

# GRÜN!

# 02/22

DAS MAGAZIN FÜR MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER DER VHV GRUPPE



## Thema **Veränderung ist unsere Stärke**

**Team**

**Raumkonzept**

**Digital**

**Team International**

**Willkommen im Workspace**

**GRÜN! wird digital**



## LIEBE KOLLEGINNEN UND KOLLEGEN,

gerne nutze ich die Gelegenheit, mich bei Ihnen vorzustellen: Zum 1. August habe ich die Leitung der Konzernkommunikation der VHV Gruppe übernommen. Der Wechsel fiel mir nicht schwer, genießt das Unternehmen doch einen hervorragenden Ruf. Vor Kurzem ist die VHV Gruppe erneut als Top Employer ausgezeichnet worden. Auch intern bewegt sich viel. Ein spannendes Unternehmen also, das ich mit dem UK-Team gerne begleiten und weiterentwickeln möchte. Ich danke Herrn Voigt und dem Vorstand sehr für das entgegengebrachte Vertrauen. Im Interview skizziert unser neuer Vorstandsvorsitzender seine Pläne für die Zukunft: Die VHV Gruppe wird digitaler und internationaler. Im neuen Workspace werden wir anders arbeiten. Auch die GRÜN! wird sich verändern: Immer wieder haben Kolleginnen und Kollegen gefragt, warum die GRÜN! in Zeiten der Digitalisierung noch gedruckt erscheint. Die Redaktion arbeitet an einem Relaunch – inhaltlich, layoutmäßig und technisch. Ab der nächsten Ausgabe wird GRÜN! digital. Viel Spaß beim Lesen der letzten gedruckten Ausgabe!

Ihre Kathrin Ehrig

### NEWS /

#### DAS JETZT VERSICHERN

Ein Morgen im Familienbett: Papa, Mama, Kinder und Hund. Oder ein Nachmittag mit Freunden am See. Emotionale Bilder im Kinoformat – das sind die neuen Spots der Hannoverschen mit dem neuen Kampagnenclaim: „Das Jetzt versichern“. Die neue Kampagne der blauen Marke nähert sich dem Thema bewusst über das Hier und Jetzt, über schöne Momente, die man am liebsten bewahren will. „Wir setzen ein Spotlight auf die kleinen alltäglichen, aber besonderen Lebensmomente. So kommunizieren wir positiv, anstatt als Biometrieversicherer auf Vergänglichkeit und Risiken hinzuweisen – Themen, die leicht Ängste schüren“, erklärt Dr. Astrid Siebels, Leiterin Marke & Kommunikation der HL. Die Spots wirken nahbar, authentisch und sehr emotional – tatsächlich standen hier echte Familien und Freunde vor der Kamera. Bei der Entwicklung der Kampagne galt erstmals das Motto „Digital first“. Ab dem 1. September sind die Werbefilme in den sozialen Medien, zum Beispiel bei YouTube und Instagram, zu sehen. In der B2B-Kommunikation wird das Jetzt ebenfalls eine zentrale Rolle einnehmen. Dabei wird der Benefit für die Vertriebspartner stets in den Mittelpunkt gesetzt und damit die Verbesserung im Jetzt konkretisiert.

#### DAS MAKING-OF ZUR KAMPAGNE GIBT ES IM WORKNET:

<https://www.hannoversche.de/dasjetzt>



### SCHON GEWUSST?

# 17

Studierende im Fach International Finance der Paris School of Business und ihr Professor haben am 18. Mai die VHV Gruppe in Hannover besucht. Dort erlebten sie ein praxisnahes Tagesprogramm inklusive Fallstudie. Der Schwerpunkt: das internationale Geschäft und das Risk Management der VHV. Der Tag fand komplett auf Englisch statt. Die VHV Gruppe will mit dem neuen Format Nachwuchskräfte kennenlernen und die VHV international bekannt machen. Ein erster Schritt ist getan: Mehrere Studierende stehen im Kontakt zu unserer Personalabteilung und sind an Praktika in Frankreich interessiert.

### IMPRESSUM

**Herausgeber:** VHV Holding AG für die VHV Gruppe.

**V. i. S. d. P.:** Kathrin Ehrig (Leiterin Unternehmenskommunikation).

**Projektleitung:** Alexa Helbich, [ahelbich@vhv-gruppe.de](mailto:ahelbich@vhv-gruppe.de);

Laili Ghods, [lghods@vhv.de](mailto:lghods@vhv.de). **Redaktion:** Kathrin Ehrig, Alexa Helbich, Laili Ghods, Nina Wunderlich, Thomas van Laak (van laak Medien), Jörn Lotze (van laak Medien) **Fotos / Grafiken:** VHV Gruppe, Insa Hagemann (1, 3–4, 6–7), Adobe Stock (8) **Verlag:** van laak Medien. **Layout:** mann+maus KG. **Druck:** Unger & Pauselius Ihre Drucker GmbH

Um Ihnen das Lesen zu erleichtern, verwenden wir meist die männliche Form. Gemeint sind natürlich alle Kolleginnen und Kollegen.

Titelbild zur Rubrik THEMA



Das Team (v. l. n. r.): Fatima Acar (Werkstudentin), Hendrik Janssen, Francesco Costantino, Simona Podszus, Toni Pagano, Carolin Grotjohann, Pia Seifert (Werkstudentin)

## TEAM INTERNATIONAL

Die neue Abteilung International Business Development steuert das Auslandsgeschäft der VHV Gruppe in Europa.

Italien, Frankreich, Spanien – die VHV Gruppe erschließt immer mehr europäische Märkte. Seit Anfang des Jahres gibt es deshalb einen ganz neuen Geschäftsbereich: die VHV International, die die Aktivitäten aller europäischen Auslandsgesellschaften bündelt. Von Hannover aus kümmert sich die neue Abteilung „International Business Development“ als Steuerungseinheit um das Auslandsgeschäft und fungiert dabei als Schnittstelle zwischen den operativen Einheiten und den Querschnittsbereichen im Konzern. Jede Auslandsgesellschaft hat einen Ansprechpartner in Hannover, den Coverage Officer, der selbstverständlich die jeweilige Sprache spricht.

Die Aufgabe der Abteilung: Weiterentwicklung und Ausbau des Auslandsgeschäfts. „Wir geben den strategischen Rahmen vor und exportieren Know-how aus Deutschland in die Auslandsgesellschaften, etwa bei Bauprodukten oder Underwritingkompetenz“, erklärt Abteilungsleiterin Simona Podszus. Deshalb ist der Bereich auch in zwei Gruppen gegliedert: Management & Controlling und IT & Services.

„Wir haben schon ein bisschen Start-up-Charakter“, sagt Podszus. So wird vieles „auf der grünen Wiese“ aufgebaut, wie die gemeinsame IT-Plattform in der Cloud – das schafft ebenfalls Synergien. „Hier haben wir die Möglichkeit, ganz

neue Technologien und Prozesse auszuprobieren, die auch für den Konzern innovativ sein können.“ Und schließlich schafft die Einheit durch ein Controlling der Auslandsaktivitäten Transparenz. „Wir haben 5-Jahres-Business-Pläne, die natürlich konkrete Beitrags- und Vertragsziele beinhalten.“

In den nächsten fünf Jahren sollen weitere Gesellschaften hinzukommen. Die Suche nach potenziellen Übernahmekandidaten und die Erschließung der neuen Märkte ist die zentrale Aufgabe des Teams. Das Anforderungsprofil ist dabei sehr klar: „Wir haben die Vision, europäischer Bauspezialversicherer zu werden. Damit wollen wir uns auch unabhängiger vom Kraftfahrt- und Lebegeschäft machen. Eine neue Gesellschaft muss zudem von der Größe her gut integrierbar sein.“

Zwei der größten Herausforderungen für die Abteilung sind der Aufbau des Geschäftsbereichs und auch die Personalsuche. „Glücklicherweise sind die Kolleginnen und Kollegen aus der bisherigen Abteilung Auslandsmanagement in unserem Team, aber wir benötigen dringend weitere Verstärkung“, sagt Podszus. Die Bewerber sprechen idealerweise Spanisch oder Schwedisch. Nach Skandinavien und auf die iberische Halbinsel will die VHV Gruppe als Nächstes expandieren.

### INTERNATIONAL BUSINESS DEVELOPMENT IN ZAHLEN

5

MITARBEITER

40%

FRAUEN

5

FREMSPRACHEN

5

BETREUTE  
AUSLANDSGESELLSCHAFTEN



# VERÄNDERUNG IST UNSERE STÄRKE

**Thomas Voigt hat zum 1. Juni den Vorstandsvorsitz der VHV Gruppe übernommen. Was sind seine Pläne?  
Ein Gespräch über Kontinuität und Wandel.**

**Sie sind seit Jahren Mitglied im Vorstand. Was ist als Vorsitzender anders?** Meine Kollegen im Vorstand haben den Wechsel für mich leicht gemacht. Außerdem bin ich auf die neue Aufgabe gut und umfassend vorbereitet worden – sowohl vom Aufsichtsratschef als auch von meinem Vorgänger Uwe H. Reuter. Beide haben es mir ermöglicht, bei strategischen, operativen und personellen Fragen lange vor der Übernahme meiner neuen Funktion mitzuwirken. Die Unternehmensziele für 2022 habe ich bereits mit formuliert und dem Aufsichtsrat vorgestellt. Es ist ein gleitender Übergang gewesen.

**Der Vorstand ist stark verjüngt – auch mit vielen Nachwuchskräften aus den eigenen Reihen. Was bedeutet das für die VHV Gruppe?**

Dass die VHV Gruppe zukunftsfähig aufgestellt ist und auch der Besetzung wichtiger Positionen in der Unternehmensführung eine hohe Bedeutung beimisst. Wir haben früh begonnen, Talente intern zu identifizieren und weiterzuentwickeln. Das hat Herr Reuter schon vor langer Zeit eingeleitet. Mit den Vorstandsberufungen erreicht diese Entwicklung eine neue Stufe. Dabei ist die hohe Kontinuität unserer Führungskräfte auch Ausdruck unserer besonderen, auf Langfristigkeit und Verlässlichkeit ausgerichteten Unternehmenskultur.

Die Mischung aus Dienstälteren und Dienstjüngeren im Vorstand ist auf jeden Fall gut für das Unternehmen, genauso wie die steigende Anzahl an Frauen unter den Leitenden. Das wollen wir weiter fördern.

**Wo wollen Sie mit der VHV Gruppe hin?** Ich will unsere bisherige erfolgreiche Geschäftspolitik konsequent fortsetzen und für eine gute und sichere Zukunft der VHV Sorge tragen. Es wäre abwegig, wenn ich jetzt anfinde, eine ganz neue Vision zu entwickeln, zumal ich in meinen bisherigen Funktionen an unserer Strategie und ihrer Weiterentwicklung über zwei Jahrzehnte mitgewirkt habe. Nur weil sich die Person an der Spitze ändert, wird die erfolgreiche Strategie der VHV Gruppe nicht infrage gestellt.

**Dann bleibt alles, wie es ist?** Es gibt einen Satz, den ich richtig finde: „Damit alles so bleibt, wie es ist, muss es sich ständig ändern.“ Aufgrund neuer Rahmenbedingungen wird es immer Anpassungen geben. Wir sind so erfolgreich, weil wir uns immer verändert und Entwicklungen vorweggenommen haben. Darauf baut unsere Stärke auf. Veränderungsfähigkeit bedeutet für mich aber nicht nur, auf neue Markterfordernisse zu reagieren, sondern auch, in der Lage

zu sein, Veränderungen aktiv zu gestalten – gerade in Zeiten wie diesen. Dabei ist eine nachhaltige Strategie Grundlage unseres Handelns. Wir sind klar ausgerichtet und spezialisiert auf die Geschäftsfelder: Vorsorge, Bauwirtschaft und Kfz.

**Warum wird die VHV Gruppe international?** Wir wollen über eine stärkere regionale Diversifizierung zusätzliches Geschäft generieren. Dabei haben wir einen klaren Fokus: Wir wollen unsere Kompetenz und Erfahrung als Bauspezialversicherer nutzen. Nur mit dieser Ausrichtung sind wir ins Ausland gegangen und werden wir uns weiter internationalisieren.

**Die VHV Gruppe engagiert sich über die „VHV digital services“ jetzt auch bei Digitalunternehmen. Warum muss die VHV Gruppe in diesen zusätzlichen Geschäftsfeldern tätig werden?** Wir wollen uns über versicherungsnah digitale Dienstleistungen, die strategisch gut zu uns passen, weiter stärken und diversifizieren. Das hat seinen Ursprung im Jahr 2020, als wir bei der Eucon eingestiegen sind, die Dienstleister für die Autoindustrie und Versicherer ist. 2021 haben wir die InterEurope übernommen, die sich auf die Bearbeitung von Auslandsschäden im Kfz-Bereich spezialisiert hat. Beide Firmen sind bereits erfolgreich in erprobten Märkten tätig. Das ist uns wichtig.

**Was kommt als nächstes?** Wir werden uns weiter aktiv mit passenden Einstiegsmöglichkeiten beschäftigen. Das muss nicht unbedingt Kfz sein, auch die Bereiche Immobilien oder Bau sind interessant. Versicherungsnah bedeutet vor allem, dass es sich um Geschäftsbereiche handelt, die wir mit unserer Kompetenz einschätzen und für unser Geschäft nutzen können.

**Wie weit ist die VHV Gruppe selbst bei der Digitalisierung?** Wir haben uns sehr früh mit der Digitalisierung auseinandergesetzt. Gerade haben wir drei Großprojekte am Laufen: in der HL „goDigital.Leben“, im Finanzbereich „goDigital.Finance“ und bei Komposit „goDigital.Komposit“. Dabei geht es nicht nur um Automatisierung und Erneuerung der Systeme, sondern auch darum, dass wir die Basis schaffen, um weitere, für unser Geschäft wichtige Anwendungen anbinden zu können. Beispiel Schaden: Unser Claim Center ist im Prinzip ein Schadenverwaltungssystem, an das wir weiterführende Anwendungen, wie zum Beispiel auch „VHV Eucon“, anschließen können.

**Wie zufrieden sind Sie mit dem Stand bei „goDigital.Komposit“?**

Alle drei Projekte haben technologisch einen guten Status. Gerade bei goDigital.Komposit sehen wir, dass es – wie immer bei solchen Großprojekten – eine große Herausforderung ist, am Ende alles in kürzester Zeit in den Echt-Betrieb zu überführen – hier ist nicht nur ein System betroffen, sondern auch viele weitere. Unsere Kolleginnen und Kollegen an der Basis merken, dass es noch holpert. Das führt unter anderem auch zu Rückständen. Mit diesem Projekt führen wir unsere bisher größte technologische Transformation durch. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zeigen einen großen, besonderen Einsatz – hierfür möchte ich mich an dieser Stelle sehr herzlich bedanken und ich bin überzeugt, dass wir gemeinsam diese große Kraftanstrengung meistern und damit unsere VHV Gruppe weiterentwickeln werden.

**Wie zufrieden sind Sie mit den Veränderungen bei der VHV solutions?**

Sehr zufrieden. Herr Dr. Schulz ist seit diesem Jahr als Sprecher der Geschäftsführung der VHV solutions gleichzeitig auch Vorstandsmitglied der VHV Allgemeine. Das hat die Operations der solutions und die Produktbereiche von Herrn Dr. Reddemann und Herrn Dr. Diekmann sowie den Vertrieb von Herrn Dr. Rohlfs noch enger verzahnt. Das Gleiche haben wir auf der Schadenseite, wo wir mit der Zentralisierung der Verantwortung für die Schadenbereiche in der VHV Allgemeine bei Frau Rintelmann und mit Herrn Bretz als Geschäftsführer der VHV solutions Schaden die Abstimmungswege deutlich verkürzen.

**Alle reden über Nachhaltigkeit. Was macht die VHV Gruppe?** Nachhaltigkeit ist eines der großen Themen unserer Zeit und natürlich auch eines unserer strategischen Themen. Zum einen gibt es stetig steigende regulatorische Anforderungen. Zum anderen wird Nachhaltigkeit mehr und mehr ein Qualitätsmerkmal unserer Marken. Die ESG-Kriterien werden dabei in bestehende Geschäftsprozesse integriert, damit keine Parallelwelt aufgebaut wird. Beispielhaft sei in diesem Zusammenhang unsere Kapitalanlagepolitik genannt. Darüber hinaus sollen im Rahmen des betrieblichen Umweltschutzes unsere Geschäftsprozesse bis 2025 klimapositiv sein. Dafür erhöhen wir unsere Energieeffizienz und kompensieren unsere verbleibenden Emissionen.

**Was planen Sie noch?** Wir werden die konsequente Ausrichtung unseres Unternehmens an den Anforderungen unserer Kunden und Vertriebspartner weiter intensivieren. Dazu implementieren wir ein Strategisches Marketing für die ganze Gruppe – als Überbau über den operativen Marketingeinheiten. Viele denken bei „Kunde“ nur an den Endkunden. Für uns sind auch die Vertriebspartnerinnen und -partner gleichberechtigte Kunden. Sie sind das Gesicht unserer Marken nach außen – und eine wesentliche Basis unseres Erfolges und unserer Zukunftssicherung. Die neue Einheit wird auf Basis unserer Unternehmensstrategie eine Marken- und eine Kundenorientierungsstrategie für die gesamte Gruppe entwickeln. Das alles wird Wechselwirkungen haben, etwa zum Qualitätsmanagement, zum Kundenservice oder zum Vertrieb.

**Was wird aus dem Fitness-Programm?** Das bleibt. Es ist gewissermaßen ein Dauerprojekt, das sich an verschiedenen Themen ausrichtet: Wir wollen bei Produkten und Service immer zu den Top-Anbietern gehören, aber gleichzeitig kontinuierlich unsere Kostenquote senken. Das bedeutet viel Anstrengung, ist aber eine notwendige Übung. Gerade in anspruchsvolleren Zeiten wie jetzt.

**Krieg, Inflation, Wirtschaftsflaute – was bedeutet das für die VHV**

**Gruppe?** Die Inflation war schon mit der Pandemieentwicklung 2021 zu erkennen. Wir sind deshalb nicht überrascht, sondern haben früh begonnen, uns auf diese Entwicklung einzustellen. Wer schon länger in unserem Unternehmen ist, hat einige Finanz- und auch Baukrisen miterlebt und bewältigt. Die VHV Gruppe hat in der Vergangenheit bewiesen, dass sie durch ihre hohe Anpassungsfähigkeit und die konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen ihrer Kunden und Vertriebspartner in der Lage ist, diese Situationen zu meistern. Zudem verfügen wir über eine hervorragende Substanz und können uns aus dieser starken Position heraus diesen herausfordernden Zeiten stellen. Aber lassen Sie mich abschließend noch eines betonen: Ich bin mir sicher, dass wir gemeinsam den erfolgreichen Weg unserer VHV Gruppe fortsetzen werden. Ja, die Krise wird uns fordern, aber es liegt an uns, die nächsten Jahre erfolgreich zu meistern. Ich freue mich sehr auf die weitere Zusammenarbeit mit unseren Kundinnen und Kunden, Vertriebspartnerinnen und Vertriebspartnern und mit Ihnen als unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die unsere Gruppe seit vielen Jahren zu etwas Besonderem machen.



**Thomas Voigt (61)** ist seit mehr als 30 Jahren im Unternehmen. 1988 kam der studierte Volkswirt zur VHV und baute vor allem die Kautionsversicherung für die Bauwirtschaft maßgeblich auf. Zwanzig Jahre lang war er Vorstand für den Kompositbereich und seit 2009 Vorstandssprecher der VHV Allgemeine AG. Seit 1. Juni ist er Vorstandsvorsitzender der VHV Gruppe.



Ganz ruhig! Carsten Kluge in einer Denkbox. „Der Schallschutz funktioniert super!“

# WILLKOMMEN IM WORKSPACE!

Nach umfangreichen Umbaumaßnahmen ist die erste Phase im Projekt Workspace abgeschlossen. Mitte Mai wurden die ersten fünf funktionalen „Dörfer“ bezogen. Welche Erfahrungen sammeln die Kolleginnen und Kollegen? Hier kommen drei „Nachbarn“ zu Wort: Carsten Kluge vom Bereich Konzerndatenschutz (KDI), Jessica Posenauer aus Recht/Compliance (KRC) und Bernd Rühmann vom Konzernrisikomanagement (KBR).

## Warum sind Sie zusammen in ein „Dorf“ gezogen?

**Bernd Rühmann:** Das Projektmanagement hat beim Auswahlprozess sehr darauf geachtet, dass die Bereiche in Bezug auf Arbeitsthemen und Arbeitsweise gut zusammenpassen. Unsere Abteilungen haben fachlich viele Schnittstellen. Deshalb sind unsere drei Abteilungen in ein gemeinsames „Dorf“ gezogen.

**Carsten Kluge:** Durch die tägliche Arbeit kannten wir uns bereits alle. Meine Abteilung KDI und die Kolleginnen und Kollegen von KRC saßen zudem schon zusammen auf einem Flur.

## Schauen Sie jetzt öfter „live“ beim anderen vorbei?

**Jessica Posenauer:** Ja, diese Chance nutzen wir jetzt noch mehr. Wir tauschen uns spontan und persönlich auf dem kurzen Dienstweg aus. Das macht es leichter, Fragestellungen schnell zu klären oder auch den Kollegen oder die Kollegin einfach einmal um Rat zu fragen.

**Bernd Rühmann:** Was uns noch fehlt, ist eine Art Übersicht, wo derjenige, mit dem man gerade sprechen möchte, räumlich sitzt – im Moment rufen wir deswegen kurz vorher an und treffen uns dann zum Beispiel in einem der neu gestalteten Meetingpoints oder Ad-hoc-Besprecher.

**Carsten Kluge:** Heute Morgen habe ich einen Kollegen ad hoc über Teams angerufen. Da haben wir festgestellt: Wir sind ja beide im Büro, also haben wir uns kurz zum persönlichen Gespräch getroffen. Hier hilft natürlich die räumliche Nähe, die wir jetzt durch das gemeinsame „Dorf“ haben.

### Ist im „Dorf“ auch Stillarbeit möglich?

**Carsten Kluge:** Ja. Für diesen Fall haben wir einen Ruhebereich, in den sich jeder zurückziehen kann. Es gibt sogar spezielle Einzelbüros bzw. extra abgeschirmte Arbeitsplätze für konzentrierte Tätigkeiten, die sogenannten „Denkboxen“. Wir haben zudem spezielle Dorfgregeln geschaffen: Wenn etwa ein Kollege konzentriert am Schreibtisch arbeitet, unterbreche ich ihn nicht, sondern komme einfach später wieder.

**Jessica Posenauer:** Dazu gehören auch die Regeln zur Nutzung der Teeküchen. Dass diese Bereiche genauso hinterlassen werden, wie man sie gerne zu Hause auffinden würde. Oder dass Kolleginnen und Kollegen die Ad-hoc-Besprecher nicht zu lange „blockieren“, damit diese tatsächlich für spontane Meetings verfügbar sind. Auch „Clean Desk“ ist eine ganz wichtige Vorgabe: dass jeder seinen Arbeitsplatz sauber hinterlässt. Wer länger als vier Stunden wegbleibt, sollte ihn immer komplett leerräumen. Also Tastatur, Maus und persönliche Gegenstände ins Schließfach bringen oder zum mobilen Arbeiten mitnehmen.

### Was gefällt Ihnen am neuen Workspace?

**Bernd Rühmann:** Uns allen gefällt die moderne Einrichtung sehr gut. Sie bietet Raum für die unterschiedlichsten Arbeitssituationen, für spontane Meetings, aber auch für konzentriertes und individuelles Arbeiten. Ein weiteres großes Plus: Der Schallschutz hat sich stark verbessert.

**Jessica Posenauer:** Und die technische Ausstattung ist wirklich hervorragend, sodass zum Beispiel auch hybride Meetings sehr gut durchführbar sind.



Kraft schöpfen: Bernd Rühmann bei einer Pause im Dorf-Ort.

### Welche Bedenken hatten Sie im Vorfeld?

**Jessica Posenauer:** Ich war mir anfangs nicht sicher, ob es möglich sein würde, auf den größeren Flächen konzentriert und mit der nötigen Ruhe arbeiten zu können. Ich bin dann aber sehr positiv überrascht worden, der Schallschutz wirkt sehr effektiv. Man findet im neuen Workspace immer einen passenden Ort, um sich auch für konzentriertes Arbeiten zurückziehen zu können.

### Und wie wird das „Free Seating“ angenommen?

**Jessica Posenauer:** Mir gefällt es inzwischen, mehrmals täglich den Ort zu wechseln. Das ist auch kein Problem. Wir haben ja alle unsere Laptop-Taschen oder Trolleys. Durch die Clean-Desk-Vorgabe findet man die Plätze auch immer in aufgeräumtem Zustand vor, sodass man sofort mit der Arbeit starten kann.

**Bernd Rühmann:** Bei uns gab es zunächst die Sorge, ob genug Arbeitsplätze frei sein würden, wenn man ins Büro kommt. Durch die Möglichkeiten des mobilen Arbeitens und die Ausstattung mit Laptops ist das aber kein Thema mehr.

### Sitzt dann nicht jeder wieder am selben Platz?

**Bernd Rühmann:** Tatsächlich setzen sich viele Kolleginnen und Kollegen gerne an ihren gewohnten Platz. Es sei denn, es sitzt bereits jemand dort. Der beliebteste Arbeitsplatz in unserem „Dorf“ ist übrigens ein Platz in einer hinteren Nische. Dort ist es ruhig und man hat alles im Blick.

### Und wie fühlen sich die Führungskräfte im Workspace? So ganz ohne Einzelbüros?

**Carsten Kluge:** Mein Chef setzt sich ganz normal mit auf die Fläche. Die Hierarchien werden so gefühlt flacher, als Mitarbeiter bin ich näher an den Führungskräften dran. Ich habe den Eindruck, dass die Abteilungs- und Dorfgemeinschaft so noch enger zusammenrückt.



Auf ein Gespräch: Jessica Posenauer nutzt den Ad-hoc-Besprecher für ein spontanes Meeting – das geht sogar virtuell und hybrid.



# GRÜN! WIRD DIGITAL!

Die VHV Gruppe wird immer digitaler. Immer mehr Kolleginnen und Kollegen arbeiten zudem im Homeoffice oder mobil. Höchste Zeit, dass sich auch die GRÜN! verändert. Nach 14 Jahren – davor gab es das FORUM – ist dies die letzte gedruckte Ausgabe. Ab der nächsten Ausgabe erscheint das Magazin digital. GRÜN! wird weiterhin die Veränderungen im Unternehmen begleiten und erklären, aber bunter, multimedialer und interaktiver. Seien Sie gespannt!