bereits geahnt hatte, dass der Weg wohl nirgendwohin führt.

Welche Herausforderungen waren in den letzten 20 Jahren sonst noch gravierend für die TIROLER?

Extern war es neben der Finanzkrise sicher das neue Aufsichtsregime Solvency II, das wiederum bedingt hat, dass wir die EDV komplett umstellen mussten. Das war eine sehr große Herausforderung. Auch die internen Schwierigkeiten haben wir sehr gut gemeistert. Mit neu dazukommenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wurden diese Veränderungen immer leichter.

Welche Erinnerungen haben Sie an die Hochwasserkatastrophe 2005?

Hier hat sich sicher am intensivsten gezeigt, dass wir als Versicherungsverein unseren Kundinnen und Kunden auch weit über vertragliche Vereinbarungen Hilfestellung bieten können. Existenzbedrohende Risiken wie Lawinen, Vermurungen oder Hochwasser sind meist nicht von der Versicherung gedeckt. Es gibt dafür Basisdeckungen, üblicherweise zwischen 2.500 bis 7.000 Euro. In unseren Satzungen ist explizit festgehalten, dass es eine unserer Aufgaben ist, unsere Versicherungsnehmer in Härtefällen zu unterstützen. 2005 war ein absolutes Katastrophenjahr. Es gab das Jahrhundert-Hochwasser, aber auch Stürme, Hagel und andere Schäden. Ganz Tirol stand unter Wasser, viele Gebiete waren nicht erreichbar. Wir haben entschieden, unbürokratisch und schnell zu helfen. Es waren weder Besichtigungen noch Schadenmeldungen notwendig, zwei Fotos und eine Kontonummer waren für die Schadenabwicklung ausreichend. Innerhalb von zehn Tagen haben wir etwa acht Millionen Euro ausbezahlt. Trotz vieler Spenden gab es immer noch viele Härtefälle, die ich gemeinsam mit den Bürgermeistern der betroffenen Gemeinden evaluiert habe. In einer außerordentlich einberufenen Delegiertenversammlung haben wir eine zusätzliche Unterstützung von 1,4 Millionen Euro beschlossen und ausgeschüttet. Was wir von den Menschen vor Ort an Dankbarkeit zurückbekommen haben, hat mich zu Tränen gerührt.

Warum sind Sie der TIROLER so lange treu geblieben?

Nach etwa einem halben Jahr im Unternehmen erhielt ich das erste Angebot. Darüber musste ich allerdings nicht lange nachdenken. Ich habe in der TIROLER schon früh Chancen erkannt und gesehen, dass ich gestalterisch tätig werden kann. Woanders wäre ich höchstwahrscheinlich wieder Befehlsempfänger gewesen. Das hatte ich in der Vergangenheit genug. Gott sei Dank hatten wir Aufsichtsratsvorsitzende, die uns in der strategischen Ausrichtung freie Hand gelassen haben. Es war wirklich spannend, gemeinsam mit einem Partner umfassende Entscheidungen für ein Gesamtunternehmen zu treffen, die nicht nur



einzelne Bereiche betreffen. Unsere Zielsetzungen sind immer noch nicht alle erfüllt, deshalb bin ich auch immer noch da (*lacht*). Es gibt kaum einen Tag, an dem ich nicht voller Freude und Elan ins Büro und mit dem Gefühl, etwas vorangetrieben zu haben, nach Hause gehe.

Hätten Sie es im Jahr 2000 für möglich gehalten, dass Franz Mair und Sie das am längsten dienende Vorstandsduo in der österreichischen Versicherungsbranche werden würden?

Sicher nicht. Man weiß nicht, ob die Entscheidungen, die man selbst trifft, letztlich wirklich den gewünschten Erfolg bringen. Es gibt so viele Unschärfen und Möglichkeiten, die das Ende bedeuten können. Umso überraschender, dass ich noch hier bin. Aber ich freue mich natürlich sehr darüber. ●

WORT ZENTRIERT AUF

IMPULS WALTER SCHIEFERER

ZUSAMMENHALT. STÄRKE.

EMPATHIE. ACHTSAMKEIT.

TRADITION. WURZELN.

FOKUS. KONZENTRATION.

VERANTWORTUNG. ENTSCHIEDEN.

BLICK FÜR DAS GANZE

Menschen sind ihr wichtig. Vor 20 Jahren startete Caroline Raffl mit vielen innovativen Ideen bei der TIROLER durch und baute Schritt für Schritt die Personalentwicklung auf.

TEXT Katharina Zierl FOTOS Martin Vandory





Gedulds, Durchhaltevermögen und viel Empathie – Caroline Raffl weiß, wie man Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Veränderungen überzeugen und mit auf einen neuen Weg nehmen kann. Vor 20 Jahren startete die studierte Wirtschaftswissenschaftlerin bei der Tiroler Versicherung durch und setzte viele Ideen und Vorhaben in Sachen Personalentwicklung Schritt für Schritt um. Mit großem Erfolg, wie der Blick zurück beweist. Ein Gespräch über Kommunikation als Erfolgsfaktor, den Mut zur Veränderung und ein Unternehmen im Wandel.

Wie haben Sie das Unternehmen damals, als Sie angefangen haben, wahrgenommen?

Caroline Raffl: Es „menschelte“ sehr. Einerseits nahm ich eine große Familie mit Zusammengehörigkeitsgefühl, unterschiedlichsten Charakteren und unglaublich tollen Fähigkeiten einzelner handelnder Personen wahr. Andererseits waren sowohl die Strukturen als auch die Kommunikation nach innen und außen stark entwicklungsbedürftig.

Wie war der Schulungsbereich aufgestellt?

Es gab Versicherungsschulungen und Verkaufstrainings – sonst nichts. Obwohl auch ein Großteil des Innendienstes direkten oder zumindest indirekten Kundenkontakt hatte, wurden Kommunikation und Serviceverhalten nicht geschult und dadurch oft auch nicht gelebt. Eine Spaltung zwischen Innen- und Außendienst war deutlich spürbar. Ich habe eine gemeinsame Grundschulung von Innen- und Außendienst ins Leben gerufen: zwei Monate intensives Training zu Versicherungsfachthemen, Unternehmensspezifika, Verkauf, Kommunikation und Service. Das unterstützt das Gemeinschaftsgefühl und die Kommunikation zwischen Innen- und Außendienst, bringt Verständnis für die Abläufe im Unternehmen und verringert die Hürde vor dem ersten Kundenkontakt. Mein damaliges Konzept hält bis heute stand – selbstverständlich mit regelmäßigen Anpassungen, aufbauend auf den Erkenntnissen, die ich

Jahr für Jahr aus den vergangenen Schulungseinheiten gewonnen hatte.

Sie waren lange die einzige Frau in der Führungsebene der TIROLER. War es für Sie schwierig, sich zu behaupten?

Ich war den Umgang mit Männern und das „Überleben“ in einem von Männern dominierten Arbeitsumfeld bereits von früheren Tätigkeiten gewohnt. Und ich wurde von meinem Chef, Franz Mair, sehr unterstützt. Die Vorstände der TIROLER haben Frauen immer gefördert und tun das auch heute noch.

Welches Image hatte die TIROLER?

Insgesamt waren wir ein verstaubter Kasten. Die neue Werbelinie hat das dann ein wenig verändert. Es wurde bunter und unterhaltsamer, wir wurden wahrgenommen.

Was waren aus Ihrer Sicht die dringendsten Dinge, die Sie verändern wollten?

Die Führung war ein zentrales Thema. Die Führungskräfte waren wohl fachlich, aber weder arbeitsrechtlich noch bei Führungsthemen fit. So manche Führungskraft war ein exzellenter Fachexperte, aber nicht geschult und manchmal auch nicht geeignet für Führungsaufgaben. Sie wurden einfach in eine Führungsrolle hineinmanövriert und dann stehengelassen. Sie hatten nie gelernt, wie man Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entwickelt und begleitet, kritische Themen in einer wertschätzenden Art anspricht und nicht nur fachliche, sondern auch personelle Entscheidungen trifft. Oftmals war ihnen nicht klar, was es heißt, als Vorbild wahrgenommen zu werden, die eigenen Visionen mit dem Team zu teilen, Verantwortung zu übernehmen und hinter den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu stehen. Neben dem Aufbau einer Führungskräfteentwicklung bin ich mit dem Vorschlag an den Vorstand herangetreten, dass wir die Leitungs- und Schlüsselfunktionen im Unternehmen in eine Fachexperten- und eine Führungsschiene trennen sollten. Der Aufbau eines neuen Gehaltssystems hat uns da in die Hände gespielt. Wir haben Berufsbilder entwickelt und eines dieser Berufsbilder war der Fachexperte – gleichwertig, auch gehaltsmäßig auf

gleicher Ebene wie die Führungskraft. Der Experte war unser Sprachrohr nach außen und die Führungskraft hat mehr nach innen agiert. Wir leben dieses Prinzip bis heute, wenn auch nicht mehr so ausgeprägt, weil sich die Organisationsstruktur sehr verändert hat und wir heute schon bei der Auswahl von Führungskräften auf die erforderlichen Führungsfähigkeiten achten.

Was wurde außerdem umgesetzt?

Wir haben Stellenprofile erarbeitet, ein Mentoring-System ins Leben gerufen, die ersten Ansätze des Mitarbeitermarketings gewagt, ein strukturiertes Mitarbeitergespräch eingeführt – und wir haben das Recruiting komplett neu aufgezogen. All diese Instrumente haben wir kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert. Neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden herzlich empfangen, behutsam eingeschult und mit den internen Abläufen und Gegebenheiten vertraut gemacht. Diese Veränderungen brachten uns ordentlich Mundpropaganda und offensichtlich wurden wir auch sonst positiv wahrgenommen. Jahrelang konnten wir uns die besten Bewerberinnen und Bewerber aus einer Reihe von ohnehin guten Bewerbungen aussuchen. Die Zeiten haben sich allerdings geändert, denn der Kampf um die guten Arbeitskräfte ist unerbittlich geworden. Aber ich wage zu behaupten, dass wir dank des Einsatzes der Vorstände und der Arbeit von Jane Platter die Nase noch immer ziemlich weit vorne und auch weiterhin eine bessere Auswahl als andere haben.

Hatten Sie die Möglichkeit, alles, was Sie sich vorgenommen hatten, auch umzusetzen?

Ich konnte alles umsetzen, was ich wollte. Ich war völlig frei. Das war auch ein Grund, warum ich nie auf die Idee gekommen wäre, das Unternehmen zu wechseln. Ich habe einige Angebote erhalten, aber ich war mir sicher, dass ich die Freiheit und die Unterstützung nirgendwo anders bekomme.

Wie wurden Ihre Pläne und Ideen von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aufgenommen?

Skeptisch, teilweise sogar ablehnend. Da braucht es ganz viel Kommunikation, Einfühlungsvermögen und Respekt vor dem Gegenüber. Menschen müssen dort abgeholt werden, wo sie

Caroline Raffl hat die Personalentwicklung in der TIROLER erfolgreich aufgebaut.



stehen. Ich habe damals mit vielen Einzelgespräche geführt und mit ihnen über ihre eigenen Weiterbildungsmöglichkeiten gesprochen. Das war wohl auch einer der Gründe, warum es dann letztendlich funktioniert hat. Ein anderer Grund war sicher auch, dass viele sehr hungrig nach Weiterbildung und Anerkennung waren.

Würden Sie sagen, dass die Vorstände generell aufgeschlossen sind, wenn es darum geht, Dinge zu verändern?

Ja, unbedingt. Und sie lassen auch nach so vielen Jahren nicht nach in ihrem Engagement. Ich war in einigen Unternehmen tätig und das habe ich vorher nie so kennengelernt. Sie gehen da schon einen komplett anderen Weg.

Wenn Sie die TIROLER von damals mit der von heute vergleichen, was sind Ihrer Meinung nach die augenscheinlichsten Unterschiede?

Das Image hat sich stark geändert. Wir sind vom Bauernversicherer zum All-Risk-Versicherer geworden und werden auch so gesehen. Außerdem werden wir mittlerweile als Top-Arbeitgeberin wahrgenommen.

Sie leiten bei der TIROLER inzwischen den Bereich Kundenservice.

Der Wechsel war vor viereinhalb Jahren. Wir haben umstrukturiert und das war für mich die Chance, intern einen anderen Bereich zu übernehmen. Ich wollte immer schon ein größeres Team leiten. Ich habe schon vor fast 30 Jahren den Betrieb meiner Mutter für ein halbes Jahr geführt. Nach anfänglichen Schwierigkeiten hatte ich mich damals sehr gut in die Führungsrolle eingefunden und meine Liebe dafür, Menschen zu begleiten, zu unterstützen und gemeinsam etwas weiterzubringen, entdeckt. Das war wohl auch der Grund, warum ich in das Personalwesen eingestiegen bin. Dort hatte ich dann zwar die Verantwortung für das ganze „Personal“, aber in direkter Führung nur ein kleines Team. Ich wollte einfach das, was ich anderen immer predigte, unbedingt selbst umsetzen.

Wie geht es Ihnen in dieser Rolle?

Ausgezeichnet! Anfangs wurde ich etwas skeptisch beäugt, weil mir ja das praktische Versicherungswissen fehlte. Mittlerweile fühle ich mich geschätzt und respektiert. Ich bin der Meinung: Ich habe das beste Team. Meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind einfach top – eigenständig, höchst service-



”

DAS IMAGE DER
TIROLER HAT SICH
STARK VERÄNDERT.

— CAROLINE RAFFL —

orientiert, wissbegierig, teamfähig und vieles mehr. Ich finde, wir machen unsere Sache im TIROLER-Kundenservice wirklich sehr gut. Und wenn doch einmal ein Fehler passiert, dann schauen wir, ihn so schnell wie möglich zu beheben. Niemand ist unfehlbar und Fehler sind dazu da, um an ihnen zu wachsen.

Was wünschen Sie dem Unternehmen für die nächsten 200 Jahre?

Ich wünsche der TIROLER, dass ihre gelebte Menschlichkeit, der nahe und direkte Kontakt zu den Tirolerinnen und Tirolern und das Bewusstsein, dass wir ja ein Verein auf Gegenseitigkeit sind, erhalten bleiben. Dass wir in erster Linie unseren Mitgliedern gegenüber verpflichtet sind, ist ein echter Trumpf. Eine Aktiengesellschaft kann niemals so nahe am Kunden sein, wie wir als Verein das sind. Sie ist ihren Aktionären gegenüber verpflichtet, muss Dividenden ausschütten. Wenn die TIROLER im Herzen das bleibt, was sie jetzt ist – offen gegenüber Neuem und doch bodenständig, ehrlich, mit Handschlagqualität, die Kundinnen und Kunden immer im Fokus –, dann wird es auch in Zukunft gut laufen. ●

”

MENSCHEN MÜS-
SEN DORT ABGE-
HOLT WERDEN,
WO SIE STEHEN.

— CAROLINE RAFFL —

1919 verlor die Tiroler Versicherung den Südtiroler Markt. 2005 wagte sie mit Alois Kaiser als Landesdirektor den Neustart. Heute führt Pierluigi Siri die Geschäfte in Südtirol. Gemeinsam ziehen die beiden Bilanz.

TEXT Katharina Zierl FOTOS Martin Vandory



Neus



taart

Fast die Hälfte ihrer Mitglieder verlor die Tiroler Versicherung durch die Abtrennung Deutsch-Südtirols und Welschtirols nach dem Ersten Weltkrieg. Mitte der 1980er-Jahre gab es erste zögerliche Überlegungen, sich wieder auf den Südtiroler Markt auszudehnen. Konkrete Pläne finden sich dann im Jahr 2000. Das damals neue Vorstandsduo Walter Schieferer und Franz Mair beschließt: Wir starten in Südtirol durch. 2005 nimmt Alois Kaiser seine Tätigkeit als Landesdirektor auf und vergrößert Schritt für Schritt das Netzwerk der TIROLER in Südtirol. Nach ersten erfolgreichen Jahren wird 2010 ein Büro im City-Tower in Bozen erworben. 2013 löst Pierluigi Siri Alois Kaiser, der in Pension geht, als Landesdirektor ab.

Der Neustart 2005 in Südtirol ist sicher mit einigen Erinnerungen verbunden.

Alois Kaiser: Zunächst war es für uns ernüchternd, dass niemand die Tiroler Versicherung kannte. In Nordtirol waren wir es gewohnt, dass jedem der Name des Unternehmens etwas sagte. Wir mussten, was die Bekanntheit anbelangt, bei null anfangen. Das war ein wesentlicher Bestandteil unseres Businessplans. Auch die technische Abwicklung war anfangs schwierig. Das Prämienberechnungssystem auf die Beine zu stellen war eine Herausforderung. Wir waren in Österreich gewohnt, den Großteil der Prämien automatisiert via Abbuchungen über die Bank abzuwickeln. In Südtirol gab es noch das System mit Inkasso über die Agenturen.

Wie liefen die Vorbereitungen für den Neustart?

Alois Kaiser: Wir haben uns ein Jahr ohne Präsenz in Südtirol in Innsbruck vorbereitet. Wir machten das Haus fit für diesen Markt. Mir wurde damals bewusst, dass das alles nicht so schnell gehen kann. Es gab bestehende Verträge, an die man gebunden war und aus denen man erst mal rauskommen musste. Ein Zufall kam uns in dieser Sache zugute. Der damalige Minister Bersani hat zwei Dinge gesetzlich geändert, die uns unheimlichen Rückenwind gegeben haben: Die Bindung auf zehn Jahre fiel und man konnte plötzlich jährlich kündigen. Die Umdeckung war dann innerhalb eines Jahres möglich. Und der zweite Punkt betraf den Vertrieb: Er lief in Italien über selbstständige Agenturen. In Österreich haben wir dafür Angestellte, Versicherungs-Außendienstmitarbeiter. Auch das wurde geändert. Die Generalagenturen waren zuvor an ein oder zwei Versicherungsunternehmen gebunden. Aufgrund der gesetzlichen Änderungen konnten sie sich öffnen, also mit allen Versicherungen kooperieren. Das hat dazu geführt, dass flächendeckend fast auf einen Schlag die ganze Agenturlandschaft für uns arbeiten konnte. Wir haben sofort ausreichend flächendeckende Präsenz erreicht.

”

DIE ERSTEN NÄCHTE HABE ICH NICHT GUT GESCHLAFEN.

— ALOIS KAISER —

Hatten Sie anfangs auch Zweifel, dass die TIROLER in Südtirol scheitern könnte?

Alois Kaiser: Die erste Zeit meiner Arbeit in Südtirol habe ich oft nicht gut geschlafen, aber die Nächte, in denen ich durchschlafen konnte, wurden mehr. Man muss eben viel investieren: In Personal, in Werbung – das kostet Geld. Die Jahresbilanz fiel am Anfang nicht besonders rosig aus.

Sie waren als Landesdirektor anfangs selbst sehr viel unterwegs, um das Netzwerk auszubauen und Kundinnen und Kunden zu überzeugen.

Alois Kaiser: Ich konnte natürlich nicht die ganze Woche im Büro verbringen. Ich war selbst mindestens zwei Tage pro Woche draußen. Nicht nur, um Versicherungen abzuschließen, sondern um Kontakte zu knüpfen und zu pflegen. Das war eine sehr wichtige Basis. Wir haben potenziellen Kundinnen und Kunden auch immer wieder angeboten, dass sie uns erst mit einer kleinen Versicherung ausprobieren können. Es war uns wichtig, präsent zu sein. Wir konnten glaubhaft machen, dass das gut funktioniert. Der Dom von Bozen wurde damals neu eingedeckt und sie suchten dafür Sponsoren. Der Finanzchef der Dompfarre kam zu mir und fragte, ob das nichts für uns wäre. Unser Prinzip ist Gegenseitigkeit. Ich bin also zum Vorstand und habe gesagt, wir müssten in Vorleistung gehen, und gefragt, ob es möglich wäre, die Pfarre mit acht Filialkirchen in ganz Bozen zu versichern. Und dann ist es nach einem Jahr gelungen, die Versicherungen der Dompfarre zu tätigen. Dann war auch in diesem Bereich eine gewisse Präsenz gegeben.

Was brauchte es aus Ihrer Sicht noch, um in Südtirol als Versicherung erfolgreich zu sein?

Alois Kaiser: Ein Teil betraf die Produktpalette. Es war nicht möglich, die Produkte, etwa eine Hotel- oder Wohnhausversicherung aus Nordtirol, eins zu eins zu übernehmen. Man musste immer Adaptierungen durchführen. Produkte wurden in Südtirol zum Teil noch so gestaltet, wie wir es schon nicht mehr gemacht hatten. Die einzelnen Sparten wurden aufgereiht, in Österreich hatten



”

DIE VERWURZELUNG VOR ORT IST WICHTIG.

— PIERLUIGI SIRI —

wir schon viel mehr Produktbündel. Ein weiterer wichtiger Faktor war und ist die Sprache. Wir sind ein deutschsprachiges Unternehmen. Unsere Konzernsprache ist Deutsch. In Südtirol mussten die Versicherungsbedingungen aber auch auf Italienisch aufliegen. Allein die ganzen Haftpflichtversicherungsbedingungen sind ein 18-seitiges, kleingedrucktes Werk. Das zu übersetzen war auch eine Herausforderung.

Pierluigi Siri: Im Grunde handelt es sich südlich des Brenners um eine gänzlich andere Versicherungswelt. Dann gibt es natürlich auch kulturelle Unterschiede, zum Beispiel die Sprache. Das ist nicht nur Italienisch, das ist auch Ladinisch. Darüber hinaus haben wir ganz andere rechtliche Rahmenbedingungen – auch was Arbeits- und Steuerrecht betrifft. Das wirkt so stark in unser Geschäft hinein, dass es undenkbar wäre, Nordtiroler Abläufe und Strukturen auf Südtirol zu übertragen. Bestimmte Dienstleistungen mussten wir von externen Partnern akquirieren, gerade was das Arbeitsrecht betrifft. Die Gehaltsabwicklung läuft ganz anders ab, die kollektivvertraglichen Bestimmungen sind komplett unterschiedlich. Mit dem Wachsen der Landesdirektion war es undenkbar, es so zu machen wie in Nordtirol. Das war eine schwierige Denkübung. Als das Geschäft angerollt und die Präsenz gewährleistet war, mussten wir uns Gedanken über unsere Abläufe machen. Uns also die Frage stellen: Was müssen wir an Rahmenbedingungen erfüllen, damit das Geschäft dann auch gesichert ist?

Wie war Ihre Anfangszeit bei der Tiroler Versicherung?

Pierluigi Siri: Mir war es zu Beginn wichtig, dass sich mein Wertesystem mit dem des Unternehmens deckt. Ich wollte mir das zuerst anschauen. Das, was gut funktioniert, wollte ich unbedingt beibehalten. Ich habe nur eingegriffen, wenn ich davon überzeugt war, dass etwas nicht zukunfts-trächtig ist. Das war ein



Prozess über ein paar Jahre und es war ein wichtiges Signal nach außen und innen.

Warum ist eine eigene Landesdirektion in Südtirol so wichtig? Würde es nicht auch von Innsbruck aus funktionieren?

Pierluigi Siri: In dem Ausmaß ganz sicher nicht. Das steht für mich außer Zweifel.

Alois Kaiser: Der Südtiroler hat insgesamt großes Vertrauen in nördliche Unternehmen. Den Bonus hatten wir. Wir konnten auch beweisen, dass dieses Vertrauen berechtigt ist und man sich auf uns verlassen kann.

Pierluigi Siri: Es stimmt, dass man als deutschsprachiges Unternehmen einen Bonus hat. Diesen Bonus kann man aber ganz schnell verheizen. Andere Versicherungsgesellschaften haben das in Italien gezeigt. Sie glaubten, dass sie mit dem Bonus das größte Kapital hätten. Sie haben sich dann aber nicht mit der Realität vor Ort auseinandergesetzt. Die Südtiroler und auch die Menschen im Trentino schätzen deutschsprachige Unternehmen und den Ruf, den sie haben, sehr. Das muss aber immer mit der Kompetenz, dem Know-how und der Verwurzelung vor Ort gepaart sein. Wir haben es verstanden, das Know-how vor Ort aufzubauen – gepaart mit den Unternehmenswerten und der Kultur aus Nordtirol. Genau das kommt gut an. Es muss spürbar sein, dass die Landesdirektion vor Ort die Entscheidungen trifft. Vertriebspartner, aber auch Kunden durchschauen sehr schnell, ob das authentisch ist oder nicht. Deshalb macht auch die Bestellung eines Landesdirektors, der von vor Ort kommt, durchaus Sinn. Die zentralen Dienste in der Beratung, im Verkauf und im Schadenfall müssen vor Ort spürbar sein. Dann wird das auch anerkannt.

Welches Image hat die TIROLER in Südtirol?

Pierluigi Siri: Sie ist bekannt dafür, schnelle Entscheidungen zu treffen. Es muss nicht immer ein Ja sein, aber im Fall ein durchargumentiertes Nein. Das zeichnet uns von Anfang an aus. Wir haben unsere Organisation über die Jahre, was Abläufe und Kompetenzen betrifft, optimiert. Kurze Wege sind entscheidend. Die Nähe an der Bevölkerung im Alltäglichen ist ein wichtiger Faktor. Du bekommst alles, was du brauchst. Und das in deiner Sprache. Antworten mit derselben Sprache und Mentalität zurückzubekommen, das funktioniert.

Wie ist das Südtirol-Team derzeit aufgestellt?

Pierluigi Siri: Das Team besteht aus 19 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wir sind durchaus gewachsen. Wir werden wahrgenommen und bemerkt, auch von den Mitbewerbern.

Was wünschen Sie dem Unternehmen für die Zukunft?

Pierluigi Siri: Dass wir so weitermachen wie bisher und uns Schritt für Schritt verbessern. Ich sehe für die TIROLER im Italiengeschäft nach wie vor eine Wachstumsphase und eine langanhaltende fixe Stellung. Mit der Authentizität und mit den unternehmerischen Werten, die uns bisher ausgezeichnet haben, werden wir weiterhin vor Ort Gas geben. ●

Ex-Tennisstar und Moderatorin Barbara Schett wurde von Beginn ihrer Laufbahn an von der TIROLER gesponsert. Wir wollten wissen, wie sie die Zusammenarbeit erlebt hat.

TEXT Katharina Zierl FOTO Martin Vandory

ZUR PERSON

Die gebürtige Innsbruckerin Barbara Schett ist mit Platz sieben im Einzel in der Weltrangliste bis heute die bestplatzierte österreichische Tennisspieler. Auch im Doppel zählte sie zum erlesenen Kreis der Top Ten. Mit Rang acht erreichte sie ihre höchste Weltranglistenplatzierung im Doppel.

Ihr Debüt auf der WTA-Tour feierte Barbara Schett 1990 im Alter von 14 Jahren beim WTA-Turnier in Kitzbühel. Während ihrer Laufbahn erreichte sie das Finale von sechs WTA-Turnieren, drei davon konnte sie für sich entscheiden. Im Doppel stand sie im Endspiel von 19 Turnieren, zehn davon konnte sie gewinnen.

B A R B A R A





Angenommen, die Tiroler Versicherung wäre eine Person. Welche Eigenschaften würden Sie ihr zuschreiben?

LOYAL, VERLÄSSLICH, FAIR, PROFESSIONELL.

Würden Sie sich mit dieser Person gut verstehen?

JA, WEIL ICH MICH AUF DIESE PERSON ZU 100 PROZENT VERLASSEN KANN.

Was zeichnet das Sport-Sponsoring der Tiroler Versicherung aus?

ES FOKUSSIERT SICH AUF JUNGE AUFSTREBENDE TALENTE, DIE UNTERSTÜTZUNG BRAUCHEN, UM IHRE ZIELE ZU VERWIRKLICHEN.

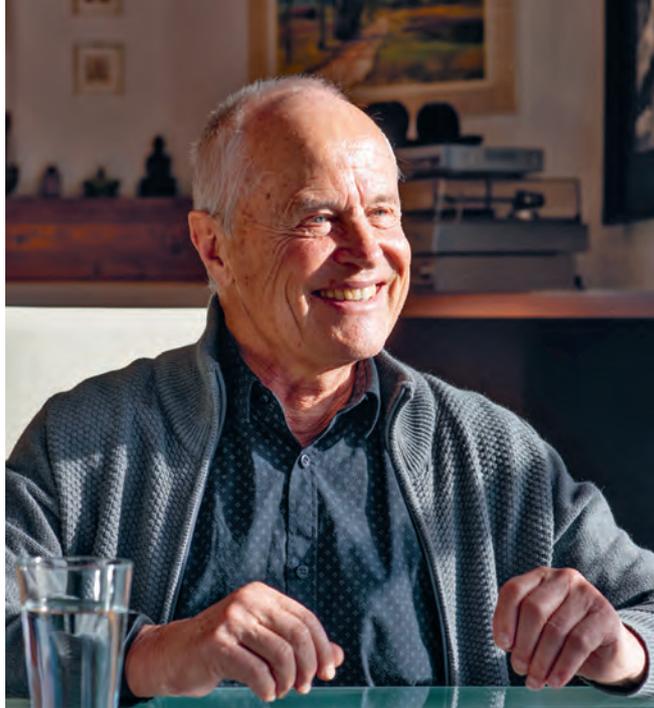
Wie haben Sie die Zusammenarbeit mit der Tiroler Versicherung erlebt?

SEHR FREUNDSCHAFTLICH UND PROFESSIONELL.

Was würden Sie jungen Sportlerinnen und Sportlern raten, um ihre Ziele zu erreichen?

TALENT IST NICHT ALLES. HARTE ARBEIT, DISZIPLIN, LEIDENSCHAFT UND MENTALE STÄRKE MACHEN SICH BEZAHLT.

S C H E T T



Manche Menschen ziehen einen sofort in ihren Bann. Erich Widauer ist einer von ihnen. Wir treffen den charismatischen 75-Jährigen in seinem Haus am Achensee. Gemeinsam blicken wir zurück. Auf ein bewegtes, intensives und höchst erfolgreiches Leben. 43 Jahre lang war er bei der Tiroler Versicherung tätig. Als Berater im Außendienst überzeugte er mit Fachwissen, Handschlagqualität und ganz viel Menschenkenntnis.

„Ich träume heute noch manchmal, dass ich eine Versicherung verkaufe, aber die Prämie nicht mehr ausrechnen kann, weil ich keine Tarife und keinen Computer habe. Dann ärgere ich mich. Der Kunde müsste nur noch unterschreiben, aber ich bringe die Zahl nicht her“, lacht Erich Widauer. Als er 1962 bei der damaligen Tiroler Brandschadenversicherung anfang, gab es keine Haftpflicht-, Kfz-, Haushalts-, Lebensversicherung oder Ähnliches.



Auch auf seine vielen Reisen blickt Erich Widauer gerne zurück.

In einer TIROLER vor unserer Zeit

Erich Widauer erzählt und wir hören gespannt zu. 43 Jahre lang war der 75-Jährige für die TIROLER im Einsatz, den Großteil davon als Berater im Außendienst. Ein Gespräch über die Zeit, als es noch keine Computer gab und die Prämien bar kassiert wurden.

An seinen Einstieg kann er sich noch gut erinnern: „Ich habe in der Buchhaltung angefangen. Das habe ich geliebt. Damals gab es zwei große Buchungsmaschinen. Wir haben die Zahlen der Außendienstmitarbeiter eingetippt, das Ergebnis musste auf den Groschen genau stimmen. Wenn sich der Vertreter um eine Ziffer verschrieben hatte, passte es nicht und die Fehlersuche ging los. Hat es auf den Groschen genau gepasst, haben wir geschrien vor lauter Freude.“ Auch sonst haben sich die Abläufe stark verändert. „Die Prämien wurden damals bar kassiert, es gab keinen Erlagschein. Die Vertreter mussten uns eine Aufstellung mit den Polizzennummern und den Beträgen schicken und haben uns das Geld, nachdem sie es bei den Kunden eingesammelt hatten, überwiesen“, erinnert sich der 75-Jährige.

Richtige Zeit, richtiger Ort. Nach fünf Jahren in der Buchhaltung und einiger Zeit in der Kasse entschied sich Widauer, als Berater im Außendienst durchzustarten. „Ich wusste, dass Schwaz ein gutes Gebiet ist, und habe dort angefangen. In den 1970er-Jahren wurde das Kassieren abgeschafft und durch den Erlagschein ersetzt. So hatte ich noch mehr Zeit zum Verkaufen“, schmunzelt Widauer. „Ich war zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Zu diesem Zeitpunkt gab es dann auch schon die Haftpflicht- und die Sturmschadenversicherung. Das Angebot wurde Schritt für Schritt erweitert.“

Man spürt, dass Erich Widauer auch heute noch sehr viel mit der Tiroler Versicherung verbindet. Einmal TIROLER, immer TIROLER? „Ja! Ich war im Unternehmen immer sehr zufrieden und hatte viel Freude an der Arbeit. Wenn ich Hilfe gebraucht habe, standen sie immer hinter mir.“ Widauer legt viel Wert auf Respekt und ein faires Miteinander. „Der Kunde ist König. Dennoch muss man sich auf Augenhöhe begegnen. Ich habe immer versucht, Versicherungen zu verkaufen, wie sie der Kunde braucht, und nicht, wie ich sie brauche. Meine Provision war ein angenehmer Nebeneffekt.“ Erich Widauers Wunsch war es, „dass jeder bei mir versichert sein soll. Wir sind Tiroler und wir sind bei der Tiroler Versicherung gut aufgehoben. Was mir jetzt sehr gut gefällt, ist, dass man stark auf das Eigenständige setzt. Ich bin ein Tiroler, das Geld bleibt in Tirol. Es ist keine Aktiengesellschaft, sondern ein Verein auf Gegenseitigkeit.“

Bekennnis zu Tirol. Erich Widauer hat während seiner Zeit bei der TIROLER vieles erlebt, auch die Weiterentwicklung der Marke inklusive der markanten Namensänderung 1998: „Wenn ich alte Kunden treffe, sagen manche noch ‚Tiland‘ (*lacht*). Das ist bei einigen einfach noch so drinnen. Der Wechsel von Tiroler Brandschadenversicherung zur Tiland war bereits ein guter Schritt. Bei manchen ist das aber nicht so richtig angekommen. Leute haben auch zu mir gesagt: ‚Du kommst von der Thailand, oder?‘ Nicht von der Tiland. Der Wechsel zur Tiroler Versicherung war dann sehr

positiv. Das ist eine ganz klare Aussage und ein klares Bekenntnis zu Tirol.“ Auch die humorvolle Art zu werben, auf die das Unternehmen damals setzte, hat Widauer in guter Erinnerung: „Mir haben die Plakate gut gefallen. Die Kampagne hat gut zum Gesamtauftritt gepasst. Versicherung und Spaß passen bis zu einem bestimmten Punkt durchaus zusammen. Ein Lächeln kann nie schaden.“

Reiselust. Mit einem breiten Lächeln erzählt Erich Widauer auch von seinen Reisen durch Tibet, die ihn nachhaltig geprägt haben. „Diese Reisen haben mich berührt und beeindruckt. Seit 40 Jahren mache ich jeden Tag die fünf Tibeter, Übungen für Körper und Geist.“ Der begeisterte Skifahrer holt einen Ordner aus dem Regal und zeigt uns Fotos von unglaublichen Reisen. Die Energie und die Freude sind spürbar, wenn er von seinen Erlebnissen erzählt. „Reisen war schon immer mein Hobby. Mit 26 war ich in Kenia, das war damals schon etwas Besonderes. Auf Tibet bin ich durch die Feuerläufe gekommen. Das hab ich im Fernsehen gesehen und wollte es probieren. Das hebt das Selbstvertrauen. Feuerlaufen ist eine Kopfsache – wie vieles andere im Leben auch.“

Vier Monate pro Jahr verbringt Erich Widauer auf den Philippinen, wo er ein Haus besitzt: „Dort lasse ich es mir gutgehen, ich habe inzwischen viele Freunde dort. Ich freue mich immer auf das Rückfliegen, noch mehr aber aufs Zurückfliegen.“ Dass die Tiroler Versicherung auch bei seinen Reisen ständiger Begleiter war und ist, steht außer Frage. „Ich habe sogar am Kilimandscharo das TIROLER-Logo angebracht. Ein wenig Werbung müssen wir schon machen (*lacht*). Von diesen Abenteuern habe ich auch in der TIROLER bei Fotovorträgen berichtet.“

Auf dem Berg fühlt sich der gebürtige Stanser generell sehr wohl: „Ich mag die Ruhe und die Gelassenheit. Dort spüre ich innere Zufriedenheit und mir wird klar, wie unwichtig wir eigentlich sind. Wenn du auf einem Fünftausender oder Sechstausender stehst, rundherum ist nichts, wird schnell deutlich, dass wir uns im Prinzip nichts einzubilden brauchen. Und dass wir auch mal eine Pause machen sollten. Ich bin ehrgeizig, aber es ist wichtig, auch mal innezuhalten und Danke zu sagen. Danke, dass es mir so gutgeht.“

Prinzipientreu. Was seine Lebenseinstellung ebenfalls nachhaltig geprägt hat? „Kurse und Bücher von Dale Carnegie, einem Kommunikations- und Motivationstrainer. Ich habe viel von ihm gelernt und konnte vieles auch in meiner Arbeit integrieren. Drei Säulen sind dabei besonders wichtig: Respekt gegenüber sich selbst, Respekt gegenüber den anderen und Verantwortung dafür zu übernehmen, was du tust. Nach diesem Prinzip lebe ich.“ Auch während seiner Tätigkeit als Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat bei der TIROLER waren Erich Widauer diese Prinzipien wichtig.

”

DIE PRÄMIEN WURDEN DAMALS NOCH BAR KASSIERT.

— ERICH WIDAUER —



„Das war nicht immer ganz einfach. Ich habe mich aber stets um ein faires Miteinander bemüht.“

Einen Vertrag pro Tag. Widauer ist davon überzeugt, dass sein wertschätzender Umgang und seine positive Grundhaltung wesentliche Erfolgsfaktoren waren: „Was einen guten Vertreter auszeichnet? Das Fachwissen ist nicht entscheidend, im Zweifelsfall kann man immer nachfragen. Auch die verbale Ebene hat keine enorme Bedeutung – mein Gegenüber schaltet ohnehin auf Durchzug, wenn ich es nicht erreiche. Die nonverbale Ebene ist das, was im Endeffekt den Unterschied macht. Das war sicher auch mein Erfolgsgeschheimnis“, erläutert der 75-Jährige und fügt hinzu: „Gepaart mit Konsequenz und Ehrgeiz. Ich habe mir immer selbst gesagt: Erich, einen Vertrag pro Tag solltest du schon machen. Ich hatte immer ein Ziel. Das habe ich auch erreicht, auch wenn es an manchen Tagen nur ein kleiner Abschluss war.“



Die Weiterentwicklung der eigenen Persönlichkeit war Erich Widauer immer ein Anliegen.





Veränderungen. Erich Widauer holt einen kleinen Notizblock. Er hat sich im Vorfeld unseres Gesprächs Gedanken gemacht, was er uns erzählen möchte. „Es hat sich so vieles verändert. Computer gab es zu meiner Zeit überhaupt keine. Die Berechnung hatte Maschinen: Da wurde etwas eingestellt und gedreht, dann kam eine Zahl heraus. Wir hatten später Rechenmaschinen. Computer kamen erst, als ich um die 50 Jahre alt war. Zuerst habe ich mir gedacht, das neue Zeug will ich mir gar nicht mehr anfangen, da gehe ich vorher in Pension. Nach ein oder zwei Jahren habe ich aber gesehen, wie hilfreich das ist. Man konnte sich dann auch gar nicht mehr vorstellen, wie das vorher überhaupt gegangen ist“, lacht Erich Widauer. „Früher hatte ich in meiner Aktentasche eine einfache Tarifmappe, das hat gereicht. Wir haben alle Verträge händisch gemacht. Heute ist das alles mit viel bürokratischem Aufwand verbunden.“

Bares ist Wahres. Mit viel Aufwand verbunden war zu Erich Widauers Zeiten auch die Auszahlung der Löhne an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. „Zu meiner Zeit gab es das Gehalt noch in bar. Ich habe die Verantwortlichen zur Bank begleitet – quasi als Bewachung, um das ganze Geld für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Tiroler Versicherung abzuholen. Das Geld gab es in Sackerln. Die Mitarbeiter wurden angerufen und haben ihre Sackerln abgeholt. Das kann man sich heute überhaupt nicht mehr vorstellen.“ Erich Widauer war während seiner aktiven Zeit bei der TIROLER für seinen Humor bekannt. Diese Eigenschaft stellte er auch immer wieder liebend gerne unter Beweis, wie eine weitere Anekdote zeigt: „Der erste Kopierer, den wir bei der Tiroler Versicherung hatten, war sehr groß. Sicher 1,20 x 0,70 Meter, außerdem noch ziemlich hoch. Es gab für die ganze Tiroler Versicherung nur einen einzigen Kopierer. Oben kam das Blatt rein, dann hat es eine Zeit gedauert, dann kam unten das Blatt raus. Ich habe einen Tausend-Schilling-Schein reingetan. Das war damals wahn-sinnig viel Geld. Ich habe den Knopf betätigt und dann ist der Drucker gestanden. Alle haben natürlich gegrinst. Mir war weniger zum Lachen. Wir haben den Drucker auseinandergenommen und konnten den Schein zerknittert, aber unbeschadet wieder entfernen.“

Vorbild. „Was bleibt, ist, dass ich immer große Freude bei meiner Arbeit hatte. Ich habe stets eine angenehme Zufriedenheit verspürt. Mir taugt die Tiroler Versicherung noch heute, auch wenn ich schon 16 Jahre weg bin. Die Verbindung merkt man allein schon wegen meiner Träume. Ich hatte während meiner Zeit bei der TIROLER auch das Gefühl, dass ich den Jungen ein Vorbild sein konnte.“ Was er jungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit auf den Weg geben möchte? „Sie sollten immer versuchen, alles von der positiven Seite zu sehen. Ich finde es ganz wichtig, dass man Freude bei der Arbeit hat. Und natürlich kann es nicht schaden, ein wenig zu planen. Man sollte ein Ziel haben und nicht auf der Jammerschiene dahinfliegen.“ Der Tiroler Versicherung wünscht Erich Widauer, „dass sie die Nummer eins bleibt. Ich werde mich immer freuen, wenn ich höre, dass es der TIROLER gutgeht.“ ●

ICH HABE MIR
IMMER GESAGT:
EINEN VERTRAG
PRO TAG SOLL-
TEST DU SCHON
MACHEN.

— ERICH WIDAUER —



„Ein großer Teil meines Lebens“

35 Jahre lang war Norbert Keller bei der Tiroler Versicherung tätig, von 1985 bis 2000 als Vorstand. Warum er sehr gern an diese Zeit zurückdenkt, erzählt er im Interview.

Als „traditionell konservativ, aber mit einem guten Ruf belegt“ nahm Norbert Keller die Tiland in den 1960er-Jahren bei seinem Eintritt in das Unternehmen wahr. Nach Jahren in der Berechnungsabteilung, in der man das Versicherungshandwerk von der Pike auf kennenlernt und sich großes Basiswissen aneignet, sowie später in der Bilanzbuchhaltung war er von 1985 bis 2000 gemeinsam mit Bruno Wozak im Vorstand tätig. Eine spannende und abwechslungsreiche Zeit, betont Norbert Keller. Im Gespräch blickt er auf Jahre voller Umbrüche zurück und erinnert sich an die größten Herausforderungen.

Ihre Entwicklung vom Mitarbeiter zum Vorstand ist durchaus spannend. Wie würden Sie Ihre Karriere im Nachhinein beschreiben?

Norbert Keller: Der Wechsel von der Buchhaltung in den Vorstand war natürlich gewaltig. Zuerst sitzt man den ganzen Tag hinter den Aufzeichnungen und dann ist man im Vorstand. Das war eine große Umstellung. Natürlich war ich zu Beginn nach wie vor mit den Bilanzdingen beschäftigt. So groß war das Unternehmen im Vergleich zu heute damals nicht. Ich war auch bei den ganzen Jahresberichten involviert. Wir wurden jedes Jahr von der Versicherungsaufsichtsbehörde vom Finanzministerium, jetzt FMA, geprüft. Alle zwei bis drei Jahre gab es eine Gesamtprüfung, die zwei Monate gedauert hat. Einmal haben sie mir am ersten Ferientag mitgeteilt, dass sie zwei Monate kommen und ich dableiben sollte. Ich musste den Urlaub mit den Kindern absagen. Eine Woche haben sie zwischendurch pausiert, also habe ich schnell etwas gebucht und bin dann eine Woche in Urlaub gefahren, bevor es dann weiterging. Da musste man schon flexibel sein.

Wie hat sich das Unternehmen von den 1960er-Jahren bis zum Jahr 2000 aus Ihrer Sicht verändert?

In den 1960ern kamen neue Sparten dazu. Früher gab es hauptsächlich Feuer- und Haushaltsversicherungen, dann wurde das Angebot kontinuierlich ausgeweitet. Was die Außenwirkung des Unternehmens betrifft, wurde für meine Begriffe damals insgesamt viel zu wenig Werbung gemacht. Wer nicht wirbt, stirbt. Man muss Werbung machen, damit man bekannter wird. Der Bekanntheitsgrad ist mit den Jahren enorm gestiegen. Die Versäumnisse der Vergangenheit wurden auf jeden Fall aufgeholt. Jetzt weiß jeder, wer und wo die Tiroler Versicherung ist. Da merkt man auch, dass Franz Mair aus der Werbebranche kommt und das auch als Vorstand dann forciert hat. Es kamen viele Impulse und Ideen. Wenn man da-

mals Ideen hatte, wurde das immer eher abgewürgt. Wenn ich zum Beispiel angemerkt habe, dass wir Buswerbung machen sollten, kam als Antwort: „Glauben Sie wirklich, dass sich dadurch ein Mensch mehr bei

der Tiroler Versicherung versichert?“

Was konnten Sie während Ihrer Zeit als Vorstand umsetzen?

Aus dem rein abrechnungsorientierten Rechnungswesen wurde mit der Zeit ein entscheidungsorientiertes, also zukunftsgerichtetes Rechnungswesen. In schadenträchtigen Jahren konnte ein schlechtes versicherungstechnisches Ergebnis durch Rückversicherung abgefedert werden. Durch Erträge aus Kapitalanlagen wurde das Gesamtergebnis verbessert.

Wir haben viel in Realitäten investiert. Über einen Zeitraum von 15 Jahren konnten wir die Einnahmen aus Mieten mehr als verzehnfachen. Wir kauften in ganz Tirol, auch in Kitzbühel, wo es auch für damalige Verhältnisse schon sündhaft teuer war. Die jetzige Situation gibt unserer Strategie auf jeden Fall Recht. Die Realitäten steigen und steigen.

”

SOZIALES ENGAGEMENT WAR UNS IMMER WICHTIG.

— NORBERT KELLER —

Was haben Sie während Ihrer Zeit als Vorstand als größte Herausforderung empfunden?

Der Verdrängungswettbewerb in Tirol wurde immer größer. Es gab zwar keine neuen Versicherer, aber es wurde brutal in den Markt hineingefahren, etwa durch Fusionierungen. Es war sehr wichtig, auf gute Rückversicherer zu achten. Auch sonst war vieles ganz anders als heute: Eine elektronische Datenverarbeitung hat es überhaupt nicht gegeben. 1976 schafften wir einen Großrechner mit einer fixen Datenleitung zur Salzburger Landesversicherung an. Am Anfang haben wir die EDV gemeinsam mit den Salzburgern betrieben. Erst 1990 gründeten wir eine eigene EDV-Abteilung, die mittlerweile natürlich stark gewachsen ist. Die Solvabilitätsvorschriften der Finanzmarktaufsicht sind insgesamt gewaltig angestiegen.

Gibt es Anekdoten oder Projekte, die Ihnen ganz besonders in Erinnerung geblieben sind?

Durchaus. Früher hat man in großen Verzeichnissen die Brandschäden im Laufe des Jahres verzeichnet. Versicherungsnehmer, Schadenhöhe und auch die Schadenursache wurden angeführt. Da ist mir schon einiges untergekommen. In einer Meldung war zu lesen: „Brandstiftung durch den blödsinnigen Sohn des Bauern.“ Das wurde zwar so nicht veröffentlicht, aber so erfasst. So etwas wäre heute undenkbar. Das ist aber schon 50 Jahre her.

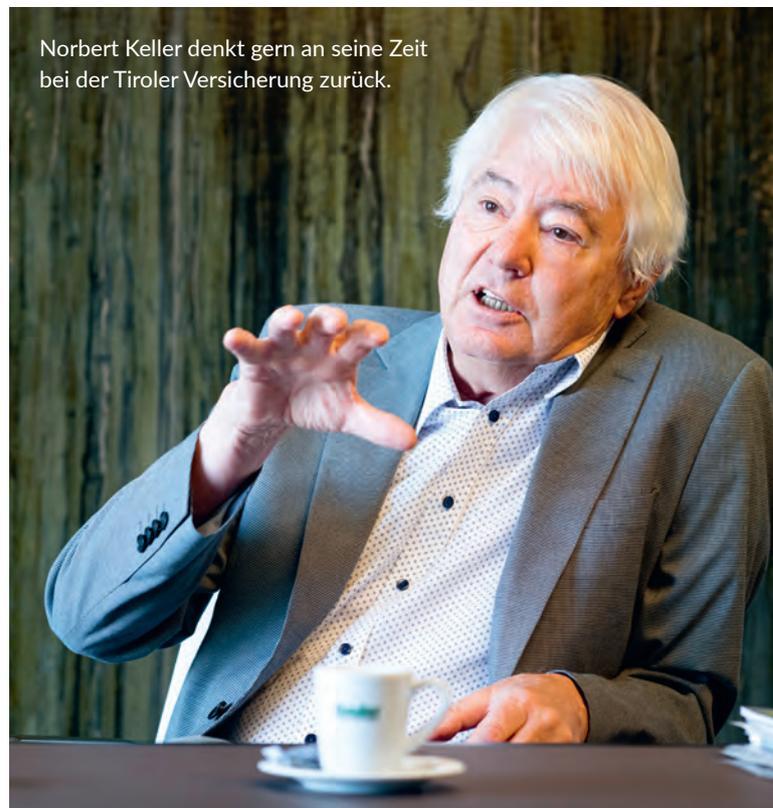
Was auch noch wichtig zu erwähnen ist: Kunst und Kultur waren uns immer wichtig. Wir hatten zum Beispiel eine Galerie in der Tiroler Versicherung, die nur ein- oder zweimal im Jahr ausstellte. Diese Galerie gab es über 20 Jahre. Maler und Bildhauer aus ganz Tirol waren mit dabei. Vorarlberger, Nordtiroler und Südtiroler Künstler haben die grenzüberschreitende Idee der kulturellen Zusammenarbeit gelebt. Die Ausstellungen waren mit Ölbildern, Aquarellen, Holzschnitten, Radierungen und Skulpturen sehr vielseitig. Auch noch heute sehr bekannte Künstlerinnen und Künstler wurden ausgestellt. Darüber hinaus war uns auch soziales Engagement immer ein Anliegen. Wir wollten als Unterneh-

men einen Beitrag leisten. Wir hatten zum Beispiel eine Patenschaft beim SOS-Kinderdorf Imst, das 1949 von Hermann Gmeiner gegründet worden ist. Auch heute noch ist die Tiroler Versicherung sehr vielseitig engagiert.

Was wünschen Sie der Tiroler Versicherung für die Zukunft?

Dass sie selbstständig bleibt. Dass sie nie inhaliert wird, so wie es anderen Versicherungen passiert ist. In dem Moment, in dem man eine Aktiengesellschaft wird, passiert es sehr schnell, dass sich zwei zusammenschließen, eine Mehrheit bilden und dann machen, was sie wollen.

Norbert Keller denkt gern an seine Zeit bei der Tiroler Versicherung zurück.



Blicken Sie gern auf Ihre aktive Zeit im Unternehmen zurück?

Ja, sicherlich. Es war ein großer Teil meines Lebens. Ich war 35 Jahre bei der Tiroler Versicherung angestellt. Da wächst man schon zusammen. Gerade das Rechnungswesen war mir auf den Leib geschneidert, das habe ich irrsinnig gerne gemacht. Insgesamt gab es eine große Verbundenheit und ich bin schon auch mit Wehmut ausgeschieden. Es war eine schöne Zeit und eine interessante Tätigkeit. ●

Amerikanische Schriftstellerin
(1880-1968)

Helen Keller



Alleine können
wir so wenig tun;
gemeinsam
können wir so
viel erreichen.



Die TIROLER

TIROL SÜDTIROL TRENNTINO

Delegierten

Es geht um Vertrauen, nachhaltige Entscheidungen und langfristigen Erfolg. Die Gesellschaftsform der TIROLER gibt den Weg vor: Der Verein auf Gegenseitigkeit mit der Delegiertenversammlung als oberstes Organ ist Garant dafür, dass sich das Unternehmen im Sinne aller Mitglieder entwickelt. Die Delegiertenversammlung ist breit aufgestellt und agiert leise, aber bestimmt. Sie ist nicht von individuellen monetären Interessen getrieben. Die TIROLER Delegierten, die wir auf den nächsten Seiten kurz vorstellen, achten darauf, dass die Tiroler Versicherung Substanz aufbaut und ein verlässlicher Partner ist.

Regional und nachhaltig. Die Delegiertenversammlung setzt auf Mitglieder, denen der Verein und die Regionalität am Herzen liegen. Sie werden vom Vorstand oder vom Aufsichtsrat vorgeschlagen und von der Mitgliedervertretung gewählt. Ein zentraler Faktor ist dabei, dass die Vertreterinnen und Vertreter aus dem ganzen Land und aus verschiedensten beruflichen Umfeldern kommen – vom Landwirt über die Unternehmerin bis hin zum Bürgermeister. Sie sollen ein Abbild der Kundinnen und Kunden sein und in deren Interesse handeln.

Gewichtige Stimme. Die TIROLER Delegierten teilen die Begeisterung für das Unternehmen und sind von dessen regionaler und nachhaltiger Ausrichtung überzeugt. Und auch wenn die Delegiertenversammlung im Alltagsgeschäft wenig spürbar ist: Sie ist nicht nur am Papier das oberste Organ. Es gibt keine wichtige Entscheidung in der TIROLER, die nicht von den Delegierten abegesegnet wird. Eine gewichtige Stimme, die den Wert heimischer Unternehmen zu schätzen weiß und sich ohne Wenn und Aber für deren Belange einsetzt.

Die TROLER



Birgit Astner
Wirtin, Ebbs



Sabine Bathelt
Geschäftsführerin, Münster



Franz Eberharter
Kabarettist, Mayrhofen



Dr. Michl Ebner
Unternehmer, Bozen



Abt HR Mag. German Erd
Stift Stams



Ingeborg Freudenthaler
Unternehmerin, Hatting



Prok. Daniela Gerber
Geschäftsführerin, Lermoos



DI Alfons Gruber
Landesfeuerwehrinspektor, Sellrain



Dr. Vitus Grünwald
Stadtamtsdirektor i. R., Kitzbühel

Delegierten



ÖR Johann Gwiggner
Landwirt, Niederau



Ulli Hackl
Hotelierin, Innsbruck



Katharina Hechenberger
Landwirtin, Reith im Alpbachtal



Marianne Hengl
Obfrau RollOn Austria, Innsbruck



Msgr. Prof. OStR MMag. Bernhard Hippler
Hochschulseelsorger i. R., Innsbruck



Mag. Markus Hörmann
Vorstandsvorsitzender, Mieming



Kathrin Kaltenhauser
Landwirtin, Schwendau



Marika Kröll
Hotelierin, Mayrhofen



KR Mag. Hermann Lindner
Unternehmer, Kundl

Die TIROLER



ÖR Hans Mair
Landwirt, Weerberg



Dipl.-Vw. Mag. Sebastian Mitterer
Bildungslandesrat a. D., Wörgl



Ing. Petra Mussmann
Geschäftsführerin, Fulpmes



Mag. Patricia Niederwieser-Holzbaur
Unternehmerin, Innsbruck



DI Richard Norz
Kammerdirektor i. R., Thaur



Stefan Nothdurfter
Landwirt, Stanz



Herbert Oberhauser
Bezirksfeuerwehrkommandant, Oberlienz



Franz Patscheider
Unternehmer, Serfaus



Manfred Pranger
Unternehmer, Gschnitz

Delegierten



Mag. Elisabeth Rathgeb
Caritas-Direktorin, Ranggen



Ing. Wolfgang Saurer
Unternehmer, Breitenwang



Markus Schwarzenberger
Unternehmer, Völs



Martin Unterrainer
Hotelier, Erpfendorf



Christoph Unterweger
Unternehmer i. R., Lienz



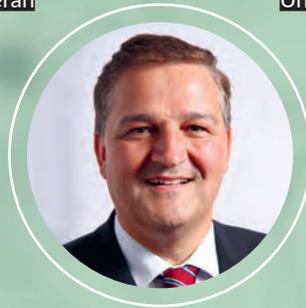
Nikolaus Unterweger
Alt-Bürgermeister Kals am Großglockner



Josef Franz Waldner
Hotelier, Marling bei Meran



Franz Zelger
Unternehmer, Deutschnofen



Jakob Zimmermann
Unternehmer, Fritzens

Aus 200 Jahren Geschichte wurde mehr als ein Imagefilm.

In 200 Jahren kann viel passieren. Das merkte man auch bei der TIROLER, als man die Historie des Unternehmens für einen Imagefilm zum großen Jubiläum heranzog. Entstanden ist schließlich ein hochkarätiger Kurzfilm, der die Firmengeschichte von ihren Anfängen bis in die Gegenwart beleuchtet – von und mit der Tiroler Versicherung.

Zwei Welten. Träge Nebelschwaden hängen über den regengetränkten Wiesen und zwischen den düsteren Waldabschnitten. Man begegnet keiner Menschenseele, während man auf dem matschigen Kiesweg zwischen den einsamen Bauernhöfen und ihren Feldern dahinwandert. Außer um den Ahlinger Hof. Rund um das Gehöft herrscht geschäftiges Treiben. Menschen in Regenmänteln stapfen eilig mit Klemmbrettern, dicken Kopfhörern und flauschigen Mikrofonen bepackt über den Hof, riesige Scheinwerfer tauchen die Front des Bauernhauses

in gleißendes Filmlicht und irgendwo abseits wandert ein Mann in altertümlichem Gewand konzentriert im Kreis und spricht leise vor sich hin. Das Geschehen erweckt den Eindruck, als würden früher und heute parallel existieren.

Kamera läuft. Es ist der erste Drehtag für den Jubiläumsfilm der Tiroler Versicherung. Das Museum Tiroler Bauernhöfe in Kramsach wurde als Drehort auserkoren. Die erste Szene, die für heute auf dem Programm steht, spielt 1919 im Büro der Tiroler Versicherung in Innsbruck. Der damalige Direktor wird darin unter Waffengewalt gezwungen, Verträge an die Italiener herauszugeben. In einem Zelt pavillon nahe dem Set kann man über einen Bildschirm die letzten Proben der Szene beobachten. Wenig später heißt es: „Bitte Ruhe – wir drehen!“ Wer beobachtet, was sich vor und hinter der Kamera abspielt, dem wird schnell klar, dass hier kaum ein klassischer Imagefilm entsteht.

Imagefilm



reelit



Dafür nicht wenig verantwortlich ist Leila Monterey. Sie ist im Bereich Digitalisierung und Prozessmanagement bei der TIROLER beschäftigt und verdient ihr Geld zusätzlich als Regisseurin, Drehbuchautorin und Filmschauspielerin. Der Vorstand kam im Frühling 2020 mit der Anfrage auf sie zu, einen historischen Film über 200 Jahre Tiroler Versicherung im Stil von „Das finstere Tal“ zu drehen. „Allen war ‚Das finstere Tal‘ ein Begriff. Dabei hatten wir den Eindruck, dass eine düstere Stimmung auch mehr Emotionen weckt“, erklärt Vorstandsassistentin Andrea Sigwart. Und Monterey machte sich an die Arbeit. „Ich musste mich erst einmal in das Material zu 200 Jahren Tiroler Versicherung einarbeiten. Man hätte einen Spielfilm drehen können“, erinnert sie sich.

Großes Kino. Auf dem Ahlinger Hof wird die erste Szene immer wieder aufs Neue gespielt, wobei das Geschehen aus unterschiedlichsten Perspekti-

ven aufgenommen wird. Als Zuschauer fühlt man sich schon jetzt in die Vergangenheit versetzt. Die Schauspieler machen ihre Arbeit gut. Die Anspannung über den Ernst der Lage für das kleine Publikum im Zelt pavillon beinahe greifbar. Dabei entsprechen die Reaktionen auch Montereys Vorstellung, wonach der Film ein Erlebnis bieten und es ermöglichen soll, sich in die

Geschichte hinein-zufühlen. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, trug sie die Idee an den Vorstand heran, den Imagefilm in Spielfilmformat zu realisieren – und traf auf Zustimmung. So wurden schließlich

sechs Meilensteine aus der Geschichte der TIROLER ausgewählt, die wiederum die sechs tragenden Szenen des Films bilden und zu einer zusammenhängenden Erzählung verbunden werden sollten. „Die Auswahl der wichtigsten Aspekte aus 200 Jahren Geschichte war schwierig, aber sie ist uns letztlich gut gelungen“, versichert Sigwart, während sie die Dreharbeiten mitverfolgt.

”

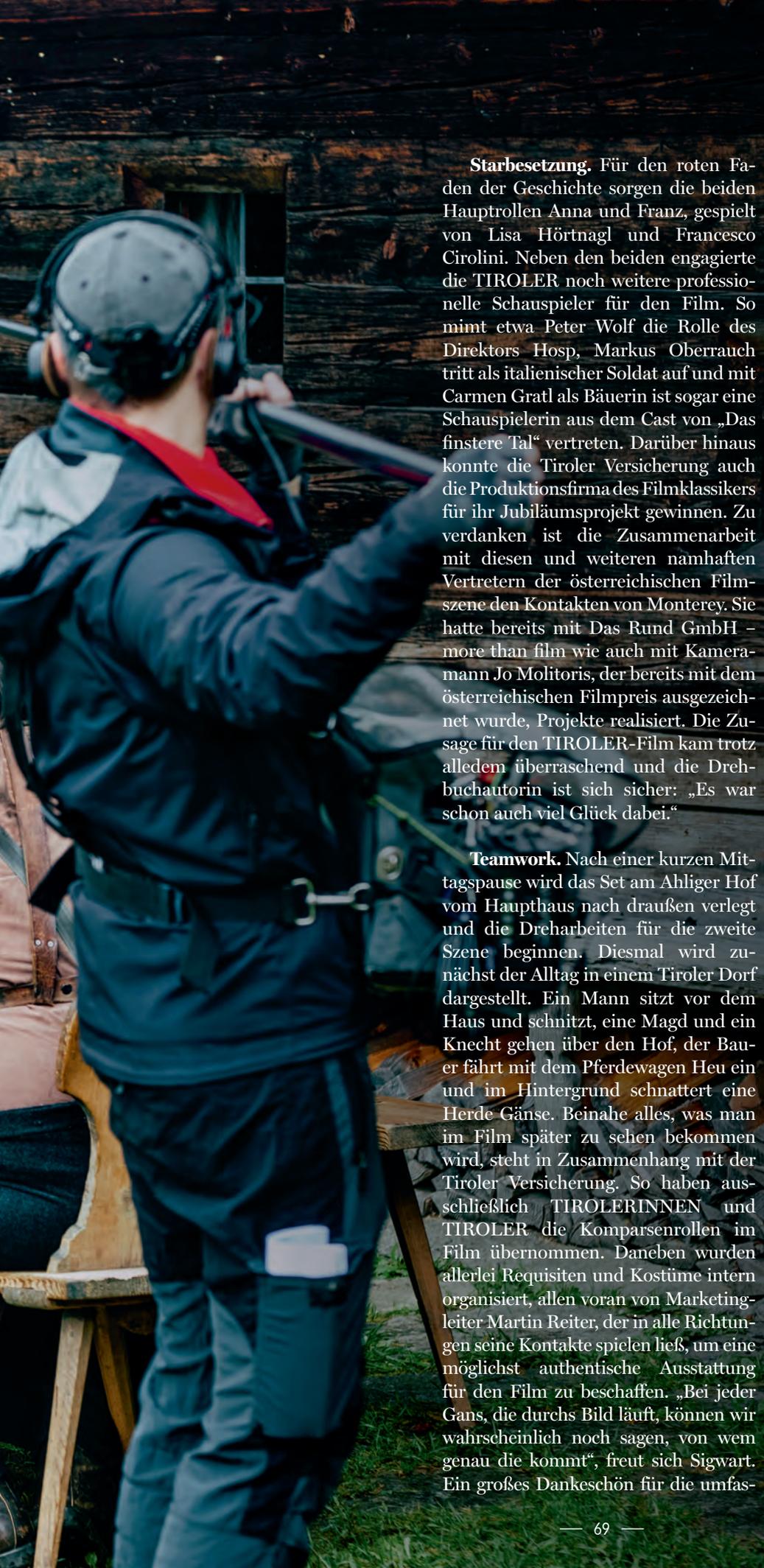
MIT DEM MATERIAL HÄTTE MAN AUCH EINEN SPIELFILM DREHEN KÖNNEN.

— LEILA MONTEREY —



Martin Reiter, Simon Dresch, Julia Steiner-Mair, Florian Nolting, Nicole Höllrigl, Bettina Scheidle, Bernhard Webhofer, Günter Knapp, Marlies Lener, Gerald Steiner, Andrea Sigwart, Anna Pfanzer, Andreas Uhl und Georg Gridling





Starbesetzung. Für den roten Faden der Geschichte sorgen die beiden Hauptrollen Anna und Franz, gespielt von Lisa Hörtnagl und Francesco Cirolini. Neben den beiden engagierte die TIROLER noch weitere professionelle Schauspieler für den Film. So mimt etwa Peter Wolf die Rolle des Direktors Hosp, Markus Oberrauch tritt als italienischer Soldat auf und mit Carmen Gratl als Bäuerin ist sogar eine Schauspielerin aus dem Cast von „Das finstere Tal“ vertreten. Darüber hinaus konnte die Tiroler Versicherung auch die Produktionsfirma des Filmklassikers für ihr Jubiläumsprojekt gewinnen. Zu verdanken ist die Zusammenarbeit mit diesen und weiteren namhaften Vertretern der österreichischen Filmszene den Kontakten von Monterey. Sie hatte bereits mit Das Rund GmbH – more than film wie auch mit Kameramann Jo Molitoris, der bereits mit dem österreichischen Filmpreis ausgezeichnet wurde, Projekte realisiert. Die Zusage für den TIROLER-Film kam trotz alledem überraschend und die Drehbuchautorin ist sich sicher: „Es war schon auch viel Glück dabei.“

Teamwork. Nach einer kurzen Mittagspause wird das Set am Ahliger Hof vom Haupthaus nach draußen verlegt und die Dreharbeiten für die zweite Szene beginnen. Diesmal wird zunächst der Alltag in einem Tiroler Dorf dargestellt. Ein Mann sitzt vor dem Haus und schnitzt, eine Magd und ein Knecht gehen über den Hof, der Bauer fährt mit dem Pferdewagen Heu ein und im Hintergrund schnattert eine Herde Gänse. Beinahe alles, was man im Film später zu sehen bekommen wird, steht in Zusammenhang mit der Tiroler Versicherung. So haben ausschließlich TIROLERINNEN und TIROLER die Komparsenrollen im Film übernommen. Daneben wurden allerlei Requisiten und Kostüme intern organisiert, allen voran von Marketingleiter Martin Reiter, der in alle Richtungen seine Kontakte spielen ließ, um eine möglichst authentische Ausstattung für den Film zu beschaffen. „Bei jeder Gans, die durchs Bild läuft, können wir wahrscheinlich noch sagen, von wem genau die kommt“, freut sich Sigwart. Ein großes Dankeschön für die umfas-

sende Unterstützung richten sie und Reiter im Namen des Unternehmens unter anderem an die Schlossbergspiele Rattenberg. Der Verein stellte nicht nur einiges an Material zur Verfügung, auch das Kinder-Ensemble „Gastspiel“ wurde der TIROLER wärmstens empfohlen. Die Kinder, die im Film zu sehen sein werden, spielten ihre Rolle als Schüler grandios.

Jahrhundertprojekt. Persönlichkeit und Unternehmensnähe, vereint mit dem professionellen Produktionsumfeld, machen den Jubiläumsfilm der Tiroler Versicherung zu einem Projekt der ganz besonderen Art. Dessen ist sich auch Produktionsleiter Markus Ringbauer voll und ganz bewusst. „Eine Produktion in der Größe ohne TV ist schon sehr ungewöhnlich“, bemerkt er und ergänzt: „Ohne die Unterstützung von so vielen Seiten wäre eine derartige Produktion sonst gar nicht möglich – auch budgetär nicht.“ Die Tatsache, dass es sich nicht um einen klassischen Imagefilm handeln sollte, sondern eine spielfilmartige Erzählung mit Dialog, die noch dazu den historischen Ereignissen gerecht werden sollte, macht für ihn den Reiz der TIROLER-Produktion aus.

Applaus. Von der Idee über die Ausarbeitung des Drehbuchs, die Akquise des Teams, das Organisieren von Ausstattung, Drehorten und Terminen, die Castings, Proben und Drehtage bis hin zu Nachbearbeitung und Schnitt des Films waren zahlreiche Personen beteiligt. Gemeinsam haben sie das Ausnahmeprojekt zum 200-Jahr-Jubiläum der Tiroler Versicherung mit viel Engagement und Herzblut möglich gemacht.

Zukunftsträchtig. Wenn das Jubiläumsvorhaben der Tiroler Versicherung eines deutlich macht, dann ist es, dass man mit ausreichend Einsatz wirklich alles schaffen kann. „Alles ist möglich, wenn man etwas wirklich will“, sind sich Monterey und Sigwart einig. Dieses Motto gilt dabei nicht nur für den Jubiläumsfilm, sondern zieht sich gleichermaßen durch die 200-jährige Erfolgsgeschichte der Tiroler Versicherung. ●

”

AUF DIE TIROLER
VERSICHERUNG
IST IMMER VERLASS.

— HANS DRESCH —



Eine Passion.

Kultur-Sponsoring spielt bei der TIROLER eine große Rolle. Das Beispiel der Passionsspiele Erl und ein Gespräch mit der Familie Dresch zeigen, wie leidenschaftlich und nachhaltig sich das Unternehmen für Tirols Kulturlandschaft engagiert.

Heimische Kunst- und Kulturprojekte – von Neuentdeckungen bis zu Kulturklassikern – zu fördern und zu unterstützen ist der Tiroler Versicherung seit vielen Jahren ein großes Anliegen. Die Passionsspiele Erl sind nur eines von vielen Beispielen dieses engagierten Sponsorings. Die TIROLER teilt die Begeisterung, die von den Passionsspielen ausgeht. Alle sechs Jahre steht Erl Kopf. Nämlich dann, wenn die nächste Aufführung ansteht. „Der Zusammenhalt im Dorf lässt sich schwer in Worte fassen. Das muss man selbst erleben“, erzählt Hans Dresch, der viele Jahre als Obmann des Passionsspielvereins tätig war. Die Passionsspiele verbinden die ganze Familie. Genauso wie die Tiroler Versicherung, die als Arbeitgeberin und Sponsorin der Passionsspiele eine verlässliche Partnerin ist. Hans Dresch war bis zu seiner Pensionierung genauso wie Lea und Simon im Kundenbüro in Kufstein beschäftigt. Hans war wie Simon im Außen-, Lea im Innendienst. „Ich konnte mich nicht beklagen, dass ich meine Kinder zu selten sehe“, lacht Hans. „Ich habe es als sehr positiv empfunden, dass alle drei bei der Tiroler Versicherung gearbeitet haben und Lea und Simon noch dort arbeiten. Auch wenn ich bei Gesprächen manchmal nicht ganz mitkomme. Ganz automatisch reden sie über interne Firmendinge, bei denen ich nur Bahnhof verstehe“, schmunzelt Claudia.

Familienbände. Auch wenn der Kontakt beruflich sehr eng war, Konflikte gab es wenige. „Jeder hatte sein Aufgabengebiet und wusste, was zu tun ist. Und weil die Kinder ja schon außer Haus sind, sieht man sich daheim nicht jeden Tag“, erzählt Hans. Simon hat genauso wie sein Vater im Passionsspieljahr einen langen Bart und längere Haare – Teil der Vorbereitungen für die Passionsspiele. „Ein Jahr vor den Aufführungen gibt es in Erl quasi einen Frisörstopp“, weiß Hans. Zunächst sei er nicht sicher gewesen, wie der lange Bart und die langen Haare bei Kundengesprächen ankommen würden. „Meine Bedenken waren umsonst. Ich habe immer gleich erklärt, wofür ich das mache. Das war meist ein guter Einstieg ins Gespräch.“

die verbindet

Gemeinschaft. Simon hatte sich ebenfalls schnell an die optische Veränderung gewöhnt, „auch wenn so mancher schon erschrickt, der mich länger nicht gesehen hat.“ Simon verkörperte bei den Passionsspielen Barabbas, seine Schwester Lea spielte im Volk mit. Das ganze Dorf wird bei den Passionsspielen mit eingebunden. „Jeder Haushalt wird im Jahr vor den Spielen besucht und gefragt, wer mit dabei sein mag. Von 1.450 Einwohnerinnen und Einwohnern spielen 600 mit. Das Alter spielt keine Rolle. Somit gibt es auch keine Nachwuchsprobleme“, freut sich Hans.

Breite Unterstützung. Dass die Passionsspiele problemlos über die Bühne gehen können, liegt auch an der breiten Unterstützung, auf welche die Organisatoren seit vielen Jahren zählen können. „Gerade auf die Tiroler Versicherung können wir uns diesbezüglich immer verlassen. Das ist sehr wichtig, weil das Ganze natürlich auch mit erheblichen Kosten verbunden ist. Die Technik ist sehr teuer, wir wollen schließlich auf dem neuesten Stand sein“, erklärt Hans. Die finanzielle Unterstützung sei aber längst nicht der einzige Faktor, betont Claudia, die viele Jahre im Komitee bei den Passionsspielen mitwirkte: „Was ich ganz toll finde, ist, dass uns die Tiroler Versicherung ganz stark nach außen trägt. Schließlich muss man die Menschen erst dazu bewegen, sich die Passionsspiele anzuschauen. Es gibt so viele andere Events, Konzerte und Festivals. Umso wichtiger ist es, dass wir präsent sind.“

Ausnahmezustand. Wie groß die Begeisterung und der Zusammenhalt in Bezug auf die Passionsspiele Erl sind, hat Claudia selbst miterlebt. „Ich bin 1980 nach Erl gekommen. Ich wusste von den Passionsspielen nicht viel. Vor allem wusste ich nicht, wie ein Passionsspiel ein ganzes Dorf prägen kann. Das merkt man besonders, wenn man von außen dazukommt. Unglaublich, welche Motivation und welchen Sog das mit sich bringt. Ich habe großen Respekt vor den Erlern bekommen, die das so fantastisch umsetzen.“ 1985 spielte Claudia zum ersten Mal mit. Das ehemalige Komiteemitglied stand bei den Passionsspielen als Veronika auf der Bühne. Außerdem war die zweifache Mutter lange für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig. Alle vier sind stolz darauf, Teil der Passionsspiele zu sein. „Das ist jedes Mal ein tolles Erlebnis. Man lernt auch immer wieder Erler, die man nur vom Sehen oder oberflächlich kennt, besser kennen“, erzählt Lea. „Die Passionsspiele gibt es seit mehr als 400 Jahren. Ich habe 1968 zum ersten Mal mitgespielt. Ohne die Passionsspiele kann ich es mir gar nicht mehr vorstellen“, sagt Hans.

Keine Pause. Für die Passionsspiele wird schon lange im Vorhinein geprobt. Bei den Proben müssen die Protagonisten immer wieder Durchhaltevermögen beweisen. „Im Passionsspielhaus ist es im Winter kalt. Es gibt keine Heizung. Das ist der größte Eisschrank Österreichs“, lacht Hans. Ohne Skianzug gehe nichts. „Jeder weiß, worauf er sich einlässt. Da wird nicht gejamert. Eine Kappe aufsetzen und weiter geht's.“ Nach Ende der Aufführungen geht es immer gleich in die Planung für die kommenden Passionsspiele: „Dann starten bereits die ersten Vorbereitungen für das nächste Mal“, erklärt Hans. Eine echte Passion eben. ●

”

JEDER HAUSHALT
WIRD GEFRAGT, WER
DABEI SEIN MAG.

— HANS DRESCH —



”

BART UND LANGE
HAARE? MANCHER
ERSCHRICKT SCHON.

— SIMON DRESCH —

”

ES IST JEDES
MAL EIN TOLLES
ERLEBNIS.

— LEA DRESCH —



Wenn jemand die Tiroler Versicherung nicht kennen würde, wie würden Sie ihm das Unternehmen beschreiben?

EIN TIROLER UNTERNEHMEN, DAS NICHT NUR EIN BELIEBTER ARBEITGEBER IST, SONDERN DESSEN OBERSTE MAXIME ES IST, DEN KUNDINNEN UND KUNDEN KOMPETENTE BERATUNG UND SCHNELLSTMÖGLICHE UNTERSTÜTZUNG IN SCHADENFÄLLEN ZU GEBEN.

Wie wichtig sind Unternehmen wie die TIROLER für Tirol?

DIE TIROLER BIETET NICHT NUR KRISENFESTE ARBEITSPLÄTZE, SONDERN ALS TRADITIONSBETRIEB SCHUTZ UND SICHERHEIT FÜR VIELE TAUSEND TIROLER FAMILIEN.



J O S E F G E I S L E R

TEXT Katharina Zierl FOTO Berger

Was schätzen Sie an der Tiroler Versicherung am meisten?

DIE SCHNELLE UND KOMPETENTE ERLEDIGUNG DER SCHADENFÄLLE FÜR IHRE KUNDIN- UND KUNDEN.

Wie erleben Sie die Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen bei der Tiroler Versicherung?

SIE ZEICHNET SICH DURCH EIN HOHES MASS AN SOZIALEM ENGAGEMENT UND VERANTWORTUNGSBEWUSSTSEIN AUS.

Was hat sich im Unternehmen aus Ihrer Sicht in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten am meisten verändert?

DAS TEMPO, MIT DEM PROJEKTE UMGESETZT WERDEN, ABER AUCH DIE

KOMPLEXITÄT DER AUFGABEN. DAS IST BEEINDRUCKEND.

Was sind die größten Herausforderungen, welche die TIROLER in naher und ferner Zukunft bewältigen muss?

EINE TÄGLICHE HERAUSFORDERUNG IST, DASS DIE TIROLER DIESES HOHE MASS AN KUNDENZUFRIEDENHEIT BEIBEHALTEN KANN.

Was wünschen Sie dem Unternehmen für die Zukunft?

DASS WIR AUCH ZUKÜNFTIG EIN SO TOLLES BETRIEBSKLIMA HABEN UND UNSER UNTERNEHMEN DIE VERSICHERUNG FÜR ALLE TIROLERINNEN UND TIROLER IST.

ZUR PERSON

Seit 2013 ist Josef Geisler Aufsichtsratsvorsitzender der Tiroler Versicherung.

Josef Geisler war von 1994 bis 2013 Abgeordneter zum Tiroler Landtag und von 2003 bis 2009 Bürgermeister von Aschau im Zillertal. Seit 2013 ist er Landesrat und erster Landeshauptmann-Stellvertreter.



IN DER ERSTEN REIHE
IN DER ERSTEN REIHE

Thomas Steixner ist seit 1986 bei der TIROLER.

Thomas Steixner, Martin Außerer, Armin Singer und Manfred Gutwenger starteten ihre Laufbahn vor vielen Jahren bei der Tiland – und sind bei der TIROLER zu wichtigen Stützen des Unternehmens geworden. Eine gemeinsame Bilanz.

TEXT Katharina Zierl FOTOS Birgit Pichler

W

as Thomas Steixner, Martin Außerer, Armin Singer und Manfred Gutwenger gemeinsam haben?

Sie haben die Entwicklung der Tiroler Versicherung in den vergangenen Jahrzehnten hautnah miterlebt – in jungen Jahren als Mitarbeiter, später als unverzichtbare Entscheidungsträger im Unternehmen.

Erste Stelle. Thomas Steixner, der bei der TIROLER den Bereich Rückversicherung, Produktentwicklung und Rechtsschutz leitet, kann sich noch gut an seine Anfänge erinnern: „Ich kam damals, vor 35 Jahren, direkt nach dem Bundesheer ins Unternehmen. Es war meine erste Stelle. Ich hatte die Gelegenheit, mehrere Stationen durchzumachen, und meine erste war in der Berechnungsabteilung. Dort konnte ich mir viel Versicherungswissen aneignen. Polizzen wurden nachgerechnet, um zu überprüfen, was der Außendienst reingebracht hat. Dann wurde alles nochmal kontrolliert. Es gab alle 14 Tage einen sogenannten Probedruck, ein endlos langes Papier aus Salzburg, weil wir damals noch keine EDV hatten. Man kann sich das heute nicht mehr vorstellen, die Arbeitsweise war ganz anders. Die Möglichkeiten waren sehr begrenzt.“ Auch der Wechsel in eine andere Abteilung gestaltete sich laut Thomas Steixner schwierig: „Wenn man die Abteilung verlassen hat, gab es schnell eine blöde Nachrede. Damals hat fast niemand über den eigenen Tellerrand geschaut. Man war ein Exot, wenn man das gemacht hat.“ Steixner selbst wechselte nach zwei Jahren in die Schadenabteilung. „Das war ein toller Job – diese Stelle ist einfach immer spannend, vor allem der Kontakt mit den Kunden vor Ort. Wenn man gern mit Menschen arbeitet, ist das eine interessante Herausforderung. Danach habe ich die Möglichkeit bekommen, in die Rückversicherung zu wechseln und später dann den Bereich der gesamten Versicherungstechnik – also Vertrags- und Schadenabteilung sowie Rückversicherung – zu übernehmen.“

”

DIE MÖGLICHKEITEN
WAREN SEHR BEGRENZT.

— THOMAS STEIXNER —

Betriebsrat. Auch als Betriebsrat hat Thomas Steixner einiges an Erfahrung. Gegen Ende der Periode der alten Vorstände habe es einige Dinge gegeben, die ihm und anderen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nicht gepasst haben: „Wir haben gewagt, eine eigene Betriebsratsliste zu erstellen. Vorher hatte es das noch nie gegeben, dass eine zweite Liste eröffnet wird. Ich hatte auf Anhieb die meisten Stimmen und dann ging es zur Sache. In dieser Phase war es nicht einfach. Mit den neuen Vorständen im Jahr 2000 kam vieles ins Rollen. Es wurde eine neue Gleitzeitregelung von sieben Uhr morgens bis sieben Uhr abends eingeführt und das ganz ohne Kernzeit. Das war für uns damals legendär. Daran hat sich bis heute nichts geändert. Die Pensionen wurden auch neu geregelt. Als Betriebsratsvorsitzender war es mein Ziel, für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sowohl im Innen- als auch im Außendienst, eine vernünftige Lösung zu finden, was uns auch gelungen ist und zukunftsweisend war. Ehemalige Abteilungsleiter haben mir dann die Meinung gesagt. Es ging eben um weitreichende Änderungen, die für die TIROLER mittel- und langfristig sehr wichtig waren. Das Thema war sehr explosiv, es war eine sehr harte Zeit mit einigen tiefen persönlichen Angriffen und Verletzungen.“

Führungskraft. Wie Thomas Steixner den Wechsel vom Mitarbeiter zur Führungskraft empfunden hat? „Das war schon etwas Besonderes. Du kennst die Menschen sehr gut und plötzlich bist du verantwortlich für die ganze Truppe. Man muss sich gut überlegen, welche Richtlinien man aufstellt, wie man selber sein möchte und was man von seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erwartet. Das ist eine spannende Arbeit.“ Was den Bereich Rückversicherung, den Thomas Steixner neben dem Bereich der Produktentwicklung und Rechtsschutz leitet, so interessant macht? „Ohne Rückversicherung kann man keine Bilanz erstellen. Das ist eine der tragenden Säulen im Unternehmen. Das Spannende ist auch, dass man in alle Bereiche Einblicke bekommt. Rückversicherung schützt die TIROLER vor großen Feuer- sowie Naturkatastrophenschäden. Gerade dieser Bereich wird immer wichtiger.“

“

ES GING WEG VON DER EINZEL-
KÄMPFERMENTALITÄT.

— MARTIN AUSSERER —



Hier haben wir weltweite Kontakte mit Rückversicherern aus ganz Europa, den USA, aber auch Asien. Das macht die Arbeit dann schon sehr interessant und spannend. Auch wenn die Katastrophen scheinbar immer mehr zunehmen, es wird immer eine Lösung geben müssen. Also frei nach dem Motto: Wolken trüben nicht immer den Himmel, manchmal erhellen sie ihn. Es ist wichtig, positiv und vor allem lösungsorientiert zu denken und dann auch danach zu handeln.“

Umstellung. Auch Martin Außerer, der das Personalmanagement der TIROLER leitet, hat seine erste Zeit im Unternehmen noch gut in Erinnerung: „Ich habe 1993 im Rechnungswesen angefangen. Es gab anfangs keinen PC, sondern nur einen Buchhaltungscomputer. Ich war es von zu Hause allerdings schon gewohnt, die Buchhaltung und die Lohnverrechnung an einem PC zu machen. Ich war überrascht, dass es in den Abteilungen statt PCs nur Schreibmaschinen mit Speicher gab. Im gleichen Jahr bekamen wir die ersten PCs und ich begann, in der Buchhaltung alles auf Excel umzustellen. Durch den Vorstandswechsel wurde vieles möglich. Man bekam Chancen, unabhängig von Alter oder Geschlecht.“ Nach einigen Jahren in der Buchhaltung wechselte Martin Außerer 1997 in die Lohnverrechnung. „2002 bekam ich vom Vorstand die Chance, die Personalverwaltung und -verrechnung zu übernehmen. Ich arbeite

Seit 1993 bei der Tiroler Versicherung:
Martin Außerer

gerne mit Zahlen und das war genau, was ich machen wollte. Das ist bis heute eine sehr spannende Aufgabe. Kein Tag gleicht dem anderen. Die Anforderungen, die wir im Personalbereich haben, verändern sich laufend. 1997 waren wir zu zweit in der Personalverrechnung, jetzt besteht mein Team aus elf Personen. Langweilig ist es jedenfalls nie. Wir haben bei der TIROLER viele Möglichkeiten – wir können Ausbildungen machen und haben ein großes Netzwerk mit vielen Austauschmöglichkeiten.“

Tellerrand. Wie sich das Unternehmen aus seiner Sicht im Vergleich zu den 1990er-Jahren verändert hat? „Wir sind weg von der Einzelkämpfermentalität und blicken über den Tellerrand hinaus. Ich denke, dass der Großteil der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Wohl der TIROLER im Auge hat. Wenn jemandem irgendwo etwas auffällt, denkt er sich nicht: ‚Das geht mich nichts an‘, sondern nimmt den Hörer in die Hand und versucht, eine Lösung zu finden. Der Auftritt nach außen hat sich ebenfalls stark verändert. Aus- und Weiterbildung wurden immer wichtiger. Früher war es nicht wirklich erwünscht und fast schon verpönt, wenn extern Fortbildungen besucht wurden. Mittlerweile geht es in die andere Richtung. Junge Leute wollen sich gerne weiterbilden und wir bieten ihnen dazu die Möglichkeit. Es hat sich insgesamt viel an der Mentalität geändert. Die Work-Life-Balance wird immer wichtiger, das war früher noch kein Thema. Auch die Bereitschaft zum Jobwechsel ist gestiegen. Früher haben unsere Eltern gesagt: ‚Jetzt arbeitest du erst einmal gscheit‘, heute heißt es: ‚Such dir lieber etwas Neues, wenn es im Job nicht mehr passt. Wir unterstützen dich.‘ Das Bedürfnis, den ganzen Tag zu arbeiten, ist nicht mehr vorhanden. Stattdessen wählt man lieber einen 25-Stunden-Job und geht nebenher seinem Hobby nach. Auf diese Veränderungsprozesse muss man sich einstellen. Wir sind als Unternehmen auf einem guten Weg, weil wir immer wieder neue Modelle schaffen, um auf die veränderten Bedürfnisse einzugehen.“

”

ES GING ALLES EIN
BISSCHEN LANGSAMER.

— ARMIN SINGER —

1991 startete Armin Singer
bei der TIROLER durch.



Neue Ära. Vor 30 Jahren, 1991, startete Armin Singer, Leiter der Abteilung Direktions- und Referenzkunden, seine Karriere bei der damaligen Tiland. „Das war ein verstaubtes Unternehmen. Wir wurden als die Bauern-Versicherung angesehen. Bei uns ging alles ein bisschen langsamer, wir waren noch nicht so professionell, sondern hinkten hinterher. Die Kolleginnen und Kollegen, die immer noch bei den Mitbewerbern arbeiten, sagen jetzt zu uns, dass wir es besser gemacht haben. Es hat sich wirklich viel getan. Wir waren ein verstaubtes Mauerpflänzchen und sind jetzt eine vier Meter hohe Sonnenblume. Mit dem Vorstandswechsel 2000 spürte man, dass eine neue Ära angebrochen war. Es zählte nicht mehr die Dienstzugehörigkeit in Jahren, sondern das Engagement. Wenn man sich verändern wollte, dann durfte man das probieren. Wir wurden gepusht und konnten uns entwickeln. Es gab gleiche Chancen für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mit der Veränderung kam auch die Schnelligkeit.“ Nach einem Hearing im Jahr 2006 bekam Armin Singer die Chance, den gesamten Vertrieb in der TIROLER zu übernehmen. „Ich hätte mir nie gedacht, dass es mit dem neuen Vorstand diese Möglichkeit geben würde.“

Abwechslungsreich. Langweilig ist ihm bis heute an keinem einzigen Tag. „Die Veränderungen im Unternehmen und am Markt sind so gravierend, dass man jeden Tag Neues entdeckt oder Altes neu prüfen muss. Es gibt viele Innovationen und Neuerungen. Es ist spannend, aber im Vergleich zu früher auch viel aufwändiger. Die Erwartungen seitens der Kundinnen und Kunden sind viel höher. Die Königsdisziplin ist immer der Umgang mit den Menschen. Ich muss mich mit jedem verständigen können und zu einem guten Ergebnis kommen. Die Tugenden der TIROLER, auf Leute zuzugehen und es ehrlich mit ihnen zu meinen, sind wichtig. Wir bieten mittlerweile eine große Flexibilität.“ Armin Singer hat es nie als Nachteil empfunden, nur bei der TIROLER gearbeitet zu haben: „Ich habe in dem Unternehmen extrem viel

gesehen und miterlebt. Ich habe die Entscheidung, hier so lange zu arbeiten, nie bereut.“

Gemeindeprodukt. Wie innovativ und flexibel die TIROLER für ihre Kundinnen und Kunden arbeitet, zeigt sich auch an einem höchst erfolgreichen Produkt. Ein Versicherungsprodukt für Gemeinden, eine kreative Speziallösung, fand großen Anklang. „Das läuft mittlerweile seit 14 Jahren. Von den 279 Gemeinden in Tirol haben wir 245 mit diesem Produkt erreicht. Und es gibt nach wie vor kein vergleichbares Angebot“, freuen sich Armin Singer und Manfred Gutwenger, der seit 1989 bei der TIROLER tätig und ebenfalls für Großkunden zuständig ist.

Alte Strukturen. Aus seiner Anfangszeit kann Manfred Gutwenger einiges erzählen: „Ich kann mich noch erinnern, dass wir ein Telefon für zwei bis drei Leute in einem Büro hatten. Das kann man sich heute gar nicht mehr vorstellen. Mein Start in der Berechnungsabteilung war aber insgesamt eine super Ausbildungsstätte. Dann bin ich in die Schadenabteilung gewechselt. Das hat mir sehr viel Spaß gemacht. Wir waren junge Mitarbeiter, die vieles hinterfragt und es als ihre Aufgabe gesehen haben, Dinge anders anzugehen. Die Abteilungen waren allerdings viel abgekapselter als heute. Wir hätten auch gern durch alle Abteilungen geschnuppert, das war damals aber überhaupt nicht erwünscht. Das Alter hat den Weg vorgegeben. In der neueren Struktur bekam man die Möglichkeit, sich zu beweisen, wenn man das wollte. Mit dem Vorstandswechsel im Jahr 2000 und den damit verbundenen Umstrukturierungen wurde wirklich viel in Gang gesetzt. Das Tempo war ein Wahnsinn. Im Nachhinein waren die Schritte, die im Haus durchgeführt wurden, auf jeden Fall berechtigt. Mein eigener Wechsel in den Vertrieb und die Möglichkeit, Produkte zu bestimmen und zu entwickeln, waren dann auch Glück – für das Unternehmen und für mich.“

”

DIE ABTEILUNGEN WAREN VIEL ABGEKAPSELT.

— MANFRED GUTWENGER —

Gestaltung. Bei der Tiroler Versicherung habe man einfach gemerkt, dass man mitgestalten könne. „Und das haben wir alle in unseren Bereichen dann auch gemacht. Für mich sind die 30 Jahre Tiroler Versicherung eine sehr persönliche Geschichte, ich habe mich immer wohlgefühlt. Auch ein schlechter Tag wurde durch das Team zu einem guten, weil man sich gegenseitig motivierte. Dadurch kann ich auch nach 30 Jahren noch sagen, dass ich sehr gern hier arbeite“, betont Manfred Gutwenger.

Hinterfragen. Was er jungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit auf den Weg geben würde? „Hinterfragen, anstatt Dinge einfach als gegeben hinzunehmen. Wenn sie etwas interessiert, sollten sie sich ruhig auch etwas zutrauen. Nur auf diese Weise können wir weiterkommen und uns verändern. Bei der TIROLER sind zum Glück alle sehr offen und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden aktiv in den gesamten Betrieb eingebunden – wenn jemand Fragen hat, bekommt er immer ehrliche Antworten.“ Manfred Gutwenger rät Jüngeren aber auch zu einer gewissen Geduld: „Nicht alles geht sofort. Und auch, wenn man sich schon für eine Aufgabe bereit fühlt, muss man Geduld haben und auf den richtigen Zeitpunkt warten. Günstige Gelegenheiten tun sich immer wieder auf.“ ●



Manfred Gutwenger ist
seit 1989 bei der TIROLER tätig.

Der

zum Schlüssel – zu

olg

Flexibilität und Talentförderung gehören bei der Tiroler Versicherung zu Firmenphilosophie. Auch das Trainee-Programm zeigt, dass sich die Investition in eine umfassende Ausbildung mehr als lohnt.

folg

TEXT Katharina Zierl FOTO Martin Vandory



Der Schlüssel zum Erfolg

Die Struktur des Unternehmens passt sich den Menschen an und nicht umgekehrt“, sagt Harald Siegmund und bringt damit auf den Punkt, worauf die Tiroler Versicherung bei ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern den Fokus legt. Es sind die Fähigkeiten und Talente, die zählen und schließlich auch den Aufgabenbereich im Unternehmen bestimmen. Das Interview mit Harald Siegmund, der selbst das Management-Trainee-Programm absolvierte und den Bereich jetzt verantwortet, sowie mit den ehemaligen Trainees Sonja Hörtnagl und Christian Nuener zeigt, wie flexibel die Tiroler Versicherung agiert und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter langfristig motiviert.

Fünf Trainees pro Jahr. Einmal pro Jahr werden drei Versicherungsmanagement-Trainees und zwei Trainees für Kundenberatung eingestellt. Zwei Jahre lang durchlaufen sie diverse Abteilungen in der TIROLER und werden dann in den Bereichen eingesetzt, in denen ihre Stärken und Interessen liegen. Harald Siegmund weiß, worauf sich die Trainees freuen dürfen. Bereits von 2015 bis 2017 war er als Praktikant bei der TIROLER tätig, im April 2019 stieg er nach erfolgreich absolviertem Studium als Management-Trainee wieder ein.

Ausnahmesituation. Als Corona-Beauftragter zeigte er bereits sein Können und die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen. „Ich wurde vom Vorstand gefragt, ob ich die Koordination der Corona-Thematik übernehmen möchte. Diese Chance habe ich ergriffen und das hat für mich dann auch sehr gut gepasst. Die Koordination des Corona-Themas liegt auch jetzt noch bei mir. Es gibt immer wieder neue Entwicklungen. Das ist sehr spannend, weil ich mit ganz vielen Personen im Unternehmen nach wie vor Kontakt habe.“ Mittlerweile leitet Harald Siegmund die Abteilung Schadensservice und die Trainee-Programme. Seine Karriere zeigt eindrucksvoll, welche Entwicklungsmöglichkeiten sich für Trainees bei der Tiroler Versicherung bieten.

Karriere nach Plan. „Unser Trainee-Programm ist außergewöhnlich. Kein Unternehmen bietet die Möglichkeit, so intensiv in die einzelnen Abteilungen einzutauchen. Wer als Trainee anfängt,

bekommt einen Plan, der skizziert, wie die zweijährige Ausbildung verlaufen wird. Trainees durchlaufen eine breite Auswahl von Abteilungen und Bereichen. Man bekommt einen sehr guten Einblick in das Unternehmen und wird in jeder Abteilung so eingeschult, als wäre man dort ein vollwertiger Mitarbeitender. Das ist eine unglaublich gute Gelegenheit, in relativ kurzer Zeit

eine sehr breite Palette einer Branche kennenzulernen“, ist der 27-Jährige überzeugt.

“
ES IST MIR SEHR WICHTIG, DASS SICH DIE TRAINEES IM UNTERNEHMEN WOHLFÜHLEN.

— HARALD SIEGMUND —

Flexibilität. Harald Siegmund will das Trainee-Programm laufend weiterentwickeln. „Mir ist es sehr wichtig, dass die Ausbildung gut funktioniert

und sich alle bei uns im Unternehmen wohlfühlen.“ Es gibt eine Grundstruktur im Ausbildungsplan, die um individuelle Punkte ergänzt wird. „Wir wollen auch auf die Vorkenntnisse, die ein Trainee mitbringt, eingehen und den Weg schon in eine bestimmte Richtung mitformen. Das Programm wird immer flexibler“, betont Harald Siegmund.

Der Schlüssel zum Erfolg

”

ES WAR EINE SPANNENDE ZEIT, WEIL ICH VIEL GELERNT HABE UND ÜBERALL VOLL INTEGRIERT WURDE.

— SONJA HÖRTNAGL —

Alle Bereiche kennenlernen. „Dieses zweijährige Ausbildungsprogramm ist sicher einzigartig in Tirol. Es ist in der Branche bekannt, dass die Tiroler Versicherung ausgezeichnete Fachkräfte hat. Es ist uns ein großes Anliegen, profund ausgebildete Leute aufzubauen“, betont Jane Platter vom Personalmarketing. Deshalb sei es wichtig, „dass sie alle Bereiche im Haus kennenlernen. Im Laufe der Trainee-Zeit kristallisiert sich heraus, welche Stärken, Interessen und Talente jemand mitbringt, und dementsprechend wird sie oder er dann auch eingesetzt.“ Es entspreche voll und ganz der Firmenphilosophie, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht von vornherein in Organigrammen eingegliedert werden. „Wir orientieren uns immer an den Fähigkeiten der Menschen und setzen sie dementsprechend ein“, so Platter.

Wissen vertiefen. Die Zeit herauszufinden, was ihr am besten liegt, nutzte auch Sonja Hörtnagl, die das Trainee-Programm erst vor Kurzem beendet hat. „Die erste Zeit war sehr lehrreich für mich. Zunächst habe ich wie alle anderen die Grundschulung absolviert. Dann habe ich die unterschiedlichen Abteilungen kennengelernt. Das ist sehr spannend, weil man viel lernt und gleich überall voll integriert und eingebunden wird“, freut sich Sonja Hörtnagl, die Jus studiert hat. „Ich habe in jeder Abteilung alles mitbekommen, aber rechtliche Aspekte wurden vertieft. Im Laufe der Zeit konnte ich mich daher schon mit den verschiedensten Rechtsbereichen auseinandersetzen, unter anderem mit Datenschutz, Vertragsrecht und Compliance. Diese Zeit hat mir auf jeden Fall sehr viel gebracht“, sagt Sonja Hörtnagl.

Herausforderung angenommen. Auch während der Corona-Krise war sie durchaus gefordert: „Ich wurde vom Vor-

stand gefragt, ob ich in rechtlicher Hinsicht gewisse Änderungen, die sich aufgrund von Corona ergeben, anschauen und überlegen möchte, wie wir das umsetzen können. Es war für mich spannend, auf die aktuellen Herausforderungen zu reagieren.“ Derzeit ist Sonja Hörtnagl in ihrer Funktion als juristische Assistentin des Bereichsleiters Schaden und Leistung für das bereichsinterne Schadencontrolling zuständig, unterstützt bei der Klärung rechtlicher und fachlicher Fragestellungen und koordiniert abteilungsinterne und -übergreifende Projekte. Ein gelungener Beginn einer vielversprechenden Karriere.

Raketenstart. Einer, der selbst erlebt hat, wie schnell die Tiroler Versicherung Talente erkennt und fördert, ist Christian Nuener. Der mittlerweile 35-Jährige hat im April 2015 mit dem Trainee-Programm gestartet. „Mir war zu Beginn nicht klar, was genau ich mir unter einer Trainee-Ausbildung vorstellen muss. Ich ließ es auf mich zukommen. Das Funktionieren eines Versicherungsunternehmens von Grund auf kennenzulernen war dann eine tolle Chance. Diese Gelegenheit gibt es in Tirol nur in unserem Unternehmen“, erzählt Christian Nuener. Man gewinne während des Programms einen extrem wertvollen Gesamtüberblick. „Mir wurde bereits während meiner Zeit als Schaden-Trainee angeboten, eventuell in einem anderen Bereich tätig zu werden. Nach rund sechs Monaten war klar, dass ich in der Stabstelle Recht beim Vorstand anfangen werde“, erinnert er sich.

Viel Verantwortung. Drei Jahre arbeitete Christian Nuener in der Abteilung. „Ich habe während dieser Zeit sehr viel Förderung erfahren. Zwei Jahre war ich dann als Datenschutzbeauftragter tätig, wo ich auch schon das Umsetzungsprojekt

Der Schlüssel zum Erfolg

in leitender Funktion mitübernehmen durfte. Das war durchaus viel Verantwortung nach gerade einmal zwei Jahren Firmenzugehörigkeit.“ 2019 kam dann der Wechsel in den Bereich Schaden, wo er eine Abteilungsleitung übernommen hat. „Ziemlich genau ein Jahr später habe ich die Verantwortung für den ganzen Bereich übertragen bekommen. Die letzten sechs Jahre sind raketenhaft verlaufen: vom Auszubildenden bis hin zur Führungskraft von 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern“, freut sich Christian Nuener.

Führen während der Krise. Als wäre die neue Funktion nicht schon Herausforderung genug, sah sich der 35-Jährige bereits kurz nach seinem Wechsel mit der Corona-Krise konfrontiert: „Ich habe die Bereichsleitung am 1. März 2020 übernommen. Dann ging die Krise los. Für mich war das alles überaus lehrreich, weil man die Führungsfunktion gleich in einer Ausnahmesituation lernen muss. Es war sehr spannend, die Kommunikation auf neuen Kanälen aufrechtzuerhalten und gleichzeitig die Verantwortung für einen so zentralen Bereich zu haben.“ Er sei mit der Einstellung herangegangen, „dass ein Schwert auch im Feuer geschmiedet wird und nicht im kalten Wasser.“ Man sei jeden einzelnen Tag gefordert gewesen: „Stündlich oder zumindest täglich gab es neue Informationen, auf die man reagieren musste. Das war wirklich eine herausfordernde, aber auch sehr lehrreiche Zeit.“

Eine Frage des Vertrauens. Eine zentrale Erfahrung während der Krise sei für Nuener gewesen, dass Vertrauen ganz viel bewirke. „Wir hatten in der Schadenleitung nie das Gefühl, dass wir unseren Leuten nicht vertrauen können. Genau das haben wir ihnen auch vermittelt. Wir haben immer gewusst, dass jeder seine Arbeit macht. Es wurde kein Misstrauen

geschürt. Und das Vertrauen haben wir voll und ganz zurückbekommen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren dankbar, dass man eine Linie vorgibt und immer klar und transparent kommuniziert“, sagt Christian Nuener. Für ihn selbst sei auch sehr wichtig gewesen, in Richtung Vorstand Danke zu sagen. „Man bekam von Anfang an Jobsicherheit und den klaren Auftrag, dass wir in der Tiroler Versicherung diese Zeit nutzen, um Dinge umzusetzen, für die uns sonst oft die Zeit fehlt. Wir haben diese Krise als Chance begriffen, einen Vorsprung herauszuarbeiten. Das war sehr motivierend“, freut sich Christian Nuener.

Wohin die Reise geht. Die Karriere des 35-Jährigen zeigt, wie flexibel die Tiroler Versicherung Talente fördert und Stärken hervorhebt. „Man wird wirklich gefördert und es wird auch ganz offen darüber gesprochen, was die eigenen Wünsche sind und wie man seine Ziele erreichen kann. Den Worten sind Taten gefolgt, was mich sehr gefreut hat. Das bildet einfach ganz viel Vertrauen“, betont der Bereichsleiter. Wenn jemand Verantwortung übernehmen möchte, würde er sie bei der Tiroler Versicherung auch bekommen. „Man muss sich dann aber auch beweisen. Man muss sicher agil sein und eine gewisse Flexibilität mitbringen. Gerade wenn man jung ist und seinen Weg sucht, ist das eine super Möglichkeit“, betont Christian Nuener. Diese Flexibilität sei es auch, was als Führungskraft bei der Tiroler Versicherung so viel Spaß mache: „Wir reagieren darauf, wie sich die Arbeitswelt entwickelt. Wir bieten innerhalb des Unternehmens Veränderungsmöglichkeiten. Menschen, die sich neu orientieren wollen, müssen nicht gleich das Unternehmen verlassen, das finde ich einen super Ansatz. So habe ich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich ständig weiterentwickeln.“ ●

”

WIR REAGIEREN
DARAUF, WIE SICH
DIE ARBEITSWELT
ENTWICKELT.

— CHRISTIAN NUENER —

F E L S E

N F E S T

V E R S I

C H E R T

Im September 2021 zog Isolde Stieg in den Vorstand der Tiroler Versicherung ein. Warum der langfristige Erfolg wichtiger ist als kurzfristige Gewinnmaximierung und die Zeit der Einzelkämpfer vorbei ist, erzählt sie im Interview.

F E L S

V E R S

F L S

E N F

T

eamwork und Diversität in allen Bereichen sind ihr wichtig. Isolde

Stieg setzt um, was sie sich vornimmt. Sie mag Veränderungen und nimmt gerne neue Herausforderungen an. Im September 2021 zog sie in den Vorstand der Tiroler Versicherung ein. Die langjährige Leiterin des Bereichs Finanzen und seit Ende 2019 Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung sammelte bereits mit 25 Jahren erste Erfahrungen als Führungskraft. Großprojekte in Liechtenstein, Hongkong, den USA und der Schweiz folgten. Welche Ziele sie sich gesteckt hat und warum Flexibilität als Arbeitgeberin unerlässlich ist, erklärt Isolde Stieg im Interview.

Welche Visionen und konkreten Pläne haben Sie als neues Vorstandsmitglied?

Isolde Stieg: Die Tiroler Versicherung steht besser da denn je. Wir sind ein Verein auf Gegenseitigkeit, der den Mitgliedern gehört. Wir haben keine anderen Eigentümer außer unsere Versicherungsnehmer, weshalb keine Gelder nach außen fließen. In guten Jahren bauen wir Rücklagen auf, die in schlechteren Jahren wichtig sind. Die Wertschöpfung bleibt in der Region. Und gerade Corona hat einmal mehr gezeigt, wie wichtig die wirtschaftliche Vielfalt in der Region ist. In diesem Zusammenhang ist es äußerst positiv, dass es eine Tiroler Versicherung mit einer Firmenzentrale in Innsbruck gibt, welche die Regionen Nordtirol, Osttirol und Südtirol bis Trentino bedient. Auf diese Eckpfeiler und Werte bauen wir und werden wir auch in Zukunft stark bauen. Daran ist nicht zu rütteln. Mein großer Traum ist, dass wirklich jede Tirolerin und jeder Tiroler seine Gebäude- und Haushaltsversicherung bei uns hat. Das ist eine unserer Kernkompetenzen. Versicherung ist ein komplexes Thema. Digitalisierung ist wichtig. Wenn aber das eigene Haus abbrennt oder es eine große Überschwemmung in der Wohnung gibt, ist die Frage, ob das Internet ausreicht, um das Thema zu lösen und rasch die nötige Hilfe anzubieten. Wir legen das Augenmerk auf die gesamte Dienstleistung – vom Vertragsabschluss bis zum Schadenfall und dessen Abwicklung.



F E L S E

V E R S I

F E L S E

V E R S I

Sie kommen aus dem Bereich Rechnungswesen und Controlling. Was ist das Spannende daran?

Man hat mit allen Teilbereichen im Unternehmen zu tun, weil alle Zahlen und Ergebnisse sich am Ende in der Bilanz niederschlagen. In unserem Bereich wird sehr viel Change-Management angetrieben. Viele Rückmeldungen aus den Zahlen fließen in die unterschiedlichen Unternehmensbereiche mit ein. Es geht nicht um kurzfristige Gewinnmaximierung, sondern um ein langfristig solides Geschäftsmodell. Kernkompetenzen aus diesem Bereich sind auch das vernetzte Denken und die übergreifende Kommunikation, die ein Schlüssel zum Erfolg sind. Das ist eine große Stärke, die ich als Vorstandsdirektorin einbringen kann und als Prokuristin bereits eingebracht habe. Eine offene Kommunikation ermöglicht es, dass Fehler bereits früh aufgezeigt und Projekte vorangetrieben werden können. Auch was die Arbeitszufriedenheit betrifft, spielt der Faktor Kommunikation eine große Rolle. Ein offener Austausch unter den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist wichtig.

Seit 2010 sind Sie - zuerst als externe Beraterin - für die Tiroler Versicherung tätig. Wie hat sich das Unternehmen während dieser Zeit verändert und entwickelt?

Wir haben Schritt für Schritt ein Problemfeld nach dem anderen in Angriff genommen, neue Konzepte entwickelt und umgesetzt. Aus einer als konservativ bekannten Tiroler Versicherung wurde ein sehr modernes Unternehmen - egal ob das die Organisation, die Außenwirkung oder die Haltung betrifft. Es war und ist uns au-

ßerdem sehr wichtig, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Haus entsprechende Karrierechancen zu ermöglichen. Auch unsere Einstellungs- politik hat sich verändert. Wir wollen offene, lernwillige und -fähige Personen an Bord holen. Wir brauchen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich mit der TIROLER identifizieren können und die erkennen, wie wichtig unser Produkt ist. Der Servicegedanke auch unseren Versicherten gegenüber wurde in den letzten zehn Jahren ganz stark hervorgehoben. Wir sind ein regionaler Player, haben 100 verschiedene Berufsbilder und bieten sichere Arbeitsplätze, die wir laufend ausbauen.

Sie haben als Teilzeitführungskraft die Bereiche Rechnungswesen und Controlling höchst erfolgreich verantwortet. Was unternimmt die TIROLER, um das Teilzeitmodell zu unterstützen und aufzuzeigen, dass dieser Weg von Erfolg gekrönt ist?

Wir schreiben inzwischen alle Stellen auch als Teilzeitstellen aus, weil wir davon überzeugt sind, dass man den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ihre Lebensphasen zugestehen muss. In einem Zeitraum von 40 oder 45

versichert

N F E S T

C H E R T

N F E S T

C H E R T

Arbeitsjahren hat viel nebeneinander Platz. Das ist bei jungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vielleicht eine intensive Freizeitbeschäftigung oder nebenher ein Studium. Im Laufe der Zeit kann das dann auch die Familiengründung sein – sowohl bei Männern als auch bei Frauen. Dann sind Karenz und Reduktion der Arbeitszeit Thema. Es sollte aber im Unternehmen auch ganz generell möglich sein, zwei oder drei Monate Auszeit zu nehmen. Genau diese Flexibilität können wir als Unternehmen bieten. Damit entsteht automatisch Chancengerechtigkeit in jeder Lebenslage. Arbeitsprozesse sind mittlerweile sehr komplex. Einfache Dinge werden vom Computer erledigt, komplexe Sachen müssen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stemmen. Eine Verbreiterung des Wissens und immer noch mehr Verantwortungsübernahme sind Herausforderungen, mit denen ohnehin jeder konfrontiert ist. Die Themen ändern sich sehr schnell, das hat sich im Vergleich zu früher sicher verändert.

Auch der Faktor Diversität spielt in immer mehr Unternehmen eine große Rolle.

Vielfalt birgt generell ein großes Potenzial – egal, ob es um Geschlecht, Alter oder Herkunft geht. Wesentlich ist aus meiner Sicht, Potenziale und Fähigkeiten wahrzunehmen und klug miteinander zu kombinieren. Mit der Vielfalt kommen andere Sichtweisen, frische Ideen und neue Lösungen ins

Unternehmen. Erfolgreiche Unternehmen setzen auf Vielfalt als strategischen Managementansatz. Weil es sich lohnt. Wichtig für eine solide und gute Gesellschaft, in der sich alle wohl- und sicher fühlen, ist Chancengerechtigkeit. Wir sind in Tirol gut aufgestellt. Wenn es uns gelingt, die Gleichstellung und Diversität in allen Bereichen zu leben, haben wir es geschafft. Wesentlich ist die Toleranz, aber eben nicht nur in der Dimension der Geschlechter, sondern auch in einer viel größeren.

Wie wichtig ist Ihnen gutes Teamwork? Gerade auch in Hinblick auf Ihre Vorstandstätigkeit?

”

VIELFALT BIRGT
GROSSES
POTENZIAL.

— ISOLDE STIEG —

Die Zeit der Einzelkämpferinnen und -kämpfer ist aus meiner Sicht schon lange vorbei. Es ist eine riesige Bereicherung, wenn eine Gruppe von Menschen sich austauscht und fokus-

siert an einem gemeinsamen Ziel arbeitet. Wenn jeder seine persönlichen Stärken in einem Team einbringen kann, gelingt der Weg zum Erfolg viel schneller und intensiver, als wenn jeder seinen eigenen Weg beschreiten würde. Wir verbringen alle sehr viel Zeit mit und in unserer Arbeit. Ein respektvolles Arbeitsumfeld und -klima sowie gegenseitige Unterstützung sind ganz wesentlich für die Gesundheit des Unternehmens und jedes Einzelnen.

Wird der Faktor Regionalität in Zukunft noch wichtiger?

Die Frage ist, was wir wollen. Wir leben in einem der besten Lebens- und Wirtschaftsräume der Welt. Mit

F E L S E N F

V E R S I C H

F E L S N F

hervorragenden Fachkräften. Mit Top-Betrieben in allen Größen und Branchen. Wir haben es großteils selbst in der Hand, wie sich unser Wohlstand und unsere Lebensqualität entwickeln und wie sicher unsere Arbeitsplätze sind. Gelebte Regionalität ist das klare Bekenntnis aller zu den eigenen Stärken. Dass ich hier nicht nur gerne Geld verdiene, sondern mit Überzeugung bewusst Leistungen aus der Region bevorzuge. Je regionaler wir alle denken und handeln, umso besser wird es uns und den nächsten Generationen gehen.

Wo sehen Sie die Tiroler Versicherung in zehn Jahren?

Wir werden Schritt für Schritt die nötigen Dinge, die auf uns zukommen, in Angriff nehmen. Gerade Corona hat gezeigt, wie schnell sich die Rahmenbedingungen und Herausforderungen verändern können. Für uns ist es wesentlich, die Augen offen zu halten und sicherzustellen, dass wir das Unternehmen erfolgreich in die Zukunft führen. Genau so, wie wir das in den vergangenen 200 Jahren auch getan haben. Es gibt nicht den einen großen Plan, vielmehr geht es darum, die richtigen – auch die unangenehmen – Themen aufzugreifen und zu regeln. Entscheidend ist, dass wir uns auf dem Erfolg, den wir haben, nicht ausruhen, sondern immer an und in die Zukunft denken. ●



WORT EIN AUF

IMPULS ISOLDE STIEG

INNOVATION. TUN.

MOTIVATION. SELBER.

KNOW-HOW. WANDEL.

NACHHALTIGKEIT. DRINGEND.

BALANCE. WAAGE.

HAUPTBERUFLICHE DIREKTOREN/VORSTÄNDE



Karl Ritter von Attlmayr

1913–1916

1916–1920



Christian Greiderer

1920–1923

1923–1926



Theodor von Preu

1926–1928

1929–1938

1945–1949



Ekkehard Pesendorfer,
vom NS-Regime eingesetzt

1938–1945

1949–1959



Heinrich Süß

1959–1966

1966



Dr. Anton Koller

1966–1985

1982–1983



Dr. Bruno Wozak,
Norbert Keller

1986–2000

seit 2000

Dr. Walter Schieferer,
Mag. Franz Mair



Mag. Isolde Stieg
Dr. Walter Schieferer
Mag. Franz Mair

seit 2021



Willibald Hosp



Andreas Bachmann



Josef Dobin



Albert Breit



Hermann Nayer



Rupert Tschack



AUFSICHTSRATSVORSITZENDE



LH Dr. Alois Partl

1981–1987

1987–1989

LR Ing. Hermann Ennemoser



LH-Stv. Ferdinand Eberle

1989–2005

2005–2008

LR Dr. Anna Hosp



LR ÖR Anton Steixner

2008–2013

seit 2013

LH-Stv. ÖR Josef Geisler



AUFSICHTSRATSVORSITZENDE-STELLVERTRETER



Bgm. Heinrich Schlögl

1981–1995

1996–2014

Dkfm. Walter Praxmarer



Dr. Wolfgang Rundl

2015–2016

seit 2016

DDr. Hannes Ischia



Griechischer Philosoph
(469–399 v. Chr.)

Sokrates



Das wahre
Glück ist:
Gutes zu tun.



Auf Augen

RollOn-Austria-Obfrau Marianne Hengl und ihr Team setzen sich unermüdlich für beeinträchtigte Menschen ein. Die Tiroler Versicherung ist dabei ein verlässlicher Partner.

Marianne Hengl sprüht vor Lebensfreude. Sie setzt sich mit ihrer ganzen Energie und viel Optimismus dafür ein, dass es allen Menschen gutgeht. Dass alle Menschen die gleichen Chancen haben. Als Obfrau des Vereins RollOn Austria weiß sie, wie schnell ein Schicksalsschlag oder eine Krankheit alles verändern und das Leben auf den Kopf stellen kann. Zur Tiroler Versicherung hat sie eine ganz besondere Beziehung. Vor allem das Engagement von Vorstand Walter Schieferer bedeutet ihr viel. „Er ist der Ober-Engel von RollOn Austria“, erzählt sie. Ein Gespräch über Augenhöhe, Engagement und soziale Verantwortung.

Wann und wie entstand der erste Kontakt zur Tiroler Versicherung? Welche Berührungspunkte gab es?

Marianne Hengl: Mein Berührungspunkt und mein großes Geschenk von der Tiroler Versicherung ist Walter Schieferer. Ihm war, als wir uns vor rund 20 Jahren begegnet sind und uns kennengelernt haben, das Gespräch auf Augenhöhe ganz wichtig. Ich habe von Anfang an sehr viel Wertschätzung gespürt. Er ist immer ehrlich und direkt, das schätze ich sehr. Er hatte auch immer alles im Auge und hat mich

bestärkt. Durch seine Unterstützung habe ich eine Sekretärin und eine persönliche Assistentin bekommen. Walter Schieferer war einer der ersten RollOn-Engel. Er ist der Ober-Engel von RollOn Austria. Die Tiroler Versicherung hat sich auch immer wieder erkundigt, wie es bei uns läuft und welche Projekte anstehen. Viele davon hat sie unterstützt und gesponsert.

Was verbindet Sie emotional mit der TIROLER?

Ich wurde immer so angenommen, wie ich bin. Ich musste mich nie verstecken. Meine Behinderung war kein Thema. Gerade mit Walter Schieferer ist so viel Verbundenheit da. Das Vertrauen ist sehr groß. Auch seinen Vorstandskollegen Franz Mair schätze ich unbeschreiblich. Wenn ich zur Tiroler Versicherung komme, ist immer alles da, was ich brauche. Wenn wir mit allen Mitgliedervertretern eine Sitzung haben, ist alles schon so vorbereitet, dass es für mich passt. Die Tischhöhe passt, ein Glas Wasser mit Strohalm steht bereit. Das ist wunderbar.

Sie waren die erste Frau in der Delegiertenversammlung: Was ist Ihnen in dieser Rolle wichtig?

Es war eine große Ehre für mich, dass ich vor rund zehn Jahren gefragt wurde, ob ich die erste Frau in der Mitgliedervertretung sein möchte. Meine körperliche Beeinträchtigung spielte auch da überhaupt keine Rolle. Mir ist es wichtig, dass man das soziale Engagement, das die Tiroler Versicherung so sehr lebt, hervorhebt. Ich betone daher immer bei den Sitzungen, was sie alles tut und wie viele Projekte sie unterstützt. Das ist authentisch und nicht aufgesetzt. Es geht nicht nur darum, einen finanziellen Beitrag zu leisten. Der Tiroler Versicherung ist es wichtig, dass es den Menschen gutgeht. Genau das möchte ich mit den Mitgliedervertretern teilen.

höhe

Dass sie nicht nur extrem erfolgreich ist, sondern dass es ihr auch ein echtes Anliegen ist, den Menschen, die größere Herausforderungen im Leben zu überwinden haben, Hilfe zur Selbsthilfe zu geben. Die Tiroler Versicherung kehrt das nicht so stark nach außen. Aber mir ist es wichtig, dass es gesagt wird. Es gibt so schöne Geschichten, die genau das alles zeigen. RollOn Austria ist österreichweit gewachsen. Wir hatten ein sehr schönes Büro mit ungefähr zwölf Quadratmetern Größe. Wir waren dann auf einmal zu viert oder zu fünft und es war zu eng. Walter Schieferer ist vor sechs Jahren mit mir zum Landeshauptmann gegangen und hat ihm unsere Situation geschildert. Ich werde das in meinem ganzen Leben nicht mehr vergessen. Wir haben daraufhin ein neues Büro bekommen. Wir sind mittlerweile 13 Leute im Team und fühlen uns sehr wohl in diesem Büro. Ohne diesen Einsatz wäre das alles nicht möglich gewesen. Auch was die Einrichtung betrifft, hat uns die Tiroler Versicherung unterstützt.

Was zeichnet die TIROLER als Sponsorpartner aus?

Dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter alle sensibilisiert sind, was das Thema soziale Verantwortung angeht. Das gefällt mir unglaublich gut. Das Unternehmen schaut auch sehr auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Es ist der TIROLER wichtig, dass sie gehört werden und dass es honoriert wird, was sie tun. Wertschätzung ist in diesem Unternehmen ein großes Thema. Wenn ich die Tiroler Versicherung beschreiben müsste, dann würde ich in die Mitte das Wort „Wertschätzung“ schreiben.

Wie wichtig ist soziale Verantwortung und welchen Stellenwert hat sie in unserer Gesellschaft?

Ich bin ein sehr positiv denkender Mensch. In meinem Umfeld passiert so viel in Richtung soziale Verantwortung und Wertschätzung. Es gibt so viele Bemühungen. Das ist unfassbar. Wir haben ein großes Netzwerk, das sind für mich die Engel auf Erden. Außerhalb von RollOn fehlt mir die soziale Verantwortung aber schon sehr. Die Menschen sind extrem auf sich selbst bezogen, sie sind sich selber am wichtigsten. Es kann sich aber für jeden durch einen Schicksalsschlag alles so schnell ändern. Plötzlich kann eine Mutter ihre Kinder nicht mehr betreuen. Alles, was sich hier bei uns abspielt, ist unfassbar. Menschen, die so große Herausforderungen überwinden müssen, um im Leben zu bestehen, haben viel zu wenig Lobby. Auch in den Medien. Da werden nur die Schönen, Reichen und Erfolgreichen präsentiert. Das stört mich wahnsinnig. In Zeiten wie diesen sind viele Menschen oft so leer, sie sind auf der Suche, weil sie sich selbst nicht mehr finden, weil es so eine soziale Kälte gibt. Diese Stehaufmenschen – wir haben dazu ja auch eine Radiosendung und ein Buch gemacht – sind auch für andere so wichtig. Die Menschen brauchen Kraftquellen. Das sind die Menschen,

”

WERTSCHÄTZUNG
IST BEI DER
TIROLER EIN
GROSSES THEMA.

— MARIANNE HENGL —

die den Lebensweg wirklich meistern und Vorbilder sind. Mir fehlt da schon oft die soziale Verantwortung. Vor allem bei Menschen, die in der Führungsspitze sind. Die hätten so viele Möglichkeiten, die Welt wärmer und besser zu machen.

Was hat sich im Umgang mit Menschen mit Beeinträchtigungen getan? Und was muss sich noch ändern?

Was ich bei der Öffentlichkeitsarbeit merke, ist, dass die Menschen, die es nicht betrifft, nicht nur Berührungsängste haben, sondern dass sie auch arrogant sind. Teilweise meinen die Menschen, die hier bei uns im Büro sitzen, dass sie etwas Besseres sind und dass sie urteilen können. Wenn zum Beispiel ein kleines Kind nachfragt, was denn mit mir los ist, reißt der Großteil der Mütter das Kind immer noch weg und sagt: „Sei still!“ Ich sage dann, dass ich es dem Kind gerne erkläre. Ich will Berührungsängste verringern. Und allen arroganten Menschen, die glauben, dass sie vom Schicksal befreit sind, möchte ich mitgeben: Niemand ist das. Überheblichkeit ist hier fehl am Platz.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Mehr Vorbilder für junge Menschen. Ich arbeite viel mit jungen Menschen und es schreiben mir auch viele über die sozialen Medien. Ich merke, wie einsam viele sind. Wenn ich wieder Zeit habe, will ich schauen, dass ich auch mit jungen behinderten Menschen den Weg gemeinsam gehe. Damit sie Verantwortung übernehmen. Man muss ihnen etwas zutrauen. Vorbilder sind wichtig, leider gibt es zu wenige. Ich wünsche mir für die Zukunft, dass sich das ändert. ●

Marianne Hengl und ihr Team setzen sich mit voller Kraft dafür ein, dass alle Menschen die gleichen Chancen bekommen.



Andreas Linger, Wolfgang Linger und Manfred Pranger sind sich einig:
Das Sportsponsoring der TIROLER ist absolute Spitzenklasse.

ES LEBE DER SPORT

Die Basis ist eine Freundschaft. Wenn Rodel-Weltmeister und Olympiasieger Andreas und Wolfgang Linger sowie Slalom-Weltmeister Manfred Pranger von ihren Erfahrungen mit der Tiroler Versicherung als Sponsorin erzählen, spürt man sofort, dass diese Partnerschaft weit über eine Geschäftsbeziehung hinausgeht. Nach wie vor sind die sympathischen Sportler eng mit dem Unternehmen verbunden. Ein Gespräch über Vertrauen, Offenheit, gegenseitigen Respekt und Loyalität.

Wie und wann ist der erste Kontakt mit der Tiroler Versicherung zustande gekommen?

Manfred Pranger: 2002 hat meine damalige Freundin und heutige Frau in ihrer Firma erfahren, dass die Tiroler Versicherung Sportler sponsert. Daraufhin meinte sie, ich solle doch hinschreiben, vielleicht würden sie mich ja auch sponsern. Dann haben wir ein Fax geschickt und ich wurde eingeladen. Eigentlich wollte ich klein anfangen, vielleicht mit einer Autoversicherung. Nach einem Kopfsponsoring, wie es damals beim ÖSV üblich war,



tiroler
VERSICHERUNG

tiroler
VERSICHERUNG

traute ich mich kaum zu fragen. Ich habe es zwar erwähnt, mich bei dem Thema aber nicht wirklich wohlgefühlt. Ich habe dann relativ schnell die Rückmeldung bekommen, dass die TIROLER mich sponsern und mit mir den Weg gehen möchte. Das war eindeutig eine der schönsten Partnerschaften meiner sportlichen Karriere.

Andreas Linger: Wir sind die Kooperation mit dem Kopfsponsoring 2011 eingegangen. Und auch für uns war es eine der schönsten Partnerschaften unserer Karriere. Wir sind in der ersten Saison auch gleich Weltmeister und Gesamtweltcup Sieger geworden.

Manfred Pranger: Als ich den extra für mich designten Helm nach Hause bekommen habe, wusste ich erst nichts damit anzufangen. Der war fürs Slalomfahren einfach nicht geeignet. Ich habe dann Marketingleiter Martin Reiter angerufen und gesagt, dass ich mit dem Helm nicht Ski fahren kann. Seine Antwort war: „Ah, dann hab ich dir den für die Rodler geschickt.“

Wenn es nicht so gut läuft, ist es mit Sponsoren meist nicht einfach. Konnten Sie sich immer auf die Tiroler Versicherung verlassen?

Manfred Pranger: Absolut. Den größten Vertrauensbeweis habe ich von der TIROLER bekommen, als es in meiner Karriere am schlechtesten lief. Nach Siegen in Kitzbühel und Schladming hatte ich eine ganz schlechte Saison. Von ganz oben nach ganz unten innerhalb von zwei oder drei Monaten. Ich hatte auch damit zu kämpfen, dass ich im Jahr davor ein besonderes Hoch hatte und dass dann der Absturz kam. Die Tiroler Versicherung hat eine Pressekonzferenz abgehalten und ganz klar gesagt: Solange ich Ski fahre und ich sie als Sponsor brauche, werden sie mich unterstützen. Das ist schon eine Situation, wo man sich als Sportler denkt: „Wahnsinn. Jeder andere Spon-

sor würde sich einen anderen Sportler suchen.“ Das war für mich sehr emotional und ein klares Zeichen dafür, dass ich mich voll und ganz auf sie verlassen kann. Viele andere Sportler erleben das ganz anders. Auch nachdem ich mich wieder nach vorne gekämpft und dann einen Kreuzbandriss hatte, haben sie mich noch im Krankenhaus angerufen und mir gesagt, dass der Vertrag wie versprochen weiterläuft. Das ist gerade für einen Sportler viel wert und deshalb bin ich heute noch sehr dankbar.

Will man dann bei wachsendem Erfolg auch etwas zurückgeben?

Manfred Pranger: Ja. Ich habe in dieser Partnerschaft auch sehr viel für mein Leben gelernt. Bei meinem Weltmeistertitel hat mich Franz Mair angerufen und gesagt, dass in meinem Vertrag keine Prämien für diesen Fall ausgemacht sind. Und obwohl mir das nicht so wichtig war, weil es sich über die Jahre davor sowieso relativiert hatte, haben sie mir ein super Geschenk gemacht – typisch TIROLER! Danach sind natürlich viele andere Anfragen hereingekommen, die finanziell oft höher angesiedelt waren. Auch darauf meinte Franz Mair ganz offen, er habe vollstes Verständnis dafür, wenn ich ein anderes Angebot annehmen würde. Schlussendlich sind wir auf dem gemeinsamen Weg geblieben, ganz einfach, weil ich gelernt habe, dass ein treuer Partner wichtiger ist, als über ein Jahr etwas mehr zu verdienen.

Welche Erfahrungen haben Sie beide mit diesen Höhen und Tiefen und der Partnerschaft mit der TIROLER gemacht?

Wolfgang Linger: Obwohl alles vertraglich geregelt ist, war es immer ein sehr kollegiales Verhältnis. Die eigentliche Basis liegt in einer guten Freundschaft. Wenn man gegeneinander arbeitet, streitet man oft über Details, mit einem Freund braucht es das einfach nicht. So etwas macht nicht nur

”

DAS WAR EINE DER SCHÖNSTEN
PARTNERSCHAFTEN MEINER KARRIERE.

— MANFRED PRANGER —

Spaß, sondern tut auch richtig gut. Unter dem Strich will man als Sportler Erfolg haben und ein solches Verhältnis ist da auf jeden Fall einige Prozent auf diesem Weg wert.

Auch nach Ihrer aktiven Zeit sind Sie mit einigen Projekten, speziell in Sachen Nachwuchs, mit der TIROLER verbunden.

Manfred Pranger: Über die letzten Jahre haben wir versucht, Kinder mehr zu Bewegung zu animieren. Ich habe mit meinen eigenen Kindern Übungen gemacht, dazu habe ich Texte auswendig gelernt und aufgesagt – das war nicht ganz so einfach (*lacht*). Solche Projekte entstehen nicht in einer ein-

bei. Entstanden sind die TIROLER Sporttage mit den Linger-Brüdern. Mit diesem Projekt waren wir seit 2015 mit unserem Team bereits in 52 Tiroler Gemeinden. Wir machen dort unser Sportprogramm und versuchen, die Kinder dafür zu begeistern, was total super funktioniert. Das ist ein echtes Herzensprojekt. Die Kinder sind nach wie vor für den Sport zu motivieren, man muss nur ein passendes Angebot schaffen. Wir sehen überall das Strahlen in den Augen. Es gab zu keinem Zeitpunkt eine Diskussion, ob die Tiroler Versicherung Partner bleibt, vor allem bei einem Projekt wie diesem. Immer wenn wir viel durch Tirol



Andreas Linger



Manfred Pranger



Wolfgang Linger

fachen Partnerschaft, sondern eben vielmehr in einer Freundschaft. Man kann immer über alles ganz offen reden und es macht richtig Spaß, mit der TIROLER zusammenzuarbeiten. Auch privat tut es gut, bei der Tiroler Versicherung versichert zu sein. Man kann sich auf die Leute verlassen und das ist das Wichtigste.

Welche Projekte verbinden Sie beide noch mit der TIROLER?

Andreas Linger: Nachdem wir 2014 aufgehört hatten, wollten wir ebenfalls etwas für die Jugend in unserem Land tun, vor allem die Begeisterung an der Bewegung vermitteln. Die Tiroler Versicherung war sofort mit da-

fahren und mit den Gemeindevertretern und Lehrern vor Ort ins Gespräch kommen, kriegen wir mit, wie nachhaltig die Partnerschaft mit der Tiroler Versicherung mittlerweile schon ist. Auch in der Außenwirkung ist diese nachhaltige und langfristige Partnerschaft durch dick und dünn angekommen. Es ist immer wieder cool, das herauszuhören.

Wolfgang Linger: Es ist gerade in Zeiten von Smartphone und Computer extrem wichtig, dass wir die Kinder zu Bewegung motivieren. Ich sehe es bei meinen eigenen Kindern, die sieben und neun Jahre alt sind. Am liebsten würden sie den ganzen Tag vor dem

Fernseher oder Computer sitzen. Gerade deshalb ist Sport so wichtig. Und natürlich freue ich mich, wenn jemand Begeisterung dabei findet. Gerade wenn sie später zum Beispiel einen Bürojob haben und nach Dienstschluss nach Hause kommen, ist es schön, wenn sie verinnerlicht haben, noch eine Runde joggen, spazieren oder Rad fahren in der frischen Luft zu gehen. Einfach, weil sie sich dann besser fühlen. Es geht dabei nicht um Leistungssport, es geht um viel mehr. Egal welche Karriere wir eingeschlagen und was wir erreicht hätten, ich hätte den Sport immer als Lebensschule gesehen. Ich würde auch nach wie vor sagen, dass ich nichts bereue. Man lernt so viel dabei. Über Niederlagen, über Siege und über das dazwischen. Daher glaube ich, dass es einfach wichtig ist, dass Kinder nicht immer nur daheim sitzen und aufs Handy schauen, son-

”

WIR WOLLEN KINDER FÜR DEN SPORT BEGEISTERN.

— ANDREAS LINGER —

dern auch die Begeisterung haben, sich zu bewegen und damit einen mehr oder weniger gesunden Lebensstil zu erlernen, den sie dann wieder an ihre Kinder weitergeben.

Erfolgreiche Sportlerinnen und Sportler sind auch immer große Vorbilder, gerade für Kinder. Was würden Sie dem Nachwuchs gerne mitgeben?

Manfred Pranger: Eine Leidenschaft für etwas zu haben, ganz egal, was es ist. Ich finde auch, dass man im Leben ein Ziel haben sollte. Natürlich kann dieses Ziel in jungen Jahren schwanken, aber wenn man etwas mit großer Leidenschaft und Hingabe verfolgt, entwickelt das etwas in einem und setzt positive Energie frei – auch wenn das vielleicht ein paar Jahre braucht.

Andreas Linger: Ich würde auch sagen, Leidenschaft und Begeisterung. Man sollte möglichst viel ausprobieren

und auch möglichst viel ausprobieren dürfen. Es wäre schön, wenn jeder diese Möglichkeit so bekommen könnte, wie wir sie bekommen haben. Idealerweise findet man dann etwas, wofür man sich ohne Wenn und Aber begeistert. Darin geht man dann voll auf. Natürlich gehören da auch Ziele dazu, dass man dranbleibt und nicht schnell aufgibt, aber die Basis von allem ist sicher die Begeisterung.

Wolfgang Linger: Man sagt immer, dass die Kinder von uns Erwachsenen lernen sollen und dass wir Vorbilder sein sollen. Aber ich glaube, man kann



auch ganz viel von den Kindern lernen. Ich beobachte das oft bei meinem Sohn, dass die kleinste Mathematik-Hausübung Stunden dauert, weil die Gedanken ganz weit weg sind, er aber bei einem kniffligen Puzzle, das er sich selbst eingebildet hat, einfach nicht lockerlässt. Genauso sollte sich einfach niemand in eine Scheinwelt drücken lassen, nur weil es so von einem erwartet wird. Wenn ich etwas will, weil ich von der Sache begeistert bin, dann fällt es mir meistens leichter und dann werde ich auch mehr Erfolg haben. ●



DIE EIGENTLICHE
BASIS LIEGT IN
EINER GUTEN
FREUNDSCHAFT.

— WOLFGANG LINGER —

W A

L

T

L



Wir haben uns gegenseitig inspiriert

Herbert Walzl, Initiator und langjähriger Organisator des Festivals der Träume, erzählt über die Erfahrungen als Sponsorpartner der Tiroler Versicherung, gemeinsame Herausforderungen und besondere Freundschaften.

TEXT Andrea Lichtfuss FOTOS Martin Vandory



Ü

ber ein Vierteljahrhundert war das Festival der Träume ein unverzichtbarer Bestandteil der Innsbrucker Kulturszene. Jedes Jahr sind die besten Clowns, Spaßmacher und Träumer dieser Welt nach Innsbruck gepilgert, um dem Publikum ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern. Dass aus dem Festival der Träume irgendwann ein international anerkanntes Projekt wurde, ist vor allem dem langjährigen Hypo-Marketingleiter Herbert Waltl zu verdanken – dem Initiator und gewissermaßen auch der Seele dieser besonderen Veranstaltung, die von der Tiroler Versicherung jahrelang als Sponsorpartner begleitet wurde. Der Tiroler im Gespräch über die gemeinsame Reise, schwierige Zeiten und Freundschaften, die bleiben.

Wie ist die Idee zum Festival der Träume entstanden?

Herbert Waltl: Eigentlich war die Idee, einen Jugendclub zu gründen – und die Hypo war ja eigentlich die Letzte, die so etwas im Sinn hatte. Unser Plan war es, mit einem Sonderzug quer durch Tirol zu fahren und Kleinkünstler dazu einzuladen. Da der „1. Hypo-Kleinkunst-Zug“ alle Passagiere wieder an ihrem Einstiegsort absetzen sollte, ist er ziemlich viel herumgekommen, von Landeck über Kitzbühel bis nach Innsbruck. Kleinkunst hat es in dieser Form ja damals noch nicht gegeben, genauso wenig wie die Interaktion mit einem eigenen Zug. Weil im Laufe der Zeit immer mehr Menschen dazukamen, ist das Projekt immer größer geworden – teilweise waren bis zu 2.000 Personen in einem Zug versammelt. Dann ist aus dieser Idee einerseits ein Verein entstanden, andererseits sind wir auch immer mehr auf die Straße gegangen, zum Beispiel vors Landestheater. Mit der Zeit wurde das Konzept immer eigenständiger, und wir haben uns langsam auf Sponsorensuche begeben. Mit einer Bank im Hintergrund war das gar nicht so einfach. Für die Kulturtreibenden war ich nämlich plötzlich ein Mitbewerber, wo sich die Leute gedacht haben: „Der soll Bank machen und keine Kultur.“ Das hat sich im Laufe der Zeit verändert –



nach 26 Jahren wird man irgendwann anerkannt. Der Gag an der Geschichte war, dass ich ja einerseits für das Sponsoring in der Bank zuständig war und gleichzeitig Sponsorengelder für das Festival gesucht habe. Das war sehr schwierig, denn vielen ging es gar nicht so sehr um die Inhalte, sondern die wollten mich einfach nur „loswerden“. Aber dabei habe ich unheimlich viel gelernt. Die Tiroler Versicherung ist hier ein Vorzeigebeispiel, denn sie hat auch die Inhalte wertgeschätzt. Vor allem Franz Mair und Walter Schieferer waren wirkliche Fans von unserem Projekt – wahrscheinlich, weil sie selbst ein gewisses Faible für die Bühne hatten.

Wie ist der Kontakt zur Tiroler Versicherung entstanden, aus dem sich dann das Sponsoring entwickelte?

Die Tiroler Versicherung hieß ja damals noch Tiland und war noch antiquierter als die Hypo. Franz Mair wurde dann der neue Marketingleiter. Zur gleichen Zeit waren in der Hypo Peter Meraner und ich fürs Marketing zuständig – wir hatten damals bereits ein neues Corporate-Design-Manual aufgestellt und das „Outfit“ der Bank schon ordentlich revitalisiert. Franz Mair hat sich bei uns einiges abgeschaut. Man darf dabei nicht vergessen, dass Marketing und Werbung damals ja noch in den Kinderschuhen steckten. Das war nicht wie heute, dass man genau gewusst hat, was man alles braucht. Franz Mair hat zu uns Vertrauen gefasst, so ist der Kontakt entstanden. Daraus entwickelte sich irgendwann auch die Frage, ob die Tiroler Versicherung mit Franz Mair das Festival unterstützen sollte. Es gab da eigentlich eine ziemlich große gemeinsame Schnittmenge: Franz Mair war ja nicht nur ein begeisterter Festivalbesucher, sondern stand auch selbst oft auf der Bühne. Er war eine richtige „Rampensau“, wie man so schön sagt. Auch Walter Schieferer war sehr bühnenaffin, er kann zum Beispiel richtig gut Dialekte nachmachen. Durch diese Eigenschaften wussten die

beiden auch das Festival mit seinen Künstlern richtig zu schätzen. Der kommunikative Teil war auch wichtig, denn natürlich mussten wir in der Festivalgeschichte auch einige Rückschläge und Pleiten hinnehmen. Wenn man am Boden liegt, sieht man, wer seine wirklichen Freunde sind und wer einen wirklich unterstützt. 2001 war so ein Moment – da wollten wir das Festival richtig groß aufziehen, haben im Eisstadion vier große Zirkuszelte aufgebaut und über 80 Veranstaltungen angesetzt. Der Zeitraum war von 1. bis 11. September 2001 angesetzt. Der 11. September hat uns natürlich zunächst schwer getroffen. Dann kam noch das Wetter hinzu, das nach dem zweiten Tag extrem umgeschlagen hat. Es war Chaos pur. Bei der Abrechnung stellte sich heraus, dass wir knapp eine Million Schilling Verlust gemacht hatten. Das ging so schnell, das konnten wir gar nicht stoppen.

Mit einem gewissen Risiko hatten wir zwar kalkuliert und das auch kommuniziert, aber das war natürlich eine besonders unglückliche Verkettung der Ereignisse. Nach dieser Pleite bekamen wir

auch von der damaligen Bürgermeisterin Hilde Zach die Auflage, das Festival künftig in die Stadtsäle zu verlegen. Das war ein harter Schlag. Bei der Gelegenheit haben wir auch viele Sponsoren verloren, es sind nur jene übriggeblieben, die uns wirklich für unsere Inhalte geschätzt haben. Dazu gehört auch die Tiroler Versicherung, die uns gegenüber stets loyal und großzügig geblieben ist. Und das hat uns letztlich gerettet, da immer zwei Drittel der Gelder frei finanziert wurden. Daher sind die Dankbarkeit und Loyalität von meiner Seite aus heute immer noch sehr groß.

Abgesehen von der Loyalität in schwierigen Zeiten, wie haben Sie die Partnerschaft mit der Tiroler Versicherung erlebt?

Es gibt ja viele Sponsoren, die uns einfach nur das Geld gegeben haben, weil es gerade opportun oder „in“ war.

”

DIE DANKBARKEIT IST IMMER NOCH SEHR GROSS.

— HERBERT WALTL —

Aber die wenigsten sind richtig hinter der Geschichte gestanden, wie es die Tiroler Versicherung getan hat. Sie hat auch Veranstaltungen für Kinder explizit unterstützt. Das war besonders wichtig, da wir ja quasi unser eigenes Publikum „erzogen“ haben – viele Kinder und Jugendliche sind sozusagen mit uns mitgewachsen und haben uns dann auch als Erwachsene unterstützt. Die Tiroler Versicherung war allerdings auch ein kritischer Partner: Franz Mair hat mir immer ganz offen gesagt, was ihm gut gefallen hat und was nicht – aber ohne gleich irgendwelche Bedingungen daran zu knüpfen. Auch wenn ich natürlich mit meinem Programm manchmal stark provoziert habe, das weiß ich eh (*lacht*). Das war auch wichtig: zu erkennen, welche Art von Humor wir bedienen wollen. Das Brachiale, die Schenkelklopfer, das Tiefsinnige, das Langsame oder das Schnelle? Die Freundschaft, die sich aus der Zusammenarbeit mit der Tiroler Versicherung entwickelt hat, ist etwas ganz Besonderes. Wir haben uns gegenseitig inspiriert. Man hat auch gespürt, dass der TIROLER die Fortführung des Festivals wirklich am Herzen lag – mehr als der finanzielle Aspekt. Zumal es ja gar nicht so einfach ist, ein solches Festival monetär zu bewerten.

Was zeichnet einen guten Kooperations- beziehungsweise Sponsorpartner Ihrer Meinung nach ganz generell aus?

Die Loyalität, das persönliche Engagement und eine gute Vertrauensbasis.

Wie wichtig ist Kunst- und Kultursponsoring für Tirol?

Natürlich wird in Krisenzeiten hier besonders viel eingespart. Kunst und Kultur sind aber wie Lebensmittel, das braucht der Mensch. Jedes Unternehmen, dem es jetzt noch halbwegs gutgeht, sollte jetzt in Kunst- und Kulturbetriebe investieren. Natürlich braucht es hier vor allem auch längerfristige Partnerschaften. Ich Sorge mich natürlich besonders um die freie Szene, die derzeit total untergeht. Da ich beide Welten – Wirtschaft und Kultur – kennengelernt habe, kann ich sagen: Es braucht mehr gemeinsame Projekte. Und zwar nicht solche rein finanzieller Natur, sondern solche, bei denen wirklich etwas gemeinsam geschaffen wird. Das war auch die große Stärke vom

Festival der Träume, dass wir hier gemeinsame Begegnungszonen geschaffen haben.

Sie haben Ende der 1990er die Neupositionierung der Tiroler Versicherung eng mitverfolgt. Was ist Ihnen dabei in Erinnerung geblieben?

Ich war ehrlich gesagt im ersten Moment kein Fan von diesen „Sprüchen“, weil sie mir irgendwie zu simpel waren. Aber im Laufe der Zeit hat sich daraus ein Wiedererkennungswert generiert, dessen Strahlkraft bis ins hinterste Tal gereicht hat. Man hat damit den Nerv der Zeit getroffen, das Konzept war wirklich sehr innovativ. Alleine durch den Dialekt hat man eine breite Bevölkerungsschicht angesprochen, die Werbelinie war sehr klar, sauber und einzigartig. Dass die Tiroler Versicherung den Mut, den Eigensinn und das Durchhaltevermögen hatte, so lange „draufzubleiben“, hat sich am Ende bezahlt gemacht. Vor allem im Vergleich zu vorher war das ein Quantensprung.

Abgesehen vom Sponsoring, was zeichnet denn Ihrer Ansicht nach die Tiroler Versicherung aus?

Die Tiroler Versicherung ist ein extrem modernes, mutiges Unternehmen mit einem sehr guten Betriebsklima. Vor allem junge Menschen bekommen hier gute Chancen, sich zu entwickeln und Verantwortung zu übernehmen. Außerdem gibt es meiner Einschätzung nach kaum ein anderes landesnahes Unternehmen, das so viele Frauen in Führungspositionen hat. Sie leben diesen emanzipatorischen Gedanken wirklich und haben sich im Laufe der Zeit enorm weiterentwickelt. Da können wir uns wirklich etwas anschauen. Die ganze Firma hat sich von einer – in meinen Augen – eher verstaubten Organisation zu einem wirklich fortschrittlichen Betrieb entwickelt, der trotzdem immer bodenständig geblieben ist. Auch, dass sie die dunklen Seiten ihrer Geschichte aufgearbeitet und öffentlich kommuniziert haben, finde ich sensationell. Das tun nicht viele. Gerade wird ja eine neue Zentrale errichtet, die viele nachhaltige Aspekte aufgreifen wird. Es ist für mich ein richtiges Vorzeigeunternehmen, das trotz allem immer unaufgeregt und zukunftsorientiert geblieben ist. Auch die Nähe zum Kunden und zu



den Mitarbeitern ist einzigartig, das hat man jetzt im Corona-Jahr gemerkt. Der Spirit ist wirklich lässig. Ich glaube, es macht großen Spaß, in diesem Unternehmen zu arbeiten.

Sie haben selbst lange Erfahrung im Marketing. Worauf kommt es an, um langfristig erfolgreich zu sein?

Nach Corona traue ich mich kaum mehr, Prognosen zu machen (*lacht*). Aber auch abgesehen davon: Wenn man das Marketing von früher mit dem von heute vergleicht, ist fast alles über den Haufen geworfen worden. Ich glaube, um erfolgreich zu sein, muss man sich immer wieder neu entwickeln und bereit sein für Veränderungen. Wenn mir jemand gesagt hätte, wir werden einmal ein Telefon haben, das wir immer bei uns tragen, wo wir unser ganzes Leben abspeichern und ohne das wir hilflos wären, hätte ich das dementiert. Das ist aber gar nicht so lange her. Also: wachsam bleiben, Veränderungsmöglichkeiten erkennen, frei im Kopf bleiben und die neuen Herausforderungen des Lebens annehmen. ●



B
R
I
E
F
E
F
A
N
D
I
E
T
I
R
O
L
E
R

LIEBE! „DIE TIROLER“ „DIE VERSICHERUNG!“

„Hinter dem Jetzt stehen 200 Jahre Vergangenheit und davor liegt eine Zukunft.“
Meine große Frage: Was schreibt man einem Jubilierenden, der seinen 200er feiert, ins Poesiealbum? Sie wissen es? Ich weiß es nicht. Wohl auch, weil ich niemanden in diesem Alter kenne. Also ein Unikum. Äh! Ein Unikat.
Ich versuche es so:

Badaboom!!! Badaboom!!!
Trommelwirbel und Konfetti.
Richtiges Tam-Tam.

Zuerst.

Bleib so, wie DU bist, gesund und lebhaft interessiert an den Menschen im Land, an deren Leben, den lebendigen Schicksalen, gib Sicherheit, im Lachen und im Weinen, bleib dort weiter ganz nahe dran, an den Menschen, die hier leben. Wie in all deinen Jahren davor. Erhalte DIR DEINEN eigenen besonderen Mut, dieses Quäntchen ÜBERMUT dazu, die grüne Vereinsfarbe auf Gegenseitigkeit als optischen Aufputz und verschwende weiter Zeit und Energie für das Miteinander und das Gemeinsame. Sicherheit in allen Lebenslagen und Verwirrungen sind durch dich garantiert, mit der jahrhundertelangen Erfahrung kompetent garniert. Nachhaltigkeit und Feingeistigkeit im Umgang mit den Ressourcen und unseren Schätzen. Sei weiter Vorreiter und Vorbild – für Frauen und Männer, drinnen und draußen. Vergiss dabei nicht auf deine besondere Impulsgeberrolle als Kunst- und Kultursponsor, als Förderer der sportlichen und geistigen Bewegung. Einfach so weitermachen! 200 Jahre. Schon so alt? Zu alt? Nein. Ein grüner vitaler Methusalem*). DU, eine Institution, ein Vorzeigeunternehmen, beschenkt mit vielen Auszeichnungen, mit ehrlichem Lob von draußen und von drinnen, hier noch mit einem schlichten Dankeschön als „Mascherl“ verziert. Dieses Dankeschön gebührt allen von der und der Tiroler Versicherung, den Baumeistern des Unternehmens, jenen von früher, den Jüngsten der Mitarbeiterschar, weiter – quer über den TIROLER Kosmos hin zu den erfahrenen Oldies, von den „Kleinsten“, so oder so, bis zu den Größten, hinauf zum besonders beseelten Trio im Vorstand. Allen.

Liebe „DIE TIROLER – DIE VERSICHERUNG“.

Alles Gute.

Weiterhin.

Für die Zukunft.

DU! Bleib so, wie DU bist.

Erfolgreich. Selbstbestimmt. Menschlich. Sympathisch.

Das wünscht euch durchgehend gratulierend

der frei-zeit-liche Flaneur

Herr BERT Waltl (früher einmal – Hypo Tirol, Festival der Träume)

PS: Übermütig: Lasst uns die Tassen und die Gläser, ob mit grünem Tee oder dem perlend Sprudelnden, einfach hoch in die Luft werfen. Und geschickt, wie wir sind, unversehrt auffangen.

Sonst? Genau. Wir sind ja gut versichert.

PPS: Methuselah (Methusalem), einer der ältesten Bäume der Erde

- Methusalem, Bezeichnung für eine Champagnerflasche mit sechs Litern Inhalt
- Ältester Mensch
- Tiroler Versicherung mit 200 Jahren Erfahrung.

PPPS: Tausend Dank – nochmals – hier und jetzt für die große Unterstützung beim Festival der Träume.



„Offen, ehrlich, geradlinig“

17 Jahre lang war Othmar Ederer Vorstandsvorsitzender der GRAWE. Über die Tiroler Versicherung hat der Steirer einiges zu erzählen. Ein Gespräch über Handschlagqualität, Regionalität und die größten Herausforderungen der Zukunft.

Othmar Ederer nimmt sich Zeit. Um zu erzählen, was ihn als Manager und Mensch geprägt hat und was ihn mit der Tiroler Versicherung verbindet. Der charismatische Steirer weiß als langjähriger Generaldirektor der GRAWE, Vorsitzender der Vereinigung österreichischer Länderversicherer und Präsident des Versicherungsverbandes, welchen Herausforderungen die Branche in den vergangenen Jahrzehnten ausgesetzt war – und welche noch auf sie zukommen. Beim Interview in der Unternehmenszentrale der GRAWE im Herzen von Graz gibt Ederer Einblicke in seine langjährige Karriere. Schnell wird klar, dass seine Vorstellung von Erfolg eng mit einer wertschätzenden Zusammenarbeit und gegenseitigem Respekt zusammenhängt.

Sie haben die Tiroler Versicherung gleich aus drei Blickwinkeln erlebt: als Mitbewerber, Länderversichererkollege und führender Verbandsfunktionär. Was verbinden Sie mit der TIROLER?

Othmar Ederer: Ich kenne die Tiroler Versicherung seit 1984, also seit ich zur GRAWE gekommen bin. Ich habe sie als regional sehr stark verankerte Gesellschaft erlebt. Was mein Verhältnis zu den Tirolern immer ausgezeichnet hat, war eine offene, ehrliche und geradlinige Verbindung. Aus dem Blickwinkel der Vereinigung betrachtet, ist diese Verbindung ab 2000 intensiver geworden. Zum damaligen Zeitpunkt ist die Bundesländerversicherung aus dem Verband der Vereinigung der Länderversicherer ausgeschieden. Wir, die sechs verbliebenen Regionalversicherer, haben noch einmal zusammengefunden und die Arbeit intensiviert. Was wir mit der Zeit immer klarer gesehen haben und wozu sich insbesondere die Tiroler Versicherung bekannt hat, ist die starke Fokussierung auf die Regionalität – was die Rückbesinnung auf die Wurzeln und was die Herausforderungen der Zukunft betrifft. Diesbe-

zöglich muss man auf jeden Fall offen für neue Kommunikationsformen sein. Mit dem Eintritt in die EU und damit in einen deutlich größeren Wirtschaftsraum wurde erwartet, dass es zu stärkeren Konzentrationsprozessen kommt, auch im Versicherungsbereich. Es hat sich dann aber gezeigt, dass die Versicherungsgesellschaften mit einem starken regionalen Bezug und einem klaren Fokus auf ihre Hauptfunktion – nämlich für ihre Kunden die entsprechenden Leistungen anzubieten und zu erbringen – diesem Konzentrationsprozess standhalten und ihre Selbstständigkeit bewahren können. Diesen Transformationsprozess hat die Tiroler Versicherung als selbstständiges Unternehmen sehr gut gemeistert. Wir haben im Verband der Länderversicherer aber auch vieles gemeinsam weitergebracht, weil wir sehr ähnliche Zugänge und Vorstellungen haben. Uns verbindet ein gemeinsames Verständnis davon, wie wir unser Geschäftsmodell kundenorientiert anlegen.

Gibt es Ereignisse oder Erlebnisse in Zusammenhang mit der Tiroler Versicherung, die Ihnen besonders im Gedächtnis geblieben sind?

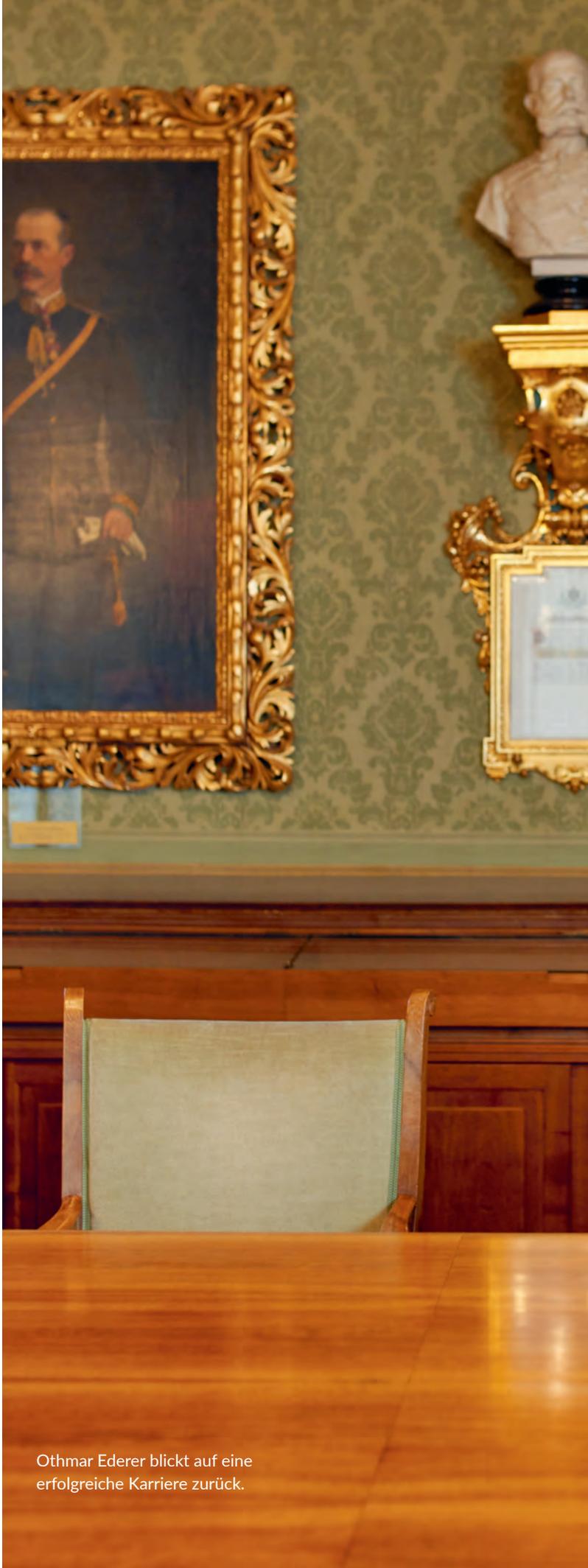
Auf jeden Fall. Ich habe in jungen Jahren durchaus auch Wettbewerbssituationen erfahren: Ich war zunächst Assistent des Generaldirektors, dann Abteilungsleiter und dann

”

DAS GEMEINSAME IST
BESSER ALS DAS GETRENNTE.

— OTHMAR EDERER —

Vorstandsmitglied. Man trifft sich natürlich auch auf dem Markt. Das waren durchaus sportliche Ereignisse, die aber keineswegs dazu geführt haben, dass wir uns gegenseitig nicht respektieren und schätzen. Das gilt für die ganze Zeit, auf die ich zurückblicke, aber insbesondere für die letzten 20 Jahre, in denen wir gerade aufgrund der Erfordernisse vom europäischen Gesetzgeber klar gesehen haben, dass es in der Zusammenarbeit regionaler Gesellschaften eher gelingt, diese Herausforderungen mit vernünftigen Kosten zu bewältigen. Das Herausfordernde bei diesen europäischen Regelungen ist, dass zwar Proportionalitätsüberlegungen greifen sollten, die Aufsichtsbehörden mit dieser Proportionalität aber nicht wirklich umgehen können, sondern von allen alles verlangen. Das ist natürlich für mittelständische Unternehmen wie die TIROLER oder auch für uns durchaus eine Belastung. Wenn man durch gemeinsame Aktivitäten Kosteneinsparungen schaffen kann, ist das essenziell, weil man dadurch auch weiterhin wettbewerbsfähig sein kann. In diesem Zusammenhang gibt es viele persönliche, positive Erlebnisse der Zusammenarbeit. Wir treffen uns als Länderversicherer auch regelmäßig in den jeweiligen Bundesländern. Im Laufe dieser Jahre habe ich Tirol und auch Südtirol von den schönsten Seiten erleben dürfen. Das gehört auch dazu –



Othmar Ederer blickt auf eine erfolgreiche Karriere zurück.



das Land und seine Leute und das Wirken der jeweiligen Gesellschaft in ihrem Land zu erleben. Weil man letztlich mehr sieht als das, was auf der Homepage oder in Prospekten dargestellt wird.

Sie haben eine lange, erfolgreiche Karriere hinter sich. Was würden Sie als Ihr Erfolgsrezept bezeichnen?

Ich glaube, es ist wichtig, dass man ein Ziel vor Augen hat. Wenn man in eine Gesellschaft kommt, muss man wissen, was die Intention dieser Gesellschaft ist und ob man sich damit identifizieren kann. Ich möchte jungen Menschen davon abraten, eine Arbeit anzunehmen, mit der sie auf Dauer nicht glücklich werden – nur, um etwas zu erreichen, das gut im Lebenslauf aussieht. Man sollte offen bleiben für Neues und für Veränderung. Es ist auch wichtig, immer im Auge zu behalten, was sich rundherum tut, und nie der Meinung sein, man wisse schon alles. Das macht den Versicherungsberuf so spannend: dass man immer wieder Dinge erlebt, von denen man zuvor nicht geglaubt hat, dass es sie geben wird. In puncto Zusammenarbeit bin ich davon überzeugt, dass das Gemeinsame besser ist als das Getrennte. Dass man natürlich Verantwortung für die jeweilige Aufgabe innerhalb eines Unternehmens trägt – aber auch hier gilt: Ich darf nicht nur auf mich selbst schauen. Ich muss mir bewusst sein, dass ich auch ein Teil des Unternehmens bin und dass ein Unternehmen nur gut performt, wenn möglichst alle das gleiche Verständnis haben und gemeinsam am Erfolg arbeiten. Der Wettbewerb und das Sich-Behaupten sind ein essenzieller Teil unseres Wirtschaftssystems. Ich muss mir aber im Klaren darüber sein, dass ich die Menschen nicht nur einmal im Leben treffe. Man kann vielleicht eine Person zum Narren halten, aber nicht alle. Man sollte immer versuchen, fair zu sein – weil man selbst Fairness erwartet. Früher hat man das mit dem Begriff der Handschlagqualität bezeichnet. Ich glaube immer noch, dass der Begriff wesentlich ist und dass sich das Gegenüber, wenn man sich einig wird und das auch klar ausdrückt, darauf verlassen können muss. Das ist ein entscheidender Punkt. Ich habe in unserer Branche zum Glück eine große Anzahl von Menschen erlebt, die nach diesem Prinzip handeln.

Wie sind Sie in Ihrer beruflichen Laufbahn mit Rückschlägen und Druck umgegangen und was haben Sie daraus gelernt beziehungsweise was können Sie anderen mit auf den Weg geben?

Natürlich gehen Dinge manchmal daneben. Managerinnen und Manager, die diese Wahrnehmung nicht haben, sind im Bereich der Selbstreflexion wahrscheinlich etwas zu gering ausgestattet. Rückschläge gehören dazu. Sie zu überwinden ist ein wesentlicher Punkt. Dinge immer nur auf sich zu beziehen und zu sagen, „das ist mein Verdienst, das habe ich geschafft“, ist aus meiner Sicht zu egozentrisch. Natürlich hat man das Seine dazu beigetragen, aber gerade größere Unternehmungen sind letztlich immer eine Teamleistung. Man sollte von seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nicht mehr fordern, als man selbst bereit ist zu geben. Das hilft auch in der Krise. Häufig ist es auch so, dass man erst in Krisen erlebt, wie viel Unterstützung man eigentlich bekommt. Auch wenn sie nur psychologischer Natur ist und das Gefühl vermittelt: Du bist nicht alleine, du wirst mitgetragen. Wenn man mitgetragen wird, schafft man es leichter.

Das gemeinsame Bewältigen von Dingen und die Handschlagqualität sind hier wichtige Faktoren. Wenn Sie das haben, werden Sie in Krisen erleben, dass Leute, mit denen Sie solche Erfahrungen machen können, auch hinter Ihnen stehen.

Was hat sich mit dem Rückzug aus der vordersten Front des operativen Geschäfts für Sie geändert?

Am meisten verändert hat sich für mich, dass ich bei besonderen Ereignissen nicht mehr sofort Entscheidungen treffen oder Stellungnahmen abgeben muss. Jedes Mal, wenn ein größeres Unwetter mit großen Schäden stattfindet, ist eine sofortige Handlung von der Unternehmensleitung gefragt. Diesen Druck habe ich nicht mehr, das macht das Ganze deutlich leichter. Ich habe noch Aufgaben im Bereich der Steuerung der Unternehmensgruppe, ich bin Vorsitzender des Versicherungsvereins auf Gegenseitigkeit und bin auch noch aktiv im Versicherungsverband tätig. Die Freiheit, die ich gewonnen habe, ist, nicht mehr im Tagesgeschäft gefordert zu sein. Daher hat man für die anderen Aufgaben ein besseres Zeitmanagement. Das heißt, ich kann mir entsprechend Zeit – auch Freizeit – nehmen und Aufgaben nicht heute, sondern auch morgen erledigen. Worüber ich sehr froh bin, ist, dass wir eine sehr gute Übergabe geschafft haben in unserer Unternehmensgruppe. Die neue Generation macht das sehr gut. Ich versuche, nicht zu stören (*lacht*).

Was sind die größten Herausforderungen, denen sich die Versicherungsbranche in naher und ferner Zukunft stellen muss, und mit welchen Strategien können die Hürden genommen werden?

Die größten Herausforderungen sind sicher die Digitalisierung und die Kommunikation. Ich glaube, dass die Versicherungswirtschaft dieser Veränderung besonders stark ausgesetzt ist. Ich würde mich nicht trauen, eine Prognose zu erstellen, aber heute kann man sagen: Das Versicherungswesen ist deutlich anders, als es noch vor 35 Jahren war. Es ist allerdings überhaupt nicht so gekommen, wie es prognostiziert wurde. Was für Unternehmen generell und für Versicherungen besonders gilt, ist: Wir müssen verstehen, welche Bedürfnisse unsere Kundinnen und Kunden haben. Und wir müssen diese Bedürfnisse nicht nur verstehen, sondern auch bewältigen können – so, dass wir von unseren Kundinnen und Kunden gebraucht werden. Wenn wir das nicht schaffen, wird

es uns früher oder später in dieser Position nicht mehr geben. Wir dürfen nicht verharren und sagen: „Das war immer so und wird auch immer so sein“ – insbesondere dann, wenn man auf eine so lange Geschichte zurückblickt wie die TIROLER. Unsere Hauptaufgabe ist es, die Kundenbedürfnisse zu treffen. Ganz gleich, ob das über einen digitalen Kanal geschieht oder über eine Kombination aus face-to-face und digital. Wir müssen uns dem Umgang mit neuen Methoden stellen. Obwohl niemand weiß, wie sich das Thema Datenverfügbarkeit beziehungsweise Datenschutz in Europa entwickeln wird, müssen wir offen dafür sein. Ich bin zuversichtlich, dass es der Versicherung gelingen wird, am Ball zu bleiben, wenn sie sich dessen bewusst wird.



Warum sind starke Länderversicherer auch in Zukunft wichtig?

Weil unser wesentliches Thema im Versicherungsbereich das Vertrauen ist. Das erfordert einen sorgsamem Umgang. Das ist eines der Erfolgsrezepte von regionalen Versicherern. Wir schicken unseren Kundinnen und Kunden eine Menge an Kleingedrucktem, aber unsere Leistung ist im Endeffekt etwas, wofür wir einstehen, wenn ein Ereignis in der Zukunft auftritt. Der Kunde gibt uns schon vorher sein Entgelt – er muss sich also darauf verlassen können, dass er, wenn der Versicherungsfall eintritt, fair behandelt wird. Das hat auch viel mit Nähe zu tun. Es gibt derzeit noch keine großen Erfolge von reinen Online-Versicherungen. Zunächst befragen wir unsere Kundinnen und Kunden – denn je mehr wir von ihnen wissen, desto genauer können wir ihnen ein Angebot machen. Wenn man uns dann den Schaden meldet, fragen wir wieder ganz genau. Der Kunde muss sich uns mitteilen. Meist steht er dann vor dem Problem, dass er zu dieser Menge an Fragen von unserer Seite noch weitere Fragen hat. Diese Fragen stehen aber oft nicht im Online-Fragebogen – daher verliert er spätestens nach der 20. Frage die Geduld. Wenn ich ihn aber gar nicht erst frage als Versicherer und ihm nur aufgrund weniger Fragen eine Antwort gebe, werde ich die Kundenbedürfnisse nie wirklich treffen. Ich kann dann nämlich nur ein Angebot machen, das für den Durchschnitt passt – nicht aber für die individuellen Bedürfnisse. Noch schwieriger wird es im Bereich der Schadenabwicklung: Jeder, der solche Schäden schon einmal miterlebt hat, weiß, was es bedeutet, jemanden zu haben, mit dem er dieses Thema aufarbeiten kann, der schnell da ist und der diesen Schaden behebt. Für den Versicherer ist die Schadenabwicklung etwas Tagtägliches, für den Versicherungsnehmer ist das etwas Außergewöhnliches. In dieser außergewöhnlichen Situation braucht man jemanden, der damit gut umgehen kann, der einen an der Hand nimmt und durch die Sache führt. Ob das nur mit Videocall gemacht wird oder persönlich, ist die Frage des persönlichen Bedürfnisses. Aber wenn das Gesicht auf der anderen Seite ein vertrauensvolles ist, das man kennt und von dem man weiß, dass man sich auf die Person verlassen kann, hat das Gespräch einen ganz anderen Gehalt. Ich bin überzeugt davon, dass regionale Versicherer auch weiterhin ein wichtiger Anbieter sein werden und dass es ihre Aufgabe ist, die Bedürfnisse der Menschen in diesen Regionen noch besser zu verstehen als jemand, der irgendwo anders sitzt.

Was zeichnet die Tiroler Versicherung Ihrer Ansicht nach aus?

Das klare Bekenntnis zur Region, zu den Menschen in der Region und zu ihren Versicherungsnehmern, die ja ihre Eigentümer sind – die TIROLER ist ein Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit. Die Tiroler Versicherung hat sich ihren Versicherungsnehmern immer voll verpflichtet gefühlt. Das ist ganz entscheidend für den Auftritt, aber auch für den Erfolg.

Was wünschen Sie der TIROLER für die Zukunft?

Ich wünsche ihr, dass sie den Weg, den sie die letzten 200 Jahre auf solidem Fundament gegangen ist, in Zukunft weiter beschreitet und sich des Gründungsaktes bewusst bleibt: der Tiroler Bevölkerung verlässlichen Versicherungsschutz zu gewähren und den Bedürfnissen ihrer Kunden zu entsprechen. Das wird ihr sicherlich gelingen. ●



WAS DIE TIROLER
VERSICHERUNG
AUSZEICHNET?
DAS KLARE BE-
KENNTNIS ZUR
REGION, ZU DEN
MENSCHEN IN DER
REGION UND ZU
DEN VERSICHE-
RUNGSNEHMERN.

— OTHMAR EDERER —

Seit fast 20 Jahren ist Martin Reiter leidenschaftlicher Marketingleiter bei der Tiroler Versicherung. Auch seine Begeisterung für Geschichte ist ansteckend. Gemeinsam blicken wir zurück und nach vorn.

TEXT Katharina Zierl FOTOS Martin Vandory

Faszination Geschichte



Faszination Geschichte



Geschichte ist immer wichtig und interessant“, sagt Martin Reiter. Während unseres Gesprächs blättert er durch die alten Statuten und Berichte der Tiroler Versicherung. Der Blick zurück fasziniert und begeistert ihn. Seinen Geschichten zuzuhören ist spannend und aufschlussreich. Seit fast 20 Jahren ist Martin Reiter als Marketingleiter bei dem Unternehmen tätig. Die TIROLER, so erzählen viele, sei ohne ihn gar nicht mehr vorstellbar. Er lebt das, wofür die Tiroler Versicherung steht: Bodenständigkeit, Handschlagqualität und den ehrlichen Fokus auf Regionalität und Nachhaltigkeit. Martin Reiter blickt mit uns zurück und nach vorn. Und macht deutlich, warum Marketing weit mehr ist als ein guter Slogan. Ein Gespräch über Werte, Veränderung und die Marke TIROLER.

Wann sind die ganzen alten Dokumente und Schätze der TIROLER aufgetaucht?

Martin Reiter: 2005 hatten wir unsere 180-Jahr-Feier – bezogen auf unser früheres Gründungsdatum und das erste Geschäftsjahr 1825. Im Zuge einer Ausstellung wurde das Kundenbüro in Innsbruck neu gestaltet. Im Tresor fanden wir einen Originalbrief von Andreas Hofer. Den haben wir in Folge dann als Dauerleihgabe ans Landesmuseum übergeben. Wir bauten zu dieser Zeit auch die Brücke zwischen dem Stöckl- und dem Hauptgebäude. Einige wussten, dass ich historisch interessiert bin, und deshalb haben sie mich beim Ausräumen der Schränke dazugeholt. Ich habe vieles gefunden und im Keller deponiert.



Da habe ich gesehen, dass sich im Keller drei alte Tresore befinden. Niemand wusste, was drinnen ist. Sie waren nie mehr geöffnet worden. Wir haben dann auch die Schlüssel gefunden. In den Tresoren waren die ganzen Gründungsakten und alles, was nicht 1919 von den Italienern weggenommen wurde. Gegenüber befindet sich noch ein Tresorraum, in dem sich auch viele alte Dokumente fanden.

Was war es für ein Gefühl, diese alten Dokumente zu finden?

Es war beeindruckend zu sehen, dass eigentlich alles im Haus vorhanden ist und sich dieser riesige Schatz bei uns befindet. Der Vorstand war und ist daran sehr interessiert und findet das wertvoll. Geschichte ist immer wichtig und interessant. Es gibt Bilder und Fotos von den 1920er- und 1930er-Jahren. Die riesigen Dorfbrände von früher sind abgebildet. Dazu haben wir ein eigenes Buch gemacht. Zum Teil sind mitten im Winter 150 Häuser abgebrannt, wie in Stei-

nach 1854. Man musste ja auch die Leute unterbringen damals. Das war alles ein Wahnsinn. Ich bemühe mich auch, dass wir immer wieder Dinge von früher bekommen – alte Polizzen von Kundinnen und Kunden zum Beispiel. Manchmal ersteigere ich auch etwas, wie ein Zahlungsbüchl von 1900. Es gibt immer wieder Querverbindungen zu früher.

Wer arbeitete sich durch die alten Dokumente?

Ich habe im Landesmuseum gefragt, ob uns jemand bei der Aufarbeitung unterstützen könnte. Wir haben Studenten als Praktikanten eingestellt, die alle Unterlagen geordnet haben. Einer davon, Nikolaus Bliem, hat dann auch seine Masterarbeit über die Tiroler Versicherung während der NS-Zeit geschrieben. Die Dokumente waren insgesamt sehr umfangreich – Drucksorten, Schriftverkehr vor der Gründung um 1820 und vieles mehr. Ab 1823 ist alles in den Statuten festgehalten. Sie wurden handschriftlich entworfen. Es wurde alles in einem Buch gesammelt. Ab 1875, als die Mobilienversicherung dazukam, gab es dann ein zweites Buch. Das hat der Stiftsarchivar von Stift Fiecht, Pater Thomas Naupp, für uns übertragen. Inzwischen hat er beide Bücher transkribiert, damit der Inhalt für die Nachwelt lesbar erhalten bleibt und wir alles auch in digitaler Form haben.

Was ist inhaltlich besonders interessant?

Die alten Berichte, in denen die Brandursachen, die Namen der Geschädigten und der Häuser, die Orte und was sie schlussendlich bekommen

haben, angeführt sind. Das war bis ungefähr 1920 der Fall. Da sind zum Teil recht kuriose Meldungen dabei. Es war jedenfalls sehr interessant, das durchzulesen – auch in sozialgeschichtlichem Kontext. Da konnte man zum Beispiel lesen, dass aufgrund eines Erdbebens der Herd im Haus umgefallen und das Haus dadurch abgebrannt ist. Oder ein Knecht der Katze nachgeschossen hat und dadurch der Heustock zum Brennen anfang.

Was wird mit diesen historischen Schätzen passieren?

Der nächste Schritt wird sein, dass wir im Neubau einen eigenen Archivraum einrichten. Ich bin als erster Tiroler Mitglied der deutschen Wirtschaftsarchivare. Das Archiv wird man dann auch besuchen können und es wird laufend erweitert. Es ist mir ein Anliegen, das aufzubauen.

Welche Erinnerungen haben Sie an Ihre Anfänge bei der TIROLER?

Ich habe 2002 als Marketingmanager angefangen. Es war schon eine große Herausforderung. Wir waren nur drei Mitarbeiter. Der Vorstand war ganz neu. Es gab viel neuen Schwung und neue Ideen. Auch die Zeit des Internets hatte gerade angefangen. Wir haben unsere erste Website gestaltet und den Tiroler-Club gegründet. Das ist nach und nach gewachsen. Dann kam der Aufbau von Südtirol im Jahr 2006. Die komplette Werbelinie musste gestaltet werden. Das ist insgesamt sehr gut gelungen. Es war spannend, das mit aufzubauen. Wir mussten komplett umdenken. In Italien ist vieles ganz anders, wir mussten uns anpassen.

Was sind aus Ihrer Sicht die größten Schätze der Tiroler Versicherung im Archiv?

Das erste Normalienbuch, weil alles handschriftlich festgehalten ist. Interessant sind auch die 1930er-Jahre, weil es da die ersten Fotos von Schäden gibt. Die ganzen Zahlungsbücher sind auch spannend. Interessant ist eigentlich alles.

Wie viel Zeit verbringen Sie privat mit oder in Archiven?

In meiner Freizeit verbringe ich jeden Tag sicher zwei Stunden mit Archiven oder Schreiben oder anderen Tätigkeiten. Eine Stunde davon verbringe ich wirklich im Privatarchiv.

Was bedeutet das 200-Jahr-Jubiläum für Sie?

Für mich ist das der Beweis, dass es das Unternehmen gut gemacht hat. Sonst hätte die TIROLER nicht zwei Weltkriege und viele Krisen überstanden. Und würde nicht ständig wachsen.

Was waren für Sie die einschneidendsten Ereignisse in der Geschichte der Tiroler Versicherung?

Das einschneidendste ereignete sich im ersten Geschäftsjahr 1825 mit einem großen Brand in Lienz. Dieses Ereignis hätte eigentlich schon das Ende des Unternehmens bedeutet, wenn nicht der Getreideaufschlagsfond eingeführt worden wäre. Die Einführung der Hausratsversicherung 1875 war ein weiterer großer Schritt in eine erfolgreiche Zukunft. Dann natürlich die Abtrennung von Südtirol. Und der freie Markt mit der EU Ende der 1980er-, Anfang der 1990er-Jahre.

Was hat sich aus Ihrer Sicht in der Tiroler Versicherung von ihren Anfängen bis heute am meisten verändert?

Intern hat sich die ganze Unternehmenskultur geändert. Alles hat sich in Richtung Team und Zusammenhalt entwickelt. Früher war das Motto eher jeder gegen jeden. Jetzt ist das Miteinander zentral. Das Image des Unternehmens ist gewaltig gestiegen. Früher war es der typische verstaubte Landesversicherer. Die Leute meinten ja auch, das gehört dem Land. Inzwischen wird uns große Kompetenz zugesprochen. Die Menschen wissen, dass wir eigenständig und unabhängig sind.

Was hat sich bei der Marke TIROLER verändert?

Ich bin generell ein Fan von Marken, bei denen ich allein durch die Marke weiß, worum es geht. Bei der Tiroler Versicherung weiß ich alles. Da brauche ich nicht viel erklären. Das ist eine ganz klare Botschaft. Die Wort- und Bildmarke spricht ebenfalls für sich. Das war früher anders.

Was zeichnet gutes Marketing aus?

Dass die Leute darüber reden und wissen, von wem sie reden. Der Absender ist wichtig. Und man darf nichts kommunizieren, was man nicht einhalten kann. Wenn ich betone, dass wir freundliche Leute haben, und im Kundenbüro sind alle unfreundlich, passt das nicht zusammen.

Was zeichnet für Sie die TIROLER aus, auch als Marke?

Bodenständigkeit. Wir stehen zu dem, was wir sagen. Wir verkaufen nicht, um einen Marktanteil zu lukrieren. Bei uns ist der Großteil ein amikales Miteinander. Wenn es intern passt, spüren das die Leute auch draußen.

Haben Sie lustige Erinnerungen oder Geschichten aus der Vergangenheit?

Bei uns ist es immer lustig (*lacht*). Da gibt es so viele Geschichten. Mir wurde zum Beispiel erzählt, dass ein Mitarbeiter, als das erste Fax kam, nicht wusste, wie das funktioniert. Sie haben ihm gesagt, er muss genau wie bei einem Brief vorgehen, nur eben ohne Kuvert. Er muss oben die Adresse vermerken und daneben eine Briefmarke kleben. Er hat seine Briefe dann mit Briefmarken durchgefakt. Bei uns sind lustige Sachen generell die Regel, nicht die Ausnahme.

Würden Sie dem zustimmen: einmal TIROLER, immer TIROLER?

Auf jeden Fall. Ich könnte mir für mich überhaupt keine andere Versicherung vorstellen. ●

Martin Reiter beschäftigt sich intensiv mit der Unternehmensgeschichte.



Seit 1999 sind in Österreich Versicherungen für die KFZ-Zulassungen zuständig. Irene Fellier, Kathrin Ziernhöld und Doris Bergmann macht in diesem Bereich so schnell keiner was vor. Im Interview erzählen die Kundenberaterinnen der Tiroler Versicherung, was ihre Tätigkeit so spannend macht und warum sie immer wieder Skurriles erleben.

WENN EXPERTINN FAHRT AUFNEHME



Seit dem 6. Dezember 1999 liegt die An-, Um- und Abmeldung von Kraftfahrzeugen im Tätigkeitsbereich der österreichischen Versicherungen. Eine verantwortungsvolle Aufgabe, die umfassendes Wissen voraussetzt. Genau dieses Wissen können Irene Fellier, Kathrin Ziernhöld und Doris Bergmann vorweisen. Es ist die Mischung aus hoher Fachkompetenz, langjähriger Erfahrung und einem guten Gespür für die Menschen, welche die drei Kundenberaterinnen der Tiroler Versicherung auszeichnet. Im Kundenservice zeigen sie mit ihren Kolleginnen und Kollegen tagtäglich, worauf es im Umgang mit Kundinnen und Kunden wirklich ankommt. Vor allem in Sachen KFZ-Zulassung sind Irene Fellier, Kathrin Ziernhöld und Doris Bergmann echte Profis.

Lösungsorientiert. „Es ist spannend, für diverse Probleme Lösungen zu finden. Gerade wenn es ums Ausland geht, tauchen bei der KFZ-Zulassung viele Fragen auf: Was mache ich mit den Dokumenten? Wie funktioniert die Ab- und Anmeldung bei Übersiedlungen im europäischen Raum? Jeder Staat hat seine Besonderheiten“, erzählt Zulassungsbeauftragte Irene Fellier, die seit 16 Jahren bei der Tiroler Versicherung im Einsatz ist. Auch Neo-Pensionistin Doris Bergmann, die 17 Jahre lang im Kundenbüro St. Johann tätig war, schätzte ihren abwechslungsreichen Job: „Die Zulassungstätigkeit betrifft Jung und Alt sowie alle Nationen – das macht die Tätigkeit bunt. Es menscht sehr und man erlebt viele emotionale Geschichten. Gerade auch,

”

ES IST SPANNEND,
FÜR DIVERSE PRO-
BLEME BEI KFZ-
ZULASSUNGEN
LÖSUNGEN ZU FINDEN.

— IRENE FELLIER —



wenn ältere Menschen letztmalig das eigene Fahrzeug abmelden und somit das letzte Stück Freiheit und Mobilität abgeben. Da ist viel Fingerspitzengefühl gefordert. Natürlich gibt es auch sehr schöne Erlebnisse, zum Beispiel wenn ein junger Mensch sein erstes Moped anmeldet.“

Persönlicher Kontakt. Kathrin Ziernhöld, die im Kundenbüro in Innsbruck arbeitet, schätzt den Kontakt mit den Menschen ebenfalls: „Es ist auch schön, wenn Kundinnen und Kunden wiederkommen, weil sie sich von uns gut beraten und betreut fühlen. Was mir an meiner Arbeit außerdem noch gefällt, ist, dass jeder Tag komplett anders ist. Das macht mir großen Spaß. Den Kontakt mit Menschen möchte ich generell nicht missen.“ Gerade erst habe sie sich über eine Rückmeldung sehr gefreut, erzählt die Kundenberaterin: „Bei einem Kunden gab es ein Problem mit dem Typenschein. Wir haben gemeinsam eine gute Lösung gefunden. Er hat dann die Beschwerdeplattform der Tiroler Versicherung genutzt, um uns ein großes Lob auszusprechen. Das war wirklich super.“

Besondere Fälle. Auch Irene Fellier erinnert sich an einige besondere Fälle: „Da gab es ein Feuerwehrfahrzeug, dessen Kennzeichen man zwar in allen relevanten Systemen (KFA, Genehmigungsdatenbank und Zulassungsevidenz) fand, aber die eigentlichen Fahrzeugdaten waren verschwunden. Gewissermaßen gar nicht existent. Mit der kompetenten Hilfe des KFA-Hotline-Teams konnte dieser technisch unmögliche Fall rasch wieder nacherfasst werden. Auch wurde beim Import eines äußerst seltenen Fahrzeuges einmal der Datensatz aus Versehen überschrieben. Da war schon detektivische Recherche nötig, bis wir dem Ganzen auf den Grund gehen konnten. Solche kuriosen Sachen passieren manchmal.“ Skurriles kennt auch Doris Bergmann: „Wir haben hier in St. Johann einem Fahrrad eine Kennzeichentafel zugewiesen. Es schaute aus wie ein Fahrrad, war aber als Moped typisiert und fuhr fast 40 Stundenkilometer.“

”

DEN KONTAKT
MIT KUNDINNEN
UND KUNDEN
MÖCHTE ICH NICHT
MISSEN. JEDER
TAG IST ANDERS.

— KATHRIN ZIERNHÖLD —

Kennzeichendiskussion. Werden Kennzeichen nach der KFZ-Abmeldung nicht freigehalten, müssen diese verpflichtend verschrottet werden, ergänzt Irene Fellier: „Es ist auch nicht erlaubt, diese entwertet als Dekoration zu verwenden. Bei Verlust oder Diebstahl eines Kennzeichens ist eine polizeiliche Meldung notwendig, die Kennzeichen kommen auf eine Fahndungsliste und können nicht mehr nachbestellt werden. Ein neues Kennzeichen wird zugewiesen. Manche würden aber lieber ihr gewohntes Kennzeichen behalten. Deswegen kommt es oft zu Diskussionen.“ Wie die engagierten Kundenberaterinnen es schaffen, auch in stressigen Situationen ruhig zu bleiben? „Man braucht schon ein wenig Routine und auch eine gewisse Gabe“, betont Irene Fellier. „Und viel Schokolade“, lacht Kathrin Ziernhöld. „Nein, im Ernst: Das beste Gefühl ist, wenn aufgebrachte Kundinnen und Kunden schließlich doch zufrieden sind. Wir gehen auf alle individuell ein und das machen wir gern.“

Take-away. Während der Corona-Krise waren die Kundenberaterinnen durchaus erfinderisch. „Wir haben über unsere Fenster im Büro bedient, weil niemand reindurfte. Wir haben sozusagen Kennzeichen-Take-away gehabt. Ich bin stolz darauf, dass wir im Umkreis die einzige besetzte Zulassungsstelle waren“, erinnert sich Doris Bergmann. Dass die KFZ-Profis der Tiroler Versicherung über sehr viel Wissen verfügen, steht außer Frage. „Ich bin immer wieder direkt in Wien beim Versicherungsverband, tausche mich mit den Bezirkshauptmannschaften aus und bin topaktuell über alle gesetzlichen Änderungen informiert“, erklärt Zulassungsbeauftragte Irene Fellier. So verwundert es wenig, dass sich der Vorstand der Tiroler Versicherung von seinen Expertinnen und Experten begeistert zeigt. „Ich wage zu behaupten, dass sich wohl niemand in Tirol besser in allen Zulassungsfragen auskennt als unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Kundenbüros“, betont Walter Schieferer.



”

ES MENSCHT
SEHR UND MAN
ERLEBT VIELE
EMOTIONALE
GESCHICHTEN.

— DORIS BERGMANN —



Investition in die Zukunft

Julia Auckenthaler leitet bei der Tiroler Versicherung den Bereich Veranlagung. Im Interview erklärt die Prokuristin, warum Frauen ihre Stärken bewusst einsetzen sollten, anstatt männliche Karrierewege zu kopieren.

TEXT Katharina Zierl FOTOS Martin Vandory



Geplant hatte sie das nicht. Julia Auckenthaler wollte vergleichende Literaturwissenschaft studieren, entschied sich dann aber doch für internationale Wirtschaftswissenschaften. „Ich wollte einfach sehr gerne einige Zeit im Ausland verbringen und das war bei diesem Studium Pflicht“, schmunzelt sie. Von Jahr zu Jahr habe ihr der Themenbereich besser gefallen. „Richtig begeistert war ich dann, als ich das Gelernte in die Praxis umsetzen durfte.“ Nach einigen Jahren bei der Bank wechselte Auckenthaler zur Tiroler Versicherung. Mit 27 Jahren übernahm sie dort den Veranlagungsbereich, inzwischen ist sie Prokuristin – und stellt ihr Können seither Jahr für Jahr unter Beweis. Im Interview erzählt die charismatische Anlagespezialistin, wie sie sich in einer männerdominierten Branche behauptet und warum es eine offene Unternehmenskultur braucht, damit Frauen erfolgreich ihren Weg gehen können.

Sie leiten den Bereich Veranlagung bei der Tiroler Versicherung. Was ist das Spannende an Ihrem Beruf?

Julia Auckenthaler: Wenn ich anfangs, über meine Arbeit zu reden, fangen meine Augen an zu glänzen und ich

werde ganz enthusiastisch. Spannend ist vor allem, dass ich einerseits regional tätig bin, mich aber andererseits auf den Weltmärkten bewege. Ich beschäftige mich den ganzen Tag mit Unternehmen, in die ich eventuell investieren will. Dieser Prozess ist mit sehr viel Vorarbeit verbunden. Bloomberg ist dabei mein Hauptinstrument. Auf dieser Plattform werden alle Marktdaten gesammelt und sind verfügbar. Natürlich gibt es seitens unseres Unternehmens auch gewisse Rahmenbedingungen und Strategien, an die ich mich halten muss. Ansonsten kann ich mich aber relativ frei bewegen.

Sie wollten ursprünglich nicht Wirtschaft, sondern Literaturwissenschaft studieren.

Eigentlich waren Sprachen und Bücher immer meine große Leidenschaft. Als ich mich für internationale Wirtschaftswissenschaften inskribiert hatte, wusste ich nicht, was mich erwartete. Natürlich war es während des Studiums sehr theoretisch. Im Rahmen meiner Tätigkeit bei der Bank wusste ich dann aber, dass der Wirtschaftsbereich das Richtige für mich ist.

Die Finanzwelt und besonders die Versicherungsbranche sind eher männerdominiert. Haben Sie diesbezüglich negative Erfahrungen gemacht?

Nein. Ich hatte das Glück, dass ich immer mit sehr fort-

”

MAN FÜHLT SICH NICHT
WOHL, WENN MAN SICH
VERSTELLT. SICH SELBST TREU
ZU BLEIBEN IST WICHTIG.

— JULIA AUCKENTHALER —



schrittlichen Männern zusammengearbeitet habe. Ich hatte nie das Gefühl, dass sie mich runterdrücken wollten, sondern mir im Gegenteil alle Möglichkeiten offenließen. Mein Umfeld war immer sehr positiv. Im größeren Kontext – etwa bei Veranstaltungen mit der ganzen Branche – sind dann allerdings nicht mehr viele Frauen mit dabei. Das ist immer etwas eigen. Ich glaube, Männer sind in Sachen Netzwerken einfach offensiver.

Sie können eine sehr erfolgreiche Karriere vorweisen und sind inzwischen Prokuristin. Mit welchen Eigenschaften können Frauen punkten? Welche Tipps würden Sie jungen Frauen mitgeben, um ihren Weg zu gehen?

Ich glaube, es ist wichtig, keine männlichen Karrierewege zu kopieren, sondern auf seine eigenen Stärken zu setzen. Wenn eine Frau vom Typ her eher resolut ist, dann ist es authentisch, wenn sie Dinge auch im Berufsleben offensiv angeht und dementsprechend auftritt. Wenn jemand aber vom Typ her zurückhaltend ist, wirkt ein offensives Auftreten aufgesetzt. Außerdem fühlt man sich nicht wohl, wenn man sich verstellt. Sich selber treu zu bleiben ist sehr wichtig. Und man sollte schon zu Beginn beim potenziellen Arbeitgeber abklären, welche Entwicklungsmöglichkeiten es im jeweiligen Unternehmen gibt. Das kann man klar ansprechen. Frauen sind da oft ein wenig zurückhaltend. Dabei macht es

wirklich Sinn zu fragen, wo der eigene Weg hingehen könnte und was möglich ist.

Wie wichtig sind gut funktionierendes Teamwork und ein gutes Netzwerk für den Erfolg?

Bei der Tiroler Versicherung gibt es ein breites Netzwerk. Es ist immer jemand da, mit dem man sich fachlich austauschen kann. Das schätze ich sehr, insbesondere auch im Rechnungswesen. Außerdem ist es hilfreich und motivierend, dass man auch in Führungspositionen andere Frauen hat, mit denen man in Kontakt steht.

Welche Voraussetzungen müssen Unternehmen haben, damit Frauen erfolgreich sein können?

Ich halte nichts von Frauenquoten. Ich denke, dass eine offene Unternehmenskultur die Basis ist. In weiterer Folge kommt es immer auf die handelnden Personen an. Wenn man eine Führungskraft hat, die diesbezüglich noch nicht so fortschrittlich und offen ist, helfen die besten Rahmenbedingungen nichts.

Haben Sie konkrete berufliche Pläne für die Zukunft?

Ich habe meinen ganzen Berufsweg nicht geplant. Es haben sich immer dann neue Wege ergeben, wenn sie gepasst haben. Das würde ich mir für die Zukunft wünschen, dass sich dieser Fluss so weiterbewegt. ●

”

BEI DER TIROLER
VERSICHERUNG GIBT ES
EIN BREITES NETZWERK.

— JULIA AUCKENTHALER —



WENN ICH AN-
FANGE, ÜBER
MEINE ARBEIT ZU
REDEN, FANGEN
MEINE AUGEN
AN ZU GLÄNZEN.

— JULIA AUCKENTHALER —

Deutscher Philosoph
(1844-1900)

Friedrich Nietzsche



Neue Wege
entstehen,
indem wir
sie gehen.



Mit viel Engagement, innovativen Ideen und Weitblick sorgt Vorstand Franz Mair seit mehr als 20 Jahren dafür, dass sich die Tiroler Versicherung ständig weiterentwickelt.

EINEN SCHRITT VORAUSS

Er sprüht vor Energie. Und brennt für seine Ideen. Franz Mair will gestalten, Dinge umsetzen, etwas bewegen. „Ich bin nicht geduldig, aber ausdauernd“, lacht er bei unserem Gespräch. Seit dem Jahr 2000 bringt Franz Mair als Vorstand der Tiroler Versicherung regelmäßig Steine ins Rollen und trägt damit maßgeblich zum Erfolg des Unternehmens bei. Manche dieser Steine ließen sich anfangs nur sehr schwer bewegen, wie der Rückblick zeigt. Mit seinem Vorstandskollegen Walter Schieferer gelang es dennoch, auch schwierige Brocken aus dem Weg zu räumen und die TIROLER als modernes Unternehmen und Top-Arbeitgeberin zu etablieren. „Gemeinsam konnten wir das alles meistern. Ohne Walter Schieferer und unser gegenseitiges Vertrauen wäre das nicht möglich gewesen“, ist Mair überzeugt.

Die Anfänge. 1996 startete Franz Mair als Marketingleiter bei der Tiroler Versicherung durch. „Der Reiz, in diesem Unternehmen viel bewegen zu können, gab auch damals schon den Ausschlag dafür, bei der TIROLER anzufangen. Ich wäre kein guter Befehlsempfänger. Es war und ist mir sehr wichtig, dass ich etwas lernen und Dinge in Bewegung setzen kann, die man dann auch sieht und spürt.“ Die erste Zeit bei der damaligen Tiland war für Mair durchaus ernüchternd. „Ich habe erwartet, dass ich intensiv ausgebildet werde. Tatsächlich bestand meine Einschulung aus einem Stapel



Bedingungen zum Selbststudium und wenig hilfreichen Tipps wie: „Das Wichtigste ist mein Netzwerk, das ich Ihnen nicht geben kann. Alles andere finden Sie selber heraus.“ Mir war sofort klar, in diesem Unternehmen muss sich vieles ändern. Ich habe mit interner und externer Marktforschung begonnen. Ich bin zu den Kunden und Vertretern gefahren. Ich wollte herausfinden, wie der ganze Apparat tickt, wo man ansetzen kann und woran es fehlt. Ich wusste, dass auch schnell organisatorisch etwas passieren muss, weil die ganze Marketinglinie sonst zerbröselte.“ An dieser Stelle bricht Mair aber auch eine Lanze für seine Vorgänger: „Bruno Wozak und Norbert Keller haben diesen Reformbedarf erkannt. Wenn sie überzeugt waren, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter etwas bewegen wollen und können, haben sie dir viele Freiheiten und Möglichkeiten eingeräumt. Dafür war und bin ich ihnen dankbar. Diese Chance haben zu viele Führungskräfte der Tiland nicht erkannt, nicht genutzt oder gar jeden Hauch von Veränderung in unheiliger Allianz mit manch Bewahrern aktiv blockiert. Darin lag die wesentliche Ursache für so viel Reformbedarf. Kein Zufall also, dass wir als neue Vorstände sofort die gesamte Führungsstruktur verändert haben.“

Die Marke. Die Idee, aus der Tiland die Tiroler Versicherung zu machen, kam zunächst nicht besonders gut an, erinnert sich Franz Mair: „Es hieß, die geplante Änderung mit neuem Namen und Logo sei viel zu massiv. Ich hatte die Marke Tiland jedoch ein Jahr lang gründlich analysiert und festgestellt: Sie trägt nicht das, wofür das Unternehmen steht. Sie war zu wenig Tirol, zu alt, bürokratisch und schwerfällig.“ Nach vielen schlaflosen Nächten war für Franz Mair klar: „Wir brauchen einen Befreiungsschlag und eine große Veränderung. Ich war sehr froh, dass die Vorstände mir trotz vieler kritischer Stimmen grünes Licht gaben. Das war eine mutige Entscheidung. Wir haben nicht nur das Logo geändert, sondern auch mit einer frechen Werbelinie aufhören lassen, die mit ihren kantigen Sprüchen bis heute sehr gut funktioniert.“

Die Vision. Als Franz Mair und Walter Schieferer 2000 in den Vorstand einzogen, hatten sie eine genaue Vorstellung davon, wohin sich das Unternehmen entwickeln soll. „Die ersten zehn Jahre haben wir das Haus fit gemacht und Baustellen bereinigt. Anfangs mussten wir auch dauernd Übernahmegerüchte abschmettern. Die ersten fünf Jahre bestanden nur aus Sanieren. In den ersten eineinhalb Jahren haben wir bereits sehr viel verändert. Es gab eine neue Organisation, neue Führungsstrukturen, ein neues Provisionssystem. Das Dienstrecht wurde abgeschafft, es gab eine Pensionskassenlösung. Auch die Kundenbüros wurden neu positioniert und die Personalentwicklung wurde neu aufgestellt. Im Nachhinein ist es ein Wahnsinn, wie schnell wir so vieles verändert haben. Aber diese Dinge waren unheimlich wichtig, sonst wäre das Unternehmen in Zukunft gefährdet gewesen. Vor allem das alte Dienstrecht inklusive der Betriebspension hat das Unternehmen gelähmt. Das war eine tickende Zeitbombe“, ist Mair überzeugt. „Spätestens mit der Finanzkrise wäre uns das alles um die Ohren geflogen. Außerdem hätten wir nie so eine Dynamik ins Haus gebracht“, erklärt der Vorstand.

Das Vertrauen. Ob Franz Mair von Anfang an davon überzeugt war, dass alle Pläne und Ideen auch wirklich umsetzbar sind? „Es ist immer extrem schwer, starre Strukturen zu verändern. Das dauert Jahre. Es ist nicht nur die Struktur, sondern auch, was in den Köpfen der Menschen verankert ist. Trotzdem waren wir davon überzeugt, dass es funktioniert. Wir hatten aber auch nicht den Anspruch, dass 100 Prozent der Dinge aufgehen müssen. Als Bild dafür nehme ich immer die insgesamt vier Umbauten unseres Kundenbüros. Das hat zuerst sowohl baulich als auch von der Besetzung her nicht funktioniert. Dann haben wir es eben anders gemacht. Das passiert. Mit jedem Fehler, den man macht, lernt man dazu. Wichtig ist, es wieder anzugehen und nicht aufzugeben.“ Diese Mentalität hat Franz Mair schon als Kind geprägt. „Meine Eltern, Großeltern und Urgroßeltern waren und sind alle Unternehmer mit kleinen Betrieben. Es gab immer wieder schwierige Situationen. Meine Eltern haben etwa einen hoch verschuldeten Betrieb in einem kleinen Dorf übernommen. Wir haben als Kinder mitgekriegt, dass es knapp ist. Aufgeben war dennoch nie ein Thema. Natürlich hadere ich auch manchmal mit Dingen. Aber dann gebe ich wieder Gas. Solange man gesund ist und die Dinge beeinflussen kann, gibt es keinen Grund, verzweifelt zu sein. Die Überwindung sehr schwieriger Herausforderungen ist dann der schönste Erfolg.“ Möglich sei das im Leben aber nur mit den richtigen Menschen an der Seite, betont Franz Mair: „Und dieses Glück ist mir sowohl privat als auch beruflich vergönnt. In der TIROLER kommt da in einem tollen Team an erster Stelle Walter Schieferer, der kongenialste Vorstandskollege, den man sich wünschen kann – menschlich und fachlich.“

Die Krise. „Es mag seltsam klingen, aber die Finanzkrise 2008 hat unseren Weg bestätigt“, erklärt der Vorstand der Tiroler Versicherung. „Der vorher belächelte nachhaltige Weg der TIROLER und die gelebte Regionalität – genau das war plötzlich in. Dagegen waren Begriffe wie ‚Shareholder value‘ und ‚Kostenführerschaft‘ ebenso out wie komplexe Finanzkonstruktionen und Großkonzerne. Danach haben wir noch an den richtigen Stellschrauben gedreht. Und nachdem Solvency II bewältigt war, wurden die Früchte unserer Arbeit endlich auch in der Bilanz sichtbar.“

Der Verein. „Dass wir heute so aufgestellt sind und so agieren, ist nur mit der Gesellschaftsform des Vereins auf Gegenseitigkeit möglich. Unsere Gründer haben schon gewusst, was sie tun“, betont Franz Mair. Den Verein so aufzustellen, dass er nicht der öffentlichen Hand gehört, mache einfach Sinn. „Versicherung ist dazu da, den Menschen zu helfen und nicht Aktionäre zu bedienen. Der Verein hilft uns, weil wir keinen klassischen Eigentümer haben und keine Rekordgewinne ausweisen oder Dividenden erwirtschaften müssen, die dann aus dem Unternehmen abfließen. Wir können uns darauf konzentrieren, für die Kundinnen und Kunden bestmögliche Reserven anzuhäufen.“ Es sei ihm und Walter Schieferer immer wichtig gewesen, „dass die Delegiertenversammlung breit aufgestellt und ein Abbild der Kundinnen und Kunden ist. Wir wollten immer Menschen dabei haben, die von dieser Idee, von der Regionalität und vom Verein angetan sind.“



Unsere Delegierten sind vom Unternehmen begeistert, das spürt man.“ Das zweite wichtige Element sei ein Aufsichtsrat, der ein richtiger Sparringspartner für den Vorstand ist: „Motivierte Funktionäre und der Verein auf Gegenseitigkeit – das sind für mich entscheidende Erfolgsfaktoren.“

Die Gleichberechtigung. Franz Mair ist in und außerhalb der TIROLER dafür bekannt, dass ihm Gleichberechtigung ein großes Anliegen ist. „Wir haben etwas weitergebracht, aber ich bin noch nicht zufrieden. Ich weiß, dass wir vor allem dank einiger starker Frauen, die wir im Haus haben, kräftige Schritte weitergekommen sind, vor allem die letzten fünf Jahre. Aber am Ziel sind wir definitiv noch nicht. Ich kann Dinge initiieren und umsetzen, aber zufrieden bin ich erst, wenn das Thema Gleichstellung selbstverständlich und in den Menschen verankert ist. Das ist leider noch nicht der Fall. Ich bin sicher, wenn die zentralen Player in dieser Sache morgen nicht mehr im Unternehmen wären, wäre das Thema recht schnell wieder vom Tisch. Das hängt noch an zu wenigen Personen. Es ist noch nicht in allen Führungskräften ganz selbstverständlich drin. Es wird von Tag zu Tag besser und wir sind innerhalb der Branche sicher recht weit, aber wir sind noch nicht am Ziel.“

”
MUTIG SEIN
WIRD IN DER
REGEL BELOHNT.

— FRANZ MAIR —



Der Umbau. Ein großes und für Franz Mair sehr wichtiges Projekt steht in den kommenden Jahren an. Der Hauptsitz der TIROLER in Innsbruck wird komplett neu gebaut. „Wir basteln an diesem Gebäude herum, seit wir in den Vorstand eingezogen sind. Das Gebäude wurde vor 1900 errichtet und ist naturgemäß irgendwann am Ende. 2000 haben wir uns darauf konzentriert, das Haus innen fit zu machen. Das Gebäude ist immer nur Mittel zum Zweck. Wir kommen jetzt aber auch von der Kapazität her an unsere Grenzen. 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren es, als Walter Schieferer und ich in den Vorstand kamen, jetzt sind es über 350. Davon arbeitet der Großteil in der Zentrale in Innsbruck. Irgendwann ist die Grenze erreicht“, betont der Vorstand. 2018 sei erstmals klar gewesen, dass ein Neubau nötig ist. „Die klassischen Finanzbauten waren für uns immer ein Gräuel. Für uns war und ist wesentlich, dass es ein sehr nachhaltiges Gebäude und kein Glas-Beton-Bau werden muss – mit viel Grün und viel Energierückgewinnung. Ein echtes Statement in der Stadt.“ Die Büros sollen im Neubau so geplant werden, „dass ich mich selber in jedes gern reinsetzen würde. Das muss der Anspruch sein. Alle werden sich sehr wohlfühlen“, betont Mair. 2024 soll das neue Gebäude fertig sein.

Die Alternative. Ob es für Franz Mair auch einen anderen Weg als den bei der TIROLER gegeben hätte? „Das Was-wäre-wenn-Spielchen habe ich als Junger geliebt. Ich wurde im Laufe der Zeit aber immer mehr in der Meinung bestärkt, dass es immer richtig kommt. Das ist Lebenserfahrung. Ein gewisses Vertrauen, dass alles so passiert, wie es soll. Natürlich musst du dich einsetzen und kämpfen. Wenn man aber alle Weichen gestellt hat, sollte man Dinge auch passieren lassen. Wenn es dann schiefgeht, ist das in Ordnung und hat einen Sinn. Davon bin ich überzeugt.“ Bei alternativen Karrieren hätte Franz Mair schon eine Präferenz: „Die Bühne wäre mein Metier gewesen. Ich wäre gerne und sofort Schauspieler oder Sänger geworden (*schmunzelt*). Musik mache ich nach wie vor. Früher hatten wir eine offizielle Band, auch mit Auftritten. Jetzt machen wir das für uns und es macht nach wie vor großen Spaß.“

Der Mut. 25 Jahre ist Franz Mair inzwischen bei der Tiroler Versicherung tätig. Mehr als 20 davon als Vorstand. Mut zahlt sich aus, blickt man auf seine Karriere und die vielen innovativen Ideen, die er umgesetzt hat. „Man braucht auch Glück im Leben und muss zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort sein. Ich glaube schon, dass man sich Dinge erarbeiten kann, aber ohne den Segen vom Herrgott geht es nicht. Manche verwechseln Mut mit Übermut. Mut kann nur so weit gehen, solange ich im Rahmen meiner Qualifikationen unterwegs bin. Mutig bin ich, wenn ich mir etwas zutraue, weil ich es kann, gut vorbereitet und gut ausgebildet bin. Wenn ich aber keine Ahnung habe und etwas trotzdem mache, ist es Übermut. Das ist die Grenze, die nicht alle im Griff haben. Da kommt dann oft Gier dazu oder der Wunsch, etwas sein zu wollen, was man nicht ist. Ich bin überzeugt, dass mutig sein in der Regel belohnt wird. Vielleicht nicht beim ersten Mal, aber mit Ausdauer ist fast alles möglich.“ ●

WORT

IMPULS FRANZ MAIR

TEAM. GEMEINSCHAFT.

VERTRAUEN. GESCHENK.

VISION. ANTRIEB.

MUT. VERNUNFT.

WEITBLICK. AUSSTERBEND.

EM

AUF

Angst vor Veränderung? Dann könnte ein Gespräch mit Jane Platter definitiv hilfreich sein. Seit 2015 sorgt sie mit innovativem Personalmarketing dafür, dass die Tiroler Versicherung nicht nur bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, sondern auch außerhalb des Unternehmens als Top-Arbeitgeberin gilt. Veränderung ist ihr Beruf und ihre Leidenschaft, wie im Interview schnell klar wird.

Wie haben Sie die Tiroler Versicherung als Unternehmen in Ihrer Anfangszeit wahrgenommen?

Jane Platter: Ich war bei meinen Bewerbungsgesprächen ziemlich beeindruckt. Es war insgesamt ein sehr anspruchsvolles Bewerbungsverfahren, was mir generell gut gefällt. Ich konnte zeigen, was meine Werte und Zugänge unterschiedliche Bereiche betreffend sind. Angefangen habe ich dann als Vorstandsassistentin von Franz Mair.

Jane Platter beweist seit 2015 bei der Tiroler Versicherung, wie positiv sich engagiertes und durchdachtes Personalmarketing auf ein Unternehmen auswirken kann.

Ich habe sehr schnell erkannt, dass ich meine Stärken in dieser Position nicht ausspielen kann. Das habe ich auch so kommuniziert und Franz Mair meinte damals, ich solle zeigen, was ich kann und was ich in der TIROLER angehen möchte. Ich habe rund um die Uhr gearbeitet und viele Konzepte geschrieben. Ich wollte bei der TIROLER bleiben, es war jedoch nicht klar, wie und wo. Das war eine sehr harte Zeit für mich.

Wo haben Sie Verbesserungspotenzial gesehen?

Am überraschendsten für mich war, dass ich die TIROLER als sehr gute Arbeitgeberin empfand, dies jedoch weder intern noch extern so wahrgenommen wurde. Allein den Onboarding-Prozess oder auch das tolle Weiterbildungsangebot fand ich ungewöhnlich. Dass die Belegschaft so homogen aufgestellt war, überraschte mich. Manche Bereiche waren überhaupt komplett männlich besetzt. Weibliche Führungskräfte waren nur in den klassischen Bereichen Personalentwicklung und Rechnungswesen zu finden.



NIKERIN

Es gab viele gute Ansätze in der TIROLER und jede Menge brachliegendes Potenzial. Franz Mair hat sich meine Analysen und Ideen angehört und nicht immer waren wir einer Meinung. Das waren intensive Diskussionen. Einige waren wir uns darin, dass wir ein strukturiertes Personalmarketing brauchen, um nicht nur als Top-Versicherung, sondern auch als Arbeitgeberin sichtbar und besser zu werden.

Wann wurde das sehr erfolgreiche Gesundheitsprogramm „TIROLERisch Gsund“ eingeführt?

Die Ergebnisse der 2015 durchgeführten Arbeitsplatzevaluierung hatten gezeigt, dass viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unter Rücken- und Kopfschmerzen litten, mit Leistungsdruck nicht umgehen konnten oder Schlafprobleme hatten. Die TIROLER hatte bereits einzelne Angebote wie Yoga oder Beachvolleyball, aber der ganzheitliche Ansatz fehlte. 2016 haben wir mit „TIROLERisch Gsund“ ein Angebot geschaffen, das sich nach den Bedürfnissen der Belegschaft richtet. Ziel ist die Stärkung der Gesundheitskompetenz und ein Bewusstsein dafür, dass jeder Einzelne auch für die eigene Gesundheit Verantwortung übernehmen muss. Die TIROLER fördert das, tun muss es dann jeder selber. In einem nächsten Schritt wurde dann 2017 offiziell die Stelle Personalmarketing und Betriebliches Gesundheitsmanagement geschaffen. Das war ein klares Statement, wohin sich das Unternehmen entwickeln will. Und ich hatte nun auch offiziell den Auftrag, die TIROLER als Arbeitgeberin zu positionieren und bunter aufzustellen. Mit allen nötigen Konsequenzen.

Was waren die ersten Veränderungen, die dann eingeleitet wurden?

Wir hatten damals große Schwierigkeiten, offene Stellen zu besetzen, vor allem im Außendienst. Mir war schnell klar, dass wir die Art der Stellenausschreibung völlig verändern müssen, damit wir uns abheben und die Leute verstehen, dass wir anders sind. Mit jeder einzelnen Stelle schickte ich eine Geschichte nach draußen, die einen Einblick in den Arbeitsalltag der TIROLER gab. Und die Formulierungen waren so gewählt, dass sich vor allem Frauen angesprochen fühlten. Das hat ganz schön Wirbel verursacht. Ich wurde intern stark kritisiert und bin heute noch froh, dass der Vorstand immer hinter mir gestanden ist und mir den Rücken gestärkt hat. Der Weg war völlig neu und mutig. Aber erfolgreich. Die Anzahl, Qualität und Diversität der Bewerbungen vervielfachte sich. In unserer PR haben wir nur mit Mitarbeiterinnen geworben. Und auch das hat eingeschlagen. Die Auszeichnungen ließen nicht lange auf sich warten. Die nächste große Entscheidung war, alle Stellen in Teil- und Vollzeit auszuschreiben. Das finde ich bis heute einen der klügsten und mutigsten Schritte der TIROLER. In dieser Konsequenz auf Kompetenz zu setzen, unabhängig von Arbeitszeit, Geschlecht, Alter oder Herkunft, das ist revolutionär. Dieser Schritt bedeutet für die Führungskräfte und die Personalabteilung viel Aufwand und ist definitiv eine große Herausforderung für das ganze Unternehmen. Ich war immer überzeugt, dass das der richtige Weg ist, wenn auch kein leichter. Der Erfolg gibt uns Recht.

In den vergangenen fünf Jahren habe ich mich zu 100 Prozent mit Veränderungen beschäftigt, was ich persönlich





sehr spannend finde. Mir ist aber auch vollkommen klar, dass Veränderung für alle, die betroffen sind, anstrengend ist. Niemand verlässt gerne seine Komfortzone. Doch das bedeutet Stillstand. Im Grunde bringt Veränderung, die gelingt, die größte Freude mit sich. Weil man sich nur so weiterentwickelt, viel lernt und sich neue Welten auftun.

Die TIROLER steht Veränderungen also grundsätzlich sehr positiv gegenüber?

Ich erlebe die Vorstände sehr visionär und mutig. Ich finde es sehr klug, dass sie, gerade wenn das Unternehmen besonders erfolgreich ist, Veränderungen konsequent vorantreiben. Auch dass sie dabei selbst bei großen Dingen, wie beispielsweise der neuen Unternehmensstrategie, auf Partizipation setzen, ist mutig und schlau. Im Vordergrund steht immer die Weiterentwicklung der TIROLER. In unzähligen Gesprächen haben wir diskutiert und überlegt, wie wir das Unternehmen als lernende Organisation noch besser aufstellen, wie wir ein chancengerechtes Arbeitsumfeld schaffen können, in dem die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Kompetenzen bestmöglich einbringen können. Eine Frage war: Wie kann es gelingen, dass wir Bereiche, die bisher sehr homogen aufgestellt waren, diverser machen und dass andere Qualifikationen, Kompetenzen und Sichtweisen ins Unternehmen kommen?

Veränderungen werden, wie Sie bereits erwähnt haben, zunächst oft kritisch beäugt. Wie schafft man es, trotzdem dranzubleiben?

Ich glaube, das Wichtigste ist, seinen eigenen Kompetenzen zu vertrauen und sich zu trauen, Dinge neu und anders zu machen. Auch auf die Gefahr hin, dass es andere nicht verstehen. Ich bin sicher jemand, der Dinge sehr engagiert und selbstbewusst anpackt, doch ohne den Rückhalt des Vorstandes, und hier vor allem von Franz Mair, hätte ich es nicht geschafft. Dafür waren die Widerstände einfach zu groß. Was mich natürlich besonders freut, ist, dass fast alles, was wir bisher umgesetzt haben, sehr erfolgreich ist.

Gerade während des Strategieprozesses habe ich in der TIROLER sehr viel Offenheit erlebt. Natürlich gibt es immer viele Skeptiker. Aber es dominieren jene, die sich einlassen und die TIROLER mitgestalten wollen. Auch wenn dies zusätzliche Arbeit bedeutet. Und auch wenn dies heißt, die eigene Komfortzone zu verlassen. Auch das macht die TIROLER so besonders. Ein Unternehmen mit tollen und kompetenten Menschen, die mit Herzblut dabei sind.

Was ist nötig, damit Veränderungen und Innovationen sich auch langfristig im Unternehmen manifestieren?

Hartnäckigkeit. Mut. Leidenschaft. Kommunikation. Vertrauen. Man muss achtsam sein, wissen, was eine Veränderung für die Menschen bedeutet. Ich biete immer auch Unterstützung an, etwa für Führungskräfte, die Teams leiten und durch die Veränderung mit neuen Herausforderungen konfrontiert sind. Man muss Rahmenbedingungen schaffen, damit Erfahrene und Neue gut voneinander lernen können. Kommunikation spielt immer eine entscheidende Rolle. Es ist mir wichtig, möglichst transparent zu arbeiten. Zu erklären, warum ich gewisse Dinge umsetzen will und wie sich diese Veränderungen auf das Unternehmen auswirken werden.

Was soll sich aus Ihrer Sicht in den nächsten Jahren und Jahrzehnten bei der Tiroler Versicherung noch verändern?

Ich bin überzeugt von dem Weg, den die TIROLER eingeschlagen hat. Es ist eine klare Ansage, sich zum Ziel zu setzen, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem richtig gute Leute ihre Kompetenzen bestmöglich einbringen können. Wir diskutieren viel über neue Arbeitsformen. Wir stellen uns Fragen wie: Wie können die Informationsflüsse optimiert werden? Wie muss Führung konkret aussehen? Wir wollen insgesamt weg von Positionen hin zu Teams, die ihre Kompetenzen bereichsübergreifend einbringen. Wir werden künftig mehr an Projekten arbeiten, die Teams werden viel bunter zusammengestellt sein. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in einer Führungsposition sind, werden temporär in Projekten andere Rollen übernehmen. Wir wollen uns auf neue Wege einlassen. Wissend, dass nicht alles erfolgreich sein wird. Doch entscheidend ist nicht, dass jedes Vorhaben von Erfolg gekrönt ist, sondern dass wir immer lernen und uns weiterentwickeln – auch aus und mit Misserfolgen. Das finde ich sehr spannend – gerade für ein Traditionsunternehmen, das so in diesem Land verwurzelt ist. Die TIROLER kennt ihre Werte und legt ihren Fokus ganz klar auf regionale Wertschöpfung und Nachhaltigkeit. Das sind Werte, mit denen ich mich zu 100 Prozent identifizieren kann, und ich bin davon überzeugt, dass dieser Weg uns eine erfolgreiche Zukunft bescheren wird. ●





DIE TIROLER
GEHT EINEN
MUTIGEN WEG.

— JANE PLATTER —

Hannes Ischia als vielseitig interessiert zu beschreiben wäre maßlos untertrieben. Sein umfassendes Wissen in den unterschiedlichsten Bereichen ist beeindruckend. Ihm reicht es nicht, an der Oberfläche zu kratzen, er will den Dingen auf den Grund gehen. In seiner Rolle als Unternehmer und Großkunde kennt er die Tiroler Versicherung seit Jahrzehnten. Als stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats weiß er, welche Werte die TIROLER ausmachen und welche Herausforderungen sie bewältigen muss. Im Interview erzählt er, wie sich das Unternehmen aus seiner Sicht verändert hat und was ihm in seiner Rolle als Aufsichtsrat wichtig ist.

Was schätzen Sie an der Tiroler Versicherung?

Hannes Ischia: Die TIROLER ist auf der ganzen Linie bodenständig. Ich schätze sehr, dass in der Region für die Region investiert wird. Auch was ihre Sponsoringaktivitäten betrifft, achtet die Tiroler Versicherung

darauf, Menschen oder Vereinen in der Region etwas zurückzugeben. Als Kunde ist hervorzuheben, dass die TIROLER bei der Schadenbearbeitung extrem schnell und professionell ist und immer alles zur vollsten Zufriedenheit abgewickelt wird. Als sehr positiv empfinde ich auch, dass die Entscheidungen wirklich vor Ort getroffen werden. Beeindruckend am Unternehmen ist außerdem, wie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gefördert werden. Vor allem jungen Frauen wird es ermöglicht, trotz Familienplanung Karriere machen zu können. Die Mischung aus Frauen und Männern im Unternehmen, gerade auch in einer eher männerdominierten Branche, könnte in Zukunft ein entscheidender Wettbewerbsvorteil sein. Die Tiroler Versicherung zeichnet sich für mich zusammengefasst durch ihre Verlässlichkeit, Handschlagqualität, Boden-

”
DIE TIROLER IST AUF
DER GANZEN LINIE
BODENSTÄNDIG.

— HANNES ISCHIA —





Unternehmer Hannes Ischia weiß als Kunde und Aufsichtsrat genau, was die TIROLER ausmacht. Ein Gespräch über Werte, Herausforderungen und Authentizität.

TEXT Katharina Zierl FOTOS Birgit Pichler

„Ich gehe gern in die Tiefe“

ständigkeit und die sehr professionelle, schnelle Schadenabwicklung aus.

Sie kennen die TIROLER als Großkunde, als Delegierter und seit sieben Jahren als Aufsichtsrat. Wie nehmen Sie das Unternehmen aus den verschiedenen Perspektiven wahr?

Aus Kundensicht als sehr guten Dienstleister. Der Außendienstmitarbeiter, der mich betreut, ist seit mehr als 20 Jahren mein verlässlicher Ansprechpartner. Das schafft Vertrauen. Die zügige und professionelle Schadenabwicklung überzeugt, wie gesagt, auf der ganzen Linie. Meine Aufgabe als Delegierter war interessant, mir persönlich aber ein bisschen zu wenig. Im Aufsichtsrat fühle mich sehr wohl. Ich bin ein sehr interessierter Mensch und schaue mir die unterschiedlichen Unternehmensbereiche gerne an. So haben mir etwa die Finanzmathematiker Formeln zur Berechnung erklärt – das war sehr spannend.

Wie hat sich das Unternehmen aus Ihrer Sicht entwickelt?

Die Regularien und Anforderungen haben enorm zugenommen. Das ist ein riesiges Problem, weil kleine Unternehmen das Gleiche erfüllen müssen wie Großkonzerne. Auch der ganze Bereich der Digitalisierung ist dazugekommen. Die TIROLER bewältigt all diese Aufgaben sehr gut, was man schon alleine am Personalzuwachs sieht. Sie hat sich von einer Brandversicherung zu einem multifunktionalen Unternehmen entwickelt. Ich glaube, dass die Zukunft noch viele Herausforderungen bringen wird. Die TIROLER ist gut aufgestellt, ich blicke also insgesamt optimistisch in die Zukunft.



Eine Herausforderung dürfte auf jeden Fall der Klimawandel sein. Wie wird er sich auf die Gesellschaft und die Versicherungsbranche auswirken?

Das ist wirklich eine sehr große Herausforderung. Jeder weiß, dass das so ist. Da und dort gibt es die eine oder andere Bemühung, aber ich glaube, dass der Großteil der Bevölkerung nicht bereit ist, seinen Lebensstandard zu ändern. Wir müssen unseren Lebensstil allerdings ein wenig überdenken. Einzelne tun das schon und zeigen die Bereitschaft, viele können es aber nicht umsetzen, weil sie etwa aufgrund ihrer Wohnsituation ein Auto brauchen oder es sich nicht leisten können, ihre Wohnung thermisch zu sanieren. Wir müssen grundsätzlich infrage stellen, wie wir heute leben, weil wir das auf Kosten der nächsten Generationen tun. Auf die Versicherungen hat der Klimawandel natürlich auch große Auswirkungen. Speziell was Umweltschäden, Sturm- schäden, Überflutungen, Lawinen und Vermurungen betrifft, kommen erhebliche Schadensbilder auf uns zu. Man kann nur hoffen, dass das alles weiter versicherbar bleibt. Es ist nicht selbstverständlich, dass jedes Risiko versichert ist.

Aus Ihrer eigenen Erfahrung: Wie schafft man es, als Familienunternehmen so lange erfolgreich zu sein?

Aus meiner Sicht ist der allerwichtigste Faktor, dass man nicht miteinander streitet und untereinander das Auskommen findet. Man sollte sich von Familienfremden nicht zu viel hineinreden lassen. Die Interaktion inner-

halb der Familie muss im Fokus stehen. Ich kenne viele, bei denen das nicht funktioniert hat, weil sie um Geld gestritten oder irgendwelche Befindlichkeiten in den Vordergrund gestellt haben. Mein Vater ist früh gestorben, mein 87-jähriger Onkel kümmert sich im Unternehmen nach wie vor um den Fuhrpark. Er hilft sehr gern, und wir profitieren von seiner Erfahrung. Natürlich gibt es zum Teil unterschiedliche Ansichten. Man muss bereit sein, die eigenen Ineffizienzen und Fehler einzugestehen und den anderen so zu akzeptieren, wie er ist. Das ist innerhalb der Familie schwieriger, weil das Private und das Berufliche zusammenspielen. Der Vorteil in einem Familienunternehmen ist die langfristige Planung. Ich bin Managerinnen und Managern gegenüber recht kritisch. Sie schauen, dass sie das Ergebnis in der Zeit, in der sie da sind, nach oben pushen. Ein Eigentümer-Unternehmer hat einen ganz anderen Zugang. Er achtet darauf, dass das Unternehmen auch erfolgreich in die nächste Generation übergeht.

Glauben Sie, dass sich die erfolgsentscheidenden Faktoren für Unternehmen in Zukunft verändern werden?

Der wichtigste Faktor ist, dass man ein „homo oeconomicus“ und ein unternehmerischer Mensch ist, der Entscheidungen trifft, diese umsetzt und rechtzeitig korrigiert, wenn er merkt, dass sie falsch waren. Ich glaube, dass dieser Faktor immer schon wesentlich war, auch vor ein paar hundert Jahren. Was hinzu kommt, ist, dass sich Dynamik und Komplexität der Umwelt und der Rahmenbedingungen zunehmend erhöhen. Man muss immer mehr Informationen aufnehmen. Es ist für ein mittelständisches Unternehmen inzwischen kaum mehr zu bewältigen, alle Vorschriften zu beachten. Wenn wir uns das Beispiel Lehrlinge anschauen: Wenn man bedenkt, welche Auflagen man erfüllen muss, um Lehrlinge aufnehmen zu können, dann überlegt man sich das schon zweimal. Wir sind ein wenig überverwaltet.

Was ist Ihnen in der Unternehmensführung wichtig?

Mein persönlicher Anspruch ist, dass ich, wenn ich das Ganze schon lenke und führe, darin auch der Beste sein sollte. Vor allem in Familienunter-

nehmen ist das aber schwierig, weil man nie weiß, welche Familienmitglieder nachkommen. Nicht jeder ist gleich gut geeignet. Das ist ein intellektuelles, aber auch ein soziales Thema. Es ist ganz wichtig, dass man etwa Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gut führen kann. Gerade dieser Bereich wird zu einer immer größeren Herausforderung. Man muss als Unternehmer schon fast jeden Wunsch erfüllen, damit Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bleiben. Man braucht ein gutes Gespür und viel Empathie. Ein Team richtig zu führen ist mittlerweile ein wichtiger Erfolgsfaktor. Aber die Grundfähigkeit, dass man unternehmerisch veranlagt ist, bleibt für mich der hauptentscheidende Faktor.

Welche Werte sind Ihnen als Unternehmer wichtig?

Beständigkeit, Vertrauen, Handschlagqualität, Zuverlässigkeit, Kompromissfähigkeit. Ich finde es wichtig, dass man einen sozialen Ausgleich schafft und nicht nur versucht, Gewinne zu maximieren. Alle sollten etwas vom Kuchen haben. Auch Teamfähigkeit spielt eine große Rolle. Es gibt so viele Werte und Faktoren, die mir wichtig sind. Umsetzungsfähigkeit ist auch ein zentraler Punkt. Daher kann ich auch mit den vielen Beraterinnen und Beratern nichts anfangen. Sie müssen das, was sie vorschlagen, nicht umsetzen. Das Implementieren ist das Schwierige. Man muss insgesamt zielstrebig sein und wissen, wo man hinwill. Wenn man das nicht hat, wird es schwierig. Man kann seitenweise Corporate Design und Unternehmensleitbilder haben, aber das muss auch im Kopf präsent sein. Man muss vorleben, wie man es selbst haben will. Wenn man das tut, hat man in jeder Branche gute Chancen.

Welche dieser Werte finden sich auch bei der Tiroler Versicherung?

Die meisten. Deswegen macht es mir auch so großen Spaß, in das Unternehmen involviert zu sein. Wäre das nicht der Fall, würde ich mich wahrscheinlich auch nicht in dem Ausmaß engagieren. Es ist mir wichtig, dass vereinbarte Ziele auch umgesetzt werden. Ich bin kein großer Streiter und kein Konfliktmensch. Ich überzeuge die Menschen lieber, auch wenn das oft anstrengender und mühsamer ist. Für

mich ist immer die Lösung entscheidend, nicht der Weg dorthin. Ich nehme mich dann auch gerne zurück. Am Ende ist das, was herauskommt, entscheidend. Es gibt Menschen, die emotionaler sind und sich schneller in Rage reden. Ich glaube, dass negative Emotionen, etwa unkontrollierte Wutausbrüche, schlecht sind. Natürlich reagiert man in manchen Situationen unwirsch, dann sollte man sich aber dafür entschuldigen. Manche führen stringenter und haben andere Ansichten. Man kann ein Unternehmen auf hundert verschiedene Arten lenken und leiten. Wichtig ist, dass man authentisch bleibt. Mir macht es einfach keinen Spaß, mich permanent mit allen zu streiten (*lacht*). Wenn man wirklich will und auch auf der Gegenseite ein Wille da ist, findet man eigentlich immer eine Lösung. Insgesamt sind genau die unterschiedlichen Arten und Zugänge das Spannende an der Wirtschaft und in Unternehmen. Es gibt Menschen, die auf die eine Art erfolgreich sind und andere auf die andere. Es gibt keinen Patentweg. Wichtig ist nur, sich selber treu zu sein.

Die Tiroler Versicherung hat mit dem geplanten Neubau viel vor. Wie stehen Sie dem Projekt gegenüber?

Ich habe durch meine Immobilien relativ viel Erfahrung in diesem Bereich. Es handelt sich um ein wirklich tolles Projekt, bei dem ökologisch und nachhaltig gebaut werden soll – mit Grünbereichen und vertikaler Begrünung.



Das Bekenntnis zu einer anderen Art des Bauens finde ich bemerkenswert. Dieses ökologische Zukunftsdenken macht sehr viel Spaß. Super, dass die TIROLER keinen klassischen Banken- oder Versicherungsbau errichten will. Ein wichtiger Faktor ist aus meiner Sicht, dass in dem neuen Gebäude wirklich noch jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter einen Platz hat. Ich glaube, man sollte den Menschen bei allen Homeoffice-Angeboten zumindest die Möglichkeit geben, vor Ort zu sein. Jeder Arbeitsplatz soll so gestaltet sein, dass man sich dort wohlfühlt. Genau das hat der Vorstand der Tiroler Versicherung betont. Mir gefällt es, dass sich das Unternehmen vom Markt abhebt – auch was den Neubau betrifft.

Sie sind sehr wissbegierig und kennen sich in unterschiedlichen Bereichen bemerkenswert gut aus.

Mein Credo ist „semper studere“, also das ganze Leben dazulernen. Daher mache ich alle möglichen Ausbildungen nebenher. Ich gehe gern in die Tiefe. Auch als Aufsichtsrat bekomme ich einen ganz anderen Einblick, wenn ich mit den Menschen rede. Ich mag es nicht, mich nur vom Vorstand informieren zu lassen. Er kann selektieren, welche Informationen er dir weitergibt, und präsentiert es genau so, wie es für ihn am besten ist. Wenn ich aber mit verschiedenen Menschen im Unternehmen rede, bekomme ich andere Sichtweisen und kann mir selbst ein Bild machen. Ich mag es, wenn Menschen kritisch sind, und bin keiner, der immer ein Schulterklopfen braucht. Mir ist es viel lieber, wenn jemand auch einmal etwas Negatives sagt, da kann man sich dann überlegen, ob es berechtigt ist oder nicht. Damit kann ich dann auch den Vorstand konfrontieren. Das ist für mich der Antrieb, mich auch im Detail mit den Themen auseinanderzusetzen. Und das geht als Aufsichtsrat sehr gut. Keiner wird danach bezahlt, ob er sich auf die Sitzungen vorbereitet oder nicht. Ich bin durchaus kritisch, wenn sich einer gar nicht zu Wort meldet. Die Pluralität, die Vielfalt an Meldungen, ist wichtig. Ich schätze daher auch Präsenzsitzungen. Man hat eine andere Form des Austauschs als bei einer reinen Online-Sitzung. Insgesamt macht mir die Rolle des Aufsichtsrats und des Hinterfragens jedenfalls sehr großen Spaß. ●





ICH MAG
ES, WENN
MENSCHEN
KRITISCH SIND.

— HANNES ISCHIA —



CHANGE-

Peter Scherl, Leiter des Bereichs Betriebsorganisation und IT, begleitete ab 2007 eine umfassende Systemumstellung in der Tiroler Versicherung. Eine ähnlich einschneidende IT-Umstellung steht im Unternehmen kurz bevor. Ein Gespräch über Change-Management, Cyber-Sicherheit und Zukunftsvisionen.

Aus einem IT-Projekt wurden 14 Jahre. Seit 2007 ist Peter Scherl bereits für die Tiroler Versicherung tätig, derzeit bereitet der Leiter des Bereichs Betriebsorganisation und IT gemeinsam mit seinem Team eine umfassende Systemumstellung vor. Im Interview erzählt der Prokurist, warum ein neues System nie ohne ganzheitliche Veränderungen im Unternehmen funktionieren kann und er sich wünscht, dass noch mehr Frauen in der IT-Branche Fuß fassen.

Erzählen Sie uns von Ihren Anfängen bei der Tiroler Versicherung.

Peter Scherl: Ich habe damals in Wien gelebt und hatte ein IT-Unternehmen. Ich wurde dann auf ein Projekt der Tiroler Versicherung aufmerksam gemacht. Das Unternehmen plante eine umfassende IT-Umstellung und suchte Leute, die das umsetzen konnten. Ich bin gebürtiger Innsbrucker und nach 17 Jahren in Wien wieder nach Tirol übersiedelt, um dieses Projekt zu begleiten. Das hat so gut funktioniert, dass ich mit meiner Familie geblieben bin. Ich kam damals aus einer Welt mit einer sehr hohen Schlagzahl. Bei der Tiroler Versicherung habe ich – was die IT betrifft – eine eher beschauliche Unternehmenskultur kennengelernt. Ich war mit Kollegen konfrontiert, die selbst gerade in einem Umbruch steckten. Die Schlagwörter Digitalisierung und Informationsgesellschaft waren auch Mitte der 2000er-Jahre noch nicht überall präsent.

Die von Ihnen erwähnte IT-Umstellung war ein großer Schritt für das Unternehmen.

Das System, mit dem die TIROLER seit den 1980er-Jahren gearbeitet hatte, war technologisch betrachtet auch zu damaligen Zeiten schon nicht mehr das modernste. Die Technologie wurde in den 1970er-Jahren entwickelt und hat bei uns bis zum Jahr 2010 überlebt. Man hat schon Mitte der 2000er-Jahre erkannt, dass man sich in einer Sackgasse befand, weil es keine Möglichkeiten gab, Daten auf Handys zu übertragen oder Schnittstellen mit dem Internet einzurichten. Auch den Anforderungen der Aufsichtsbehörden hätte das alte System nicht mehr Rechnung tragen können. Die Einführung des neuen IT-Systems, wegen dem ich ja ursprünglich gekommen bin, war also definitiv ein großer Meilenstein.

Während des Projekts hat man erkannt, dass man mit der Einführung des Systems auch eine organisatorische Veränderung in der IT braucht. Das habe ich in Angriff genommen. Das neue System war auch ein Paradigmenwechsel in der TIROLER, weil damit ein Outsourcing einhergegangen ist. Alles selbst zu betreiben war mit dem neuen System nicht mehr möglich. Das haben wir in ein Rechenzentrum ausgelagert und dort von Spezialisten betreiben lassen. Das war eine massive Veränderung und führte dazu, dass wir von einer IT-Abteilung, die im Bereich Softwareentwicklung Dinge selber macht, zu einer steuernden und kontrollierenden wurden.

Das klingt nach einer großen Umstellung.

Das war damals das größte Projekt, das die TIROLER bis zu diesem Zeitpunkt je gemacht hatte. Wir sind von einem steinzeitlichen in ein modernes System übersiedelt. Der Sprung war extrem groß. Das war fordernd, auch für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Fachabteilungen, für die das System ebenfalls Neuland war. Es ist in dieser Zeit sehr viel Know-how entstanden, nicht nur in der IT, sondern auch in den Fachbereichen.

Haben Sie für den Sprung von der Steinzeit in die Moderne konkrete Beispiele?

Mit der Einführung des Systems wurde es unter anderem möglich, Daten zu verteilen und dort verfügbar zu machen, wo sie gebraucht werden. Geschäftsprozesse konnten auch auf externe Systeme ausgedehnt werden – auf diese Weise gelang es, Webseiten zu integrieren, mit denen Kunden oder Geschäftspartner an das System andocken konnten. Zum Beispiel erhielten Kunden auf Wunsch keine Papierpost mehr, sondern ihre elektronische Polizze über ein Kundenportal. Das kennt man natürlich heute, aber im alten System war das nicht möglich. Wir haben später Apps entwickelt, die auf Handys verfügbar waren. Das ist ja auch der Kern unserer Informationsgesellschaft und der Digitalisierung: dass Daten und Informationen überall und zu jeder Zeit verfügbar sind. Da sich IT jedoch ständig und rasant weiterentwickelt, schaffen wir auch dieses System gerade wieder ab.

Es steht also eine weitere große Umstellung bevor?

Wir stehen pünktlich zum 200-Jahr-Jubiläum wieder vor einem riesigen IT-Projekt. Wir lösen das derzeitige System vollständig durch ein neues ab. Zwei andere Länderversicherungen in Österreich nutzen es bereits. Wir wollen ganz bewusst die Technologiepartnerschaft innerhalb der Länderversicherungen fördern und können in Zukunft hoffentlich gemeinsam viele Synergieeffekte nutzen. Technisch gesehen,

ist es durchaus mit der Umstellung im Jahr 2010 vergleichbar. Ich denke aber, dass es von der fachlichen Herausforderung eine Spur leichter wird, weil wir von zwei vergleichbaren Systemen sprechen. Es ist auf jeden Fall eine große Herausforderung, die uns bis zum Jahr 2024 beschäftigen wird. Das neue System ist auch wieder ein Schritt zurück in Richtung Inhousing. Wir haben in den letzten zwölf Jahren erkannt, dass eine gewisse Flexibilität verloren geht, wenn man manche Dinge nicht selbst im Haus betreiben kann. Das neue System ist definitiv flexibler und wendiger. Wir können viel schneller auf Trends und Prozesse, die am Markt passieren, reagieren.

Können Sie sich heute überhaupt noch vorstellen, wie Abläufe damals in den 1980er-Jahren funktioniert haben?

Wenn ich mir vorstelle, dass man früher mit Lochkarten nach Salzburg gefahren ist, um dann die Polizzen zu produzieren, ist das schon unglaublich. Ich habe auch in Erfahrung gebracht, dass in den 1980er-Jahren bei uns im Haus noch mit einem Stentofon, also einer Sprechanlage, kommuniziert wurde. Das Tempo war einfach ein ganz anderes in der Zeit.



DAS CHANGE-MANAGEMENT WIRD OFT UNTERSCHÄTZT.

— PETER SCHERL —

Sehen Sie diese Entwicklung, diesen Fortschritt in Sachen Technologie, auch kritisch?

Absolut. Ich bin sehr froh, dass es in unserer Gesellschaft auch ganz bewusste Gegenbewegungen gibt. Viele junge Menschen wollen nicht mehr überall erreichbar sein, ihnen ist die Work-Life-Balance wichtig. Die Herausforderung wird sein, die Möglichkeiten der IT im Arbeitsleben mehr zu nutzen, aber den Zwang der ständigen Erreichbarkeit, der dadurch entsteht, vom Management gewissenhaft abzufedern. Ich bin froh, dass es bei uns im Haus eine sehr vernünftige Sicht darauf gibt, dass man den Arbeitnehmer auch vor dem schützen muss, was IT ermöglicht.

Zurück zur Einführung des neuen Systems: Wie schwierig ist es, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei einem derartig gravierenden Umstellungsprozess zu begleiten?

Das Change-Management, das eine derartige Umstellung mit sich bringt, wird oft unterschätzt. Natürlich wollen wir die Abläufe und Prozesse den neuen IT-Systemen bestmöglich anpassen, um die Effizienz in der Verwaltung, die dieses System ermöglicht, nicht zu konterkarieren, sondern zu nutzen. Hinter den Prozessen von IT-Systemen steht ein Effizienzaspekt. Die Aufgabe ist es, seriös zu bewerten, inwieweit sich die TIROLER organisatorisch verändern muss, um mit dem neuen System erfolgreich arbeiten zu können. Wesentlich ist, die Menschen, die sich in dieser neuen Welt



zurechtfinden sollen, auch auf dem Weg dahin zu begleiten. Genau das ist Change-Management.

Was ist Ihnen in Ihrem Verantwortungsbereich außer den erfolgreichen Systemumstellungen noch wichtig?

Ich bin sehr froh, dass ich – asymptotisch für die Branche – viel Frauenpower im Team habe. Wir haben beispielsweise seit 2019 eine Teamleiterin in der IT. Die

Abteilung Digitalisierung setzt sich aus drei Frauen und einem Mann zusammen. Ansonsten war die Corona-Zeit ein Highlight im negativen wie im positiven Sinne. Bei einigen Dingen konnten wir noch nicht zu 100 Prozent sicher sein, ob es im Ernstfall funktionieren wird – und es hat funktioniert.

Wie würden Sie die Entwicklung der TIROLER-IT in einem Satz beschreiben?

Insgesamt hat sich die IT der Tiroler Versicherung in den vergangenen 20 Jahren sicher zu einer serviceorientierten Organisation, weg vom Generalisten hin zum Spezialisten, entwickelt.

Wie herausfordernd ist das Thema IT-Sicherheit heute und wie wird es in der Zukunft sein?

IT-Security ist ein riesengroßes Thema. Vor 20 Jahren wurde IT-Sicherheit mit Computerviren auf Windows assoziiert. Oder mit dem Diebstahl von Datenträgern. Aber diese omnipräsente Bedrohung, die man heute durch die Vernetzung der ganzen Systeme hat, beschäftigt uns seit zehn Jahren. In den letzten fünf Jahren hat sich die Lage noch einmal dramatisch verschärft. Was man dabei nicht außer Acht lassen darf, ist, dass sich neun von zehn Versuchen von Kriminellen, IT-Sicherheit zu korrumpieren, an den Anwender richten. Etwa in Form von gefälschten E-Mails. Wir machen regelmäßig Schulungen, um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu sensibilisieren. Nur mit der Symbiose aus den Maßnahmen der IT und dem verantwortungsvollen Umgang der Anwender sind diese Dinge im Griff zu behalten.

Was sind Ihre Pläne für die Zukunft?

Die Systemumstellung, die jetzt ansteht, ist ein sehr großes Projekt. Insgesamt ist bei der Digitalisierung die große Herausforderung, nicht alles zu machen, nur weil man es kann. Es geht vielmehr darum, die richtigen Dinge zu tun und umzusetzen. Mir wäre es auch ein Anliegen, noch mehr Frauen im Team zu haben. Die IT-Branche ist, wie bereits angesprochen, leider nach wie vor eher männerdominiert. Ich würde mir wünschen, dass sich das in Zukunft ändert. ●



DIE FORMEL

Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Interview mit Mathematikern unterhaltsam und kurzweilig ist? Sehr hoch, wie sich bei der Tiroler Versicherung zeigt.

TEXT Katharina Zierl FOTOS Martin Vandory

Mathematik ist in allen Unternehmensbereichen der Tiroler Versicherung präsent. Das war nicht immer so, erinnert sich Vorstand Franz Mair: „Als ich 1996 angefangen habe, war die Mathematik ein Teilzeitjob. Das hat sich stark verändert. Man muss sich nur anschauen, wo unsere Mathematiker heute überall eingebunden sind – egal ob im Rechnungswesen, Controlling, Risikomanagement, in der Lebensversicherung oder der Sachversicherung. Hätte einem Ende der 1990er-Jahre jemand gesagt, dass Mathematik eine so große Rolle bei uns spielen wird, hätte das niemand für möglich gehalten. Ohne top ausgebildete Versicherungsmathematiker wäre Versicherung auch in der TIROLER nicht mehr denkbar.“

ZUM ERFOLG



”

DAS MATHEMATIK-STUDIUM IST EIN BISSCHEN WIE CHINESISCH LERNEN.

— MARKUS MITTENDORFER —

Neuland. „Es ist ein bisschen wie Chinesisch lernen“, sagt Markus Mittendorfer und schmunzelt. „Nach drei Jahren kann man einen Satz sprechen, so ist es mit der Mathematik auch. Im ersten Jahr denkt man: Das kann man niemals verstehen. Später erscheint es ganz logisch“, erzählt er vom Studium. Seit mittlerweile elf Jahren ist er als Mathematiker bei der Tiroler Versicherung im Einsatz: „Ich bin im Bereich Sachversicherung tätig. Hier konnte ich sehr viel Aufbauarbeit leisten. Ich bin in viele Bereiche involviert: von der Bilanzierung über die Tarifierung bis hin zu Analysen und Wissensaustausch. Eine unserer größten Aufgaben ist es, Ergebnisse so verständlich zu formulieren, dass jeder,

der damit arbeiten muss – egal ob Management oder Vertriebsmitarbeitende –, damit etwas anfangen und es verstehen kann.“

Faszination Mathematik. Auch Kurt Eller ist von der Mathematik fasziniert: „Man kann vieles greifbar machen. Wenn man etwas einmal verschriftlicht hat, gibt es keinen Interpretationsspielraum. Jeder andere Mathematiker oder jede andere Mathematikerin versteht es. Im Grunde ist es eine universelle Sprache.“ Kurt Eller ist bei der Tiroler Versicherung im Rechnungswesen als Data Scientist angegliedert. „Ich programmiere viel. Unter anderem gemeinsam mit dem Risikomanagement, wo wir eine Software entwerfen, mit der wir bestimmte Modellierungen vornehmen können. Außerdem arbeite ich mit dem Veranlagungsbereich zusammen. Im Bereich Data Science habe ich zum Beispiel Schadendaten analysiert“, erzählt er.

Abwechslungsreich. Cemal Acikbas, verantwortlicher Aktuar in der Lebensversicherung, findet an der Mathematik besonders spannend, Schwieriges einfach zu erklären: „Man muss alles verständlich machen können. Für Kundinnen und Kunden, aber auch für Kolleginnen und Kollegen.“ Eine spannende, abwechslungsreiche Aufgabe, wie er erzählt: „Der Bereich der Lebensversicherung ist stark reglementiert. Meine Aufgabe ist es, die gesetzlichen Vorgaben zu verstehen, richtig umzusetzen und für alle verständlich zu machen. Der Job des Aktuars ist eine bunte Mischung aus Wirtschaft, Jus und Mathematik – daher sehr abwechslungsreich.“ Das starke Interesse an der Mathematik hat Cemal Acikbas auch einem engagierten Lehrer zu verdanken: „Ich war in der Unterstufe ganz gut in Mathe, aber

”

DAS SPANNENDE IST, DASS MAN MIT DER MATHEMATIK VIELES GREIFBAR MACHEN KANN.

— KURT ELLER —



keineswegs überbegabt. In der Oberstufe bekamen wir einen neuen Lehrer, der in mir das Talent für Mathematik gesehen hat. Er hat mich gefordert und gefördert. Durch ihn habe ich mich für das Studium entschieden. Es hat mir einfach Spaß gemacht, über komplexe Probleme nachzudenken und Rätsel zu lösen.“

Wahrscheinlichkeit. Dass die Mathematiker ihre Materie alles andere als langweilig präsentieren, wurde auch schon in der einen oder anderen Aufsichtsratssitzung deutlich, wie sich Markus Mittendorfer erinnert: „Wir haben uns gedacht, wenn wir nur das präsentieren, was wir präsentieren müssen, wird es langweilig. Gerade im



Bereich Mathematik kann man aber viele Menschen überraschen. Wir suchen also ein Beispiel, das mit dem zu beschreibenden Grundproblem zu tun hat. Zahlen in Bilanzen kann ohnehin jeder nachlesen.“

Zum Schmunzeln. Eines dieser Beispiele erläutert Markus Mittendorfer: „Wir haben drei verschiedene Tiroler-Versicherung-Krawatten daheim. Wir haben uns überlegt, wie groß die Wahrscheinlichkeit ist, dass wir die gleiche zur Aufsichtsratssitzung anziehen. Das ist ein Konnex, den wir uns einfallen lassen, damit es greifbarer wird und den einen oder anderen zum Schmunzeln bringt. Wir hatten dann wirklich die gleiche Krawatte an. Das ist ein sehr gutes Beispiel für die Wahrscheinlichkeitsrechnung. Das kann man dann ganz gut umlegen auf andere Ereignisse.“

Guter Ausgleich. Nicht nur die Begeisterung für Mathematik, auch die Leidenschaft für den Sport teilen die drei Mathematiker. „Sich nur im Abstrakten zu bewegen ist auf Dauer nicht befriedigend“, sind sich Markus Mittendorfer und Kurt Eller einig. Und auch Cemal Acikbas hat den perfekten Ausgleich zum Job gefunden: „Im Fitnesscenter und beim Fußballspielen kann ich sehr gut abschalten.“

Wissen weitergeben. Damit auch künftige Mathematiker wissen, was sie im Berufsleben erwartet, ist Cemal Acikbas einmal pro Jahr an der Universität Innsbruck zu Gast und hält einen Vortrag: „Die Mathematik-Erstsemestrigen bekommen so einen guten Einblick und sehen, in welchen Bereichen sie vielleicht in Zukunft arbeiten wollen. Es macht mir großen Spaß, mein Wissen und meine Erfahrungen weiterzugeben.“ ●

”

ICH GEBE MEIN WISSEN UND MEINE ERFAHRUNGEN GERN WEITER.

— CEMAL ACIKBAS —



IM BEREICH
MATHEMATIK
KANN MAN VIELE
ÜBERRASCHEN.

— MARKUS MITTENDORFER —

TEXT Katharina Zierl FOTOS Birgit Pichler

Seit vielen Jahren ist die Tiroler Versicherung offizieller Partner der Tiroler Feuerwehren. Wie wichtig die Freiwillige Feuerwehr für Tirol ist und welche Herausforderungen die Zukunft bringt, erzählt Landesfeuerwehrinspektor Alfons Gruber im Interview.

Starker Partner im Ernstfall





LANDES-FEUERWEHRVERBAND



TIROL

FEUERWEHR

220

EMPI

A FW 21 IL



Auf die Unterstützung der Tiroler Versicherung kann die Feuerwehr seit vielen Jahren bauen. Bereits Anfang der 1930er-Jahre bildete das Unternehmen eine Landesstelle für Brandverhütung. Neben diversen Präventionsaktionen unterstützt die TIROLER Anschaffungen der Feuerwehr finanziell. 22.600 aktive Mitglieder in ganz Tirol, 337 Freiwillige Feuerwehren, 19 Betriebsfeuerwehren und eine Berufsfeuerwehr wissen, dass sie sich auf die TIROLER verlassen können. Eine historisch gewachsene Partnerschaft mit echter Handschlagqualität, wie das Gespräch mit Landesfeuerwehrinspektor Alfons Gruber zeigt.

Die TIROLER ist seit vielen Jahren offizieller Partner der Tiroler Feuerwehren. Was zeichnet die Zusammenarbeit aus?

Alfons Gruber: Die TIROLER ist die einzige Versicherung in Tirol, die sich zum Ziel gesetzt hat, Anschaffungen der Feuerwehr zu sponsern. Die Zusammenarbeit geht sehr lange zurück. Es gibt auch einen Partnerschaftsvertrag zwischen dem Unternehmen und dem Landesfeuerwehrverband. Die Zusammenarbeit zeichnet sich durch Handschlagqualität und gegenseitigen Respekt aus. Zur TIROLER kann man auch kommen, wenn außergewöhnliche Anschaffungen finanziert werden müssen. Ich schätze die Tiroler Versicherung insgesamt sehr, weil sie sich im ganzen Land bemüht, für die Bevölkerung da zu sein. Sie ist in der Schadenabwicklung sehr hilfsbereit und versucht immer, eine Lösung zu finden.

Wie wichtig ist die finanzielle Unterstützung für Tirols Feuerwehren?

Das Feuerwehrwesen entwickelt sich rasant. Die Gefahren nehmen zu und werden spezieller. Um diese Gefahren zu bekämpfen, braucht es neben gut ausgebildeten, hoch motivierten Feuerwehrleuten entsprechendes Gerät. Die Finanzierung basiert auf Steuergeldern und Mitteln, welche die Feuerwehren aus Veranstaltungen, Sammlungen und anderen Projekten lukrieren. Darüber hinaus sind wir bemüht, Sponsoren zu gewinnen. Die TIROLER zählt als verlässlicher Partner zu einem der größten Sponsoren des Feuerwehrwesens in Tirol.

Auch die Sicherheit der Feuerwehrleute ist ein wesentlicher Faktor.

Deshalb sind eine intensive Ausbildung und die Ausrüstung mit diversen Gerätschaften wie Wärmebildkameras nötig. Das erhöht die Sicherheit im Einsatz. Moderne Fahrzeuge sind natürlich auch sicherer als Oldtimer. Neben der Möglichkeit, Gefahren effizienter zu bekämpfen, ist die moderne Ausrüstung ein Motivationsfaktor für die hauptsächlich ehrenamtlich tätigen Mitglieder. Es gibt nur in Innsbruck eine Berufsfeuerwehr, sonst sind im gesamten Land Freiwillige Feuerwehren im Einsatz. Größere Betriebe mit speziellen Risiken haben außerdem Betriebsfeuerwehren.

Der TIROLER ist auch die Prävention ein Anliegen.

Ich war selbst schon öfter bei solchen Aktionen dabei. Prävention ist insgesamt sehr wichtig. Jedes Schadenereignis, das verhindert werden kann, nützt den Betroffenen und



den Einsatzkräften. Ein wesentlicher Faktor sind Rauchmelder in Wohnungen und Häusern, die den Rauch detektieren. Das ist speziell in der Nacht wichtig, wenn die Menschen Brände nicht mitbekommen. Es gibt viele Veranstaltungen, welche die Sensibilität erhöhen – auch mit der TIROLER gemeinsam. Insgesamt ist die Sensibilität der Bevölkerung, was Sicherheit betrifft, hoch. Es fehlt allerdings im Detail: Was muss ich konkret tun, damit ich daheim keine Probleme produziere? In diesem Bereich haben wir noch viel zu tun und müssen immer wieder nachschärfen. Speziell das Thema Katastrophenschutz erfordert die Mitwirkung der Bevölkerung, weil wir das sonst nicht bewältigen können.

Wird sich die Situation auf Grund des Klimawandels verschärfen?

Der Klimawandel trägt dazu bei, dass der Feuerwehr sicher nicht langweilig wird. Es gibt mehr Einsätze durch Starkniederschläge – im Sommer und im Winter. Dann herrscht wieder extreme Trockenheit und es gibt Waldbrände. Bei Bränden in Gebäuden ist zu beobachten, dass es oft sehr intensiv brennt. Das hat auch damit zu tun, dass die Gebäude mit Einrichtungsgegenständen überladen sind. Die zum Teil brennbaren Fassaden machen der Feuerwehr ebenfalls Probleme. Die ganze Energiethematik führt dazu, dass die Gebäude wärmedämmend werden – das ist auch gut so. Aber es werden Materialien verwendet, die brennbar sind.

Welche Herausforderungen kommen außerdem auf die Feuerwehr zu?

Der Einsatzbereich der Feuerwehr verlagert sich vom Brand hin zu technischen Themen. Es braucht etwa Spezialgeräte, um Personen aus Autos zu befreien. Was uns zunehmend fordert, ist die Thematik alternativer Antriebe wie bei Elektroautos. Zum Löschen im Batteriebereich ist ein spezielles Gerät nötig. Eine intensivere Zusammenarbeit mit der Autoindustrie wird in Zukunft wichtig sein. Bei der chemischen Industrie gibt es diese Zusammenarbeit bereits. Früher gab es auch hier mehr Probleme, weil die Chemiebetriebe meinten, außerhalb des Betriebsgeländes würde sie das nichts mehr angehen. Das hat sich wesentlich geändert.

Was wäre Tirol ohne die Freiwillige Feuerwehr?

Viel ärmer an Menschen, die positiv eingestellt und bereit sind, zu jeder Zeit, wenn es möglich ist, alles stehen und liegen zu lassen, um auszurücken und anderen zu helfen. Die Menschen leisten nicht nur im Einsatz viel Positives, sie helfen auch in der Nachbarschaft, im Ortsteil oder in der Gemeinde mit, etwa wenn Tätigkeiten bei Veranstaltungen anfallen oder eine Familie in Not gerät. Gott sei Dank gibt es nach wie vor genug Nachwuchs. Natürlich muss man sich in den Gemeinden viel einfallen lassen, um die jungen Menschen zu begeistern. Wir freuen uns, dass viele Junge bereit sind, sich die Zeit zu nehmen, um sich gut auszubilden zu lassen, weil die Einsätze heutzutage eine umfangreiche Ausbildung voraussetzen.

Was wünschen Sie der TIROLER für die Zukunft?

Weiterhin so viele engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie gute Kundinnen und Kunden, möglichst wenige Großschäden und viele gute Ideen, um den Erfordernissen der Zeit entsprechend Produkte anzubieten, die gut ankommen. Und natürlich wünsche ich mir auch in Zukunft eine so gute und enge Zusammenarbeit mit der Feuerwehr. ●



PRÄVENTION IST
SEHR WICHTIG.
WIR HABEN NOCH
VIEL ZU TUN.

— ALFONS GRUBER —

C

O

R

O

N

A

Wie schnell und flexibel die TIROLER auf Herausforderungen reagiert und wie stark der Zusammenhalt im Unternehmen ist, zeigte sich während der Corona-Krise.

Es war ein besonderes Jahr, das noch lange in Erinnerung bleiben wird. 2020 machte deutlich, wie schnell sich private und berufliche Rahmenbedingungen von einem Tag auf den anderen komplett ändern können. Die ersten Covid-19-Fälle in Österreich wurden Ende Februar entdeckt, rasant wachsende Infektionszahlen führten im März 2020 zum Lockdown. Eine große Herausforderung für jeden Einzelnen. Eine ebenso große für Unternehmen. Auch die Tiroler Versicherung war gefordert, auf die Maßnahmen rund um die Corona-Pandemie zu reagieren. Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wurde von Anfang an versichert, dass ihre Arbeitsplätze nicht gefährdet sind und Kurzarbeit kein Thema ist. Eine große Erleichterung, wie zahlreiche Interviews und Gespräche mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zeigen. „Uns war eine offene und transparente Kommunikation enorm wichtig. Alle wussten zu jedem Zeitpunkt, wo wir stehen und welche Schritte eingeleitet werden“, betont Vorstand Franz Mair. Auch die Umstellung auf Homeoffice wurde vom Unternehmen erfolgreich bewältigt.



Hardware. Einen großen Anteil an eben dieser gelungenen Umstellung hat Julia Steiner-Mair. Seit acht Jahren arbeitet die IT-Expertin bei der Tiroler Versicherung. Eine derartige Situation hat auch die Leiterin des IT-Support-Teams noch nicht erlebt: „Die größte Herausforderung bei der Umstellung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf Homeoffice war für uns die Beschaffung und Vorbereitung der Hardware. Das war am schwierigsten, weil die Pakete zum Teil bei den Lieferantenbetrieben in einem Container lagen und nicht

”

DIE BESCHAFFUNG DER HARDWARE
WAR EINE GROSSE HERAUSFORDERUNG.

— JULIA STEINER-MAIR —

ankamen.“ Ohne die nötige Hardware könne man die Teams naturgemäß nicht adäquat ausstatten, so Julia Steiner-Mair. Zugute kam der Tiroler Versicherung, dass bereits vor dieser Ausnahmesituation viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter regelmäßig von daheim aus gearbeitet hatten. Auch sie selbst: „Ich kann im Homeoffice genauso arbeiten wie in der Firma. Das macht für mich überhaupt keinen Unterschied. Gerade als Zweifach-Mama ist es super, auf diese Weise Beruf und Familie vereinbaren zu können.“

Gelungener Einstieg. Stefan Soratroi war ebenfalls gefordert. Vor allem, weil er erst kurz vor der Corona-Krise im Unternehmen angefangen hatte. „Durch die Verschärfung der Situation aufgrund des Corona-Virus hat sich sehr schnell herausgestellt, dass viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf Homeoffice umstellen und wir die entsprechenden Vorbereitungen treffen mussten“, erzählt der 32-Jährige.



Er sei froh, dass er schnell behilflich sein konnte. „Außerdem habe ich durch das Aufsetzen der PCs und Vorbereiten für das Homeoffice schon sehr viel von den Systemen mitbekommen. Somit hatte ich gleich einen guten Überblick“, betont Stefan Soratroi. Dass alle geeint hinter der Umstellung standen, freut auch Peter Scherl, Leiter des Bereichs Betriebsorganisation und IT: „Der gesamte relevante Betrieb wurde binnen kürzester Zeit auf Homeoffice oder zumindest auf mobile Arbeitsplätze umgestellt“, so der Prokurist.

„Natürlich gibt es bei solchen Vorhaben auch gewisse Widrigkeiten und Dinge, die nicht zu erwarten sind. Trotzdem haben wir alles erfolgreich über die Bühne gebracht“, erzählt Peter Scherl.

Der Ernstfall. Bis ins letzte Detail planen lässt sich eine derartige Ausnahmesituation laut Peter Scherl ohnehin nicht: „Natürlich gibt es gerade auch in der IT Notfallpläne, weil man für den Ernstfall gerüstet sein muss. Pandemie-Themen waren aber auch für uns ein Novum. Die Pläne, die es gibt, sind eine riesige Trockenübung. Daher brauchte es ganz viel Improvisation, um die richtigen Schritte einzuleiten. Das Allerwichtigste waren klare Rollen- und Aufgabenteilungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und eine gut funktionierende Kommunikation. Information muss da hinkommen, wo sie gebraucht wird. Insgesamt fand ein wunderbares Zusammenrücken statt.“ Das bestätigen auch Stefan Soratroi und Julia Steiner-Mair: „Jeder Einzel-

”

ICH HATTE GLEICH EINEN
GUTEN ÜBERBLICK.

— STEFAN SORATROI —

ne hat zu dieser schnellen Umstellung beigetragen.“ Dass es ganz ohne Stress in einer derartigen Ausnahmesituation nicht geht, stehe außer Frage, betont Soratroi. „Da die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aber sehr verständnisvoll reagiert haben, wenn nicht alles sofort erledigt werden konnte, hielt sich das absolut in Grenzen. Jeder wusste, dass man in dieser Zeit Prioritäten setzen musste.“ Natürlich gebe es in so einer Situation viele Anfragen an die IT. Wichtig sei es, ruhig zu bleiben, sagt Soratroi. „Gerade wir im IT-Support-Team sind dazu da, andere zu unterstützen. Auch wenn es rundgeht, gilt es, einen klaren Kopf zu bewahren und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern schnell und gut zu helfen.“

Neustart. Während andere Unternehmen während der Corona-Krise auf Kurzarbeit umstellten oder Personal entließen, stellte die TIROLER sogar neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein. „Der 1. April 2020, an dem ich bei der Tiroler Versicherung anfangen sollte, rückte näher und ich hatte gehofft, dass trotz Krise alles passt. Ich war sehr froh und glücklich, dass wir wirklich starten konnten“, erzählt Stefanie Egger. Genauso wie 17 weitere Neustarterinnen und Neustarter absolvierte sie die zweimonatige Grundschulung, die aufgrund der Corona-Krise digital über die Bühne ging. Alle neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bekommen auf diese Weise einen Einblick in das Unternehmen und die Versicherungsbranche.



Gut vorbereitet. „Ich war total begeistert davon, wie gut alles vorbereitet war und wie kompetent und herzlich das abgelaufen ist. Das war wirklich sehr hohes Niveau“, freut sich Stefanie Egger, die mittlerweile als Marketingleiterin der Tiroler Versicherung tätig ist, über ihren gelungenen Einstand. Bereits bei früheren Arbeitgebern konnte sie Erfahrungen mit Videokonferenzen und virtuellem Arbeiten sammeln. Der persönliche Austausch fehlte Stefanie Egger im Homeoffice aber sehr wohl: „Man kann einiges von der Körpersprache und der Mimik ablesen. Ich nehme normalerweise ganz viel aus Gesprächen mit.“ Umso mehr genießt es die Marketingleiterin, sich wieder im Büro mit ihren Kolleginnen und Kollegen auszutauschen. Die TIROLER hat während der Corona-Pandemie jedenfalls einmal mehr bewiesen, wie krisenfest und wie sehr sie auf das Wohl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bedacht ist. ●

”

ICH WAR SEHR FROH, DASS WIR
WIRKLICH STARTEN KONNTEN.

— STEFANIE EGGER —

TEXT Katharina Zierl FOTOS Martin Vandory

Dass die Tiroler Versicherung auch als Sponsorin eine verlässliche Partnerin ist, steht außer Frage. WSG-Trainer Thomas Silberberger weiß, dass er und seine Mannschaft sich immer auf die TIROLER verlassen können.

IMMER AM BALL BLEIBEN

IM GAST

0 : 0

11
AG
MPL



TS

TIWAG

Die Tiroler Versicherung wäre auch als Fußballmannschaft höchst erfolgreich – daran hat WSG-Tirol-Trainer Thomas Silberberger keinen Zweifel. „Das Unternehmen überzeugt mit Ausdauer und taktischer Disziplin“, erklärt er im Interview. Seit 1. Juli 2013 begleitet Silberberger als Trainer die Mannschaft auf ihrem Weg, seit 1. Juli 2016 ist die TIROLER als Sponsor mit an Bord. Eine Zusammenarbeit, bei der Silberberger ins Schwärmen gerät. Im Gespräch erzählt der WSG-Trainer, wodurch sich das Sponsoring der Tiroler Versicherung von anderen abhebt, was das Unternehmen und der Fußballverein gemeinsam haben und wie er seine Mannschaft motiviert.

Was zeichnet das Sponsoring der Tiroler Versicherung aus?

Thomas Silberberger: An oberster Stelle steht immer die Wertschätzung, die den handelnden Personen entgegengebracht wird. Egal ob es sich um unsere Präsidentin Diana Langes oder mich handelt, die Gespräche mit dem Vorstand sind immer von gegenseitigem Respekt geprägt.

Die Tiroler Versicherung begleitet die WSG nun bereits seit einigen Jahren.

Die TIROLER war ein starker Wegbegleiter – in guten und auch in schlechten Zeiten. Gerade auch wenn man sich den sportlichen Abstieg im vergangenen Jahr anschaut, der durch die Mattersberg-Causa noch einmal verhindert werden konnte, hat sich gezeigt, dass wir uns auf die TIROLER verlassen können. Dafür sind wir sehr dankbar. Mittlerweile geht die Zusammenarbeit auch über das Sponsoring hinaus, es sind Freundschaften zwischen den handelnden Personen entstanden. Vorstand Franz Mair ist fast bei jedem Spiel selbst mit dabei. Ich bekomme nach jedem Match eine Nachricht von ihm auf das Handy, was wir besser machen sollten und könnten (*lacht*). Wenn es gut läuft, ist er ebenfalls einer der Ersten, der sich mit uns freut und uns gratuliert.

Wie haben Sie die Zusammenarbeit mit der TIROLER bislang erlebt?

Wir treffen uns einige Male pro

Jahr und tauschen uns aus. Dann diskutieren wir natürlich auch die Aufstellung. Dazu fällt mir eine witzige Anekdote ein: Als wir in der zweiten Liga waren, gingen Diana Langes und ich drei Tage vor dem Derby gegen Wacker Innsbruck mit den Vorständen Franz Mair und Walter Schieferer gemeinsam essen. Ich habe ihnen bei dieser Gelegenheit die Aufstellung gezeigt und erklärt, wie wir spielen wollen. Ich habe dann auch gesagt, dass sie sicher sein können, dass wir das Spiel gewinnen. Wir haben dann 1:0 gewonnen. Die beiden hatten die Aufstellung jedenfalls zwei Tage vor der Mannschaft erfahren. Sie kamen also mit großem Insider-Wissen ins Stadion und konnten sehr gut punkten, was die Erklärung der Strategie betrifft (*lacht*). Das war wirklich witzig. Der Kontakt ist jedenfalls immer da. Die TIROLER ist ein Top-Sponsor.

Wir sind sehr, sehr froh, dass sie bei uns an Bord ist und die Entwicklung des Vereins mitgetragen hat.

Wenn die TIROLER eine Fußballmannschaft wäre, mit welchen Stärken könnte sie dann punkten?

Auf jeden Fall mit großer Ausdauer. Sonst würde das Unternehmen nicht bereits seit 200 Jahren am Markt bestehen. Die taktische Disziplin ist ebenfalls hervorzuheben. Und Tradition wäre ein großer Wert. Wenn die Tiroler Versicherung in der Bundesliga mitspielen würde, könnte sie mit Sicherheit eine entscheidende Rolle einnehmen und wäre sehr erfolgreich.

Würden Sie die Tiroler Versicherung als Mannschaft gerne trainieren?

Ja, mit Sicherheit. Mit allen, mit denen ich bisher zu tun hatte, bin ich sehr gut ausgekommen. Sie sind auf ihrem Gebiet Top-Profis, genauso wie wir Top-Profis am Fußballplatz sind. Die Tiroler Versicherung wäre ein toll zu trainierender Verein. Wenn auch mit einigen Herausforderungen verbunden,

”

DIE TIROLER WÄRE
EIN TOLL ZU TRAI-
NIERENDER VEREIN.

— THOMAS SILBERBERGER —



weil das Unternehmen eine breite Struktur hat. Es hätte viele Top-Spielerinnen und -Spieler in seinen Reihen, also sehr viele Kapitäne. Es wäre also sicher auch schwierig, die Interessen aller Top-Spieler zu vereinen. Insgesamt wäre es für mich eine spannende Aufgabe, die TIROLER zu trainieren.

Während Sie ein Fußballteam coachen, leitet der Vorstand der TIROLER ein Unternehmen. Welche Parallelen gibt es?

Aus meiner Sicht sehr viele. Im Endeffekt führe ich eine Einheit von 25, mit den Trainern 35 Leuten. Ich führe eine große Gruppe Menschen zu sportlichen Leistungen oder versuche zumindest, sie dorthin zu führen. Der Vorstand der TIROLER hat sehr viele Angestellte, die er ebenfalls in eine gesicherte, erfolgreiche Zukunft führt. Man muss sich als Vorstand und als Trainer immer weiterentwickeln und die neuen Trends mit einfließen lassen. Die Aufgaben sind also durchaus miteinander vergleichbar.

Was haben die TIROLER und die WSG gemeinsam?

Es fängt mit der Farbe an: Grün-Weiß. Und es hört bei der Leidenschaft für die Sache auf. Wertschätzung ist ebenfalls ein großes Thema. Es gibt sehr viele Gemeinsamkeiten. Auch was die Herzlichkeit und Menschlichkeit innerhalb des Unternehmens angeht. Die WSG ist ein extrem familiärer Betrieb. Die Tiroler Versicherung ist ähnlich aufgestellt. Ich habe selbst mitbekommen, wie der Vorstand mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern umgeht.

Haben Sie das Gefühl, dass sich die WSG auf die Tiroler Versicherung auch in schlechten Zeiten verlassen kann?

Wir können uns zu tausend Prozent auf die Tiroler Versicherung verlassen. Sie war auch der erste Sponsor, der gesagt hat: „Macht euch wegen des Abstiegs keine Sorgen. Wir sind mit an Bord und wenn ihr Probleme habt, kommt auf uns zu und wir schauen gemeinsam, wie wir das neu strukturieren können.“ Das ist für einen Sponsor eigentlich ungewöhnlich. Viele andere haben erklärt, sie ziehen das Sponsoring in der zweiten Liga zurück.

WSG SWARO
SEKTORIE
WATTEN

”

MOTIVATION IST
BESTANDTEIL DES
LEADERSHIPS.

— THOMAS SILBERBERGER —

Die TIROLER nicht. Sie ist vorangegangen und hat gesagt: „Schaut, dass ihr wieder Boden unter den Füßen bekommt.“ Wir haben uns keine Sekunde im Regen stehen gelassen gefühlt. Die Tiroler Versicherung ist mit Sicherheit ein ganz besonderer Sponsor. Ich bin daher auch extrem stolz darauf, dass ich das Unternehmen bei den Spielen mit der Schildkappe nach außen trage.

Wie motivieren Sie Ihre Mannschaft?

Motivation ist vielschichtig. Die großen Stärken eines Trainers oder einer Unternehmensführung liegen im Leadership. Es geht darum, Menschen zu führen. Dabei muss man berücksichtigen, dass es unterschiedliche Charaktere gibt. Eine Person braucht mehr Zuspruch, eine andere weniger. Am Ende des Tages ist Motivation ein Bestandteil des Leaderships.

In Summe gilt es, das richtige Ge-

samtpaket zu finden, damit die Mannschaft motiviert am Platz steht. Im Spitzensport muss aber die Motivation bei jedem Einzelnen ohnehin schon sehr groß sein, damit Höchstleistungen überhaupt möglich sind.

Wie gehen Sie und die Mannschaft mit Druck um?

Druck ist im Sport allgegenwärtig. Ich persönlich bin ein sehr gelassener Mensch. Ich suche den Ausgleich in den Tiroler und Südtiroler Bergen. Ich gehe sehr viel allein wandern oder Rad fahren, im Winter Ski fahren. Das ist für mich ein großes Ventil. Was den Druck am Spielfeld angeht, ist es die große Kunst eines Trainers, ihn auszuhalten und nicht an die Spieler weiterzugeben. Zu viel Druck hemmt, ein gewisser Druck ist ohnehin bei jedem vorhanden. Außerdem lese ich keine Berichte über die WSG Tirol und bin auch nicht in den sozialen Medien präsent. Wenn von außen Druck gegen meine Person geschürt wird, bekomme ich das meist gar nicht mit. Darüber bin ich froh.

Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht die Förderung des Nachwuchsfußballs?

Natürlich sehr wichtig. Wir müssen ehrlich sein: Am Ende des Tages ist die Kampfmannschaft das Aushängeschild. Es kann aber nur mit Nachwuchs funktionieren. Der Weg vom zehnjährigen Nachwuchsspieler bis in die Kampfmannschaft in die Bundesliga ist steinig. Es ist mit vielen Entbehren verbunden, an die Spitze zu kommen. Das ist bei jeder Sportart so. Mit der Tiroler Akademie gibt es eine sehr gute Zusammenarbeit. Wir sind bestrebt, die besten Tiroler Talente bei uns in die Bundesliga einzubauen.

Welche Pläne haben Sie mit der WSG für die Zukunft?

Wir sind der Verein mit dem kleinsten Budget in der Bundesliga. Wir wollen den bestmöglichen Erfolg erzielen. Der Klassenerhalt ist ein Riesenthema. Wir können nicht davon ausgehen, dass uns dieses Ziel jedes Jahr spielend leicht gelingt. Eines steht auf jeden Fall fest: Wir strecken uns nach der Decke. ●



Jung, motiviert, erfolgreich: Katharina Bernhart, Barbara Heis und Georg Gridling beweisen, dass die Tiroler Versicherung Talente fördert und Karrieren ermöglicht.

KOMM
G E B T D E N J U N G E N D A S
IMM



Sie haben ihre Chance genutzt: Katharina Bernhart, Barbara Heis und Georg Gridling sind das beste Beispiel dafür, dass ein motivierendes Umfeld in Verbindung mit Eigeninitiative und Können die perfekte Basis für eine erfolgreiche berufliche Laufbahn bildet. Katharina Bernhart, die den Bereich Schadenservice bei der Tiroler Versicherung leitet, weiß um den großen Vertrauensvorschuss, den das Unternehmen jungen

AND DO

Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einräumt: „Es ist sehr motivierend, dass die Tiroler Versicherung mir viel zutraut. Natürlich hat man vor der Führungsaufgabe großen Respekt. Man bekommt im Haus aber viel Unterstützung. Es ist in diesem Zusammenhang auch wichtig, das eigene Handeln und das der anderen immer wieder zu reflektieren, um sich zu erden.“ Was ihr an ihrem Job am meisten Spaß macht? „Dass die einzige Konstante die Veränderung ist: Jeder Tag ist anders.

”

DIE MITARBEITERINNEN
UND MITARBEITER HABEN
HÖCHSTE PRIORITÄT.

— KATHARINA BERNHART —



Dem Unternehmen und mir ist es sehr wichtig, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter höchste Priorität haben. Wenn eine Idee oder auch ein Problem auftaucht, dann steht meine Tür jederzeit offen“, erzählt Katharina Bernhart. Was es braucht, um erfolgreich zu sein? „Man sollte mutig sein. Und Vertrauen leben.“

Karrieren ermöglichen. „Die Tiroler Versicherung zeichnet sich dadurch aus, dass sie Karrierewege ermöglicht“, betont Georg Gridling, der den Bereich Immobilien im Unternehmen leitet. Worauf es noch ankommt, um erfolgreich zu sein? „Es ist wichtig, immer wieder aufzustehen und nicht aufzugeben. Außerdem sollte man bedenken, dass es viele Wege gibt, die zum Ziel führen. Man sollte sich nie auf einen einzigen festlegen. Und man sollte auf jeden Fall etwas tun, das einem Spaß macht. Auf diese Weise wird man aus meiner Sicht erfolgreich“, erklärt der 29-Jährige. „Ich habe mit 16 in der Branche angefangen. Schon damals habe ich mir konkrete Ziele gesteckt und diese konsequent verfolgt. Ich bin nie stehengeblieben. Bis heute lerne ich jeden Tag dazu. Jedes einzelne Projekt ist spannend und fordert mich.“ In Sachen Teamführung ist Georg Gridling vor allem wichtig, seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern: „Mir

”

MAN MUSS IMMER WIEDER AUFSTEHEN UND DARF NICHT AUFGEBEN.

— GEORG GRIDLING —



liegt es am Herzen, alle im Team ihren Stärken entsprechend zu fördern und gezielt Talente weiterzuentwickeln. Damit schaffen wir noch ganz Großes und wachsen als Team.“

Verantwortung. Barbara Heis leitet mit erst 24 Jahren im Vertrieb der Tiroler Versicherung eine Abteilung. „Ich habe im Bereich Rechnungswesen und Controlling angefangen und dort auch die Buchhalterprüfung gemacht. Ich wollte mich weiterentwickeln und bin dann in die Versicherungsmaterie tiefer eingestiegen und in den Vertrieb gewechselt. Eine sehr spannende und abwechslungsreiche Aufgabe“, betont Barbara Heis. Dass ihr bereits in jungen Jahren so viel Verantwortung übertragen wird, weiß die 24-Jährige zu schätzen: „Die Tiroler Versicherung ist diesbezüglich wirklich eine Ausnahme. Wenn man zeigt, was man kann, und sich beweist, wird man sehr schnell mit Vertrauen belohnt. Gerade junge Menschen in Führungspositionen werden gefordert und gefördert. Als die Chance sich geboten hat, habe ich sie ergriffen.“ Was Barbara Heis anderen raten würde, um ebenfalls erfolgreich zu sein? „Hartnäckig bleiben. Durchhalten und nicht aufgeben, auch wenn es mal nicht ganz leicht ist. Man muss bereit sein, mehr zu geben, wenn man etwas erreichen möchte. Und dann gelingt es auch.“ ●

”

WENN MAN ZEIGT, WAS MAN
KANN, UND SICH BEWEIST, WIRD
MAN SEHR SCHNELL BELOHNT.

— BARBARA HEIS —

Menschenrechtsaktivistin und Diplomatin
(1884-1962)

Eleanor Roosevelt



Die Zukunft
gehört denen,
die an die
Wahrhaftigkeit
ihrer Träume
glauben.

Vertical Garden





Beim Neubau der Zentrale der Tiroler Versicherung im Zentrum von Innsbruck kommt viel Grün und heimisches Baumaterial zum Einsatz.

Echt nachhaltig! Echt TIROLERisch! Also jedenfalls anders, als man es von einer Versicherung erwarten würde. Ein innerstädtisches Statement, wie Gebäude in Zeiten des Klimawandels aussehen könnten – und sollten. Kein „Pseudogrün“, sondern satte Grünflächen, Holz als Baustoff sowie kluge Energienutzung und -gewinnung. „So lauteten die zentralen Vorgaben der TIROLER für den Neubau“, betont Vorstandsdirektor Franz Mair. Und innen? Sichtbares Holz, eine angenehme Raumatmosphäre und ein ideales Arbeitsumfeld, einladend für Gäste und Partner der TIROLER – kurzum: perfekte Rahmenbedingungen, um für Kundinnen und Kunden die beste Dienstleistung zu erbringen.

Mehrwert. Der aus Platzgründen notwendige Neubau schafft auf derselben Grundfläche mehr als 2.000 Quadratmeter zusätzliche Bürofläche. Das macht ihn auch wirtschaftlich in Zeiten extrem steigender Immobilienpreise in Innsbruck hochinteressant. Das Architekturbüro DIN A4 aus Innsbruck ging aus einem großen Architekturwettbewerb als Sieger hervor. Es hat am besten verstanden, dass die Tiroler Versicherung ein mutiges und innovatives Projekt umsetzen will. Der Siegerentwurf verbindet darüber hinaus geschickt den öffentlichen Raum mit den Innenräumen, die harmonisch ineinander übergehen. „Unsere Planung stützt sich im Wesentlichen auf drei Säulen: den städtebaulichen Charakter des Gebäudes, die Schaffung moderner Bürowelten und eine ökologische Bauweise“, erklärt Conrad Messner, Geschäftsführer von DIN A4 Architektur. ●

Die Tiroler Versicherung setzt mit dem nachhaltigen und modernen Neubau ihrer Zentrale in Innsbruck ein echtes Statement.

TEXT Katharina Zierl



Die geplanten Bürowelten lassen keine Wünsche offen und bieten den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern viel Platz.



Ein echtes Highlight mitten in Innsbruck: Bei der neuen Zentrale der TIROLER steht der Faktor Nachhaltigkeit eindeutig im Vordergrund.

