

ARAG | SPEZIAL

Das Magazin zum Nachhaltigkeitsbericht 2020



ARAG ESSENTIALS

ZUKUNFTSWEISENDE WERT(E)ARBEIT

Die Unternehmensgrundsätze der ARAG wurden neu „aufgeladen“ und sind in ihrer Bedeutung intern wie extern aktueller denn je.

Seite 20

DIVERSITÄT

GELEBTE VIELFALT

Wie Diversität bei der ARAG USA die interne Unternehmenskultur und die Kundenservices prägt.

Seite 38

NACHHALTIGKEIT

„DESIGN IST EIN SOZIALER AKT!“

Lord Norman Foster im exklusiven Interview über Vorbilder, Verantwortung und (s)einen visionären Blick auf die 15-Minuten-Stadt. Seite 14





Liebe Leserin, lieber Leser,

was macht die ARAG besonders und was zeichnet uns aus? Das hat sich auch mein Großvater und ARAG Firmengründer Heinrich Faßbender vor 85 Jahren gefragt, zu einer Zeit, in der Begriffe wie „Core Values“ und ihre Bedeutung für Unternehmen noch Lichtjahre von dem entfernt waren, wofür sie heute stehen: Integrität, Wertschätzung und Verantwortung für Mitarbeiter und Kunden.

Auch der sogenannte „Purpose“ ist heutzutage ein wichtiger Begriff in der Unternehmenswelt. Dieser aus dem Englischen entlehnte Begriff bezieht sich auf den Sinn und Zweck eines Unternehmens. Bezogen auf die ARAG können wir mit Fug und Recht behaupten: „Glück gehabt!“ Denn Heinrich Faßbender hatte seine ganz eigene Vorstellung von Purpose. Es ging ihm insbesondere darum, dass jeder sein Recht bekommen soll, unabhängig von seinen finanziellen Mitteln. Und das ist eine Grundmotivation und eine Haltung, die im Unternehmen ganz tief verankert ist und dauerhafte Gültigkeit hat. Mit den ARAG Essentials, die aus dieser Haltung resultierten, haben wir eine Art Grundgesetz für die ARAG geschaffen. Sie erläutern, warum unsere Kunden bei uns im Mittelpunkt stehen, formulieren unser Selbstverständnis und zeigen, welche Werte das Handeln der ARAG bestimmen. Warum dies heute wichtiger denn je ist – gerade in wirtschaftlich unruhigen Zeiten – erklären wir im Beitrag „Zukunftsweisende Wert(e)arbeit“.

Wie wichtig vorausschauende Überlegungen sind, zeigt auch unser Interview mit Lord Norman Foster,

einem Visionär für nachhaltiges Bauen und Schöpfer des ARAG Towers. Im Interview erklärt er, warum Design ein sozialer Akt ist und welch enormes Verbesserungspotenzial nachhaltige Architektur für unser Klima hat – auch und vor allem mit Blick auf die Pariser Klimaziele. Für mich persönlich war es eine große Freude und Ehre, dass er sich zum 20-jährigen Jubiläum des ARAG Towers die Zeit für ein Interview nahm – seine Ansichten und Gedanken sind aktueller denn je. Aber überzeugen Sie sich doch selbst ab Seite 14.

Auch sonst werden Sie – wie ich finde – sicher wieder spannende Einblicke in die Welt der ARAG gewinnen, etwa wie die Coronakrise unsere gesamten Arbeitsabläufe quasi durcheinandergewirbelt hat und wir als ARAG dieser Krise im wahrsten Sinne des Wortes doch etwas Positives abgewinnen konnten und die ganze ARAG Mannschaft weltweit an einem Strang gezogen hat. Auch dafür möchte ich mich an dieser Stelle ganz herzlich bei allen Kolleginnen und Kollegen bedanken. Dieses Teamwork macht für mich den „Spirit“ eines Familienunternehmens aus, das wir nach wie vor sind und worauf ich stolz bin.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre, Ihr

Dr. Dr. h. c. Paul-Otto Faßbender

Inhalt



INTERVIEW

Visionär und Vordenker: Lord Norman Foster über nachhaltige Architektur und warum der ARAG Tower so gesehen viel mehr als „nur“ ein Bürogebäude ist.

14

DESIGN IST EIN SOZIALER AKT

ARAG – WIE GEMACHT FÜR HEUTE

85 JAHRE ARAG

1935 gestartet, ist die Gründungsidee von Heinrich Faßbender aktueller denn je.

4

AUCH DIGITAL EIN RECHT FÜR ALLE

INTERVIEW

Dr. Paul-Otto Faßbender erklärt, wie der Konzern diese Forderung mit Leben füllt.

12

ZUKUNFTSWEISENDE WERT(E)ARBEIT

ARAG ESSENTIALS RELOADED

Die Unternehmenswerte der ARAG haben seit 85 Jahren Gültigkeit – 2020 haben sie ein Facelifting erfahren.

20



WERTEARBEIT IN SCHWERER ZEIT

INTERVIEW

24

UND PLÖTZLICH WAR ALLES ANDERS ...

COVID-19-KRISE

Teamwork wird im Familienunternehmen ARAG weltweit großgeschrieben. Dies hat sich gerade in COVID-19-Zeiten bewährt.

30

GELEBTE VIELFALT

DIVERSITÄT

Diversität und Inklusion macht die ARAG in den USA erfolgreich – als Arbeitgeber und Versicherer.

38

INTERVIEW

Eloquent und unbequem: Gesine Schwan. Im exklusiven Interview erklärt die Politikerin, was sich in der deutschen Bildungspolitik ändern muss.

„DIE BILDUNG WURDE AMPUTIERT“

26

IMMER AKTUELL INFORMIERT!

Wollen Sie immer auf dem Laufenden sein? Bestellen Sie doch unseren ARAG Newsletter unter: www.arag.de/unternehmen/

NACHHALTIG DENKEN – VERANTWORTUNGSVOLL HANDELN!

Nachhaltigkeit leben wir als Familienunternehmen täglich – weitere Informationen und Themen finden Sie online unter: www.arag.com/de/nachhaltigkeit/

IHRE MEINUNG ZÄHLT!

Was gefällt Ihnen am „ARAG Spezial“-Magazin oder was können wir noch besser machen? Lassen Sie es uns wissen mit einer E-Mail an: nachhaltigkeit@arag.de

GEGRÜNDET VOR 85 JAHREN.

EINE INTERNATIONALE ERFOLGSSTORY

1935 gründet der Verleger und Rechtsanwalt Heinrich Faßbender die Rechtsschutzversicherung ARAG. Seine Geschäftsidee war einfach, aber bahnbrechend: „Jeder Bürger soll sein Recht durchsetzen können, nicht nur derjenige, der es sich leisten kann.“ Heute ist die ARAG ein international anerkannter Konzern, der weltweit zu den drei größten Rechtsschutzversicherern zählt. Darüber hinaus ist die ARAG heute das größte familiengeführte Unternehmen in der deutschen Versicherungswirtschaft.

Ein Jurist als Unternehmer

Heinrich Faßbender gründet 1935 die „Deutsche Auto-Rechtsschutz Aktien-Gesellschaft“ mit Sitz in Düsseldorf. Am 24. August wird der Name „ARAG“ im Gesellschaftsvertrag festgehalten.

1935-37



GEMACHT FÜR HEUTE.

85 JAHRE ARAG

1935, im Gründungsjahr der ARAG, wollte Heinrich Faßbender in unsicheren Zeiten allen Menschen gleiche Chancen vor dem Recht ermöglichen – unabhängig von ihrer finanziellen Situation. Diese Idee treibt die ARAG auch heute an und ist unverändert aktuell.



KARIN VOGELSBERG



MANUEL KÖPP

In 19 Ländern mit mehr als 4.300 Mitarbeitern vertreten, eine der drei größten Rechtsschutzversicherungen der Welt, das größte familiengeführte Unternehmen in der deutschen Versicherungswirtschaft und seit 85 Jahren auf dem Markt: Das ist der ARAG Konzern. Alles geht zurück auf einen Mann – Heinrich Faßbender. Der 1879 geborene Sohn eines Gutsbesitzers aus Pesch bei Köln brachte zwei wichtige Charaktereigenschaften mit, die den Anstoß zur Gründung des heute international anerkannten Konzerns gaben: Er war

eine Unternehmerpersönlichkeit und er besaß einen ausgeprägten Sinn für soziale Gerechtigkeit. Als Rechtsanwalt und Notar machte Faßbender in seiner Kanzlei in Oberhausen fast täglich die Erfahrung, dass sich Menschen aus bescheidenen Verhältnissen keinen Rechtsbeistand leisten konnten. Hier wollte der Jurist Abhilfe schaffen. 1935 gründete er seine Auto-Rechtsschutz Aktien-Gesellschaft, kurz ARAG, mit dem erklärten Ziel, auch Mitbürgern mit kleinem Geldbeutel Zugang zu juristischem Beistand zu verschaffen: „Jeder Bürger soll sein Recht

durchsetzen können, nicht nur derjenige, der es sich leisten kann.“

Zugleich bewies der Rheinländer damit Geschäftssinn. Denn in den 1930er-Jahren nahm der Trend zum eigenen Kraftwagen gewaltig Fahrt auf. In nur zwei Jahren, zwischen 1932 und 1934, verdoppelte sich die Zahl der Pkw und Lastkraftwagen im Deutschen Reich praktisch auf 945.000 beziehungsweise 270.000 Fahrzeuge. Die Verkehrssicherung konnte bei diesem Tempo nicht mithalten. Die Folge

Repressionen, Geschäftsrückgang, Krieg

Der Druck des NS-Staats auf Heinrich Faßbender steigt. Er wehrt sich gegen einen Verkauf der ARAG. Das Unternehmen bleibt eigenständig und verlegt seinen Sitz kurzerhand in den Schwarzwald.

1938–44



Neuanfang im Nachkriegsdeutschland

Heinrich Faßbenders Sohn, Dr. Walter Faßbender, gelingt der Neuanfang: Mit der Zeit des Wirtschaftswunders geht ein beispielloser Aufschwung der Rechtsschutzversicherung einher.

1945–54



waren häufige Verkehrsunfälle – und damit einhergehende Rechtsstreitigkeiten. Es gab Mitte der 1930er-Jahre in Deutschland aber nur eine Gesellschaft, die Verkehrsrechtsschutz anbot, die Deutsche Automobil Schutz AG (D.A.S.) in Berlin.

Mit deren Monopol war es vorbei, als Heinrich Faßbender gemeinsam mit dem Düsseldorfer Kfz-Sachverständigen Josef Schroers im Sommer 1935 das Unternehmen ARAG mit folgendem Ziel anmeldete: „Gewährung von Rechtsschutz an Kraftfahrzeugbesitzer und Kraftfahrzeugbenutzer, insbesondere bei der Durchführung von Ansprüchen aus Verkehrsunfällen aller Art sowie bei der Abwehr strafrechtlicher Verfolgung aus Anlaß des Unfalls eines Kfzs oder der Verletzung von Vorschriften über den Kfz-Verkehr.“

UNTERNEHMENSSTART IN SCHWEREN ZEITEN

Allerdings lag vor dem jungen Unternehmen mit Sitz in Düsseldorf ein steiniger Weg. Denn im Zuge der Gleichschaltungspolitik der Nationalsozialisten wurde auch das Versicherungswesen unter die Kontrolle des Regimes gebracht. Eine Versicherungslizenz bekam Heinrich Faßbender nicht. Die sollte er erst drei Jahre nach Ende der NS-Diktatur,

1948, erhalten. Zudem drängten die Nationalsozialisten ihn – vergeblich – zum Verkauf seines Unternehmens.

GESCHÄFTSIDEE MIT POLITISCHER SPRENGKRAFT

Faßbender war den Nationalsozialisten in jeder Hinsicht ein Dorn im Auge: als ruhiger Unternehmer – er war unter anderem Verleger – und als Politiker – bis 1933 vertrat er die katholische Zentrumsparterie in Oberhausen. Die Repressalien durch das NS-Regime bekam die Unternehmerfamilie Faßbender schnell zu spüren. Heinrich Faßbender wurde gezwungen, seine Mehrheit an der Kölner Verlagsanstalt und Druckerei AG abzugeben, und das Versicherungsgeschäft kam während der Kriegsjahre praktisch zum Erliegen.

„Die Geschäftsidee meines Großvaters, Heinrich Faßbender, hatte politische Sprengkraft. Für den NS-Unrechtsstaat war Rechtsschutz für jedermann eine Provokation“, betont Dr. Paul-Otto Faßbender, Enkel des ARAG Unternehmensgründers, Vorstandsvorsitzender der ARAG Holding SE und Aufsichtsratsvorsitzender der ARAG SE (siehe auch Interview Seite 12). Denn: Chancengleichheit vor dem Recht schafft mündige Bürger. Im Konzept Rechtsschutzversicherung ist ein hohes

Maß an gesellschaftlicher Verantwortung enthalten. „Es gibt kaum ein Geschäftsmodell, das so nahtlos auf nachhaltige Entwicklung zugeschnitten ist, wie unseres. Das ist total aktuell“, betont Dr. Paul-Otto Faßbender und führt weiter aus: „Hinter der Rechtsschutzidee steckt gelebte soziale Verantwortung. Dieser Dienst am Kunden, dieses Nutzenstiften für den Kunden, das ist unverändert modern.“ Zwar haben sich die Zeiten und ihre Anforderungen geändert, aber der unternehmerische Auftrag der ARAG ist heute wie vor 85 Jahren: Chancengerechtigkeit schaffen.

DIE GRÜNDUNGSDIEE IST TOP-AKTUELL

Die Aktualität dieser Maxime wurde 2020 so deutlich wie selten zuvor in der Firmengeschichte der ARAG, denn die globale Coronapandemie stellte vieles infrage, was bis dahin selbstverständlich erschien. Ob und wie wir arbeiten und unsere Freizeit gestalten können, war plötzlich unsicher.

Und sofort drängten sich auch rechtliche Fragen auf. Die ARAG stellte einen stark erhöhten Unterstützungsbedarf fest. Im Bereich Arbeitsrecht nahm die Kontaktaufnahme bei der ARAG online und offline um 75 Prozent zu. 

Expansion und Internationalisierung

Die ARAG wächst stetig – und erweitert ihr Portfolio. Die zunehmende Reiselust der Deutschen führt zur Gründung der ersten internationalen Gesellschaften in den Niederlanden, Italien und Belgien.

1955–65



VOM GESCHÄFTSRAUM ZUM ARAG TOWER

1938 bezog die ARAG ihre Geschäftsräume am Rathausufer 16 in Düsseldorf. Das Gebäude steht noch heute und hat die Wirren des Zweiten Weltkriegs überstanden. Das erste eigene Firmengebäude bezog die ARAG jedoch erst 1955 in der Düsseldorfer Heinrichstraße und ab 1967 befand sich der Firmensitz im legendären Stufenhaus des Düsseldorfer Architekten Paul Schneider-Esleben (siehe Foto rechts, Mitte). Nach dessen Abriss zog die ARAG Hauptverwaltung 1991 in die nahe gelegene Yorckstraße auf das ehemalige Gelände des Düsseldorfer Milchhofs bis 2001 der heutige Firmensitz im ARAG Tower bezogen wurde. Entworfen wurde er vom englischen Architekten Lord Norman Foster (siehe Interview Seite 14) und den Düsseldorfer Architekten RKW Architektur + Städtebau. Seit 20 Jahren prägt der ARAG Tower seitdem die Düsseldorfer Stadtsilhouette.



1955



1967



2001

AM ANFANG WAR ROLAND

Der Ritter Roland der Auto-Rechtsschutz Aktien-Gesellschaft, kurz ARAG, war das erste Markenzeichen des Unternehmens und „nur wenige deutsche Versicherer haben sich in den vergangenen Jahren so gründlich verändert wie die ARAG“, betont Dr. Paul-Otto Faßbender, Vorstandsvorsitzender der ARAG Holding SE. Im Laufe der Jahre hat sich das Markenzeichen der ARAG – wie die Services und Angebote des Versicherers – immer wieder verändert und als eine der bekanntesten deutschen

Versicherungsmarken modernisiert. Zuletzt im Frühjahr 2016. Der ARAG Schriftzug steht seitdem deutlich lesbar im Vordergrund und tritt kräftig hervor. Im Gründungsjahr der ARAG war Ritter Roland mit seinen Schwertern das Markenzeichen. Er und seine Schwerter verschwanden jedoch im Laufe der Zeit, denn wo Kunden heute Lösungen und Hilfestellungen suchen, stehen gekreuzte Schwerter nicht mehr für eine zeitgemäße Konflikthaltung.





DIE ARAG ALS TOP-ARBEITGEBER

Im Familienunternehmen ARAG steht der Mensch im Mittelpunkt. Wertschätzung und Unterstützung prägen das Klima.

Die ARAG gilt als ausgezeichnete Arbeitgeber. Beispielsweise kürte die Zeitschrift Eltern die ARAG zu einem der familienfreundlichsten Unternehmen. In Schweden erhielt die ARAG HELP-Niederlassung die Auszeichnung „Great Place to Work“ und das Magazin Focus listet gemeinsam mit den Bewerbungsportal kununu die ARAG 2020 als einen der besten Arbeitgeber. Auch die geringe Fluktuation spricht dafür: Die ARAG ist ein guter Ort zum Arbeiten. Dafür gibt es konkrete Gründe:

Die ARAG hat sich das Ziel gesetzt, der innovativste Versicherer zu sein, und **fördert Kreativität und Innovationsfreude. Flache Hierarchien** ermuntern dazu, Verantwortung zu übernehmen und Neues umzusetzen.

Die ARAG legt Wert auf die **Vereinbarkeit von Beruf und Familie**. Es gibt „Mit-Kind“-Büros, Unterstützungsservices für Betreuungs- oder Pflegeaufgaben und natürlich flexible Arbeitszeiten und Home-Office.

Als Sportversicherer setzt sich die ARAG für die **Gesundheit** der Mitarbeiter ein. Abhängig vom Standort kann die Belegschaft unterschiedliche Gesundheitservices, betriebsärztliche Betreuung und Betriebssport nutzen.

Durch ihr **breit gefächertes Seminarangebot** fördert die ARAG die individuelle Weiterentwicklung ihrer Mitarbeiter.

Mehr Informationen zur ARAG als Arbeitgeber unter:
www.arag-karriere.de

Andere Rechtsthemen, etwa zum Thema Reise, wurden um 50 Prozent stärker nachgefragt.

Die ARAG reagierte sehr schnell auf diesen höheren Bedarf. Zunächst stellte sie eine Vielzahl von Informationen und Services zu COVID-19 auf einer eigenen Themenseite unter www.arag.de ein. Rasch wurde dieses Informationsangebot erweitert um eine Anwaltshotline, Anwalts-Chats und neue Beratungsbots (siehe auch Seite 32). Das Besondere an diesen Angeboten: Nicht nur Kunden konnten die Beratungsangebote kostenfrei nutzen, sondern auch Nicht-Kunden. Ganz im Sinne von Unternehmensgründer Heinrich Faßbender blieb die ARAG in der Coronakrise ihrer Selbstverpflichtung treu, Rechtsunterstützung für jeden zu bieten.

Für ihr Kommunikationsportfolio inklusive Services während des ersten Lockdowns im Frühjahr 2020 erhielt die ARAG eine sehr gute Bewertung in der Studie „Die Superversicherer“ der Agentur mediaworx. Die Marktforscher untersuchten, wie gut Versicherungsgesellschaften ihre Kunden digital in der coronabedingten Ausnahmesituation unterstützten. Der Studie zufolge gehörte die ARAG zu den Unternehmen mit der besten Krisenkommunikation über die Homepage. Überzeugen konnte der Düsseldorfer Versicherer durch sein proaktives, verständ-

liches und bedürfnisorientiertes Informationsangebot. In der Studie erreichte die ARAG 91 Prozentpunkte und damit Platz zwei im Ranking der Versicherer.

85 JAHRE GESCHICHTE STEHEN FÜR SOLIDITÄT

Das Marketing des Konzerns erkannte schnell, dass die Menschen in der Coronakrise vor allem Verlässlichkeit suchen – auch bei ihrem Versicherer. Die im August 2020 gestartete Werbekampagne mit dem Claim „Gegründet vor 85 Jahren. Gemacht für heute.“ greift dieses Bedürfnis entsprechend auf. Sie vermittelt: Ein Familienunternehmen, das seit achteinhalb Jahrzehnten am Markt besteht, wird auch diesen Sturm meistern und in Zukunft präsent sein. Es bietet den Versicherten eine starke Schulter, die sie bei rechtlichen Themen rund um Corona brauchen, ganz gleich, ob es um Kurzarbeit, Rechte und Pflichten im Home-Office, um Reisewarnungen oder den stornierten Urlaub geht (mehr zur Werbekampagne auf Seite 36).

Die Marktforschung belegt, wie sehr Menschen die Solidität des Traditionsunternehmens ARAG gerade in unsicheren Zeiten schätzen. Die ARAG orientiert sich an Werten, die immer aktuell sind: Fairness, Offenheit, Pioniergeist, Tatkraft, Weitsicht und



Wachstum und Expansion

Die ARAG reagiert auf den wachsenden Wettbewerb – und expandiert international. Nach dem frühen Tod von Dr. Walter Faßbender übernimmt sein Bruder Hans Heinrich das Geschäft.

1966–77

Disziplin. Dieser Kanon der Unternehmenswerte – die ARAG Essentials (siehe auch Seite 22) – bildet die Richtschnur des Handelns für alle Mitarbeiter.

In den ARAG Essentials spiegelt sich aber nicht nur die Treue des Unternehmens zur Gründungsidee wider, sondern auch die Bereitschaft zu Aufbruch und permanenter Veränderung wie etwa die Wandlung zum Smart Insurer. Die ARAG geht immer mit der Zeit. Und dabei reagiert sie nicht nur auf Entwicklungen, sondern greift voraus, gestaltet mit. Denn die Bedürfnisse der Versicherten ändern sich heute schnell, nicht zuletzt, weil die Gesellschaft, die Lebensumstände in ständigem Wandel begriffen sind. Die ARAG stellt den Kundennutzen in den Mittelpunkt. Sie bietet passgenaue, pragmatische Lösungen für das individuelle Risikomanagement ihrer Kunden und berücksichtigt dabei die aktuelle Lebenswirklichkeit.

EIGENE PRODUKTKATEGORIE MIT ARAG WEB@KTIV

Ein Beispiel hierfür ist die Cybersicherheit. 2001 war die ARAG mit der Internet-Rechtsschutzversicherung ARAG web@ktiv der erste Anbieter, der Rechtsschutzleistungen für Onlinegeschäfte in sein Programm aufnahm. Seither besitzen die Themen Sicherheit im Netz und Schutz vor Mobbing in der

digitalen und in der realen Welt auch einen hohen Stellenwert innerhalb des ARAG Engagements für gesellschaftliche Verantwortung. Seit 2014 bietet die ARAG mit Unterstützung des nordrhein-westfälischen Ministeriums für Schule und Bildung das Förderprojekt „Konfliktmanagement an Schulen“ an allen weiterführenden Schulen und Berufskollegs in Nordrhein-Westfalen (NRW) an. Das Ziel ist es, an den Schulen hochwertige Strukturen zur Konfliktvermeidung und zum Konfliktmanagement zu etablieren. Lehrer, Eltern und Schulfachkräfte für Sozialarbeit werden zu Schulmediatoren qualifiziert und bilden anschließend Schülerinnen und Schüler zu Konfliktlotsen aus. Bisher haben sich 137 Schulen an diesem Projekt beteiligt und 366 Schulmediatoren wurden ausgebildet. Seit September 2016 ist die ARAG zusätzlich Förderer der MediationsZentrale München. Dieser gemeinnützige Verein schickt regelmäßig professionell ausgebildete Mediatoren an Schulen im Großraum München, wo sie neutrale Ansprechpartner für Konflikt- und Problemfälle im schulischen Alltag sind. 2017 startete der ARAG Konzern mit der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) das Programm „bildung digital“ (siehe auch Interview mit Prof. Dr. Gesine Schwan, Seite 26). Es unterstützt Schulen dabei, Konzepte der digitalen Bildung zu entwickeln und zu verankern. Ebenfalls seit 2017 legt der Konzern ein

besonderes Augenmerk auf den Schutz der Persönlichkeitsrechte im Internet. Mit der Forschungsstelle für IT-Recht und Netzpolitik der Universität Passau entwickelte die ARAG eine Gesetzesalternative zum umstrittenen Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG). Um im Einsatz gegen Cybergewalt Öffentlichkeit zu schaffen, wurde Anfang 2019 die Website hass-streichen.de online gestellt. Sie umfasst eine große Informationssammlung rund um das brisante Thema.

Auch das neue Engagement im E-Sport passt zum Thema Cyberwelt, mit deren Stärken und Schwächen sich die ARAG intensiv auseinandersetzt. Die ARAG ist seit 2019 offizieller Versicherungspartner der E-Sport-Organisation SK Gaming. Gemeinsam mit der Organisation entwickelt die ARAG Inhalte für Versicherungsschutz, der sich speziell an Gamer wendet und zum Beispiel Gaming-PCs und Spielkonsolen absichert. Zusätzlich bindet die ARAG die Gamer in ihr Sponsoringprogramm ein. Unter dem Dach der seit Jahren erfolgreichen ARAG Projekte gegen Mobbing rufen der Versicherer und SK Gaming einen Award ins Leben, der Gamer für vorbildliches Verhalten im Netz auszeichnen wird. Für die ARAG ist diese Partnerschaft eine Chance, sich bei einer jungen Zielgruppe ins Gespräch zu bringen, durch die internationale Wettkampfteilnahme von SK Gaming auch im Ausland.

Neue Sparten und der Sprung in die USA

Mit dem Einstieg in die Krankenversicherung diversifiziert die ARAG weiter und wird zum Rundum-Versicherer. 1989 gelingt schließlich der Start auf dem US-amerikanischen Markt.

1978 - 89



Aufbruch in die neuen Bundesländer

Trotz des intensiven Einsatzes in den neuen Bundesländern bleibt die Geschäftslage in Deutschland angespannt. International engagiert sich die ARAG erfolgreich in Luxemburg.

1990 - 97



„Jeder Bürger soll sein Recht durchsetzen können, nicht nur derjenige, der es sich leisten kann.“

Heinrich Faßbender | Gründer der ARAG

SEIT FAST 60 JAHREN INTERNATIONAL AKTIV

International ausgerichtet ist der ARAG Konzern schon seit Jahrzehnten. Bereits 1962 eröffnete die ARAG in den Niederlanden ihre erste internationale Gesellschaft, im Jahr darauf folgte Italien. Es ist kein Zufall, dass die ARAG zunächst in bevorzugten Ferienländern der Deutschen in den Wirtschaftswunder- und Aufschwungjahren vertreten war. Man wollte dort präsent sein, wo die deutschen Kunden Urlaub machten. Mit den Jahren ist das internationale Geschäft nicht nur in Europa gewachsen. 1989 gelang der Sprung über den großen Teich, die ARAG eröffnete eine Gesellschaft in den Vereinigten Staaten von Amerika. Und auch Kanada und Australien haben heute ARAG Niederlassungen.

Das internationale Geschäft gehört heute zu den wichtigsten Taktgebern des Konzerns und die Ziele sind ehrgeizig: Die ARAG will in den kommenden Jahren zum besten Rechtsschutzversicherer weltweit werden und in den anderen Versicherungssparten wie der Krankenversicherung in der Top-Liga mitspielen. Künftig will das Düsseldorfer Unternehmen global weitere Märkte erschließen. Dabei respektiert die ARAG stets die jeweiligen Eigenheiten der Auslandsmärkte und ist nicht zuletzt deshalb dort so erfolgreich, weil sie für jedes Land spezifische Geschäftsmodelle und kundenorientierte Produkte entwickelt (siehe auch Seite 41). Dabei stehen die Niederlassungen in Europa und Übersee regelmäßig im Austausch miteinander, um voneinander zu lernen und zum Beispiel Produktneuentwicklungen auszutauschen, die auch an anderen Standorten funktionieren könnten.

DIE WERTSTEIGERUNG DER ARAG ORIENTIERT SICH AN LANGFRISTIGEN ZIELEN

Die ARAG ist aber nicht nur ein international erfolgreicher Konzern, sondern auch immer noch ein Familienunternehmen. „Und das wird sie auch in Zukunft bleiben“, versichert Dr. Paul-Otto Faßbender. Trotz zahlreicher Kaufangebote, die es im Laufe der 85-jährigen Unternehmensgeschichte gab, hat das Düsseldorfer Unternehmen seine Unabhängigkeit niemals aufgegeben. Dafür gibt es gute Gründe. Familienunternehmen legen ihre eigenen Strategien und Werte fest und können ihnen treu bleiben. So gehören bei der ARAG gesellschaftliches Engagement und eine familienfreundliche Personalpolitik zu den unantastbaren Prinzipien. Auch bei der Wertsteigerung verfolgt man langfristige Ziele. Das unterscheidet ein unabhängiges Familienunternehmen wie die ARAG von börsennotierten Unternehmen. Gewinne verbleiben überwiegend im Unternehmen. Sie werden reinvestiert, um die ARAG zu stärken. Das erklärt, warum Familienunternehmen wie die ARAG zu Recht in der Öffentlichkeit als besonders stabil und verantwortungsbewusst wahrgenommen werden. Die ARAG wiederum gewinnt durch ihre Unabhängigkeit die Freiheit, sich ganz auf die Interessen ihrer Kundschaft zu konzentrieren und ihr durch hilfreiche Versicherungen und Servi-

Internationaler Umbau

Dr. Paul-Otto Faßbender erwirbt die Mehrheit der Unternehmensanteile. Als Vorstandsvorsitzender setzt er klare Zeichen in Richtung Konsolidierung bei gleichzeitiger internationaler Expansion.



1998–2003

Weiterentwicklung der ARAG Stärken

Mit einer Serviceoffensive und innovativem Produktportfolio besinnt sich die ARAG auf alte Stärken – und präsentiert sich als grundsolides, international erfolgreiches Familienunternehmen.



2004–2010

ces den Rücken frei zu halten. „In einem unabhängigen Familienunternehmen ist umfangreiche Gestaltungsarbeit möglich. Das ist ein Privileg“, resümiert Dr. Paul-Otto Faßbender. Und: Unabhängigkeit motiviert – und zwar in doppelter Hinsicht: einerseits durch ihren großen Gestaltungsspielraum, andererseits ist in der ARAG „Familie“ jeder bestrebt, diese Unabhängigkeit durch Top-Leistungen zu sichern.

FAMILIENUNTERNEHMEN MIT SINN FÜR FAMILIENLEBEN

Auch das menschliche Miteinander trägt zum Erfolg des größten Familienunternehmens in der deutschen Assekuranz bei. Die Kunden vertrauen dem Familienunternehmen ARAG; die Mitarbeiter schätzen die flachen Hierarchien, die geteilte Verantwortung zwischen Eigentümern und Belegschaft. Entscheidungen können schneller getroffen, Lösungen flexibel umgesetzt werden. Das ist ein Grund, warum die ARAG neue Produkte sehr schnell realisieren kann. Deshalb gilt die ARAG als besonders innovationsfreudig und wurde 2019 mit dem Innovationspreis Plus X Award zum vierten Mal in Folge zur „Most innovative Brand“ gekürt.

Als Familienunternehmen ist der Versicherer auch dann besonders innovativ, wenn es um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie

geht. Was man heute neudeutsch als „Work-Life-Balance“ bezeichnet, war für die ARAG bereits 1971 ein wichtiges Thema. Schon damals führte der Konzern die Gleitzeit ein, wo andernorts noch die Stechuhr den Arbeitstakt diktierte – für diese Zeit ein höchst fortschrittliches Angebot. Und bereits vor zehn Jahren wurde das erste „Mit-Kind“-Büro im Düsseldorfer ARAG Tower eröffnet. Eltern, die vorübergehend keine Betreuung für ihr Kind finden, können es mit zur Arbeit bringen.

Flexibles Arbeiten, zum Beispiel im Home-Office, ist bei der ARAG schon lange Usus. 2019 machte sich die ARAG auf den Weg zum Smart Insurer. Das heißt, sie will die Chancen der Digitalisierung in der Gesamtheit des Unternehmens stärker nutzen und den Kunden Services noch schneller, bequemer und transparenter zur Verfügung stellen. Smart Services, Smart Data und Smart Culture sind die Säulen des Programms, das Ende 2021 umgesetzt sein soll.

DIE UMFASSENDE DIGITALISIERUNG ZAHLT SICH AUS

Die konsequente Digitalisierung erwies sich in der COVID-19-Krise als Glücksfall für das Unternehmen. Schon ab Mitte März 2020 konnten innerhalb von zwei Tagen fast alle 4.300 Mitarbeiter von zu Hause aus arbei-

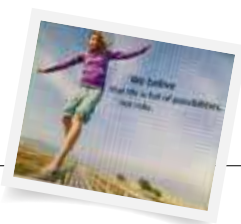
ten – die Kunden merkten nichts davon. Der Ausschließlichkeitsvertrieb arbeitet schon seit einiger Zeit vollständig digital, deshalb lief der Vertrieb auch während des Lock-downs per App und Videoberatung weiter. Trotz – oder zum Teil auch wegen – der Pandemie verzeichnete die ARAG 2020 einen sehr hohen Neukundenzuwachs.

Per saldo gewinnt die ARAG seit einigen Jahren 70.000 bis 80.000 Kunden allein in Deutschland hinzu. 2019 war das erfolgreichste Geschäftsjahr in der Geschichte des Konzerns. Erstmals überstiegen die auf dem deutschen Heimatmarkt erzielten Beitragseinnahmen die Eine-Milliarde-Euro-Schwelle (1,02 Milliarden Euro). Insgesamt betrachtet, stiegen die Bruttobeitrags-einnahmen um 6,6 Prozent auf 1,76 Milliarden Euro.

Vor diesem Hintergrund blickt der traditionsreiche Konzern optimistisch in die Zukunft. Dr. Paul-Otto Faßbender, dessen Großvater die ARAG vor 85 Jahren gründete, unterstreicht: „Handeln, Leisten, Liefern für unsere Kunden. An diesem Dreiklang wird sich nichts ändern. Wir verwalten nicht Erfolge von gestern, sondern konzentrieren uns auf die Chancen von morgen.“

Fit für die Zukunft

Im Laufe der Zeit hat sich die ARAG stark gewandelt: Mit einer nun europäischen Rechtsform, einem veränderten Namen sowie einer neuen Markenstrategie schlägt der Konzern neue Wege ein.



Seit 2011

RECHT FÜR ALLE – DIE DIGITALISIERUNG HILFT DABEI

INTERVIEW

Die 85 Jahre alte Gründungsidee der ARAG ist top-aktuell: Zugang zum Recht muss sich jeder leisten können. Das ist sogar ein Entwicklungsziel der Vereinten Nationen. Dr. Paul-Otto Faßbender, Vorstandsvorsitzender der ARAG Holding SE und Aufsichtsratsvorsitzender der ARAG SE, erklärt, wie der Konzern diese Forderung mit Leben füllt.



KARIN VOGELSBURG



THILO SCHMÜLGEN

Was konkret hat die ARAG aus der Vergangenheit mit ins Heute genommen?

DR. PAUL-OTTO FAßBENDER Die klassische Gründungsidee wird interessanterweise immer aktueller: Jeder braucht einen freien Zugang zum Recht, nicht nur derjenige, der es sich leisten kann. Für uns in Deutschland ist das Thema heute total selbstverständlich. Doch je internationaler wir werden, desto mehr sehen wir, dass es das nicht ist. In etlichen Ländern können sich selbst einfachste Rechtsverfahren nur die Wohlhabenden leisten. Nicht umsonst gehört der Zugang zu Recht für alle zu den globalen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen.

Wie setzt die ARAG die Gründungsidee heute um?

DR. PAUL-OTTO FAßBENDER Die vor 85 Jahren entwickelte Idee wird heute vor allem durch die Digitalisierung wieder ganz aktuell: Niedrigschwellige Rechtsgeschäfte können durch digitale Services schnell und direkt abgebildet werden. Dadurch erhält der Verbraucher, der Bürger, noch mal einen ganz anderen Zugang zum Recht.

Welche Bedeutung hat es für die Kunden heute, dass die ARAG ein Familienunternehmen ist?

DR. PAUL-OTTO FAßBENDER Die Besitzverhältnisse sind vielleicht nicht entscheidend für einen Vertragsabschluss, aber sie werden von den Kunden positiv wahrgenommen. Erfahrene Vertriebsmitarbeiter nehmen das mit auf die Agenda. Sie sagen: Ich arbeite für ein Familienunternehmen, das für bestimmte Werte steht. Bei den Kunden kommt an: Die ARAG steht für Integrität und Qualität. Auch die hohe Reputation der ARAG im Bereich Nachhaltigkeit speist sich genau aus diesem Punkt: Wir sind ein Familienunternehmen mit 85-jähriger Tradition.

Hat sich in den vergangenen Jahren das Verhältnis der Kunden zum Rechtsschutz gewandelt?

DR. PAUL-OTTO FAßBENDER Ja – gerade in der Coronakrise zeigt sich, dass Rechtsschutz kein Nischenprodukt mehr ist. Aus Befragungen wissen wir, dass Rechtsschutz völlig anders bewertet wird als noch vor

15 oder 20 Jahren und den Verbrauchern heute dazu dient, elementare Risiken abzudecken. Heute spielt der Rechtsschutz zum Beispiel im Kampf um den Arbeitsplatz eine große Rolle.

Wie würde der Unternehmensgründer Heinrich Faßbender heute auf den Konzern schauen?

DR. PAUL-OTTO FAßBENDER Ich denke, er wäre insgesamt sehr zufrieden damit, dass sich aus seiner Gründungsidee ein solches Unternehmen entwickelt hat. Er war aber eine sehr ungeduldige Unternehmerpersönlichkeit und würde vielleicht sagen: „Schnelligkeit entscheidet über den Erfolg.“

Wie wird das Unternehmen in zehn Jahren aussehen?

DR. PAUL-OTTO FAßBENDER Das ist in unseren neu formulierten Unternehmenswerten, den ARAG Essentials, klar formuliert: Wir haben vor, die ARAG zum besten Rechtsschutzversicherer weltweit zu machen, und wollen in unseren anderen Sparten zu den Besten gehören. Ich denke, das ist ein erreichbarer Anspruch.

Zudem ist es ein Glücksfall für uns, dass nachhaltiges Wirtschaften ein immer stärkeres gesellschaftliches Gewicht erhält. Als Familienunternehmen trägt die ARAG den Nachhaltigkeitsfaktor schon in sich. Wir denken und handeln bewusst langfristig. Hier können wir im Vergleich zu anderen Unternehmen ohne große Aufwände schnell punkten. Ebenso ist der freie Zugang zum Recht ein wichtiger Eckpfeiler nachhaltiger Entwicklungen. Das ist wichtig für unsere Kunden und Partner.



Rollenwechsel: Nach 20 Jahren in der operativen Führung wird sich Dr. Paul-Otto Faßbender nun auf seine Pflichten als Aufsichtsratsvorsitzender der ARAG SE konzentrieren.



Dr. Dr. h. c. Paul-Otto Faßbender

Seit 1977 ist Dr. Paul-Otto Faßbender Vorstandsmitglied der ARAG und seit 1998 Mehrheitsaktionär der ARAG Holding SE (vormals ARAG AG), dem Mehrheitsgesellschafter der ARAG. Seit 2000 ist er Vorsitzender des Vorstands der ARAG. Nach genau 20 Jahren ließ er planmäßig sein Vorstandsmandat zum 3. Juli 2020 auslaufen. Nach dem Auslaufen seines Mandats als Vorstandsvorsitzender der ARAG SE bleibt Dr. Paul-Otto Faßbender Vorstandsvorsitzender der ARAG Holding SE, der Familienobergesellschaft des Konzerns. Dr. Paul-Otto Faßbender absolvierte ein Studium der Rechtswissenschaften an den Universitäten Freiburg, Köln und Bochum mit anschließender Promotion und ist seit 1976 zugelassener Rechtsanwalt.



Lord Norman Foster

Der britische Visionär wurde 1935 in Manchester geboren. Er studierte bis 1961 an der Hochschule für Architektur und Städtebau der Universität Manchester. Nach dem Examen erhielt er ein Stipendium (Henry Fellowship) für die Elite-Universität Yale, an der er seinen Abschluss als Master der Architektur machte.

Er ist Gründer und Vorstandsvorsitzender von Foster + Partners. 1967 in London gegründet, ist das Studio heute eine weltweit agierende Firma mit Projektbüros in über 20 Ländern. Seit ihrer Gründung hat die Firma über 570 Auszeichnungen und lobende Erwähnungen für Spitzenleistungen erhalten und mehr als 100 internationale und nationale Wettbewerbe gewonnen.

Zu den wichtigsten internationalen Großprojekten Lord Fosters zählen unter anderem der Hong Kong International Airport Chek Lap Kok (1992–1998), die Glaskuppel des Berliner Reichstags (1994–1999) sowie der ARAG Tower (1998–2001). Erbaut von Lord Foster und den Düsseldorfer Architekten RKW Architektur + Rhode Kellermann Wawrowsky GmbH prägt der ARAG Tower seit 20 Jahren als höchstes Bürogebäude Düsseldorfs die Skyline der Landeshauptstadt.



DESIGN IST EIN SOZIALER AKT

NACHHALTIGE ARCHITEKTUR

2001 wurde das mit 32 Geschossen höchste Bürohaus Düsseldorfs eröffnet: der ARAG Tower. Längst hat das Gebäude, das von Lord Norman Foster entworfen wurde, Architekturgeschichte geschrieben. Und nicht nur das: Auch in puncto Nachhaltigkeit ist das Haus ein leuchtendes Beispiel und das Entwerfen von Gebäuden im Grunde ein sozialer Akt, wie sein „Erfinder“ im exklusiven Interview erzählt.



JÜRGEN JEHLE UND KATHRIN KÖHLER



CLARA MOLDEN/CAMERA PRESS/LAIF

Lord Foster, wer ist Ihr grünes Vorbild? Und was zeichnet ihn oder sie aus?

NORMAN FOSTER Das müsste Buckminster Fuller sein. Für mich war er der Inbegriff eines moralischen Gewissens, der immer wieder vor der Zerbrechlichkeit des Planeten und der Verantwortung des Menschen, ihn zu schützen, warnte. Es gäbe viele Abhandlungen, die man über die Einsichten, die „Bucky“ gab, schreiben könnte. Aber vielleicht spiegeln die Themen Schutz, Energie und Umwelt – die das Herzstück der zeitgenössischen Architektur sind – Buckys Erbe am besten wider. Das Prinzip des nachhaltigen Designs, mit weniger mehr zu erreichen, das er wirklich vorangetrieben hat, ist ganz zentral für unsere Arbeit. Es war wahrscheinlich das gemeinsame Interesse an Ökologie und Nachhaltigkeit, das uns zusammengebracht hat – ein Hauptgesprächsthema bei dem Mittagessen, bei dem wir uns vorgestellt wurden. Am Ende des Essens erklärte Bucky, dass er mich als Mitarbeiter für das unterirdische Theater in Oxford haben wollte – sein erstes Projekt in Großbritannien.

Was bedeutet die Idee, „mit weniger mehr zu erreichen“, Ihres Mentors Richard Buckminster Fuller für Ihre Arbeit in puncto Nachhaltigkeit?

NORMAN FOSTER Es geht darum, mit weniger Ressourcen mehr zu erreichen, bessere, effizientere Wege des Bauens zu finden. Es bedeutet, nichts für selbstverständlich zu halten, die richtigen Fragen zu stellen, gängige Annahmen zu hinterfragen – immer mit einem leeren Blatt Papier und einem offenen Geist zu beginnen. Manchmal führt dieser Prozess des Hinterfragens und Infra-gestellens zu neuen Lösungen. Und oft stellt man fest, dass man so einen ganz neuen Standard setzt, dem andere dann folgen.

Was motiviert Sie dazu, sich so für die Nachhaltigkeit einzusetzen?

NORMAN FOSTER Der Klimawandel ist ein sehr ernstes Thema, und Nachhaltigkeit ist keine Modeerscheinung, sondern eine Frage des Überlebens, die Architektur und Infrastruktur auf jeder



Ebene betrifft, sei es ein Flughafen oder eine kleine Wohnung. Nachhaltigkeit erfordert, dass wir ganzheitlich und nicht isoliert über Gebäude nachdenken. Der Standort und die Funktion eines Gebäudes, seine Flexibilität und Lebensdauer, seine Ausrichtung, seine Form und Struktur, seine Heizungs- und Belüftungssysteme und die verwendeten Materialien wirken sich alle auf die Energiemenge aus, die für den Bau, den Betrieb und die Instandhaltung benötigt wird, sowie auf den Transport von Gütern und Menschen zum und vom Gebäude. Architekten können nicht alle ökologischen Probleme der Welt lösen, aber wir können Gebäude so entwerfen, dass sie mit einem Bruchteil des derzeitigen Energiebedarfs auskommen, und wir können die Verkehrsmuster durch Stadt- und Infrastrukturplanung beeinflussen.

Sie haben sich nie darauf beschränkt, „nur“ Gebäude zu entwerfen, sondern wollten Architektur mit anderen Disziplinen zusammenführen. Warum?

NORMAN FOSTER Für mich sind Architektur und Infrastruktur untrennbar miteinander verbunden, unabhängig von ihrem Maßstab. In Städten ist die Infrastruktur von Verkehrssystemen, Brücken, öffentlichen Plätzen, Parks und Straßen der „urbane Klebstoff“, der die Gebäude zusammenhält. Obwohl wir dazu neigen, sie als selbstverständlich anzusehen, bestimmt die Qualität der Infrastruktur die Qualität unseres täglichen Lebens. Bei der Umsetzung von Infrastruktur geht es um Vertrauen in die Zukunft. Es geht um ein Bewusstsein für kommende Bedürfnisse, und es ist eine Investition für kommende Generationen. Und wenn wir uns erinnern, dann verdanken wir alle Errungenschaften, die Lebensqualität, die wir heute in vielerlei Hinsicht genießen, den Pionieren des 19. Jahrhunderts, die die Initiative für uns ergriffen haben.

Der ARAG Tower, den Sie mit der RKW Architektur + Rhode Kellermann Wawrowsky GmbH realisiert haben, ist auch heute noch ein leuchtendes Beispiel in Sachen Nachhaltigkeit. Was war damals Ihr Grundgedanke, als Sie den ARAG Tower entworfen haben?

NORMAN FOSTER Der Entwurf des ARAG Gebäudes verfolgte einen ausgesprochen progressiven Umweltgedanken. Die hochleistungsfähige, doppelschalige Glasfassade bildet außen einen Wetterschutz und Sonnenfilter, während eine innere Schicht mit zu öffnenden Fenstern das Gebäude atmen lässt. Das Tageslicht wird maximal genutzt, und die Konstruktion ermöglicht eine passive Kühlung mit Nachtspeicher, sodass eine Klimaanlage kaum benötigt wird. Im Inneren sind die Büroetagen einfach und offen gestaltet. Um eine maximale Nutzfläche zu schaffen, wurden die Aufzugsschächte in die Ecken verlegt, wobei die Glasaufzüge einen Panoramablick über die Stadt ermöglichen.

In jedem achten Stockwerk befinden sich doppelhohe „Skygardens“, die das Gebäude unterteilen. Bepflanzt mit „Wiesen“ aus hohen Gräsern und Wildblumen, bieten die Gärten informelle Treffpunkte und Entspannungsräume. Der offene Zugang zwischen den Büroetagen und den Gärten fördert eine freundliche Atmosphäre und verbessert die Kommunikation zwischen Mitarbeitern.

Glas scheint eine wichtige Rolle in Ihren Entwürfen zu spielen – auch beim ARAG Tower mit seinen rund 5.200 Glasscheiben. Welche Bedeutung hat Glas für Ihre Arbeit?

NORMAN FOSTER Es geht um eine angemessene Materialität. In kühleren Gefilden ist Glas Ihr Freund, während in heißen, trockenen Regionen dicke Isolierwände oder eine mehrschichtige und beschattende Bauweise besser funktionieren würden.

In vielen Ländern ist der Gebäudesektor für bis zu 40 Prozent der Treibhausgase verantwortlich. Andererseits müssen Gebäude künftig starken Umwelteinflüssen standhalten. Wie kann die Architektur diesen Spagat meistern?

NORMAN FOSTER Gebäude, die als Antwort auf ihren Umweltkontext entstehen,

„Die 15-Minuten-Stadt hat im Zuge der COVID-19-Pandemie eine ganz neue Bedeutung und Form von Realität gewonnen.“

Lord Norman Foster | Architekt

haben in der Regel bessere Leistungsstandards und bieten den Nutzern mehr Komfort bei besserem Gewissen. Darüber hinaus hat sich in den letzten Jahrzehnten die Einstellung der Öffentlichkeit zu Ökologie und Energieverbrauch entscheidend verändert, und nachhaltige Infrastrukturentwicklungen wie diese unterstützen und fördern das Bewusstsein für Fragen der Nachhaltigkeit. Unsere Projekte haben seit der Gründung meines ersten Büros im Jahr 1967 immer diese Trends vorweggenommen, indem wir Pionierarbeit für nachhaltige Designlösungen geleistet haben.

Wie wird man der Komplexität von Nachhaltigkeit gerecht?

NORMAN FOSTER Nachhaltigkeit verlangt von uns, ganzheitlich zu denken. Der Standort und die Funktion eines Gebäudes, seine Flexibilität und Lebensdauer, seine Ausrichtung, seine Form und Struktur, seine Heizungs- und Belüftungssysteme und die verwendeten Materialien wirken sich alle auf die Energiemenge aus, die für den Bau, den Betrieb und die Instandhaltung benötigt wird, sowie auf den Transport von Gütern und Menschen. Wir können durch Gebäude und Infrastruktur Energie gewinnen, anstatt sie endlos zu verbrauchen. Und ich glaube, dass wir dies umsetzen können bei gleichzeitiger Verbesserung unserer Lebensqualität. Wir müssen zu einer stärker kreislauforientierten Wirtschaft übergehen – etwa Abfall in Energie umwandeln.

Die COVID-19-Pandemie hat verheerende Folgen. Wie schätzen Sie die Auswirkungen auf die Nachhaltigkeit im Bürobereich ein, und was bedeutet das für urbane Architektur?

NORMAN FOSTER Die Geschichte der Zivilisation ist die Geschichte der Städte und der städtischen Räume – die Begriffe sind miteinander verwoben. Städte sind die Zukunft – statistisch gesehen heute mehr

als je zuvor. Der Große Brand von London im Jahr 1666 führte zu den Bauvorschriften, die die georgianische Stadt in feuerfester Ziegelbauweise schufen. Die Cholera-Epidemie in der Mitte des 19. Jahrhunderts bewirkte die Säuberung der Themse, die vorher ein offener Abwasserkanal war, und führte zu einem System moderner Abwasserentsorgung und dem Themse-Uferdamm. Aber jede dieser Entwicklungen – feuerfeste Gebäude, Abwassersysteme, grüne Parks – wäre ohnehin eingetreten. Die Krisen der Zeit beschleunigten und verstärkten nur ihr Auftreten.

Die letzte große Pandemie von 1918 bis 1920 sorgte für menschenleere Innenstädte, Gesichtsmasken, Abriegelungen und Quarantänen. Aber sie läutete auch die soziale und kulturelle Revolution der 1920er-Jahre mit neu errichteten Versammlungsräumen – Kaufhäusern, Kinos und Stadien – ein. Mit der COVID-19-Pandemie haben wir bereits einen dramatischen Anstieg der Mobilität von Menschen, Waren und Informationen erlebt, während wir uns gleichzeitig den Realitäten des Klimawandels und des

CO₂-Ausstosses stellen mussten. Wir sehen jetzt einen Trend weg von fossilen Brennstoffen und hin zu saubereren Fahrzeugen mit Elektroantrieb, die via Induktion aufgeladen werden und fahrerlos sein können. Wir beobachten die Entbehrlichkeit des eigenen Autos und stattdessen die Zunahme von Ridesharing und On-Demand-Diensten wie Uber, die Zunahme von Motorrollern und E-Bikes und die Möglichkeiten der Drohnentechnologie für den Transport von Menschen und Gütern. Zu diesen Mobilitätstrends kommen neue Arbeitsformen hinzu. Der traditionelle Arbeitsplatz wird überleben und wegen seiner sozialen und kreativen Möglichkeiten sogar noch mehr geschätzt werden. Aber er wird künftig viel flexibler genutzt und mit Zeiten ausgeglichen werden, in denen von zu Hause aus oder woanders gearbeitet wird – egal, ob in einer einsamen Almhütte oder im Starbucks in der Innenstadt.

Die Stadtzentren werden das Potenzial haben, ruhiger, sauberer, sicherer, gesünder, freundlicher, fußläufig und fahrradtauglich zu sein, vor allem wenn die Chance genutzt



Ein Apfel voll Nachhaltigkeit. Auch der Apple Park in Cupertino wurde von Lord Foster maßgeblich entwickelt. Die Pläne gehen auf Apple-Gründer Steve Jobs zurück. Apples Firmengebäude wird vollständig mit erneuerbarer Energie betrieben. Auf dem Gelände wurden 465.000 Quadratmeter Asphalt und Beton durch Grünflächen mit über 9.000 einheimischen Bäumen ersetzt. Vor Ort gibt es drei Kilometer Wander- und Laufwege, einen Obstgarten, Wiesen sowie einen Teich.

Sie haben einmal gesagt, dass für Sie Architektur nie ein Selbstzweck war, sondern dass es immer auch um die soziale Dimension ging. Wie darf man das verstehen?

NORMAN FOSTER Gebäude sind doch in erster Linie für Menschen da. Wir können niemals etwas ohne diesen Kontext entwerfen und erwarten, dass es erfolgreich sein wird. Deshalb ist Design im Grunde ein sozialer Akt.

Bereits 1982 arbeiteten Sie mit Richard Buckminster Fuller am Entwurf eines Prototyps für ein experimentelles, nachhaltiges Wohngebäude. Dieses visionäre Projekt wurde später von Ihrer Stiftung wieder aufgegriffen und weiterentwickelt. Was ist der aktuelle Stand des „Autonomen Hauses“?

NORMAN FOSTER 1982 begannen Bucky und ich mit dem Entwurf eines Hauses, das wir „Autonomes Haus“ nannten. Die Idee war es, zwei Häuser zu bauen – eines in Kalifornien für Bucky und eines in Wiltshire für meine Familie. Es war eine doppelschalige geodätische Kuppel [Anm. d. Red.: Konstruktion einer sphärischen Kuppel mit einer Gitterschale aus Dreiecken; die Bezeichnung spielt auf die Geodäsie an, in der ebenfalls die Zerlegung

in Dreiecke wesentlich ist], deren innere und äußere Schalen sich unabhängig voneinander drehen konnten. Die beiden Schalen waren halb verglast und halb massiv, sodass die Kuppel nachts komplett verschlossen werden konnte, während sie tagsüber dem Lauf der Sonne folgte. Wir kamen so weit, ein großes Modell zu bauen, aber tragischerweise starben sowohl Bucky als auch seine Frau Anne, bevor wir weitermachen konnten.

In den letzten Jahren ist das Thema Nachhaltigkeit immer stärker in den Fokus gerückt – wie hat sich Ihr Leben dadurch verändert und wie setzen Sie Nachhaltigkeit in Ihrem Büroalltag um?

NORMAN FOSTER Nachhaltigkeit stand von Anfang an im Mittelpunkt der Arbeit des Büros. Dieser Ansatz hat sich im Laufe der Jahrzehnte verändert und weiterentwickelt, und wir haben nun ein Foster + Partners Responsibility Framework entwickelt, das uns bei der Bewertung unserer Projekte und unseres eigenen Betriebs hilft. Das Konzept ermöglicht es uns, Nachhaltigkeit anhand von zehn Schlüsselkriterien zu bewerten: Wohlbefinden, Auswirkungen auf die Gemeinschaft, Energie und CO₂-Ausstoß, Wasser, Ressourcen, Mobilität und Konnektivität, Land und Ökologie, soziale Gerechtigkeit, Planung für den Wandel und Feedback. Die Metriken bieten eine breite und ganzheitliche Methodik zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung.

Wir engagieren uns auch verstärkt bei den Vereinten Nationen, was damit begann, dass wir einen visuellen Leitfaden für das Pariser Abkommen von 2015 erstellten, um es einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Seitdem haben wir an mehreren UN-Klimakonferenzen teilgenommen und bei der letzten Veranstaltung in Madrid unser Nachhaltigkeitsmanifest vorgestellt, um unser kontinuierliches Engagement für die Ziele des Pariser Abkommens zu demonstrieren.

Wir finanzieren bereits das zweite Jahr in Folge Forstprojekte in ganz Großbritannien,

wird, dass sie grüner werden. Stellen Sie sich den Parliament Square als Park oder einen von Bäumen gesäumten Piccadilly vor. Die „15-Minuten-Stadt“ gewinnt so gesehen eine ganz neue Bedeutung und Form von Realität. Die Idealvorstellung, dort zu leben, zu arbeiten, einzukaufen, sich weiterzubilden, auszugehen, sich mit Freunden zu treffen und dabei alle Einrichtungen für den privaten und öffentlichen Sektor in fußläufiger Entfernung zueinander zu nutzen. Die Attraktivität des Wohnens in so einer Nachbarschaft hat durch die Pandemie ganz neuen Auftrieb erhalten.



Dr. Paul-Otto Faßbender (rechts) mit dem Architekten des ARAG Towers, Lord Norman Foster bei der Eröffnung im Jahr 2001.

„Der Entwurf des ARAG Gebäudes verfolgte einen ausgesprochen progressiven Umweltgedanken.“

Lord Norman Foster | Architekt

um die Treibhausgasemissionen unseres Unternehmens zu reduzieren. Dieses Jahr finanzieren wir die Pflanzung von 83.640 Bäumen auf 47 Hektar Land an Standorten in den schottischen Highlands, Cumbria, Nottingham und Newark. Unser Unternehmen bezieht seit drei Jahren 100 Prozent des Stroms aus erneuerbaren Energiequellen und kompensiert seine jährlichen globalen Kohlenstoffemissionen, die mit Reisetätigkeiten (Flug- und Fahrzeugverkehr) sowie Heizung und Abfall am Londoner Standort verbunden sind, in vollem Umfang.

Welches nachhaltige Produkt oder welche nachhaltige Dienstleistung würden Sie gerne sehen?

NORMAN FOSTER Eine Abkehr von schwerfälligen Netzen der Energieerzeugung und -verteilung, die verschwenderisch und umweltschädlich sind, hin zu autonomen und saubereren Produktionsweisen. Containergroßen Atombatterien etwa.

2017 haben Sie die weltweit aktive Norman Foster Foundation gegründet, mit Sitz in Madrid. Sind Sie mit ihrer Entwicklung zufrieden?

NORMAN FOSTER Ja, sehr sogar. Wir bilden weiterhin die jüngeren Generationen von Fachleuten und zivilgesellschaftlichen

Führungskräften aus, um die kritischen Themen von heute und morgen zu antizipieren – insbesondere Städte und Klimawandel. Wir veranstalten Workshops, in denen wir hervorragenden Absolventen aus der ganzen Welt die Möglichkeit zum Austausch mit Mentoren geben, die auf ihrem Gebiet weltweit führend sind. Die Workshops werden durch Debatten im Laufe des Jahres an die Öffentlichkeit getragen, und von Zeit zu Zeit gibt es ein Forum, das sich direkt an ein Publikum von mehreren Tausend Menschen wendet.

Was wäre Ihr dringendster Wunsch in Bezug auf die Politik, um eine nachhaltigere Gesellschaft zu fördern?

NORMAN FOSTER Dass die Politiker den Mut haben, die kühnen, progressiven Visionen anzunehmen, die unsere Städte in der Zukunft verändern werden.

Wenn Sie sich als Architekt einen Wunsch in Sachen Nachhaltigkeit erfüllen könnten, was wäre Ihr Traumprojekt?

NORMAN FOSTER Einen heute schon realisierbaren Beitrag zur Stadt der Zukunft zu leisten, die grüner, ruhiger, sicherer, nachhaltiger und freundlicher sein wird – und mehr Spaß macht.



DER ARAG TOWER IM KURZCHECK

- Die Zentrale der ARAG ist 125 Meter hoch und wurde 2001 fertiggestellt.
- Auf sechs reine Büroggeschosse folgt jeweils ein zweigeschossiger Garten und ein dezentraler Technikbereich.
- Mit seinen leicht linsenförmig gewölbten Fassaden wirkt der Bau wie eine aerodynamische Scheibe.
- Zwischen den Doppelfassaden des Hochhauses entstanden Abluftkammine für eine natürliche Be- und Entlüftung aller Büroetagen.
- Funktion, Nutzung und Gestaltung innerhalb der Gebäudeorganisation sind durch den rhythmischen Wechsel der „stapelweise“ geschichteten Etagen eng miteinander verknüpft.
- Geschossübergreifend werden jeweils maximal drei Büroetagen durch offene, innenliegende Treppen verbunden. So sind auch große Abteilungen über kurze Wege untereinander verbunden.
- Die offizielle Einweihungsfeier unter Anwesenheit von Lord Norman Foster fand am 27. April 2001 statt, in Kürze wird der 20. Geburtstag des ARAG Towers gefeiert.

ZUKUNFTS- WEISENDE WERT(E)ARBEIT

ARAG ESSENTIALS RELOADED

Nie waren sie für die ARAG so wertvoll wie heute. Die Unternehmensgrundsätze spiegeln alle Stärken und Ziele der ARAG wider, bilden Leitplanken mitten im digitalen Wandel und sind ihre unverwechselbare DNA. Nach der kompletten Überarbeitung der ARAG Essentials startete 2020 trotz COVID-19 der Vermittlungsprozess, verbunden mit einer weltweiten digitalen Premiere für die gesamte Belegschaft.



ANJA PIEPER



JENS TAPPE

Sie haben essenzielle Bedeutung, was allein schon ihr Name sagt: Die ARAG Essentials bringen heute mehr denn je auf den Punkt, wofür der Konzern steht und was ihn leitet. Die Unternehmensgrundsätze wurden maßgeblich modifiziert und sind als „ARAG Essentials reloaded“ umfassend neu aufgeladen worden. Mit gemeinsamen Werten geht es in die Zukunft: „Die Welt wird immer schneller, immer unberechenbarer. Umso wichtiger ist es, zu wissen, wer wir sind, was unsere Kultur prägt und welche Ziele wir verfolgen. Dabei helfen uns die neuen ARAG Essentials“, betont Dr. Renko Dirksen, Vorstandssprecher der ARAG SE. Denn der Konzern habe für seine erfolgreiche Weiterentwick-

lung drei wesentliche Kernbereiche im Blick. Neben dem Ausbau der Digitalisierung und der Verbesserung von Prozessen ist „unsere besondere Unternehmenskultur das größte Asset“, unterstreicht Dr. Renko Dirksen. Den ARAG Essentials reloaded komme dabei eine Schlüsselrolle zu.

Deshalb steht trotz COVID-19 im Konzern die Vermittlung der neuen Unternehmensgrundsätze nicht still. Zumal die ARAG Essentials reloaded der weltweiten Belegschaft gerade in Zeiten wie diesen ein hohes Maß an Orientierung geben, das Zusammengehörigkeitsgefühl stärken und Richtschnur allen Handelns sind. Sie beschreiben die Haltung des Familienunternehmens und zeigen, was die ARAG auszeichnet.





ARAG gelbe Verpackung, praller Inhalt – so sah der Auftakt zur Vermittlungsarbeit der ARAG Essentials reloaded aus. Mit einem analogen Päckchen überraschte die ARAG weltweit ihre Mitarbeiter. Um sie zum Mitmachen zu motivieren, war an alle ein Paket mit Werten zum Anfassen direkt ins Home-Office geschickt worden. Neben Essentials-Broschüren in verschiedenen Sprachen steckten auch Schreibblöcke und nachhaltige Bleistifte darin, um neue Ideen zur Wertearbeit aufzuschreiben. Dazu gesellten sich Buttons, Aufkleber oder auch Fair-Trade-Schokolade. Auch zusätzliche Materialien für die virtuellen Team-Sessions waren enthalten. Denn die Verankerung der neuen Unternehmensgrundsätze nahm danach digital erst richtig an Fahrt auf. All das kam bestens an und sorgte für positives Feedback.

„Wir haben eine starke und lebendige Unternehmenskultur, die von den ARAG Essentials geprägt wird. Sie darf aber unter den aktuellen COVID-19-Rahmenbedingungen nicht leiden, sondern muss erst recht weiter gekräftigt werden.“

Dr. Renko Dirksen | Vorstandssprecher der ARAG SE

Ein Rückblick: Die Unternehmensgrundsätze hatten Ende 2019 eine komplette Neuausrichtung erhalten. Sie waren vom gesamten Konzernvorstand in die heutige Unter-

nehmenswirklichkeit der ARAG auf ihrem Weg zum Smart Insurer transformiert worden. In diversen Workshops hatte das Vorstandsteam die über 13 Jahre alten Unternehmensgrundsätze vollständig überarbeitet und neu formuliert. Basis dafür bildete auch eine weltweite Befragung der ARAG Mitarbeiter zur Unternehmenskultur, deren Anregungen in die Neuentwicklung einfließen. Die ARAG Essentials reloaded kommen seither deutlich prägnanter, kompakter und zukunftsweisender daher – und wurden erstmals Anfang 2020 auf der ARAG Führungskräfteversammlung präsentiert.

Für die neuen Unternehmensgrundsätze, die aus vier Teilen bestehen, wurden nicht nur die sechs ARAG Werte (siehe unten) neu

DIE ARAG ESSENTIALS AUF EINEN BLICK



Pioniergeist braucht Mut

Wir gehen neue Wege. Wir haben Mut zum Experiment und probieren Dinge aus. Wenn Fehler passieren, lernen wir daraus.



Disziplin braucht Professionalität

Wir leisten und liefern – kostenbewusst und zielgerichtet. Wir messen unsere Ergebnisse und stellen uns der Bewertung. Wir nutzen moderne Methoden.



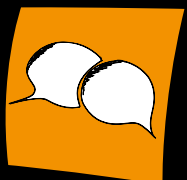
Tatkraft braucht Engagement

Wir sind mit Leidenschaft bei der Sache. Wir nutzen Freiräume, packen an und machen. Wir ziehen alle an einem Strang. Silos und Egoismen haben bei uns keinen Platz.



Weitsicht braucht Orientierung

Wir wissen, wo wir hinwollen, und richten uns an unserem gemeinsamen Anspruch aus. Wir orientieren uns an langfristigen Entwicklungen. Wir handeln nachhaltig und übernehmen gesellschaftliche Verantwortung.



Offenheit braucht Neugier

Wir entdecken gerne Neues. Wir hinterfragen uns selbst und wollen immer besser werden. Wir teilen Wissen, Erfahrungen, Ideen und lernen voneinander.



Fairness braucht Miteinander

Unsere Vielfalt macht uns stark. Wir fördern verschiedene Lebens- und Arbeitsmodelle unserer Mitarbeiter. Wir legen Wert auf Vertrauen, Verlässlichkeit und Wertschätzung – in unseren Kundenbeziehungen und im Umgang miteinander.

aufgeladen und noch mehr akzentuiert. Die Essentials stellen neben dem Anspruch und dem Selbstverständnis des Unternehmens nun auch den Gründungsgedanken der ARAG als tragende Leitidee voran: die Chancengleichheit vor dem Recht. „Damit rücken wir den Kunden noch klarer in den Mittelpunkt“, hebt Dr. Renko Dirksen hervor.

DER GRÜNDUNGSGEDANKE ALS EINE LEITIDEE

Jeder soll sein Recht durchsetzen können – unabhängig von seinen finanziellen Möglichkeiten: Mit dieser mutigen wie zugleich entschlossenen Idee legte Firmengründer Heinrich Faßbender vor über 85 Jahren den Grundstein für das nunmehr größte Familienunternehmen in der deutschen Assekuranz, das zu den drei weltweit führenden Rechtsschutzanbietern gehört. Die bis heute vom Konzern ermöglichte Chancengleichheit vor dem Recht prägt den Anspruch an die Unternehmenstätigkeit auch in Zukunft. Dabei geht die ARAG immer wieder neue Wege, um ihren Kunden mit innovativen Lösungen zur Seite zu stehen. „Wir helfen unseren Kunden bei der Verwirklichung ihrer Ziele“ – dieser Leitsatz ist Auftrag und Verpflichtung zugleich. Der Konzern bietet ihnen Orientierung, Schutz und Unterstützung, insbesondere bei rechtlichen Fragen sowie der gesundheitlichen Absicherung. Dem kommt die ARAG mit ihrem Selbstverständnis als innovativer Qualitätsversicherer – international, unabhängig und in Familienbesitz – auch in der aktuellen Pandemie mit hoher Leistungsbereitschaft und vollem Einsatz nach. „Das ist der Spirit, der die ARAG so einzigartig macht“, sagt Vorstandssprecher Dr. Renko Dirksen.

Tatkräftig, engagiert und miteinander packen die Mitarbeiter ebenso die Verankerung sowie Umsetzung der neuen Unternehmensgrundsätze an. Denn die ARAG Essentials reloaded fördern die enge Verbundenheit untereinander und zum Familienunternehmen. Dafür wurde eine neue Dimension gemeinsamer Wert(e)arbeit eingeläutet. Auch hierbei beschritt der Konzern einmal mehr innovative Wege. Erstmals setzt die ARAG weltweit ein umfangreiches digitales Format ein, um dabei alle Mitarbeiter einzubinden. In virtuellen Meetings beleuchtet jedes einzelne ARAG Team in Deutschland und international die Rolle der überarbeiteten Unternehmensgrundsätze im Alltag und leitet seine eigenen Umsetzungsideen ab.

WELTWEITE DIGITALE PREMIERE

„Wir haben einen vollständig digitalen Vermittlungsprozess aufgesetzt“, berichtet die ARAG Nachhaltigkeitsbeauftragte Kathrin Köhler (siehe Interview Seite 24): „Damit gehen wir konzernweit völlig einheitlich vor.“ Mit diesem absoluten Novum startete im November 2020 der Kick-off. Weltweit wurden und werden die ARAG Mitarbeiter erstmals in die Lage versetzt, sich ausgiebig mit den Unternehmensgrundsätzen zu beschäftigen – unabhängig davon, an welchem ARAG Standort und ob sie im Office oder Home-Office arbeiten. Seither machen die ARAG Essentials reloaded die Runde, sind als Gesprächsstoff in aller Munde.

Neben den passgenau konzipierten virtuellen Team-Sessions „haben wir einen eigenen ARAG Essentials-SharePoint für alle Kolleginnen und Kollegen weltweit aufgebaut“, erläutert Kathrin Köhler. Auf der Austauschplattform finden



„Das war eine gelungene Überraschung und im Home-Office eine sehr persönliche Art, zum Kulturwandel zu inspirieren.“

Martha Talaska | Fachreferentin
Finanzbuchhaltung/
Beteiligungsgesellschaften, ARAG SE



„Ich sehe die Essentials als Wertesystem, das den ökonomischen mit dem ethischen Wertebegriff vereint.“

Andreas Fronzeck | Abteilungsleiter
Leistungsmanagement, ARAG Kranken-
versicherung München



„Klasse! Die Aktion war ein gelungener Vermittlungsprozess, um in der Home-Office-Situation einen Touchpoint mit den Kollegen zu schaffen.“

Katharina Lorenz | CEO Executive
Assistant, ARAG Italien

WERTSCHÄTZUNG TRIFFT NACHHALTIGE VERMITTLUNG

INTERVIEW

Alles war vorbereitet, alles startklar – dann kam die COVID-19-Pandemie und die Vermittlungsarbeit zu den ARAG Essentials reloaded musste zunächst pausieren. Aber auch hier fand die ARAG äußerst kreative Wege, um ihre neuen Unternehmensgrundsätze konzernweit zu verankern. Was den Prozess so einzigartig macht, erläutert Kathrin Köhler im Interview.

Das vorherige Vermittlungskonzept war ab März 2020 nicht mehr umsetzbar, musste komplett neu ausgearbeitet werden. Warum entpuppte sich das als Riesenchance?

KATHRIN KÖHLER Weil wir uns im Sinne der ARAG Essentials neuen Herausforderungen gestellt und tatkräftig die Chancen genutzt haben, die in der Digitalisierung stecken. Statt der zuvor geplanten Formate haben wir wegen der Home-Office-Situation einen vollständig digitalen Vermittlungsprozess aufgesetzt, der perfekt zur ARAG als Smart Insurer passt. Mehr noch: Mit der weltweiten SharePoint-Lösung und den virtuellen Team-Sessions gehen wir bei der Implementierung erstmalig national wie international komplett identische Wege. Das schweißt uns enger zusammen und bringt den ARAG Essentials nochmal zusätzlichen Schub.

Was macht den jetzigen Vermittlungsprozess so besonders?

KATHRIN KÖHLER Die weltweite Paketaussendung an alle Mitarbeiter zum Auftakt wurde von vielen als persönliche Wertschätzung empfunden. Unser durchweg digitaler Prozess war und ist eine absolute Neuerung. Dieser ermöglicht uns, von überall gemein-

sam an den neuen Unternehmensgrundsätze zu arbeiten und fördert engagiertes Teamwork. Die konkrete Bedeutung der ARAG Essentials reloaded im Arbeitsalltag wurde bereits von allen ARAG Teams weltweit beleuchtet. Das hat den offenen Dialog und lebendigen Austausch gefördert – und auch für viel Spaß gesorgt. Es wurden etliche kreative Ideen entwickelt.

Warum ist die intensive Beschäftigung mit den ARAG Essentials wichtig?

KATHRIN KÖHLER Ich sehe das immer auch durch die Brille der Nachhaltigkeitsbeauftragten. Die ARAG ist ein Familienunternehmen in der dritten Generation, also an sich schon nachhaltig. Unsere Unternehmensgrundsätze sind die ARAG DNA, sie zeigen klar auf, was uns einzigartig macht. Wir sind eine große Familie mit einer absolut visionären Gründungsidee – der Chancengleichheit vor dem Recht. Diese ist heute aktueller denn je. Die ARAG Essentials waren noch nie so wichtig wie in diesen Zeiten. Sie stärken im Home-Office unseren Zusammenhalt. Ob in Düsseldorf und München, in Verona oder Sydney, uns alle einen dieselben Werte und eine gemeinsame Unternehmenskultur. Jeder ist eingebunden und wichtiger Teil der Gemeinschaft.



Kathrin Köhler

Die in Eisenach/Thüringen geborene 47-jährige ist seit Februar 2020 als ARAG Nachhaltigkeitsbeauftragte verantwortlich. Ihre Karriere bei der ARAG startete die Bankkauffrau und Rechtsanwältin 2004. Nach verschiedenen Stationen ist sie seit fast acht Jahren im Bereich Konzernkommunikation tätig und verantwortet dort das Thema Corporate Responsibility.

Wie geht es nun weiter?

KATHRIN KÖHLER Die digitalen Logbücher, die bei den Team-Sessions entstanden sind, werden derzeit von uns analysiert. Aus den Ergebnissen leiten wir nicht nur weitere Kommunikationsmaßnahmen ab, sondern sie sind auch Grundlage für eine erneute, für Ende des Jahres geplante Mitarbeiterbefragung zu unserer Smart Culture.



VON ESSENTIALS- BLOGGERN UND WERTECHECKERN

Was bewegt die ARAG Mitarbeiter im Home-Office, was macht ihnen Mut und womit fördern sie den Teamgeist in den Zeiten der Pandemie? Persönliche Einblicke und Erfahrungen enthält der eigene Essentials-Blog, der auf dem neuen ARAG Essentials-SharePoint zum kommunikativen Austausch anregt. In einem Post schildert etwa ein ehemaliger Leistungssportler und heutiger ARAG Werksstudent, warum gerade Disziplin für ihn eine besondere Tugend ist und warum es dafür ebenso Professionalität braucht. Und auch sonst dreht sich auf der Essentials-Plattform alles um den enormen Wert neu aufgeladener Werte. So können Mitarbeiter anhand eines Quiz auf unterhaltsame Weise herausfinden, welcher der sechs Essentials-Werte für sie persönlich am besten passt. Ob Pioniergeist, Tatkraft, Offenheit oder etwa Weitsicht, Antworten darauf liefert – freiwillig und anonym – der virtuelle WerteCheck. „Welcher Wertetyp bist du?“ Die mittlerweile geflügelte Frage kurbelte auch in den Team-Sessions die intensive Beschäftigung mit den ARAG Essentials reloaded an.

sich seither geballte Informationen zur Gründungsidee, zum Anspruch der ARAG und ihrem Selbstverständnis. Hier finden sich jede Menge Inhalte zum Download oder auch Beiträge im eigenen Essentials-Blog (siehe rechte Spalte). Highlight ist ein Vorstandsvideo, in dem der komplette Konzernvorstand wertvolle Einblicke zur Bedeutung der ARAG DNA gibt. Reichlich Gesprächsstoff ist somit vorprogrammiert.

Der ausgiebigen Beschäftigung mit den neuen ARAG Essentials war eine analoge Überraschung vorgeschaltet, um die virtuelle Vermittlungsarbeit auf Teamebene zu unterstützen. Durch diese zusätzliche analoge Premiere wurden alle Mitarbeiter zum Mitmachen angeregt. Dafür waren 4.364 prall gefüllte Päckchen (siehe Seite 21) von der Düsseldorfer Konzernzentrale aus per Post auf Reisen in die ganze Welt gegangen. Eine solch persönliche und konzernweite (Aus-)Sendung hatte es im Familienunternehmen bis dato noch nicht gegeben. ARAG gelbe Verpackung, praller Inhalt sowie „Beste Grüße aus dem Tower“: Inklusive einer von den Konzernvorständen unterschriebenen Karte hatten alle eine kompakte Essentials-Box direkt in ihre Home-Offices erhalten. „Das Feedback war großartig, die ungewöhnliche Aktion in Pandemiezeiten wurde als sehr motivierend empfunden“, so Kathrin Köhler.

AUS WERTEN WIRD HANDELN

Für die vielschichtige Vermittlungsarbeit lieferte die ARAG somit gleich auf verschiedensten Wegen reichlich Material. Das sorgte für neuen Impulse und Inspiration – vor allem bei den Team-Sessions, die bereits in allen ARAG Ländern von Dezember 2020

bis Februar 2021 liefen. In diesem virtuellen Format entdeckten nationale wie internationale Mitarbeiter in ihren eigenen Teams, welche Rolle die Unternehmensgrundsätze in ihrem Arbeitsalltag spielen, wo sie schon selbstverständlich gelebt werden und wo sie noch stärker als Orientierung dienen können. Über 400 digitale Logbücher, welche die Ansatzpunkte und Ergebnisse der konzernweiten Teams dokumentieren, sind dabei entstanden. Sie werden derzeit von der ARAG Konzernkommunikation gesichtet: „Es ist geplant, das beste Logbuch für den ARAG AWARD vorzuschlagen“, gibt Kathrin Köhler einen Ausblick. Mit diesem Preis zeichnet der Konzern vorbildliches Teamwork bei der Umsetzung der Unternehmensgrundsätze schon seit Langem aus. 2022 wird der ARAG AWARD zum nunmehr achten Mal vergeben.

NEUE LEADERSHIP ESSENTIALS

Nicht nur die Unternehmensgrundsätze wurden entsprechend der heutigen Unternehmenswirklichkeit – mitten im digitalen Wandel – überarbeitet und implementiert. Gleiches gilt für die Führungsprinzipien des Konzerns. Auch sie wurden auf Grundlage der weltweiten Mitarbeiterbefragung Schritt für Schritt weiterentwickelt sowie durch Interviews und Workshops mit den Vorständen maßgeblich modifiziert. So werden beispielsweise motivierende Führungsfähigkeiten für die weitere digitale Transformation künftig noch mehr fokussiert. Der Roll-out der neuen ARAG Leadership Essentials ist im Jahr 2021 geplant. Dann ist ebenso vorgesehen, erste Angebote des neuen Leadership-Programms vorzustellen.

„DIE BILDUNG WURDE AMPUTIERT“

CHANCENGLEICHHEIT IN DER BILDUNG

Prof. Dr. Gesine Schwan ist eine engagierte Verfechterin umfassender Bildung. Wird jungen Menschen kein Verständnis für Kultur und Gemeinsinn vermittelt, sieht es für die Gesellschaft düster aus, mahnt die 77-Jährige. Im Interview findet sie klare Worte für ihre Kritik am deutschen Bildungssystem, das Machtverhältnisse zementiert, statt Chancengleichheit zu ermöglichen.



KARIN VOGELSBURG



DANIEL HOFER/LAIF

Wie hat sich das deutsche Bildungssystem Ihrer Erfahrung nach in den letzten Jahrzehnten entwickelt – und wie prägt diese Entwicklung junge Menschen?

GESINE SCHWAN Es gab eine allgemeine Tendenz zu neoliberaler Politik in sämtlichen Lebensbereichen – auch in der Bildung. Der Wettbewerb stand und steht im Mittelpunkt. Es ging immer darum, Bester oder Beste zu sein. Gefördert wird nicht die Kooperation, sondern ein Gegeneinander. Damit wird das Eigentliche des Bildungsprozesses vernach-

lässigt. Damit meine ich, dass sich die ganze Persönlichkeit entwickelt, dass man auch Zusammenleben, soziale Kompetenz und Verantwortung für das Gemeinwesen lernt. Ebenso wurden zugunsten eines rein kognitiven Lernens alle Aktivitäten reduziert, die das Zusammenleben fördern, nämlich alle künstlerischen Bereiche.

Ich erinnere mich, dass ich als Schulkind jedes Jahr zum Beispiel an Chor- oder Theateraufführungen beteiligt war. Das machte einen großen Teil meines Lebens aus und hat mir ganz besonders viel Freude bereitet.

Wichtig waren diese Angebote auch für Schüler, die zum Beispiel in Mathematik oder Latein nicht herausragend waren, aber ganz hervorragende künstlerische Fähigkeiten hatten. Die Wertschätzung dieser Vielfalt hat aus meiner Sicht inzwischen enorm gelitten, weil sie zugunsten von kognitivem, wettbewerbsorientiertem Lernen und individueller, nicht kooperativer Leistung vernachlässigt wurde. Das finde ich schlecht, weil dadurch ein umfassendes Bildungsverständnis amputiert wurde.

Gibt es Gegenteilstendenzen dazu?

GESINE SCHWAN Ich glaube, dass bei den jungen Leuten – nicht auf Seiten der staatlichen Institutionen – Gegenteilstendenzen stärker werden. Seit etwa zwei Jahren politisieren sich junge Menschen wieder. Ich habe immer darauf gebaut, dass sich junge Menschen nicht auf Dauer in ein Korsett pressen lassen, das ihrer Lebenslust und -kraft völlig zuwider ist. Es hat auch immer schon private Initiativen und Schulen gegeben, die etwas Neues machen wollen.

„Alle Menschen haben Potenziale, die man zur Entfaltung bringen kann, und das muss vor allem mit Wohlwollen geschehen.“

Prof. Dr. Gesine Schwan | Präsidentin und Mitgründerin der Humboldt-Viadrina Governance Platform



Gesine Schwan

Prof. Dr. Gesine Schwan, 1943 in Berlin geboren, ist Präsidentin und Mitgründerin der Humboldt-Viadrina Governance Platform. Die SPD-Politikerin und Politikwissenschaftlerin ist zudem Vorsitzende der Grundwertekommission ihrer Partei und Trägerin des Bundesverdienstkreuzes. Von 1999 bis 2008 war sie Präsidentin der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder). Von 2005 bis 2009 koordinierte sie im Auftrag der Bundesregierung die deutsch-polnischen Beziehungen. Ihre Lebensthemen sind Verständigung und Demokratie. Die zehnfache Großmutter ist begeistert vom skandinavischen Bildungssystem: „Insbesondere vermeiden sie dort die schreiende Ungerechtigkeit des deutschen Bildungssystems, in dem die Bildungschancen zentral von der sozialen Herkunft der Kinder abhängen. Um die Zukunft Deutschlands zu gewinnen, ist hier schnell und nachhaltig Abhilfe zu schaffen.“



Um das deutsche Bildungssystem zukunftssicher zu machen, muss man erst einmal wissen, welche Kompetenzen künftig gebraucht werden. Welche sind das Ihrer Meinung nach?

GESINE SCHWAN Grundlegend ist, dass junge Menschen ein Handwerkszeug erhalten, das ihnen dabei hilft, die Wirklichkeit, in der sie leben, zu verstehen, zu verarbeiten und urteilsfähig zu werden. Urteilsfähigkeit erwirbt man nicht, indem man etwas auswendig lernt oder einen Instrumentenkasten bei sich trägt, sondern das ist ein ständiger, lebendiger Lernprozess, den Kinder auch durchlaufen, wenn sie zum Beispiel Fußball spielen oder Schlitten fahren. Man muss sowohl die sachlichen als auch die menschl-

chen Dinge lernen. Um diese Grundkompetenz zu erwerben, ist man immer darauf angewiesen, sich mit Mitmenschen zu verständigen. Diese Verständigungsfähigkeit muss aus meiner Sicht im Vordergrund stehen, denn sie bezieht sich auf alles, auch darauf, dass man nicht in isolierten Teilen denkt, sondern versucht, die systemischen Zusammenhänge zu begreifen.

Und wie steht es um die digitalen Kompetenzen?

GESINE SCHWAN Viele begreifen die sogenannte digitale Bildung als technisches Handwerkszeug. Das ist sicher auch bis zu einem gewissen Grad sehr wichtig. Aber das Internet bietet uns uferlose Zugänge zu

Informationen. Die kann man gar nicht alle verarbeiten. Man muss dahin gelangen, dass man erkennt: Wofür ist etwas wichtig? Man muss seine eigenen Zuordnungen begründen und Verantwortung dafür übernehmen. Das ist eine ganz schön anspruchsvolle Aufgabe, aber sie ist zentral.

Sie verweisen oft auf die Wichtigkeit von Bildung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Der könnte besser sein. Hat die Bildung ihr Ziel hier verfehlt?

GESINE SCHWAN Die Unterschiede in der Gesellschaft sind groß und wachsen weiter. Wie viele andere reiche Industriestaaten haben auch wir nicht begriffen, dass es für die Verständigung nicht



Gesine Schwan in der Diskussion mit Studierenden. Die Politikwissenschaftlerin freut sich über die neue Politisierung der Jugend. Sie ist überzeugt: Junge Menschen lassen sich nicht auf Dauer in ein rein leistungsorientiertes Korsett pressen, das ihren Lebens- und Entdeckerdrang einschränkt.

nur wichtig ist, dass alle, die nicht in Deutschland geboren sind, Deutsch lernen, sondern dass sie auch in ihrer Muttersprache ausgebildet werden. Sonst wachsen junge Leute immer mit dem Bewusstsein auf, defizitär zu sein. Aber wenn man sie auch in ihrer Muttersprache unterrichtet, sind sie sogar besser ausgestattet als andere. Das kostet Geld, ist aber fantastisch angelegtes Geld.

Sie monieren, dass in Deutschland Bildungserfolge zu stark vom sozialen Hintergrund abhängen. Wie lässt sich mehr Chancengerechtigkeit herstellen?

GESINE SCHWAN Man müsste im Wesentlichen Ganztagschulen und kleine Lerngruppen fördern. Sport, Künstlerisches und

kognitive Lerninhalte müssten sich abwechseln, damit alle Kinder die Chance haben, ohne Angst ihre Potenziale zu erfahren und zu entwickeln. Man sollte Familien in das Schulische einbeziehen und kulturelle Unterschiede sehr viel besser berücksichtigen.

Um das umzusetzen, fehlt es vor allem am Grundverständnis und an Sorgfalt im Umgang mit den Kindern. Ich habe das selbst in meinem Umfeld erlebt – da hat die Lehrerin bei einem Drittklässler eine angeborene Lese-Rechtschreib-Schwäche nicht erkannt. Sie hielt ihn für ein wunderliches Kind, das bei Klassenarbeiten nach zwei, drei Worten unter dem Tisch verschwand. Aber das Kind hatte die Erfahrung gemacht, dass es bei Arbeiten sowieso nicht mit-

kommt. Später wurde diesem Kind unter anderem durch Psychotherapie wunderbar geholfen. Heute ist der Junge fast 15 und Klassenbester. Immer wenn Kinder in Schemata gepresst werden und nicht funktionieren, wird es auf die Kinder geschoben, und das ist nicht gut.

Im internationalen Vergleich stehen deutsche Schulen bei der Digitalisierung schlecht da. Wie konnte es passieren, dass wir so abgehängt wurden?

GESINE SCHWAN Wir haben generell die Ausstattung der öffentlichen Sphäre sehr vernachlässigt. Das Sparen im öffentlichen Bereich gehörte mit zu der Idee des Neoliberalismus, weil dieser Bereich angeblich



GEMEINSAM VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN: „BILDUNG.DIGITAL“

Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DJKS) setzt sich dafür ein, dass jedes Kind und jeder Jugendliche in Deutschland gut aufwachsen und lernen kann.

Sie bringt Menschen aus der Bildungspraxis aus Schulen, Kitas oder Jugendarbeit, aus Verwaltung und Politik, aus Wissenschaft und Zivilgesellschaft zusammen und arbeitet mit ihnen an Veränderungen und drängenden Herausforderungen im Bildungssystem. Lösungen, die im Alltag ankommen, findet man nicht im Gegen-, sondern im Miteinander, so die Erfahrung der Stiftung. Die besten Lösungen stellen die Interessen von Kindern und Jugendlichen in den Mittelpunkt.

Gemeinsam mit der ARAG wurde das Programm „bildung.digital“ initiiert. Es unterstützt Schulen dabei, Konzepte der digitalen Bildung zu entwickeln und zu verankern. In der Programmstelle „bildung.digital – Netzwerk Ganztätig bilden“ begeben sich 40 Ganztätigsschulen auf diesen Weg. In Kooperation mit der ARAG SE und den Bundesländern Berlin, Bayern, Hamburg, Hessen, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein entstehen vier länderübergreifende schulische Netzwerke. Über sie erhalten die Schulteams fachliche Anregungen, Austauschmöglichkeiten und die Chance, die eigene Praxis systematisch zu reflektieren.

Weitere Informationen:
www.bildung.digital

unproduktiv ist. Es war wie eine Krankheit, dass alles Öffentliche eingespart werden sollte. Dass wir einen riesigen Kontext an Bildung, an digitaler Infrastruktur brauchen, das wurde ausgeblendet. Was alles vernachlässigt wurde, das sehen wir jetzt.

In Deutschland verlassen jedes Jahr Zehntausende die Schule ohne Hauptschulabschluss. Muss man das hinnehmen?

GESINE SCHWAN Das ist ein klares Versagen des Systems. Als ich Präsidentin der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder) war, gab es dort ein Projekt mit der Stadtverwaltung und den Bewohnern des Stadtteils Neuberesinchen. In diesem Stadtteil wohnen viele Familien mit Problemen. Eine Schule in Neuberesinchen war bereit, sich auf den neuen Ansatz „Produktives Lernen“ einzulassen. Die Teilnehmer waren alles junge Leute ohne Schulabschluss. Acht Lehrerinnen trainierten diese Jugendlichen wie Coaches – nach ihren individuellen Erfordernissen. Vier Wochen später rief mich der Schulleiter an und sagte: „Sie können sich nicht vorstellen, was hier los ist. Diese jungen Leute wollen plötzlich lernen.“ Untersuchungen haben gezeigt: Von 100 Teilnehmern des „Produktiven Lernens“ schaffen 80 den Schulabschluss und finden danach Lehrstellen.

An diesem Beispiel sieht man, welches Potenzial verloren geht, nur weil man die jungen Menschen falsch anfasst und nicht von ihren Bedürfnissen her denkt. Und das gilt nicht nur für Lernschwache, sondern generell wollen Jugendliche nicht immer

nur Lehrbücher lesen. Die meisten wollen anfassen, etwas machen und ihre Talente zum Ausdruck bringen.

Wenn Sie eine Vision für die Bildung der Zukunft skizzieren würden, wie sähe die aus?

GESINE SCHWAN Meine Vision hat eine kulturelle und eine institutionelle Komponente. Im Bildungsbereich läuft zum Beispiel in Skandinavien vieles so gut, weil das Grundverständnis besteht, dass alle Menschen ein Recht haben, ihr Leben gut zu gestalten und die gleiche Würde haben.

Bei uns ist das überhaupt nicht die allgemeine Überzeugung, sondern man geht davon aus: Es gibt Begabte und Unbegabte, und man muss sich vor allem um die Begabten kümmern. Das ist natürlich Unsinn, weil man die Begabungen eines Menschen ja gar nicht kennt, solange man sie nicht ausprobieren hat.

Alle Menschen haben Potenziale, die man zur Entfaltung bringen muss, und das muss mit Wohlwollen geschehen – mit Strenge, mit Gerechtigkeit durchaus, aber vor allem mit Wohlwollen. Das ist die kulturelle Seite meiner Vision.

Institutionell ist die Forderung nach kleineren Einheiten zentral. Bildung ist keine Massenabfertigung. Ich glaube, dass Bildung in dezentralen Einheiten geschehen muss, wo junge Menschen kooperativ lernen können, wo sie positive Erfahrungen mit sich selbst, aber auch mit anderen machen können, wo sie Lust bekommen, Verantwortung zu übernehmen. Das ist meine Vorstellung von Bildung.

WIR SIND DA!

COVID-19-KRISE

Teamwork wird im Familienunternehmen ARAG weltweit großgeschrieben. Dies hat sich gerade in COVID-19-Zeiten bewährt: Mit Bravour haben alle gemeinsam aus dem Home-Office heraus die Krise nicht nur gemeistert, sondern obendrein mit viel Kreativität, Schnelligkeit und Engagement neue nutzenstiftende Hilfsangebote für Kunden sowie Nicht-Kunden geschaffen.



ANJA SCHEVE



#INSIDEARAG + ARAG INSTAGRAM

Eng miteinander verbunden zu sein, funktioniert auch über große Entfernungen hinweg. Das hat die ARAG seit Beginn der COVID-19-Pandemie eindrucksvoll bewiesen: Innerhalb von kürzester Zeit konnten nicht nur die mehr als 4.300 nationalen und internationalen Mitarbeiter im Home-Office arbeiten, sondern auch von dort aus den Kunden und Verbrauchern verlässlich zur Seite stehen. Mehr noch: Schnell und pragmatisch hat das Team im Remote-Modus gemeinsam nützliche Angebote und Services entwickelt, um dem gestiegenen Bedarf an juristischer Unterstützung und Hilfestellung in diesen unsicheren Zeiten gerecht zu werden. „Unsere engagierten und hoch motivierten Mitarbeiter haben diese Situation sofort extrem gut aufgenommen und aus dem Home-Office heraus viel Neues erdacht und damit für starken Rückhalt gesorgt. Dafür gebührt allen Kolleginnen und Kollegen weltweit großer Respekt“, hebt Dr. Renko Dirksen, Vorstandssprecher der ARAG SE, hervor.

INTERNATIONALE HANDLUNGSSTRATEGIEN

Dass das Familienunternehmen bereits sehr früh gehandelt sowie sich und die Belegschaft für diese Ausnahmesituation bestmöglich gerüstet hat, ist auch seiner internationalen Ausrichtung zu verdanken. Denn die ARAG Kolleginnen und Kollegen in Italien, wo die Pandemie schon im Februar 2020 massiv um sich griff, hatten damals bereits verstärkt Vorsichtsmaßnahmen getroffen und ihre Erfahrungen konzernweit geteilt. Im Zuge dessen entstand unter anderem ein sogenannter „CEO-Call“, bei dem sich seither Verantwortliche aller 19 ARAG Länder austauschen und gemeinsame Handlungsstrategien festlegen. Auch in technischer Hinsicht wurde umgehend entschlossen gehandelt: Weltweit wurden zusätzliche Nutzerlizenzen erworben, Bandbreiten erhöht und Telefone direkt umprogrammiert.



#ARAGatHome 

Geschäftsstelle zu? Home-Office auf! Für Euch.



DIE KONSEQUENTE DIGITALISIERUNG ZAHLT SICH AUS

Vor dem Hintergrund der dynamischen Entwicklung der COVID-19-Pandemie hatte der ARAG Konzern seine Arbeitsaufstellung zu Beginn der Pandemie vollständig auf Home-Office umgestellt.

Gleich zu Beginn der Pandemie liefen alle Servicebereiche für die Kunden des Düsseldorfer Familienunternehmens nahtlos und stabil weiter. Die konsequente Digitalisierung der vergangenen Jahre zahlte sich aus. Bis auf eine kleine Notbesetzung waren die Büros der ARAG praktisch leer. Trotzdem lief der Betrieb störungsfrei weiter. Auch ein Jahr später arbeiteten im Februar 2021 90 Prozent der ARAG Belegschaft von zu Hause aus. Gleichzeitig trafen und treffen die Produkte des Rechtsschutz- und Krankenversicherers in der Krise den Nerv der Kunden. So legten die Beitragseinnahmen des Familienunternehmens 2020 um 4,4 Prozent auf 1,8 Milliarden Euro zu. Als Anerkennung und Wertschätzung für diese Leistung unter Pandemiebedingungen hat die ARAG für ihre Belegschaft ein zusätzliches Unterstützungspaket geschnürt. „Unsere Kunden brauchen uns in der Krise und das gesamte ARAG Team hängt sich dafür richtig rein, inklusive umfangreicher Samstagsarbeit“, so Dr. Renko Dirksen, Sprecher des Vorstands der ARAG SE. „Auch wenn das Home-Office mittlerweile Routine geworden ist, dürfen wir das nicht für normal halten.“

Hinter dem schönen Wort Home-Office verbergen sich viele Extreme: Alleinerziehende konnten bei geschlossenen Kitas und Schulen praktisch nicht mehr arbeiten. Kinder- und Kundenbetreuung funktioniert nur unter Aufbietung aller Reserven. Die ARAG honorierte die herausragenden Leistungen und den vorbildlichen Einsatz ihrer Belegschaft: So erhielten unter anderem alle unbefristeten Vollzeitbeschäftigten im Februar 2021 einen Bonus von 1.000 Euro steuerfrei. Azubis, Werkstudenten und befristete Mitarbeiter bekamen 500 Euro. Teilzeitbeschäftigte wurden anteilig bedacht. Für die schulpflichtigen Kinder der Mitarbeiter wurde ein zusätzliches Home-Schooling-Angebot für alle Fächer und über alle Schuljahre eingerichtet, um die Eltern zu entlasten.

GRENZENLOSER SUPPORT

Das erstklassige Informations- und Hilfsangebot während der COVID-19-Pandemie kennt bei der ARAG keine Grenzen. Denn auch die internationalen Einheiten des Konzerns haben für ihre Kunden wie auch für ihre Mitarbeiter verschiedenste Angebote und Services auf den Weg gebracht.



ARAG ÖSTERREICH

Webinar-Angebote und flexible Arbeitszeiten

Neben einer COVID-19-Beratungshotline für ARAG Kunden und Nicht-Kunden hat die österreichische Niederlassung der ARAG SE umfassend auf ihrer COVID-19-Serviceseite auf www.arag.at informiert. Zudem wurden erweiterte Beratungsmöglichkeiten per Telefon und Videocall geschaffen, und zwar auch in ungedeckten Fällen. Das Webinar-Angebot für Vertriebspartner wurde ausgebaut. Die Mitarbeiter, die seit Mitte März im Home-Office arbeiten, können ihre Arbeitszeit seither flexibel gestalten und Wochenstunden nach Bedarf reduzieren oder erhöhen. In moderierten, abteilungsübergreifenden Meetings bleiben alle über MS Teams im Gespräch.

Alle Services unter
www.ARAG.at/services/COVID-19/



ARAG NIEDERLANDE

Gutscheincheck für Reisen samt Fußballquiz

Die niederländische ARAG Niederlassung hat zahlreiche Rechtshilfen für Privatpersonen und Unternehmer geschaffen – egal, ob sie versichert sind oder nicht. Zudem gibt es auf der Website sowie in den sozialen Medien umfassende Corona-Informationen – über FAQs, Blogs, Webinare und Podcasts. Auf www.ARAG.nl wurde zudem ein Gutscheincheck für Reisende implementiert und ein Fußballquiz eingerichtet. Die Mitarbeiter erhielten auf vielfältige Weise Support – sei es mit technischem Equipment, Büroausstattung oder Fitness- und Beratungsangeboten, auf Online-Mitarbeiterversammlungen sowie einer interaktiven Online-Weihnachtsfeier.

Alle Services unter
www.arag.nl/coronavirus/



ARAG SPANIEN

Kostenlose Rechtsberatungen für alle in der Krise

Mit einer kostenlosen Rechtsberatung durch das Anwalts-Callcenter, speziellen Webinaren für Kunden und Makler, einer eigenen Landingpage auf www.ARAG.es, verstärkten Blogbeiträgen sowie einer Anpassung der Produkte hat die spanische Niederlassung der ARAG SE auf die Coronapandemie und dadurch den gestiegenen Bedarf an rechtlicher Unterstützung reagiert. Die Mitarbeiter wurden alle zehn Tage vom Niederlassungsleiter über die aktuelle Entwicklung im Unternehmen informiert. Für die Zeit, in der die Büros geschlossen waren, wurde ein Newsletter erstellt und die Instagram-Kampagne „ARAG at home“ ins Leben gerufen.

Alle Services unter
www.arag.es/coronavirus/



ARAG ITALIEN

Kostenlose COVID-19-Tests für Mitarbeiter und ihre Familien

Die italienische ARAG Niederlassung hat auf einer eigenen Webseite alle Services zur COVID-19-Krise zusammengefasst. Eine spezielle Arbeitsgruppe wurde für die Rechtsberatung zu den Notfallgesetzen eingerichtet. Die COVID-19-Rechtsberatung wurde auch ausgewählten Partnerunternehmen zur Verfügung gestellt. Auf www.arag.it erhielten Kunden und Nicht-Kunden rechtliche Informationen – über einen neuen Chatbot, verschiedene Artikel und Gesetzesdokumente. Alle Mitarbeiter bekamen regelmäßige Updates zur aktuellen (Sicherheits-)Lage. Zudem bietet die ARAG Italien jedem Mitarbeiter sowie ihren Familienmitgliedern kostenlose COVID-19-Tests an.

Alle Services unter
www.arag.de/coronavirus

Hinweis: Die Auswahl der Länder stellt keinesfalls eine Wertung dar. Die vorgestellten Beispiele sollen vielmehr kurz und exemplarisch aufzeigen, wie vielfältig die Aktivitäten für Mitarbeiter und Kunden auch in den internationalen ARAG Einheiten in der COVID-19-Krise waren und sind.



**„Das Home-Office
funktionierte dank der
Top-IT-Ausstattung
und der frühzeitigen
Digitalisierung von
ARAG perfekt!“**

Matthias Hahn | *Abteilungsleiter
Verkaufsförderung, ARAG SE*

Die Mitarbeiter der kundennahen Bereiche in Deutschland erhielten neueste Ultra-Wide-Bildschirme, um daheim optimal und nahtlos arbeiten zu können. Zudem konnten sich alle auf Wunsch Bürodrehstühle für zu Hause bestellen, ebenso wie Monitore, Headsets und Webcams. Bei dieser schnellen Umstellung wurde einmal mehr deutlich, dass sich die umfangreichen Investitionen in die Digitalisierung mehr als ausgezahlt haben. Denn bei ihrem Umzug ins Home-Office haben die nationalen ARAG Mitarbeiter besonders von den neuen, in 2019 deutschlandweit angeschafften mobilen Endgeräten profitiert.

Dank ihrer kompromisslosen Digitalisierung konnte die ARAG nicht nur sofort die Gesundheit ihrer Mitarbeiter schützen, sondern auch weiterhin voll für ihre Kunden da sein und für sie viele nutzenstiftende Hilfen entwickeln. „Die COVID-19-Krise war und ist der ultimative Test für die digitale Leistungsfähigkeit eines Versicherers. Diesen Test hat die ARAG ausgezeichnet bestanden“, betont Hanno Petersen, ARAG Konzernvorstand IT und Operations.

AUSGEZEICHNETER SUPPORT

Beweis dafür ist auch die Top-Bewertung, die der Konzern für seine digitale Krisenkommunikation während der Coronapandemie bei der bundesweiten mediaworx-Studie erhalten hat. Hier belegte die ARAG den hervorragenden zweiten Platz, weil sie proaktiv und bedürfnisorientiert ihre Kunden und Nicht-Kunden unterstützt, informiert und begleitet hat. (siehe Kasten Seite 32) Die spe-



**„Es ist großartig, wie
gut und schnell die
ARAG auf diese Krise
reagiert hat – und das
in jeder Hinsicht. Ich
finde den Werbespot
,ARAG für alle‘ super.“**

Nicole Frontzek | *Sachbearbeiterin
Kundenservice, Team Makler, ARAG SE*



**„Die Lieferung der
Headsets ist eine Super-
aktion und für uns im
Home-Office eine
große Hilfe – genial!“**

Helga Roith | *Sachbearbeiterin
Leistungsmanagement Zahnmedizin,
ARAG Krankenversicherung*

ziellen Hilfsangebote, die in Rekordtempo geschaffen wurden, waren und sind enorm vielfältig:

Call-in-Days: Zu den Highlights der zahlreichen rechtlichen, frei nutzbaren Services zählte der ARAG Beratungstag. An insgesamt acht Call-in-Days konnten Kunden und Nicht-Kunden zwischen 10 und 18 Uhr all ihre drängenden rechtlichen Fragen rund um Corona über eine eigens eingerichtete Hotline stellen. Die Kosten dafür übernahm die ARAG (siehe hierzu auch Interview Seite 34).

Spezielle Landingpage: Bereits seit Anfang März 2020 wird das breite Spektrum von Unterstützungsangeboten auf der eigenen Themenseite www.ARAG.de/coronavirus gebündelt – insbesondere zu den relevanten Bereichen Arbeitsrecht, Reiserecht und Bevölkerungsschutz.

Kostenloser Anwalts-Chat: Sowohl Kunden als auch Nicht-Kunden können im Livechat mit den Partneranwälten des ARAG Anwaltsnetzwerks ihre dringenden rechtlichen Fragen schnell klären.

Rechtliche Hilfe bei Kündigung: Wer eine Jobkündigung oder einen Aufhebungsvertrag erhalten hat, kann arbeitsrechtliche Fragen über eine rein digitale Lösung juristisch prüfen lassen. Die Kosten für diese Services übernimmt die ARAG auch für Nicht-Kunden. Zudem bietet sie ein professionelles Konfliktmanagement an, bei dem ein Mediator als Sprachrohr zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber fungiert und schnell sowie nachhaltig eine optimale Lösung für beide Seiten findet.

Chatbot für Kunden: Ein eigens geschaffener FAQ-Corona-Chatbot beantwortet schnell und unkompliziert



ALLES, WAS ZÄHLT!

Auf die ARAG als Arbeitgeber kann jeder Mitarbeiter zählen – auch im Home-Office. Dank einer hervorragenden technischen Ausstattung und eines Top-Supports mangelt es seit dem Umzug dorthin an kaum etwas, wie diese markanten Zahlen untermauern.



96 %

der nationalen Mitarbeiter können dank mobiler Endgeräte von überall und jederzeit auf die ARAG Systeme zugreifen. Die restlichen 4 Prozent sind nicht verlegbare Funktionsrechner, beispielsweise am Empfang.

4

Mitarbeiter des eigens eingerichteten Support-Teams stehen den daheim arbeitenden Kollegen mit Rat und Tat zur Seite.

470

Drehstühle auf Leihbasis ermöglichen auch zu Hause einen perfekten Sitz am heimischen Arbeitsplatz.



691 Webcams

sowie

1.400 Headsets

stellen eine optimale Kommunikation mit Kunden und Kollegen sicher.



50

SIM-Karten wurden angeschafft, um Kolleginnen und Kollegen ohne oder mit schlechtem Internetzugang im Home-Office zu helfen.

ziert diverse Fragen, insbesondere zum Arbeitsrecht sowie zu verschiedensten Versicherungsbelangen. Dieser Bot wird durch die Nutzeranfragen ständig trainiert und weiter ausgebaut. Einige internationale Einheiten des ARAG Konzerns haben den Beratungsbots adaptiert (siehe Seite 32).

Kundenhotline mit direktem Draht zum Anwalt: Innerhalb von 24 Stunden können Kunden direkt mit einem unabhängigen Anwalt aus dem ARAG Rechtsanwaltsnetzwerk sprechen. Ein Chatbot verifiziert zunächst vollautomatisch den Kundenstatus über die Versicherungsnummer, managt den Termin und übermittelt dem Netzwerkanwalt das Anliegen für den Rückruf.

SPARTENÜBERGREIFENDE ARAG SERVICES

Dass dieser geballte und frühzeitige rechtliche Rückhalt enorm wichtig war, untermauern diese Zahlen: Insgesamt legte die Kontaktaufnahme on- und offline allein beim Thema Arbeitsrecht um 75 Prozent zu. Andere Rechtsbereiche, beispielsweise rund ums Thema Reisen, konnten Zuwächse von 50 Prozent verzeichnen. „Es zeigt sich, dass gerade in Krisenzeiten eine Rechtsschutzversicherung wichtiger ist denn je. Mit unserer jahrzehntelangen Rechtsschutzexpertise sowie unserer strategischen Ausrichtung als Sach- und Krankenversicherer sind wir daher bestens aufgestellt“, hebt Vorstandssprecher Dr. Renko Dirksen hervor.

Den Kunden mit smarten Serviceangeboten, innovativen Tools und digitalen Prozessen schnell und unkompliziert zu helfen, stand nicht nur im Rechtsschutz, sondern auch in



Flexibel und aktiv im Home-Office

Seit Mitte März 2020 arbeiten praktisch alle Mitarbeiter der ARAG von zu Hause aus. Die Umstellung fiel leicht, denn eine Voraussetzung dafür war bereits erfüllt: Die ARAG hatte ihre gesamte digitale Infrastruktur schon lange vor der Pandemie neu aufgestellt. Zuletzt hatten alle Beschäftigten in 2019 neue und mobile Endgeräte erhalten, die sie auch privat nutzen können. Zudem laufen alle wichtigen Systeme entweder cloudbasiert oder auf modernen Linux-Systemen.



den Konzernsparten Komposit und Krankenversicherung während der COVID-19-Krise im Mittelpunkt. So hat die ARAG Krankenversicherung im April 2020 ein neu entwickeltes Versorgungskonzept rund um Schwangerschaft und Geburt eingeführt. Schwangere Frauen, die bei der ARAG krankenvollversichert sind oder einen Partner mit entsprechendem Versicherungsschutz haben, können sich von examinierten Hebammen des Berliner Start-ups Kinderheldin per Chat sowie Telefon ortsunabhängig betreuen lassen. Zum Versorgungskonzept gehören ebenso vollwertige Online-Geburtsvorbereitungskurse des Kooperationspartners Keylea.

BERATUNG UND VERKAUF VOLLSTÄNDIG DIGITAL

Dieses umfangreiche Angebot wurde im Juli 2020 noch erweitert: Der speziell für werdende Väter konzipierte Online-Geburtsvorbereitungskurs „Hey Papa“ beinhaltet drei Module für die Zeit vor, während sowie nach der Geburt und steht vollversicherten ARAG Kunden kostenlos zur Verfügung. Auch die ARAG Sportversicherung hat den bei ihr versicherten rund 77.000 Vereinen während der Coronapandemie mit starken Services geholfen. So hat Europas größter Sportversicherer einen speziellen Versicherungsschutz

für sportliche Onlinekurse und soziale Aktivitäten der Vereinsmitglieder, beispielsweise nachbarschaftliche Einkaufsdienste, entwickelt.

„Der Kunde braucht uns gerade in schweren Zeiten wie diesen. Und wir haben alles, damit er vielschichtige Risiken absichern und zudem auf einen exzellenten Service vertrauen kann“, unterstreicht Dr. Matthias Maslaton, ARAG Konzernvorstand Vertrieb, Produkt und Innovation. Durch den medienbruchfreien, vollelektronischen Beratungs- und Verkaufsprozess, den die ARAG schon vor Jahren für ihren Ausschlussvertrieb eingeführt





TOP-BEWERTUNG FÜR DIGITALEN SUPPORT

Tolle Auszeichnung für die ARAG – und zugleich eine weitere Bestätigung auf ihrem Weg zum Smart Insurer: In der Studie „Die Superversicherer“ der Berliner Digitalagentur mediaworx AG zur digitalen Krisenkommunikation während der Pandemie konnte die Homepage www.ARAG.de besonders überzeugen. Für den außerordentlich guten digitalen Support und ihre kundenorientierte Kommunikation in der Ausnahmesituation rund um die COVID-19-Krise erhielt die ARAG eine Top-Wertung von 91 Prozent und landete damit auf Platz 2. Insgesamt hat mediaworx die Websites von 20 großen deutschen Versicherungsunternehmen unter die Lupe genommen und geschaut, wer im Netz die Nutzerinnen und Nutzer am besten unterstützt.

ARAG KAMPAGNE ZUM JUBILÄUM

„Gegründet vor 85 Jahren. Gemacht für heute.“ Der Claim der aktuellen ARAG Werbekampagne drückt griffig aus, wofür die ARAG steht, und schlägt den Bogen vom Damals zum Jetzt. Nach nur knapp einem Monat Entwicklungszeit startete der Versicherungskonzern am 10. August 2020 die Kampagne, die sowohl das Unternehmensjubiläum als auch die aktuellen rechtlichen Implikationen der Coronapandemie thematisiert. Vier Spots, entwickelt von der ARAG zusammen mit der Kreativagentur BUTTER, wecken bei den Verbrauchern ein Bewusstsein dafür, wie wichtig Rechtsschutz aktuell ist, besonders bei Themen wie Kündigung, Kurzarbeit oder Reise-stornierung. Das Feedback war hervorragend. „Der Kampagnenclaim wird wahrgenommen, verstanden und bleibt hängen“, berichtet Jakob Muziol, Leiter Marketing bei der ARAG.



hat, wurde auch im Lockdown die Beratung der Kunden und Verbraucher sichergestellt. Dank der ARAG BeratungsApp konnten die ARAG Vertriebspartnerinnen und -partner aus dem Home-Office digital informieren, beraten und passgenaue Produkte verkaufen.

STARKE HILFEN AUCH FÜR DAS ARAG TEAM

Virtuell näher zusammenzurücken und gemeinsam zuversichtlich die Zukunft zu gestalten, hat sich im gesamten Konzern mehr als bewährt. Dies zeigen auch die zahlreichen Aktionen, Aktivitäten und Formate für die sowie von der ARAG Belegschaft, mit denen die Vernetzung, der Austausch sowie die gegenseitige Hilfe weiter vorangetrieben wurde:

Neue Trainingsformate: Für das Arbeiten im virtuellen Raum, das alle Mitarbeiter vor neue Herausforderungen gestellt hat, hat die ARAG Personalentwicklung zusätzliche Onlinetrainings für kreative Meetings, professionelles Präsentieren, erfolgreiche Führung und Teamarbeit entwickelt und angeboten. Weiterhin gab es den Online-crashkurs „Remote Work“ und auch Seminare zur optimalen Nutzung von Office 365. Mit Learn2Develop ging dann im Oktober 2020 eine neue Lernplattform für alle nationalen Mitarbeiter live, die individuelle Weiterentwicklung und eigenverantwortliches, digitales Lernen ermöglicht.

Virtuelles Kaffee-Roulette: Einfach mal mit einem bislang unbekannten Kollegen von Home-Office zu Home-Office quatschen? Das Kaffee-Roulette, das es als analoges For-

mat bereits seit Langem gibt, macht's nun auch digital möglich. Angeschoben von unserer Zukunftsinitiative #einfachmalanders, die seit Beginn der Pandemie noch weitere spannende Formate und Events virtuell für das ARAG Team organisiert, wurden jeweils zwei Kollegen für ein Teams-Meeting ausgelost.

#ARAGatHome: Auch auf Instagram zeigte sich das ARAG Team äußerst kreativ und lud Fotos und persönliche Impressionen aus dem Home-Office hoch. Dabei zeigte sich die beeindruckende Vielfalt des Konzerns, denn auch die internationalen Einheiten sowie der ARAG Stammvertrieb (siehe Seite 31) machten mit.

Gute-Nachrichten-Ticker: Positive News gab und gibt's in diesen Krisenzeiten auch! Tolle Initiativen und Aktionen, die gute Laune machen, sowie jede Menge Tipps und Anregungen gegen Langeweile und rund ums Thema Home-Office werden auf einer eigenen Themenseite im ARAG Intranet veröffentlicht.

Gemeinsam fit im Home-Office: Damit alle auch im Home-Office in Bewegung bleiben, gab es zweimal in der Woche je ein Workout mit zahlreichen Übungen über Teams – angeleitet von einem Fitness-experten.

Ob für Kundinnen und Kunden, Verbraucherinnen und Verbraucher, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Die ARAG hat einmal mehr bewiesen, wie wichtig es ist, gerade in unsicheren Zeiten da zu sein – für ihre Kunden, aber auch miteinander und füreinander. [REDACTED]

BEI ANRUF RECHTSRAT

INTERVIEW

Gerade zu Beginn der COVID-19-Krise war der rechtliche Beratungsbedarf extrem groß. Die ARAG hat darauf umgehend reagiert und unter anderem kostenlose Call-in-Days für Kunden und Nicht-Kunden organisiert. Über das einzigartige Angebot berichtet Nicole Vogelsberger im Interview.



Wie entstand die Idee für die Call-in-Days?

NICOLE VOGELSBERGER Wir haben sehr früh die Bedürfnisse nach rechtlicher Hilfestellung erkannt. Neben den Kollegen aus dem Vertrieb kamen vor allem unsere Kunden mit zahllosen Fragen auf uns zu. Daher war uns umgehend klar: Hier müssen wir schnell und pragmatisch helfen, und zwar Kunden und auch Nicht-Kunden. Am 2. April 2020 haben wir erstmals die Telefonhotline freigeschaltet, bei der alle Anrufer ihre rechtlichen Anliegen zu Corona kostenlos mit einem unabhängigen Anwalt aus dem ARAG Anwaltsnetzwerk besprechen konnten.

Mit welchen Marketingmaßnahmen hat die ARAG dafür geworben?

NICOLE VOGELSBERGER Mit einer breit angelegten Werbekampagne. Unsere Spots waren in reichweitenstarken TV-Sendern und auf verschiedenen Social-Media-Kanälen zu sehen. Dabei haben wir unsere jahrzehntelange Rechtsschutzexpertise herausgestellt sowie unser breites Informations- und Hilfsangebot sowie unsere Website www.ARAG.de beworben.

Welche rechtlichen Fragen rund um COVID-19 brannten den Anrufern unter den Nägeln?

NICOLE VOGELSBERGER Im Mittelpunkt standen klar die beiden großen Themenbereiche Arbeits- und Reiserecht. Vor allem zur Kurzarbeit und zu Reisetornierungen kamen viele Nachfragen, aber auch zum Mietrecht, Home-Office oder zur Kinderbetreuung.

Wie war das Feedback der Anrufer?

NICOLE VOGELSBERGER Die Resonanz, die uns die Juristen aus unserem Anwaltsnetzwerk zurückgespielt haben, war sehr positiv. Denn mit ihrem kompetenten und kostenlosen rechtlichen Rat konnten sie unzähligen besorgten Anrufern in dieser äußerst belastenden Ausnahmesituation schnell weiterhelfen. Das kam sehr gut an. Mit den Call-in-Days, die wir insgesamt achtmal angeboten und bei denen die Kolleginnen und Kollegen aus dem ARAG Rechtsservice inklusive der Mediatorinnen und Mediatoren unterstützt haben, sowie unseren weiteren Coronaservices haben wir Tausenden von Menschen weitergeholfen – und tun es nach wie vor.



Nicole Vogelsberger

Die Syndikusanwältin mit Mediationsausbildung arbeitet seit 2004 für die ARAG und zeichnet seit April 2014 als Abteilungsleiterin für das Rechtsservice-Netzwerk verantwortlich. Derzeit absolviert die 46-Jährige ihren Master im Bereich Digital Innovation und Business Transformation (DIBT).

Wie lautet Ihr persönliches Fazit?

NICOLE VOGELSBERGER Nicht nur mit den Call-in-Days, sondern unserem gesamten Informations- und Hilfsangebot haben wir bewiesen, was seit mehr als 85 Jahren unsere DNA und unser erklärtes Ziel ist: Jedem Bürger zu seinem Recht zu verhelfen. Was mich dabei zudem besonders gefreut hat war einmal mehr der starke Zusammenhalt und das tolle Teamwork unserer Kolleginnen und Kollegen. Sie haben alle Services innerhalb kürzester Zeit, über alle Fachbereiche hinweg und zudem noch aus dem Home-Office heraus auf den Weg gebracht. Das unterstreicht einmal mehr den typischen ARAG Spirit.

GELEBTE VIELFALT

DIVERSITÄT

Empathie und Wertschätzung für unterschiedliche Biographien und Bedürfnisse prägen die interne Unternehmenskultur und die Services der ARAG USA. Das Bekenntnis der Unternehmensführung zu Diversität und Inklusion macht die ARAG in den Vereinigten Staaten erfolgreich – als Arbeitgeber und Versicherer.



SUSANNE THEISEN



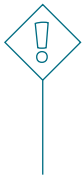
FOTOLIA

In der herausfordernden Situation der vergangenen Monate habe ich etwas Wichtiges gelernt: Um das Gleichgewicht zwischen den unternehmerischen Aufgaben und den Bedürfnissen der Mitarbeiter zu halten, brauchen Führungskräfte emotionale Intelligenz. Für mich bedeutet das, empathisch und mitfühlend zu sein.“ Mit diesen Worten beschrieb David Murray, CEO ARAG USA, mitten in der Coronapandemie sein Verständnis erfolgreicher Führung. Murray: „Ich bemühe mich außerdem, ein starkes Gefühl der Verbundenheit ausstrahlen, um das Vertrauen der Mitarbeiter in mich zu fördern.“ Dass ein CEO sich vom „Chief Executive Officer zum Chief Empathy Officer“ entwickeln solle, wie er in dem Artikel festhält, war schon vor der Pandemie sein Standpunkt.

In diesem Sinne prägt ein Miteinander, das auf Zuhören basiert, die Unternehmenskultur der ARAG USA. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf den Themen Diversität und Inklusion. Im Juni 2020 äußerte sich das sehr deutlich in der spontanen Gründung eines Diversitätskomitees durch Mitarbeiter. Auslöser war der durch einen Polizisten verursachte gewaltsame Tod des Schwarzen George Floyd, der zu Black-Lives-Matter-Protesten in den USA und auf der ganzen Welt führte. „Die Angestellten, die das Komitee ins Leben gerufen haben, wollten damit ein Zeichen für Vielfalt an ihrem Arbeitsplatz setzen. Das hat die Unternehmensführung sehr gerne unterstützt“, sagt Lisa Wolf, Personalchefin ARAG USA (siehe Interview Seite 43).







DAS ARAG DIVERSITÄTS- KOMITEE

Gender, Transgender, Gay, People of Color – Vielfalt ist mehr als ein aktueller Trend und fängt im Kopf an, sagt Ann Cosimano, Gründerin des ARAG Diversitätskomitees. Als Reaktion auf die sozialen Unruhen und Gespräche über Rassismus in den Vereinigten Staaten hat sie das ARAG Diversitätskomitee gegründet. Es besteht aus zehn Teammitgliedern. Das Komitee trifft sich regelmäßig, um eine Mission, eine Vision und Ziele zu den Themen Vielfalt und Integration zu erstellen, die bei der ARAG erreicht werden können. Mehr dazu im Interview auf Seite 41.

Weitere Informationen zum Engagement und zur Struktur der ARAG USA finden Sie unter:

 www.araglegal.com/about-arag

DIVERSITÄT MACHT UNTER- NEHMEN ERFOLGREICHER

Dass Diversität die Unternehmenskultur positiv beeinflusst und ein Zugewinn für Unternehmensführung und Mitarbeiter ist, belegte eine Analyse, die das Unternehmens- und Strategieberatungsunternehmen McKinsey im Mai 2020 veröffentlichte: Dafür wertete die Unternehmensberatung Daten von mehr als 1.000 Unternehmen aus 15 Ländern aus. In der Veröffentlichung heißt es: Firmen mit hoher Gender-Diversität hätten eine um 25 Prozent größere Wahrscheinlichkeit, überdurchschnittlich profitabel zu sein – im Jahr 2014 seien es noch 15 Prozent gewesen. Betrachte man außerdem den Faktor der ethnischen Diversität in den Vorständen – so McKinsey –, steige die Erfolgswahrscheinlichkeit sogar um 36 Prozent. Das Fazit der Analyse lässt sich so auf den Punkt bringen: Je diverser ein Unternehmen ist, desto mehr Erfolg hat es. Dazu trägt unter anderem bei, dass Vielfalt unter den Mitarbeitern eines Unternehmens dessen Offenheit und Lernfähigkeit sicherstellen. Diversität führt außerdem zu mehr Zufriedenheit bei den Mitarbeitern und wirkt attraktiv auf Nachwuchskräfte.

Bei der ARAG USA war und ist man sich dessen längst bewusst. David Murray: „Die Anerkennung von Vielfalt und die Einbeziehung unter Berücksichtigung aller charakterlichen Eigenheiten unserer Teammitglieder sehen wir als große Bereicherung, und das ist seit jeher Teil der ARAG Kultur.“ Das im vergangenen Jahr gegründete Diversitätskomitee ist sozusagen der lebende Beweis dafür, dass die ARAG diese Vielfalt ganz praktisch umsetzt. „Die ARAG USA hat ein klares, sogenanntes ‚Diversity & Inclusion Mission Statement‘ formuliert, das da lautet: Sei du selbst mit all deinen Facetten.

Oder wie wir es formuliert haben: ‚Be You. Be Unique. Be ARAG. We are one ARAG.‘ Unsere Mission ist ganz klar die Akzeptanz aller an einem Arbeitsplatz, der unterschiedliche Backgrounds, Erfahrungen und Sichtweisen einschließt. Das ermöglicht uns, Innovationen voranzutreiben und die Bedürfnisse unserer Kunden besser zu erfüllen.“

OFFENHEIT WIRD BELOHNT

Das Bekenntnis zur Vielfalt bei der ARAG USA spiegelt sich ganz konkret auch in einem vielfältigen Produktangebot für Kunden wider. So ist im Januar 2021 ein umfassendes Diversity&Inclusion-Leistungspaket hinzugekommen, mit dem die ARAG USA zum Beispiel auf die Bedürfnisse der LGBTQIA+ Community reagiert und sich damit direkt an Versicherungskunden wendet, die zum Beispiel lesbisch, schwul, bisexuell, pansexuell, intersexuell oder transgender sind. Die Produkte beinhalten Leistungen, die Mitglieder in rechtlichen Angelegenheiten wie etwa bei einem Partnerschafts- und Ehevertrag oder bei Änderungen der Geschlechtskennung in offiziellen Dokumenten in Anspruch nehmen können.

Wie immer sind die neuen Produkte Ergebnis des engen Austauschs der ARAG USA mit ihren Mitgliedern und Mitgliedsunternehmen. „Wir fragen regelmäßig danach, welche Leistungen unseren Kunden und Kundinnen fehlen. Außerdem profitieren wir davon, dass unsere Account Manager sehr gut mit den Personalabteilungen unserer Unternehmenskunden zusammenarbeiten. Über sie erfahren wir, wo bei ihren Angestellten in rechtlichen Angelegenheiten der Schuh drückt“, erklärt Ann Cosimano, General Counsel ARAG USA. Von der wertschätzenden Atmosphäre, die die positive Haltung zu



STARK DURCH AKZEPTANZ UND WERTSCHÄTZUNG

INTERVIEW

Die ARAG USA ist beliebt als Arbeitgeber und als Versicherer. General Counsel Ann Cosimano erklärt, wie Diversität zum guten Standing des Unternehmens beiträgt.

2020 wurde Diversität bei der ARAG USA noch einmal ganz aktuell. Warum?

ANN COSIMANO Im Mai 2020 wurde ein Schwarzer namens George Floyd in Minneapolis von einem Polizisten fahrlässig getötet. Das war nur eins von vielen Tötungsdelikten seitens der Polizei an Afroamerikanern. George Floyds Tod löste weltweit Black-Lives-Matter-Proteste aus und rückte erneut die Notwendigkeit von Diversität und Inklusion in unserer Gesellschaft ins Schlaglicht. Während diese Werte schon immer Teil unserer Unternehmenskultur waren, motivierten die aktuellen Ereignisse einige unserer Mitarbeiter dazu, ein Komitee zu gründen, das dieses Thema noch weiter voranbringt – und ihre Leidenschaft für Gleichheit zum Ausdruck bringt.

Wie kann das Diversitätskomitee die ARAG USA bereichern?

Auf vielen Ebenen: Vor allem wird es dafür sorgen, dass wir alle uns noch sicherer und wertgeschätzt fühlen – unabhängig von Herkunft, Alter, Geschlecht, Religion etc. Das Komitee drückt aus meiner Sicht den Stolz der Angestellten aus, für ein Unternehmen zu arbeiten, dem Diversität und Inklusion etwas wert sind.

Ist Diversität ein Erfolgsfaktor für Versicherungsunternehmen?

Die ARAG USA hat 730.000 Mitglieder überall im Land. Egal, ob es um Alter, Einwande-



Ann Cosimano

Seit 2000 ist sie in der Position des General Counsel bei der ARAG USA und verantwortlich für die Abteilungen Legal, Regulatory, Compliance, Risk und Attorney Relations. Ihre Laufbahn als Rechtsanwältin startete sie im Non-Profit-Bereich. Zusätzlich zu ihrem Jurastudium hat Ann Cosimano einen Abschluss in Psychologie und Soziologie.

rungsgeschichte, Lifestyle, Genderzugehörigkeit, Religion, sexuelle Orientierung oder finanzielle Möglichkeiten geht: Unsere Kunden sind divers. Weil das so ist, sind wir überzeugt, dass auch unsere Teams divers sein sollten – um die Bedürfnisse unserer Kunden zu spiegeln, sich für sie einzusetzen und so exzellenten Kundenservice bieten zu können.

Auf welche Mitgliederanforderungen hat die ARAG in den USA in den vergangenen Jahren reagiert?

In diesem Zusammenhang möchte ich auf unser neues Leistungspaket Diversity&Inclusion hinweisen, das mit vielen innovativen Leistungen auf die Bedürfnisse der LGBTQIA+ Community reagiert. Konkret bedeutet das, dass wir seit 1. Januar 2021 Einzelpersonen und Paare, die sich mit LGBTQIA+ identifizieren, bei vielen recht-

lichen Themen unterstützen. Das reicht von Vollmachten wie Krankenhausbesuchsrecht oder Bestattungsrichtlinie über Adoption und Leihmutterschaft bis hin zu Ehevertrag, Testament und der Änderung von Geschlechtsmarkern und Name. Auch Rechtsbeistand in Diskriminierungsangelegenheiten ist abgedeckt.

Wie gut nehmen die Kunden die neuen Versicherungsleistungen an?

So genau kann man das wenige Wochen nach dem Start noch nicht sagen. Bei unseren Partnerunternehmen nehmen wir aber reges Interesse wahr. Darüber hinaus haben viele Mitglieder das Paket im Rahmen ihrer eigenen Bemühungen, Diversität im Unternehmen voranzubringen, in die „Legal Plans“ ihrer Angestellten integriert.

Und was sagen Privatkunden?

Privatkunden und Makler, die unsere Produkte vertreiben, sind mit den Leistungen sehr zufrieden, ich möchte fast sagen dankbar. Die Offenheit, mit der wir den Bedürfnissen der Kunden begegnen, und unser Respekt für Diversität werden sehr stark honoriert. Ich bin mir sicher, dass genau dieser Ansatz der Offenheit ganz viele Kunden anspricht und uns dabei hilft, sehr früh auf ihre Wünsche mit passenden Produkten zu reagieren.



GELEBTE DIVERSITÄT AUF EINEN BLICK

Diversität spielt bei der ARAG USA sowohl bei den Angeboten als auch in der internen Organisation eine wichtige Rolle. Das zeigen folgende Insights sehr deutlich.



5 VON 8

Mitgliedern der Führungsspitze der ARAG USA sind Frauen.

Seit dem **1.1.2021**

bietet die ARAG USA ein umfassendes Diversity&Inclusion-Leistungspaket an. Das Produkt richtet sich speziell an Menschen aus der LGBTQIA+ Community.

12

Kolleg*innen im Diversitäts- und Inklusionskomitee setzen sich unter anderem für Toleranz ein. Organisierte „Unconscious Bias“-Workshops für Führungskräfte und Mitarbeiter sollen dazu beitragen.

6.6.2020



Start des Diversitäts- und Inklusionskomitees durch Mitarbeiter der ARAG USA. Die Gründung fiel auf den Tag, an dem weltweit hunderttausende Menschen gegen Rassismus und Polizeigewalt auf die Straßen gingen.

**DIE VIELFALT MENSCHLICHER
BEDÜRFNISSE MITZUDENKEN,
WIRD BELOHNT:**

11x



in Folge erhielt der Kundendienst der ARAG USA den renommierten Serviceaward „Center of Excellence“.

Diversität ins Unternehmen bringe, profitiere die ARAG USA intern und extern, fügt sie hinzu (siehe Interview Seite 41).

Der Diversitätsansatz innerhalb der Belegschaft der ARAG findet großen Zuspruch, zeigen Mitarbeitergespräche immer wieder. Auch Auszeichnungen, die die ARAG USA als Arbeitgeber erhält, sind ein Zeichen dafür. Im Jahr 2020 etwa wurde das Unternehmen auf Basis von Feedback aus der Belegschaft als „Top Workplace“ in Iowa ausgezeichnet. Aufgrund des hohen Anteils weiblicher Führungskräfte und der guten Arbeitgeberleistungen für Mitarbeiterinnen verlieh die Organisation „Girl Scouts of America“ der ARAG USA das Prädikat „Inspiring Business for Women“.

EIN WICHTIGER SERVICEAWARD ZEICHNET DAS ENGAGEMENT DER ARAG USA MEHRFACH AUS

Auch die Kundenzufriedenheit zeigt, dass man auf dem richtigen Weg ist: Zum elften Mal in Folge erhielt der Kundendienst der ARAG USA vom Bewertungsdienst BenchmarkPortal die Auszeichnung „Center of Excellence“. Sie gilt als einer der renommiertesten Serviceawards in den Vereinigten Staaten. Die Unternehmensführung ist gespannt, zu sehen, wie das im Januar 2020 gestartete Diversity&Inclusion-Leistungspaket zur weiteren Kundenzufriedenheit beiträgt. CEO David Murray ist zuversichtlich: „Ich bin mir sicher, dass die wertschätzende Haltung, die in diesen innovativen Leistungen zum Ausdruck kommt und die unser Miteinander im Unternehmen prägt, auch in Zukunft unseren nachhaltigen Erfolg sichert.“



Lisa Wolf

Seit 2013 arbeitet Lisa Wolf für die ARAG USA, aktuell als Personalchefin (Director Culture & People). Sie ist diplomierte Personalmanagerin und hat darüber hinaus mehrere Zertifizierungen als Senior Professional in Human Resources (SPHR), Senior Certified Professional (SHRM-SCP) sowie Certified Compensation Professional (CCP). Außerdem ist sie Mitglied der Society for Human Resources Management and World at Work (www.shrm.org), die mit mehr als 300.000 Mitgliedern aus den Bereichen Personalwesen und Unternehmensführung in 165 Ländern organisiert ist und das Leben von mehr als 115 Millionen Arbeitnehmern und deren Familien auf der ganzen Welt mit beeinflusst.

MIT FÜNF PRINZIPIEN DER ARAG ZUM ERFOLG

INTERVIEW

Was die Unternehmenskultur der ARAG USA prägt, erläutert Personalchefin Lisa Wolf im Interview. Das neu gegründete Diversitäts- und Inklusionskomitee des Unternehmens spielt dabei eine wichtige Rolle.

Frau Wolf, was zeichnet die Unternehmenskultur bei der ARAG USA aus?

LISA WOLF Neben den ARAG Essentials lassen wir uns von fünf Grundsätzen leiten, die wir „ARAG at Its Best“ nennen. Sie beschreiben die Kompetenzen, die es uns ermöglichen, unser Bestes zu geben. Typisch für die ARAG USA ist, dass diese Grundsätze gemeinschaftlich aus Gesprächen mit den Mitarbeitern entstanden sind.

Wie lauten diese Grundsätze?

Sie lauten „Be original. Be bold. Be yourself. Be cooperative. Be kind.“ – also: Sei originell, sei mutig, sei du selbst, sei kooperativ, sei

freundlich. Diese Qualitäten prägen unseren Umgang mit- und untereinander sowie mit den Kundinnen und Kunden.

Wie vielfältig ist die ARAG USA?

Das Erste, was mir dazu einfällt und was auch auffällt, ist, dass unser Führungsteam überwiegend weiblich ist. Fünf von unseren acht Führungskräften sind Frauen.

Ist es schwierig, Diversität in einem Unternehmen zu leben?

An unserem Hauptsitz in Des Moines, Iowa, ist das in der Tat eine große Herausforderung, weil wir keine sehr diversifizierte

Bevölkerung haben. Um die Sensibilisierung der Mitarbeiter zu fördern, haben wir kürzlich mit allen Führungskräften eine Schulung zu unbewussten Vorurteilen durchgeführt. Und obwohl Diversität und Inklusion für uns schon immer wichtig waren, habe ich festgestellt, dass jetzt noch mehr Wert darauf gelegt wird, neue Mitarbeiter zu finden, die das Team auf unterschiedliche Weise bereichern können. Dies hat uns dazu veranlasst, auch weiterhin darüber nachzudenken, wo Talente zu finden sind, um sie für die ARAG USA zu rekrutieren. Das wird uns auch weiterhin beschäftigen.

Welche Rolle spielt die Diversität bei der ARAG USA?

Vielfalt ist den Führungskräften und Teammitgliedern sehr wichtig. Wir wollen die verschiedenen Charaktere unserer Teammitglieder hervorheben und fördern. Wir haben dies ganz offiziell in unserem „Diversity & Inclusion Statement“ und den „Diversity & Inclusion Goals“ festgeschrieben.

WAS BLIEB HÄNGEN?

QUIZ

In dieser Ausgabe von „ARAG Spezial“ haben wir Sie wieder mit vielen Fakten und Informationen rund um die ARAG versorgt. Was ist davon hängen geblieben? Machen Sie unser kleines Quiz zum Schluss. Unter allen Einsendern verlosen wir ein **nachhaltiges ARAG Überraschungspaket**. Mailen Sie uns die richtige Buchstabenkombination der Antworten bis zum 1. Oktober 2021 mit dem Betreff: „ARAG Spezial Quiz“ an nachhaltigkeit@arag.de.

1. Was bedeutet das Akronym ARAG ausgeschrieben?

- a. Allgemeine Rechtsschutz Aktien-Gesellschaft
- b. Auto-Rechtsschutz Aktien-Gesellschaft
- c. Anwaltskanzlei Rechtsschutz Aktien-Gesellschaft

2. Wer ist das grüne Vorbild von Lord Norman Foster

- a. Buckminster Fuller
- b. Anita Roddick
- c. Ludwig Mies van der Rohe

3. Wie hoch ist der ARAG Tower, der von Lord Norman Foster entworfen wurde?

- a. 110 Meter
- b. 115 Meter
- c. 125 Meter

4. Wie bezeichnet die ARAG ihre Unternehmenswerte?

- a. ARAG Essentials
- b. ARAG Values
- c. ARAG Basics

5. Welche Institution hat Prof. Dr. Gesine Schwan mitbegründet?

- a. Das Humboldt Forum
- b. Die HUMBOLDT-VIADRINA Governance Plattform
- c. Die Alexander von Humboldt Foundation

6. Wie lautet die Jubiläumskampagne der ARAG?

- a. Seit 85 Jahren ein starker Partner
- b. ARAG – seit 85 Jahren Rechtsschutz für alle
- c. Gegründet vor 85 Jahren. Gemacht für heute.

7. Welchen Award für exzellenten Kundenservice erhielt die ARAG USA bereits zum elften Mal in Folge?

- a. „Best of the Best“
- b. „Center of Excellence“
- c. „Number One of Excellence in Service“

8. Welches Programm haben die ARAG und die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung initiiert?

- a. „bildung.digital“
- b. „gemeinsam.digital“
- c. „zuerst.digital“

Unter allen Einsendungen werden die Gewinner unter Ausschluss des Rechtswegs ausgelost.*

*Hinweis: Die Gewinner werden von der ARAG per E-Mail benachrichtigt. Die E-Mail-Adresse des Teilnehmers wird ausschließlich für die Durchführung des Gewinnspiels, d. h. die Verlosung und die Kontaktaufnahme zum Teilnehmer zum Zwecke der Gewinnbenachrichtigung genutzt. Nach Abschluss des Gewinnspiels werden alle erhobenen Daten vollumfänglich gelöscht. Darüber hinaus findet eine Verarbeitung und Nutzung der personenbezogenen Daten nicht statt, insbesondere werden diese auch nicht unbefugt an Dritte weitergegeben. Die Teilnahme ist kostenlos und nur für volljährige Personen erlaubt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Das ARAG Magazin zum Nachhaltigkeitsbericht 2020 wird verlegt von der ARAG.

ARAG Platz 1, 40472 Düsseldorf

Telefon 0211 963-3488
Telefax 0211 963-2025/2220
E-Mail medien@ARAG.de

Projektleitung

Kathrin Köhler
Nachhaltigkeitsbeauftragte &
Corporate Responsibility
Telefon 0211 963-2225
E-Mail nachhaltigkeit@arag.de

Layout, Produktion und redaktionelle Umsetzung
Kammann Rossi GmbH, Köln
www.kammannrossi.de

Projektleitung Jürgen Jehle und
Marion Müller-Gotthard

Kreativdirektion Arne Büdts

Art-Direktion Manuel Köpp,
Jörg Schneider, Susanne Witsch

Produktion Jörg Schneider

Redaktion/Autoren Jürgen Jehle,
Kathrin Köhler, Anja Pieper,
Anja Scheve, Susanne Theisen,
Karin Vogelsberg

Druck Druckpartner Essen

Druckauflage 2.000 Exemplare

Erscheinungsjahr 2021

Im Internet erhalten Sie aktuelle Informationen über unsere Homepage www.ARAG.com

Bildnachweise Titel, S. 3, 14–15: Clara Molden/CAMERA PRESS/laif; S. 3, 28: Hans-Christian Plambeck/laif, Jens Tappe; S. 4: Illustration Manuel Köpp; S. 7: picture alliance/akg-images/Brigitte Hellgoth; S. 17: Foster+Partner; S. 20–21: Jens Tappe; S. 22: Illustrationen: Marc-Daniel Kress; S. 27: Daniel Hofer/laif; S. 38–39: Andrey Kuzmin/stock.adobe.com. Sofern nicht gesondert angegeben, liegen die Urheberrechte bei der ARAG SE.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf eine geschlechter-spezifische Differenzierung verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch nur teilweise – nur mit vorheriger Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

Nachhaltig denken und verantwortungsvoll handeln

Nachhaltigkeit leben wir als Familienunternehmen bei der ARAG täglich – im Umgang miteinander, mit unserer Kundschaft und durch unsere vielfältigen gesellschaftlichen Engagements.

Kinder und Jugendliche bilden und fördern

Bereits unser Gründer Heinrich Faßbender setzte sich für Chancengleichheit ein. Und wir arbeiten immer noch täglich konsequent und mit Freude daran, dass Menschen ihre Chancen wahrnehmen können. Und fangen gleich bei den Kindern und Jugendlichen an.



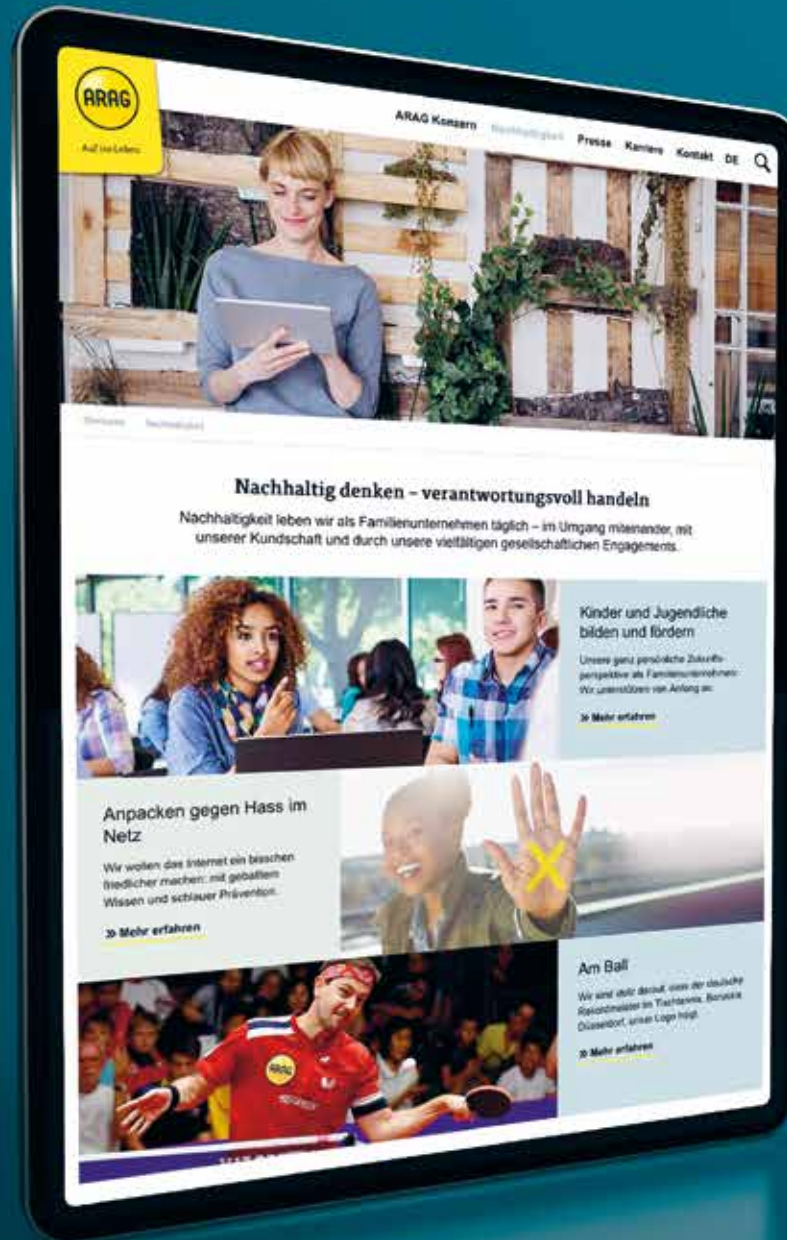
Hass im Netz streichen

Wir wollen den Hass im Netz streichen und setzen uns aktiv mit Präventionstipps und konkreter Hilfestellung ein. Außerdem möchten wir die Persönlichkeitsrechte im Internet besser geschützt wissen und den Opferschutz im Strafverfahren stärken.



Wie wir uns als Familienunternehmen engagieren

Nachhaltig zu arbeiten, hat für uns viele Facetten. Dabei hilft uns unser umfassendes Investment in die Digitalisierung, denn gerade als Familienunternehmen können wir hier unsere Stärken ausspielen – intern und zum Wohl unserer Kundschaft. Erfahren Sie mehr unter



Den Breitensport fördern

Seit 2010 sind wir unter anderem Hauptsponsor der mini-Meisterschaften des Deutschen Tischtennis-Bundes (DTTB), einer der erfolgreichsten Breitensportaktionen für Kinder im deutschen Sport überhaupt. Alle Kinder bis zwölf Jahre dürfen mitmachen – und haben dabei einen Riesenspaß.



www.arag.com/de/nachhaltigkeit

TRETEN SIE IN TRIALOG* MIT UNS!

Die **HUMBOLDT-VIADRINA** setzt sich für die Förderung von demokratischen Prozessen und durchdachten Governance-Strategien in Deutschland, Europa und der Welt ein.

Wir sind davon überzeugt, dass gesellschaftsrelevante Entscheidungen nur dann gestärkt und legitimiert werden können, wenn der Austausch zwischen Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft verbessert wird. Aus dieser Grundüberzeugung heraus entwickeln wir Governance-Konzepte und -Projekte für nachhaltige und gemeinwohlorientierte Lösungen unter der Beteiligung möglichst diverser Perspektiven.

* Unsere Trialoge sind eintägige Multi-Stakeholder-Diskussionen mit rund 50 Vertreterinnen und Vertretern aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen. In den Trialogen diskutieren diese Akteure zu aktuellen und zukünftigen Herausforderungen auf Augenhöhe. Trialoge sind ein Wegbereiter für Verständigung.

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, Sie Fragen zu den Trialogen oder Vorschläge für eine Zusammenarbeit haben, nehmen Sie mit uns Kontakt auf.

HUMBOLDT-VIADRINA Governance Plattform gGmbH
Pariser Platz 6, 10117 Berlin
Telefon: 0049 (0)30 20620 130 und 0049 (0)30 20 07 61 66
E-Mail: trialoge@governance-plattform.org
Twitter: [@4GGovernance](https://twitter.com/4GGovernance)
www.governance-plattform.org