

Unsere WERTvolle Welt – Werte und Spielregeln – brauchen wir so etwas?

Julie Schellack, Martens & Prah! Versicherungskontor GmbH & Co. KG

Herzlich Willkommen zum 5. Marktplatz von Martens & Prah!.

Viele von Ihnen – von Euch - waren auch schon vor 4 Jahren zu Gast bei uns in Lübeck. Ganz Deutschland war im Fußballfieber – wir hatten die WM in Deutschland. Die Welt zu Gast bei Freunden.

Aus diesem Anlass sind wir gemeinsam bei „König Fußball“ in die Lehre gegangen: Denn schon vor über 4200 haben in China die Soldaten Fußball gespielt. Kaiser Hang Di verfolgte damit einen ganz eigenen Zweck. Er wollte, dass sie ZUSAMMENARBEIT lernen. Zusammenarbeit, Partnerschaft und gegenseitiges Vertrauen.

Und so waren Kooperation und Zusammenarbeit wichtige Punkte unseres Marktplatzes 2006. Nach dem Motto: Das TEAM ist der Star.

Wir brauchen die Stürmer – unserer Akquisiteure, die auf die Jagd gehen und das Geschäft ranholen. Den Kunden gewinnen.

Genauso wichtig ist die Verteidigung, die das Tor sauber hält und Vorlagen gibt – unsere Sachbearbeiter, Kollegen beim Versicherer oder Kooperationspartner, unsere Innendienstler, die Termine vorbereiten, Angebote schreiben und die Kunden betreuen. GEMEINSAM sind wir am stärksten.

In diesem Sinne ist unsere Gruppe weiter gewachsen.

Und wir haben alle gemeinsam den TEAM-Gedanken umgesetzt und wir haben partnerschaftlich und vertrauensvoll zusammen gearbeitet:

- in der Martens & Prah!- Gruppe
- mit unseren Kunden
- und mit unseren Partnern bei den Versicherern

Ein 3-Gewinnerspiel – wir haben gut vom Mannschaftsspiel FUSSBALL gelernt. VIELEN DANK.

Heute sind wir wieder zahlreich zusammengekommen und wieder ist Fußball-WM.

Was einige vielleicht nicht wissen: in 2011 ist Deutschland schon wieder Gastgeber der Fußball WM – der Frauen.... Jetzt sind aber erst einmal unsere Männer dran....

Sie schlagen sich ganz gut – auch ohne den großen Star Ballack – als TEAM.

Eine gute Gelegenheit noch mehr vom Fußball und aus dem Mutterland des Fußballs – aus China – abzuschauen.

Fast jedem ist der Name Konfuzius ein Begriff – schon allein wegen der vielen Zitate und weisen Sprüche, die ihm zugeordnet werden. Konfuzius – König Zi – war ein chinesischer Philosoph (551-479 v. Chr.), der etwa um 500 vor Christus lebte. Und er ist auch heute noch eine der Leitfiguren der gesamten ostasiatischen Kultur.

Zentrales Thema seiner Lehren war die moralische ORDNUNG. Der Mensch müsse andere Menschen achten und versuchen, in Harmonie mit dem Weltganzen zu stehen.

„Wenn über das Grundsätzliche keine Einigkeit besteht, ist es sinnlos, miteinander Pläne zu machen.“ So Konfuzius.

Und genau diese Einigkeit über das Grundsätzliche zeichnet den Fußball aus:

Die gemeinsamen Spielregeln, die Regeln zum Fairplay, die überall auf der Welt gelten und bekannt sind – auch auf den Straßen und Hinterhöfen Südafrikas, wo selbst die klei-

nen Straßenkinder beim Kicken mit Blechdosen die Regeln kennen. Sie wissen, dass sie für ein Foul die rote Karte bekommen und aus dem Spiel fliegen. Eine so weitgehende Einigkeit findet man sonst kaum. Selbst die UNO mit der Charta der Menschenrechte erreicht keinen so universellen Grundkonsens. Sie hat nicht einmal so viele Mitglieder wie die FIFA. Da kann man schon neidisch werden.

Wer wünscht sich nicht auch ein funktionierendes Sanktionssystem für die Wirtschaft? Wer sich nicht an die Regeln hält fliegt raus. Aber in der Wirtschaft zählt vor allem das Ergebnis und weniger das WIE: Die Zahlen regieren die Wirtschaftswelt. Wie schon Antoine de Saint-Exupéry im Kleinen Prinzen schreibt:

Die großen Leute haben eine Vorliebe für Zahlen. Wenn Ihr ihnen von einem neuen Freund erzählt, befragen sie euch nie über das Wesentliche. Sie fragen euch nie: Wie ist der Klang seiner Stimme, welche Spiele liebt er am meisten? Sammelt er Schmetterlinge? Sie Fragen euch: Wie alt ist er? Wie viele Brüder hat er? Wie viel wiegt er? Und: Wie viel verdient sein Vater? Dann erst glauben sie, ihn zu kennen.

Die aktuelle Finanzkrise belegt nichts anderes – direkt nach der Insolvenz von Lehmann und dem Absturz der Börsen waren alle geläutert, demütig. Man wollte sich selbst beschränken.

Und heute? Aktuell geht es doch genauso weiter – wir haben gerade erst die wildesten Spekulationen erlebt. Spekulationen um die Kreditwürdigkeit ganzer Länder – wie z.B. von Griechenland. Einige haben sich dabei bestimmt eine goldene Nase verdient. Wie ging es den sog. „Gewinnern“ dieser Spekulationen wohl, als sie die Demonstrationen auf den Griechischen Straßen gesehen haben. Und die Toten...

Natürlich wollen wir alle den geschäftlichen und wirtschaftlichen Erfolg. Auch dafür stehen wir hier – aber wollen diesen Erfolg mit allen Mitteln...? Und um welchen Preis...? Als Lübecker Unternehmen kommen einem dann oft die mahnenden Worte von Konsul Buddenbrock in den Sinn, der seinem Sohn Thomas ermahnt:

*Mein Sohn, sei mit Lust bei den Geschäften am Tag,
aber mache nur solche, dass wir bei Nacht ruhig schlafen können.*

Die Frage nach Werten und Moral, Gerechtigkeit und vor allem Regeln für die Wirtschaft wird zurzeit intensiv diskutiert. Diese Themen sind ja aktuell geradezu „in“. Man findet dazu immer mehr Zeitungsartikel, Berichte und Serien in den Zeitschriften. Der deutsche Bundestag und die EU versuchen verzweifelt mit gesetzgeberischen Maßnahmen Herr des Wildwuchses zu werden - wie z.B. mit dem Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung, den neuen Vorstößen in der EU zu Bonuszahlungen, mit neuen Steuern wie der Transaktionssteuer oder dem Verbot von Leerverkäufen zu wichtigen Aktientiteln. So richtig erfolversprechend scheint mir das alles aber nicht.

Nun sind wir nicht der Gesetzgeber oder die vielleicht noch mächtigere FIFA. Wir können keine Gesetze machen. ABER: Viele hier in dieser großen Runde tragen die Verantwortung für Teams, für Unternehmen, für Maklerfirmen oder auch ganz große Versicherungskonzerne. Gerade in diesen Einheiten können wir durchaus Regeln schaffen. Wir alle hier können Werte setzen und dieses vorleben.

I. Was bringen WERTE

Da stellt sich natürlich vorher eine grundlegende Frage: Brauchen wir denn überhaupt Spielregeln? Brauchen wir Werte in einem Unternehmen?

Ist es nicht sogar hinderlich, wenn wir uns den so oft gepriesenen Tugenden wie Ehrlichkeit und Fairness verschreiben, wo man doch möglicherweise im Einzelfall wirtschaftlich viel besser da steht, wenn man sich nicht an das vielleicht „nur mündlich“ Zugesagte erinnert, nicht an den Handschlag“ hält....? Wenn man Geschäfte machen kann, die sich eher am Rand der Legalität bewegen – ist ja nicht illegal – aber vielleicht nur unmoralisch? Schlafen kann man vielleicht ohnehin nicht... Ein gewisser Erfolgsegoismus kann doch nicht schaden. Schließlich werden wir an unseren Zahlen gemessen.... Was also bringen Spielregeln, was bringen WERTE? Für uns und für unsere Unternehmen?

Wir leben in der Welt der „Großen Leute“ – wie der kleine Prinz es nennt: Die Zahlen müssen stimmen. Im Grunde geht es fast immer um die Kernzahlen eines Unternehmens: die Umsatzentwicklung, Kosten und den Gewinn, die Rendite. Diese Zahlen kann man nur leider nicht erzwingen. Eine leidvolle Erfahrung, die wir immer wieder machen. Zahlen sind vielmehr Folge guter Geschäfte, guter Geschäftsideen. Kern des Geschäftserfolges sind also nicht die Zahlen selbst. Die Zahlen sind Folge intelligenter Führung.

Kern des Erfolges sind die kreativen Ideen – für Versicherungsprodukte, effektivere Verarbeitung und Verwaltung, Ideen für Service, für neue Zielgruppen oder Verkaufs- und Beratungsansätze. Ideen, die von dem ganzen TEAM im Unternehmen – von allen Mitarbeitern - entwickelt und gelebt werden. Und die der Kunde, der Geschäftspartner erlebt. Ganz hart gesagt: Wenn die Zahlen nicht stimmen, waren vorher die Ideen falsch. Und noch viel schlimmer: Eine gute Idee hat nicht von heute auf morgen Erfolg. Der Erfolg stellt sich fast immer erst mit einer gewissen Zeitverzögerung ein. Wenn die Zahlen nicht mehr stimmen, ist es also oft schon viel zu spät, um noch über die Ideen nachzudenken. Die guten Ideen müssen wir schon weit früher haben....

NUR: Woher nehmen wir die Ideen, was produziert sie?

Ideen sind Folge unserer Wertvorstellungen im Unternehmen – sie sind Folge der Unternehmensausrichtung, seiner Visionen.

Das belegen sogar Wirtschaftsstudien wie z.B. von der Georgia State University (1987). Dort haben 2 Wissenschaftler (Tom Peters und Robert Watermann jun.) untersucht, warum einige Unternehmen über lange Zeiträume konsequent erfolgreich sind, während andere scheitern. Die Überraschung war sehr groß, als man den Erfolgsfaktor ausmachte – den Grund der konsequent guten Zahlen: Es waren nicht die eher „harten“ betriebswirtschaftlichen Vorgaben. Nach der Studie gab es in den Systemen der erfolgreichen Unternehmen sehr unterschiedliche Wege – und viele führten zum Ziel. Aber eins hatten all diese erfolgreichen Unternehmen gemeinsam und den Verlierern voraus: Sie hatten ein starkes Wertesystem – eine Philosophie.

Die Gründe dafür sind eigentlich recht einfach:

Kreative Ideen sind Voraussetzung guter Zahlen. Ideen zu haben ist keine Frage der Intelligenz, keine Frage der Stellung in der Unternehmenshierarchie. Oft sind es gerade die Mitarbeiter an der Front, ist es der Mann an der Maschine oder mit dem Schraubenzieher in der Hand, der die erfolgreichsten Ideen hat. Oder die neue Auszubildende, die ganz unvoreingenommen – eben nicht betriebsblind ist.

Diese Menschen müssen wir mitnehmen, motivieren, Ihnen zeigen wofür sie arbeiten, wofür Ihr Unternehmen steht. Wir alle wollen den tieferen Sinn und das Ziel unserer Arbeit verstehen, damit wir uns dafür einsetzen können – mit unserer ganzen Kreativität.

Man kann bei manchen Kollegen ein sehr interessantes Phänomen beobachten: sie machen Dienst nach Vorschrift – ohne besonderen Antrieb machen sie ihre Arbeit – vielleicht sind sie sogar faul und man hält sie für dumm. Trifft man diese Mitarbeiter aber im privaten

Umfeld bei Freunden oder den Hobbys, sind sie wie aufgewechselt: sie engagieren sich, übernehmen Verantwortung, haben Ideen. Sie sind kreativ – und oft sehr erfolgreich. Wie können wir dieses Engagement, die Begeisterung der Mitarbeiter für das Unternehmen wecken. Das schaffen wir nicht mit Fachschulungen. Die Weitergabe von Wissen hilft da wenig. Nur wenn wir die Wertesysteme, die Wertvorstellungen im Unternehmen, bei uns und den Mitarbeitern ändern, können wir auch das Verhalten ändern.

Ein bildliches Beispiel hierfür erzählte immer wieder unser großer „Hausphilosoph“ Dr. Manfred Sliwka. Er war es, der Martens & Prahl eine Philosophie gegeben hat. Manfred Sliwka ist leider im letzten Jahr verstorben.

Dr. Sliwka erzählte immer wieder von einer Predigt, die er im Urlaub gehört hatte. Von einem Missionar der viele Jahre für die Kirche in Papua Neuguinea war. Dieser Missionar wollte nicht einfach nur die Menschen bekehren. ER wollte mit praktischen Dingen beginnen, um den Leuten vor Ort das Leben zu erleichtern. Und so lehrte er die Einwohner, Brunnen zu bohren und Bäume zu fällen, um daraus feste Häuser zu bauen: Aber – diese Menschen bohrten keine Brunnen und bauten keine festen Häuser aus Bäumen. Ihr Glaube, Ihre Werte hinderten sie daran: Sie hatten Angst vor den Erd- und Baumgeistern. Nur wenn sich die Wertesysteme eines Menschen ändern, kann sich auch das Verhalten ändern...

Die Wertesysteme von uns allen werden immer stärker gefordert:

Früher war es schwierig, überhaupt an Informationen heranzukommen. Dies belegt auch der unglaubliche Wert von Bibliotheken und Bücher in den vergangenen Jahrhunderten. Auch in meiner Kindheit war das noch so: Zur Konfirmation schenkte man gern ein mehrbändiges Lexikon – viel wertvolle Information. Heute hält das Internet eine wahre Informationsflut für uns bereit. Viel mehr als das größte Lexikon uns geben kann. Mein Mann und ich haben gerade erst eins unserer Konfirmations-Lexika weggegeben – wir wurden beide fast zur gleichen Zeit konfirmiert und haben seither das gleiche Orange Lexikon von Meyers...Mit dem Internet brauchen wir es eigentlich seit langem nicht mehr – und schon gar nicht 2mal.....

Wir leben heute mit der Informationsflut aus diversen Medien. Unsere Kinder müssen nicht mehr lernen, sich die Informationen zu beschaffen. Sie müssen lernen, aus der Flut von Wissen die wesentlichen Dinge herauszufinden. Welche Beiträge sind es überhaupt WERT, gelesen zu werden? Welcher Quelle kann ich vertrauen? Es kommt auf die BEWERTUNG der Informationen an.

Zugleich steigt die Machbarkeit rapide an. Kaum noch ein Problem, das man nicht irgendwie lösen kann. Wir entschlüsseln Gene und diskutieren voller Ernst die Rahmenbedingungen für das Klonen von Menschen. Waren aus aller Herren Länder landen auf unseren Tischen – was für ein Irrsinn, dass Fisch aus Fernost oder Äpfel aus Neuseeland - hier günstiger angeboten werden können als heimische Produkte. Fast alles ist möglich. Da fragt man sich schon, warum es so lange dauert, eine Ölleitung am Grunde das Golf von Mexiko abzudichten.

ABER Sollten wir nicht eher fragen: Wie konnte es überhaupt so weit kommen, wo es doch Sicherheitstechniken gibt, Ventile, die den GAU hätten verhindern können... Die Verantwortungslosigkeit nimmt zu. Das sehen wir auch in all unseren Medien. Zum Glück habe ich keine Zeit, tagsüber fernzusehen. Bei den aktuellen Talkshows am Mittag, Gerichtssendungen, Doku-Soaps oder Casting-Shows kann einem auch ganz anders werden. Erfolg haben Werbesprüche wie: „Geiz ist geil“.

Wir leben in einer offenen Gesellschaft mit vielen Möglichkeiten - vielleicht viel zu vielen Möglichkeiten für einige Menschen. Und es gibt keine zentralen Wertegeber:

Die Politiker sind schon lange keine wirklichen Vorbilder, keine Typen mehr – früher waren sie es vielleicht. Vorschnelle Rücktritte aus dem Amt häufen sich. Man wirft einfach das Handtuch. Und nicht selten ist der Anschluss-Job in der Wirtschaft schon lange vorbereitet worden – mit der Macht des politischen Amtes.

Auf die Stars der Wirtschaft schauen wir auch nur noch mit gemischten Gefühlen: Exorbitante Boni für gefeuerte Manager – als Belohnung??? Das hat dem Ruf unserer Wirtschaftsbosse nicht gut getan.

Die neuen Stars aus Sport und Musik sind zwar Vorbild für viele – eine Lena Meyer-Landrut oder ein Mezzot Özil. Aber diese Stars sind oft noch viel zu jung, noch gar nicht gefestigt genug. Anschaulich zeigte das gerade erst Guerrero, als er seine Trinkflasche nach einmal pöbelnden Fan warf. Was wollen wir auch von so jungen Menschen erwarten, die viel zu früh sehr viel Geld verdienen und ständig im Rampenlicht stehen....

Und der große Wertgeber der Vergangenheit, die KIRCHE? Sie verliert nicht nur seit vielen Jahren Anhänger. Die Kirche befindet sich aktuell in einer beispiellosen Krise – mit Diskussionen über Missbrauchsfälle.

Gerade heute in unserer offenen Gesellschaft – mit all Ihren Möglichkeiten – in dieser pluralen Welt brauchen wir WERTE. Der Hunger nach Grundorientierung wächst, der Wunsch nach etwas, an dem wir uns festhalten können. Wie einen KOMPASS oder heute eher ein Navigationsgerät, das uns durch den Alltag begleitet und die Richtung weist. Eine solche Wertewelt im Alltag – in der Arbeitswelt - wirft ein nicht Unternehmen zurück. Im Gegenteil: Sie gibt uns allen das, was wir wirklich brauchen: eine Orientierung. Sie ist kein Hindernis, sondern vielmehr Voraussetzung für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg, der Nährboden für Idee und damit für gute ZAHLEN. Die ZAHLEN folgen den IDEEN und die IDEEN den WERTEN!

Nutzen wir gemeinsam diese Chance: geben wir unseren Unternehmen eine Orientierung, eine Wertewelt – wir schaffen damit das Umfeld für ein kreatives und erfolgreiches Arbeiten.

II. Werte bei MARTENS & PRAHL

Bei Martens + Prahl sind die Werte, die Philosophie ein hohes Gut: Dr. Sliwka hat uns da sehr geprägt. Unsere Philosophie ist in der Holding ein ganz besonderer, ein hoher Wert, der uns leitet – bei Gesprächen, bei Verhandlungen und Geschäften mit Partnern und Versicherern. Und wenn neue Menschen zu uns stoßen wollen, die sich wünschen, Teil unsere Gruppe, unsere Familie zu werden.

Was also sind diese Werte, die uns in der Gruppe bisher geleitet haben???

Mein Vater hat 1994 in einer Rede bei unserer 1. Messe über die Zukunft von Martens & Prahl philosophiert. Er hat damals auch viel zu unserer Ausrichtung und den Werten gesagt. Liest man diese Rede heute – nach 16 Jahren – findet man eine anschauliche Zusammenfassung unserer Philosophie. Der Philosophie, die uns die letzten Jahre begleitet hat.

Nun ist die Gruppe seit 1994 sehr gewachsen: allein in den letzten 4 Jahren seit dem Marktplatz 2006 14 neue Partnerfirmen. Viele unterschiedliche Menschen aus den verschiedensten Unternehmenskulturen sind zu uns gekommen und bereichern nun unseren Alltag.

Bei einer so rasanten Entwicklung stoßen sehr unterschiedliche Wertesysteme aufeinander. Und gerade nach diesem starken Zuwachs an Menschen möchte ich gern an unsere Philosophie erinnern - zurück zu unseren Wurzeln oder besser: weiter so mit gestärkten Werten. Ich möchte gern erneut die ganze große Gruppe von Martens & Prahl auf unsere Philosophie einschwören – wie mein Vater 1994.

Nicht der Kapitaleinsatz, sondern eine klare, menschenorientierte Unternehmens-Philosophie ist der besondere Besitz eines Unternehmens. Eine Philosophie des Dienens und damit auch des Leistens. Eine Philosophie, die den Mitarbeitern alle Möglichkeiten gibt, sich kreativ, mit der gesamten Persönlichkeit einzubringen; die Menschen – ob jung oder alt - die Verwirklichung von Zielen anbietet. Die Stärke unseres Unternehmens liegt nicht im materiellen Besitz, sondern in seinem Geist, seinen Ideen und dem Verhalten wie man sich und andere weiterbringt. Führung heißt ganz bestimmt nicht, Arbeitsanweisungen zu geben. Es heißt: Werte zu setzen, Leitbilder schaffen, mit denen die handelnden Personen in die Lage versetzt werden, sich selbst zu entfalten.

So mein Vater vor 16 Jahre. Er hat damit sehr schön die Grundpfeiler unserer Philosophie – unsere 5 Werte - zusammengefasst:

1. Eigenverantwortung/Freiheit

Im Mittelpunkt all unserer Gedanken steht der Mensch. Die Menschen, mit denen wir arbeiten – Mitarbeiter, Kunden oder Versicherer. Wir wollen, dass jeder gern mit uns arbeitet.

An erster Stelle unserer Werteordnung – unserer Philosophie steht dabei die Eigenverantwortung: Freie Entscheidung, Autonomie des Einzelnen – als Individuum und als Firma. Jeder nach seinen Fähigkeiten und Interessen.

Wer unsere Gruppe nicht so gut kennt, wird sich wundern, wie unterschiedlich die Firmen der Gruppe sind. Das geht schon bei Namen los. Unsere Partnerfirmen heißen nicht nur Martens & Prahl. Da finden sich Namen wie: MAPRA, NWAK, Asspick, Gerd Augustin, Carl Jaspers, OCC, Temako, Stormarn-Finanz, Hansekantor, Marine-Assekuranz, Morgen & Jung, Hoyer & Kremer, Hannover Contor, CM, RMK, Securon, GIA, Sedlmair, Schnittger, ECO, ATR, Südass, Saarassekuranz, Assecura, usw.

Und fast noch vielfältiger sind die unterschiedlichen Ausrichtungen in unserer Gruppe. Da gibt es den Spezialisten für Schiffe, für Kreditversicherung und Factoring, für bAV, Hotels, wertvolle Autos, Systemgastronomie und vieles Mehr.....Und selbst unsere „Generalisten“ – die normalen Makler - bewegen sich auf den unterschiedlichsten Spielwiesen: einige mit unglaublich vielen Privat- und Gewerbekunden. Andere mit einigen großen Firmenkunden – den wirklichen großen...

Das ist kein Chaos – das ist Absicht: Jedes Unternehmen sucht seine Nische – den Bereich, in dem es seine Markt, sein Stärke sieht. 50% aller Begabung ist brennendes Interesse!!! Jeder verwirklicht seine eigenen Interessen und Stärken.

Natürlich ist es einfacher, feste Strukturen vorzugeben. Nur leider verführen diese auch zu einer gewissen Bequemlichkeit. Nach dem Motto: Das haben wir schon immer so gemacht, wo kämen wir den da hin und überhaupt....Wir müssen uns tagtäglich selbst in Frage stellen. Das ist ungemütlich, anstrengend.

Gibt man hingegen feste Strukturen vor, droht das ganz System zu verhärten. Man ist nicht mehr offen für neue Ideen, kann nicht mehr auf Veränderungen reagieren.

Wie in der Natur: Jede Nuss enthält den vollständigen Bauplan für einen ganzen Nussbaum: mit Wurzeln, Stamm, Ästen und Blättern. Aber: es ist ein flexibler Bauplan – ein Konzept. Es wird nicht vorgegeben, an welcher Stelle sich die Wurzeln ausbilden. Wie viele Äste der Baum hat und wohin genau sich jedes einzelne Blatt sich ausrichten soll. Das wäre auch ausgesprochen unglücklich, wenn an dem Ort der geplanten Wurzeln nun ausgerechnet ein Stein liegt, dem Ast andere Bäume schon im Weg wären oder die Blätter am vorgegebenen Ort keine Sonne bekämen. Der Baum hat „nur“ einen „Basisplan“ – ein Konzept – denn er muss sich seiner Umgebung anpassen und reagieren können.

Genau darum wollen wir die Pluralität der Ideen!!! Jeder nach seinen Fähigkeiten.

2. Herausforderungen annehmen und meistern – Nutzen bieten

Zweiter Punkt unserer Philosophie ist es, Herausforderungen anzunehmen und zu meistern. Wir wollen Nutzen bieten, hemmungslos Nutzen bieten.

Wenn wir sagen: jeder nach seinen Fähigkeiten, muss ich an den Film „Forrest Gump“ denken. Es ist faszinierend, wie Forrest Gump durch die jüngere, amerikanisch Geschichte tapst – und wie er trotz seines bemerkenswert geringen IQ so unglaublich viel bewegt. Er lehrt Elvis Presley seinen berühmten Hüftschwung, wird Footballstar, stößt die Watergate-Affaire an, reicht Kennedy die Hand, erfindet den Smily und das Apple-Logo – und er rettet seinen Kameraden im Vietnam-Krieg.

All das ohne große geistige Fähigkeit – einfach mit Willen und Energie. Und dem Herzen am richtigen Fleck – auf seine ganz eigene Art und nach seinen eigenen Fähigkeit.

Wie heißt es so schön in dem Film:

„Das Leben ist wie ein Pralinschachtel: man weiß nie was man bekommt.“

Aber eins steht fest: Nur wer auch zugreift, wer sich der Entscheidung stellt, bekommt auch eine Praline. Und je öfter man zugreift umso größer ist die Chance, das zu bekommen, was man sich wünscht.

Wir alle wollen die Herausforderungen unseres Job annehmen und meistern.

Erleben können wir das am eigenen Leib: Nicht fehlende Aufgaben machen uns zufrieden, sondern die erfolgreiche Bewältigung von Herausforderungen. Ein monotoner Alltag lässt einen schnell die Lust verlieren, den Biss, die Begeisterung für den Job. Viele weichen dann auf die Freizeit aus, suchen ein aufregendes Hobby und bringen sich da ein – mit Ihren wertvollen Ideen....Das ist sehr schade. Vor allem wenn man bedenkt, dass wir einen sehr großen Teil unserer Zeit bei der Arbeit verbringen. Stellen wir uns den Aufgaben:

Bitte nicht um eine leichte Bürde. Bitte um einen starken Rücken.

So das Lebensmotto von Theodore Roosevelt: Es kommt bei Aufgaben nicht in 1. Linie auf deren Größe an, sondern auf die Haltung, mit man an sie herangeht.

Wir arbeiten in der Versicherungswirtschaft - ohne Hochglanz-Ware, die der Kunde anfassen und bestaunen kann. Unsere Produkte sind unsichtbar. Wir sind die Ware. Es geht darum, dem Kunden, dem Geschäftspartner so viel Nutzen zu bieten, dass er gern zu uns kommt und dass er bleibt. Wir bieten diesen Nutzen: Mit Freundlichkeit, Zuverlässigkeit und vor allem der unbedingten Leistungsbereitschaft.

3. Schutz der Schwächeren

Dritter Wert unserer Philosophie ist der Schutz der Schwächeren: Denn es gibt auch immer Menschen, die den großen Berg der Herausforderungen mal nicht ganz allein bewältigen können. Gerade bei einer Existenzgründung, beim Start einer Firma ist das so: mit alle den neuen Geschäftsbeziehungen, die aufgebaut werden müssen. Und das alles bei noch unsicheren Einnahmen. Manchmal kommt dann auch noch das Sperrfeuer alter Geschäftspartner dazu. Die möglicherweise alles tun, um den alten Kollegen Steine in den Weg zu legen – vielleicht auch mit etwas weniger moralischen oder sogar sehr fragwürdigen Mitteln....Oder ein bestehendes Unternehmen wird zurückgeworfen – durch den Verlust großer Kunden. Oder noch schlimmer durch eine schwere Krankheit von Kollegen.

Wichtiges Ziel unsere Gruppe ist der Schutz aller – ganz besonders der Schwächeren. Wir setzen uns füreinander ein – helfen einander. Durch tatkräftige Unterstützung von allen Seiten: von der Holding und auch von allen anderen Partnerunternehmen der Gruppe – den Schwesterfirmen.

Wie in einer Familie. Gerade die kleinen Kinder brauchen die Fürsorge der Mutter. Sie blühen auf durch die Anregungen anderer Kinder, der Geschwister. Und oft viel schneller als man glaubt, laufen sie auf eigenen Füßen durch die Welt und haben Ihre ganz eigenen Ideen und Vorstellungen. Es ist wichtig dann nicht zu vergessen, dass wir alle einmal klein und auf die Hilfe andere angewiesen waren. Und es kann immer passieren – ganz unerwartet oft – dass wir diese Hilfe wieder brauchen.

*Jede Gesellschaft sollte danach beurteilt werden,
wie sie Ihre am wenigsten gesegneten Mitglieder behandelt.....*

Darum ist gerade der Schutz der Schwächeren so wichtig.
Unter dem schützenden Dach der Gruppe.

4. Kooperation

Daneben setzen wir in der Gruppe vor allem auf die Kooperation. Wir werden alle von einem gewissen Egoismus getrieben – einige Mehr und andere etwas weniger. Das ist ein ganz natürlicher Antrieb, unser Überlebensinstinkt. Dieser Egoismus steht aber keineswegs im Widerspruch zu einem fairen Miteinander – zur Kooperation. Der intelligente Egoist ist kooperativ.

Das zeigt uns die Natur mit vielen Vorbildern: So gibt es Einzeller, die bei guten Lebensbedingungen autonom leben. Bei knappen Ressourcen aber kriechen sie zusammen und strukturieren sich arbeitsteilig. Sie bilden ein mehrzelliges Wesen und kooperieren. Das bedeutet zwar einen gewissen Verlust an Souveränität, gewährleistet aber eine deutlich höhere Überlebenschance.

Aus diesem Grund bilden sich Rudeln, Herden oder Stämmen.

Und Kooperation sichert auch in der Wirtschaft ein besseres Überleben:

Robert AXELROD –ein amerikanischer Politologe – untersuchte die Frage:
Unter welchen Bedingungen entsteht Kooperation in einer Welt von Egoisten ohne zentralen Herrschaftsstab? – Klingt sehr nach dem wirklichen Leben, oder?

Robert Axelrod schrieb im Rahmen der Spieltheorie ein Turnier aus, an dem auch der kanadische Spieltheoretiker Anatol Rapoport von der Universität Toronto teilnahm. Rapoport spielte mit einer sehr einfachen Strategie, die er schon vor dem Spiel offen allen Teilnehmern mitteilte:

1. Ich spiele offen. Daher soll jeder meine Strategie kennen.
2. Ich suche in jeder Spielrunde 2-Gewinner-Spiele.
3. Wenn ein Mitspieler mich für naiv hält und mich ausnutzen will, schlage ich unverzüglich und hart zurück.
4. Aber ich bin nicht nachtragend und biete selbst dem, der mich ausbeuten wollte wieder die Kooperation an. Ich bin schnell im Vergelten und schnell im Vergeben.

Anatol Rapoport war der klare Sieger. Selbst als Axelrod in 2 neuen Ausschreibungen den Egoisten, den „Schlitzohrigen“ zusätzlich Vorteile gab, siegte am Ende aller 3 gespielten Turniere die einfache und auf Kooperation ausgerichtete Strategie von Anatol Rapoport.

Die Erklärung klingt ähnlich einfach wie die Strategie selbst: Die Schlitzohrigen brauchen immer einen Dummen, den sie ausnutzen können. Aber auch die Dummen lernen und den Schlitzohrigen gehen irgendwann die Dummen aus. Nur wer 2-Gewinner-Spiele spielt, akzeptiert den Partner als klugen Menschen, der sich nicht ausbeuten lässt.

Kooperation ist ein Spiel unter Gleichberechtigten und nur das geht auf Dauer gut.

Bereitschaft zur Kooperation bedeutet, den eigenen Egoismus erst einmal zu zügeln, ohne zu wissen, ob der andere bereit ist, dies zu tun. Offen, vertrauensvoll auf den anderen zuzugehen. Bereits zu sein, auch mal in Vorleistung zu gehen –
51 % GEBEN und 49 % NEHMEN

Natürlich geben wir eine gewisse Souveränität auf, wenn wir nicht mehr allein vorausspringen. Wenn wir in der Versicherungswirtschaft nicht jeder unser eigenes Süppchen kochen, sondern uns zusammentun. Ein schönes Beispiel bietet der IT Bereich: Ich bin mir ganz sicher, dass vermeintliche Wettbewerbsvorteile durch technische Alleingänge langfristig nicht den erhofften Vorsprung bringen. Rapoport hat es uns vor gemacht: den langfristigen Erfolg bringt nur die Kooperation.

Schön, dass sich z.B. der BIPRO immer mehr Versicherer und Makler anschließen und jetzt auch der GDV offiziell mitzieht. Schön, dass wir im IT-Bereich einheitliche Standards und Schnittstellen formulieren. Lassen Sie uns da weiter machen – auf allen Geschäftsfeldern. Setzen wir auf den nachhaltigen Erfolg – auf die Kooperation.

5. Ressourcen schonen und schützen

Bleibt noch ein 5. WERT unserer Philosophie: Wir wollen unserer Ressourcen schonen.

Um das mal ein einem sehr praktischen Beispiel zu verdeutlichen...

Tiere trinken, wenn sie durstig sind. Und sie hört auf zu trinken, wenn der Durst gestillt ist. Diesen natürlichen Instinkt haben wir Menschen verloren. Das kann man gerade jetzt während der Fußball-WM leider besonders gut beobachten:

Das erst Bier nach dem Sport oder beim Fußball-Spiel im Fernsehen löscht unseren Durst. Und vielleicht ist auch noch das 2. Bier ein echter Durstlöcher. Doch irgendwann trinken wir nur noch aus Lust – teilweise ohne Bremse.

Unser Verstand, die Klugheit, die uns Menschen gegeben worden ist – ob durch die Evolution oder den Apfel vom Baum der Erkenntnis – sie bringen einen hohen Preis mit sich:
Wir müssen selbst wissen, was gut und was böse ist.
Wir müssen uns die Grenzen selbst setzen.

Das betrifft vor allem die Nutzung unserer natürlichen Ressourcen – den Schutz unserer Umwelt. Wir haben nur diese eine Erde. Das betrifft aber auch unsere Ressourcen im Unternehmen, in der Versicherungswirtschaft – als Makler oder Versicherer.

Man muss nicht immer bis zum Äußersten gehen, immer den noch dickeren Wagen fahren. Das schont nicht nur unsere geplagte Umwelt sondern auch die Kasse. Da bleibt vielleicht etwas mehr für andere Dinge – für die Menschen....

Wir sollten uns an mancher Stelle etwas mehr Gedanken machen über verantwortungsvolle Reiseplanung, vielleicht mal eine Telefonkonferenz – den neuen Medien sei Dank - oder die riesigen Wälder, die unserer Druckwut zum Opfer fallen.

Die neueren gesetzlichen Vorgaben zu allen den Informationen, die ein Versicherungsnehmer „rechtzeitig“ vor Vertragsabschluss erhalten muss, sind da nicht gerade hilfreich.

Man muss auch nicht immer den Preis drücken und alle Rabatte bis zum äußersten ausnutzen. Die Honorare drücken und unterbieten – unsere Leistung wie Sauerbier anbieten – vielleicht sogar noch ganz ohne Bezahlung – nur um einen Kunden über den Dumping-Preis zu gewinnen. Ist unsere Leistung denn nichts wert?

Oder umgekehrt als Versicherer dem Kunden im Schadenfall so viel wie möglich bei Schadenzahlung abziehen. Gerade jetzt mit den neuen Quotenregelungen – um erst mal möglichst hohe Abzüge zu etablieren.

Wir müssen nicht immer auch noch den letzten Weg suchen, um die eigenen Interessen auf Teufel komm raus durchzusetzen. Negativbeispiele gibt es viele.

Wir sollten uns selbst beschränken, wenn wir wollen, dass uns die vielen geschäftlichen Möglichkeiten, die vielfältigen Angebote im Markt erhalten bleiben.

Nutzen wir den Kopf, den Verstand, den uns die Natur oder der liebe Gott gegeben hat – im geschäftlichen Alltag und auch sonst in unserem Leben.

So die 5 Pfeiler unsere Philosophie – unsere Quintessenz.

Unsere Philosophie ist einfach. Im Mittelpunkt all unserer Gedanken steht der Mensch.

Wir setzen auf

- die Freiheit des Einzelnen
- auf den unbedingten Willen zur Leistung
- den Schutz der Schwächeren
- die Kooperation
- und den vernünftigen Umgang mit unseren Ressourcen.

Ich glaube fest daran, dass wir alle im Sinne dieser gemeinsamen Werte, dieser Philosophie erfolgreich arbeiten und partnerschaftlich werden. Dass wir unseren Unternehmen und der Gruppe damit einen festen Grundstein geben eine Orientierung – gerne für weitere 110 Jahre.

Damit wünsche ich uns allen hier einen ganz besonders schönen Tag:

- mit vielen spannenden Gesprächen,
- neuen Bekanntschaften
- mit interessanten Eindrücken und Informationen aus dem vielfältigen Angebot,
- den Workshops
- und all den tollen „Marktständen“, die hier aufgebaut sind.

und vor allem viel, viel Spaß!!!