

LEIDENSCHAFTLICH: Entfachen Sie Ihr inneres Feuer

MUTIG: Die erste Frau an der Spitze einer Werbeagentur

VORAUSSCHAUEND: Diese Vorsorge passt zu Ihnen

VERLÄSSLICH: So schützen Sie sich vor Cyberattacken

ALLIANZ SPOTLIGHT



HERBST 2021

Leidenschaft teilen



MANUEL OTT
Redaktionsleiter Spotlight

Was ist Ihre Leidenschaft? Schnüren Sie jeden Morgen voller Elan die Joggingschuhe? Brennt Ihr Herz für die Oper, oder verbringen Sie jede freie Minute auf Ihrem Motorrad? Vielleicht gehören Sie aber auch wie ich zu jenen Zeitgenossen, die zwar vieles mit Freude betreiben, aber einer Sache selten mit Haut und Haar verfallen.

Leidenschaft teilen – das ist der Titel dieser Ausgabe. Passend dazu haben wir im Rahmen unserer «Share Your Fire» Kampagne 100 Sporttrikots fertigen lassen, in denen der Kampfgeist der grössten Schweizer Sportlegenden lodert. Wie das funktioniert und wie Sie ein Stück von diesem Feuer gewinnen können, erfahren Sie in unserer Titelstory (S. 8–12).

Eine Frau, die stets ihrer Leidenschaft folgte, ist Doris Gisler Truog. Sie leitete als erste Frau in der Schweiz eine Werbeagentur und legte mit ihrer Kampagne für das Frauenstimmrecht einen Grundstein für die Gleichstellung der Geschlechter (S. 20–23). Richtig viel Herzblut steckt auch im neuen Rennrollstuhl, den unser Markenbotschafter Marcel Hug persönlich mitentwickelt hat (S. 31). Und in unserer neuen Rubrik «Das ist Allianz» lesen Sie, mit wie viel Begeisterung unser Kunstsachverständiger Oliver Class jeden Tag seiner Arbeit nachgeht (S. 26–27).

Daneben erfahren Sie im aktuellen Spotlight unter anderem, wie wir die Abwicklung von Schadenfällen für Sie vereinfacht haben (S. 7) und was eine Fahrradpumpe mit Versicherungen zu tun hat (S. 28).

Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Stöbern. Und wer weiss: Vielleicht werden Sie dabei ja zu einer neuen Passion inspiriert? Denn wie der französische Dramatiker Nicolas Chamfort im 18. Jahrhundert schrieb: «Durch die Leidenschaften lebt der Mensch, durch die Vernunft existiert er bloss.»

Herausgeberin Allianz Suisse, Brand Management & Sponsoring, Richtiplatz 1, 8304 Wallisellen
Redaktionsleitung Seline Schneider, Manuel Ott **Redaktion** Bernd de Wall, Sabine Sonderegger, Roming Inauen, Angela Wimmer, Noëlle Sigrist, Sibylle Zumstein **Gestaltung** Elina Blomgren Frei
Digital Nora Niggli, Patrick Süsstrunk **Übersetzung** Übersetzungsdienst der Allianz Suisse
Illustration Michèle Imhof **Druck** Vogt-Schild Druck AG **Titelbild** Iouri Podladtchikov **Sprachen** Deutsch, Französisch, Italienisch **Online-Version** allianz.ch/spotlight **Kontakt** spotlight@allianz.ch
Swiss Made Das Magazin wird in der Schweiz produziert und erscheint halbjährlich.

Alle Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht reproduziert oder wieder verwendet werden. Alle Rechte vorbehalten.



6-7

ALLIANZ INSIDE

Das Neuste aus der Allianz Welt



8-12

TITELSTORY

Leidenschaft leben

Über Leidenschaft, Kampfgeist und wie man das Feuer entfacht.

13

WETTBEWERB

Gewinnen Sie das letzte «Share Your Fire»-Shirt

14

NACHHALTIGKEIT

Zweite Chance für Kleidung

Ein Kunstwerk aus gebrauchten Textilien zum ersten nationalen Klimatag.

15-19



PRODUKTE & SERVICES

Neue Produkte, verschiedene Vorsorgetypen und ein Faktencheck



20-23

DIVERSITY

Frau mit (M)Hut

Interview mit der Gewinnerin des Allianz Lifetime Award, Doris Gisler Truog.

28

GASTBEITRAG

Die Versicherung und ich

Max Küng: Warum der Autor und Kolumnist seine Velopumpe liebt.



29-30

CYBER

Gewappnet für Cyberattacken

Gefahren lauern überall. Wir zeigen Ihnen, wie Sie sich schützen.

24-25

KINO

Ein Sommer voller (Kino-)Emotionen

Die Highlights des Allianz Kinosommers.



26-27

DAS IST ALLIANZ

Kunst versichern heisst Kunst bewahren

Ein Einblick in den Arbeitsalltag unseres Kunstsachverständigen Oliver Class.

31

SPOTLIGHT

Mit Karbon auf Goldkurs

Marcel Hug zeigt uns seinen neuen Rennrollstuhl – der schnellste, der je gebaut wurde.

Seit 10 Jahren Nr. 1

Neues Jahr, neue Auszeichnung. Auch beim diesjährigen Pensionskassenvergleich der «SonntagsZeitung» erreichen wir wieder Spitzenplätze.

Text: Bernd de Wall



Ausgezeichnete Verzinsung: Das gilt für die beruflichen Vorsorgelösungen der Allianz Suisse auch im diesjährigen Pensionskassenvergleich, der vom Beratungsunternehmen Weibel Hess & Partner in Zusammenarbeit mit der renommierten «SonntagsZeitung» durchgeführt wurde. Gleich in zwei Vollversicherungskategorien stand die Allianz Suisse auf dem Siegertreppchen. So belegten wir in der Kategorie «Beste Anlagerendite über 3 Jahre» den ersten Rang. Diesen Platz behauptete die Allianz Suisse auch in der Kategorie «Beste Verzinsung über 10 Jahre» – und das zum zehnten Mal in Folge. Das zeigt: Nachhaltige Investitionen und hervorragende Renditen sind bei uns zwei Seiten der gleichen Medaille.

Digitale Schadenregulierung

Ihr Velo wird am Bahnhof gestohlen? Oder Ihre Waschmaschine ist ausgelaufen? Das ist ärgerlich. Mit unserer neuen digitalen Schadenregulierung aber nur halb so schlimm. Wir bearbeiten Ihren Schaden schnell und unkompliziert. Und das Beste: Sie wählen, in welcher Form Sie den Schaden ersetzt haben möchten.

Text: Angela Wimmer

Wenn Sie uns einen Hausrat- oder Haftpflichtschaden melden, erhalten Sie neu Zugang zu einem Online-Portal. Dort haben Sie die Wahl, die erstatteten Gegenstände direkt zu bestellen, den Entschädigungsbetrag auf Ihr Konto überweisen zu lassen oder sich für einen der vielen Gutscheine mit attraktiven Rabatten zu entscheiden. Wie das genau funktioniert, zeigen wir Ihnen anhand eines Schadenbeispiels:

In den Ferien wird Susanne ihr neues E-Bike gestohlen. Sie meldet den Diebstahl als Erstes bei der Polizei und dann bei der Allianz. Wir prüfen den Schaden und regulieren ihn. Kurz darauf erhält Susanne von uns ein Regulierungsmail mit Zugangsdaten zum Online-Portal. Susanne kann nun aus folgenden drei Möglichkeiten auswählen:

Option 1



Susanne sucht sich ein gleichwertiges Velo aus (**Realersatz**) oder kauft sich ein anderes Produkt wie etwa eine Fotokamera oder ein Handy (**Produkt**).

Option 2



Susanne wählt einen Gutschein, den sie zu einem späteren Zeitpunkt einlösen kann (**Gutschein**).

Option 3



Susanne entscheidet sich für die Auszahlung und lässt sich den Entschädigungsbetrag auf ihr Bankkonto überweisen (**Auszahlung**).

Leidenschaft leben

Rudern, Gärtnern oder Gitarre spielen – was gibt es Schöneres, als sich einer Tätigkeit voll und ganz hinzugeben? Leidenschaft motiviert, macht Freude und steigert unser Wohlbefinden.

Text: Sibylle Zumstein



Von der Antike bis in die Moderne haben sich unzählige Künstlerinnen und Philosophen mit dem Thema Leidenschaft beschäftigt. Dabei war und ist die Leidenschaft oft innerer Antrieb und Ausdruck der Kunst zugleich. Und natürlich hat auch die heutige Psychologie die Bedeutung der Leidenschaft untersucht. So zum Beispiel Robert Vallérand, Psychologieprofessor an der Université du Québec im kanadischen Montreal. Er geht der Frage nach, was die Leidenschaft in der Psyche und im Leben von uns Menschen bewegt.

Leidenschaft = Begeisterung + emotionale Verbundenheit?

Gemäss Vallérand müssen fünf Kriterien erfüllt sein, damit eine Aktivität auch als Leidenschaft gilt: Man muss dafür viel Zeit aufwenden und sich über einen langen Zeitraum damit beschäftigen, die Sache mit Begeisterung tun, ihr eine grosse Bedeutung beimessen, emotional mit ihr verbunden sein und die Aktivität als Bestandteil der eigenen Identität empfinden.

Leidenschaft ist also mehr als eine reine Freizeitbeschäftigung. Und natürlich gibt es nicht die eine Leidenschaft, die wir alle teilen. Was für die eine der Fussball ist, ist für den anderen die Musik. Oder eben das Gärtnern. Um herauszufinden, was Leidenschaft konkret bedeutet, haben wir bei drei Menschen nachgefragt, die es wissen müssen – bei einer Spitzensportlerin und bei den kreativen Köpfen hinter unserer «Share Your Fire»-Kampagne (Seite 13).

Julia Seemann



«Einer Bestimmung folgen»

«Leidenschaft ist eine Bestimmung, der man folgen muss. Man hat den Drang, einer Sache nachzugehen, auch wenn es nicht der einfachste Weg ist – man muss es trotzdem tun», sagt die Designerin Julia Seemann. Ihre Leidenschaft für nachhaltiges Design hat Seemann zusammen mit ihrem Partner Flavio Zimmermann und Iouri Podladtchikov in die 100 handgefertigten Shirts gesteckt, die im Rahmen der «Share Your Fire»-Kampagne entstanden sind.

Die Mode der Schweizer Designerin ist inspiriert von Kunst, Musik und Subkultur. Zudem setzt sie auf nachhaltige Kollaborationen. 2017 wurde Julia mit dem Swiss Design Award ausgezeichnet.

Iouri Podladtchikov



«Den Kampfgeist teilen»

Seine Leidenschaft weitergeben – das will Iouri Podladtchikov, der das Shirt von seinem letzten Wettkampf in der Halfpipe 2019 in Laax spendete. «In diesem Shirt habe ich mich vom Spitzensport verabschiedet. Ich finde es toll, dass der Kampfgeist, der da drinsteckt, jetzt in anderen Menschen weiterleben darf.» Für die «Share Your Fire»-Kampagne konnte Podladtchikov sowohl seine Expertise als Sportler wie auch seine Leidenschaft für das Fotografieren einbringen.

In knapp zwanzig Jahren Wettkampfsnowboarden holte Iouri Podladtchikov vier WM-Medaillen und Olympisches Gold. Mit dem Sieg an den Olympischen Winterspielen in Sotschi 2014 feierte er seinen grössten Erfolg.

Abassia Rahmani



«Neues ausprobieren»

Für die Parathletin und Blade-Runnerin Abassia Rahmani, die im Videospot zur «Share Your Fire»-Kampagne zu sehen ist, bedeutet Leidenschaft, «dass vermeintlich schwierige Herausforderungen einfacher werden». Sie findet ihre Motivation beim Sport im Wissen darum, dass sie stets das Beste aus sich herauszuholen versucht. Dazu gehöre auch der Mut, Neues auszuprobieren und sich aus der Komfortzone herauszuwagen. Ihre Ziele verfolgt sie dabei mit Engagement, Gewissenhaftigkeit und dem Wissen im Hinterkopf, dass das Leben auch zum Geniessen da ist.

Die Parathletin holte Bronze an der EM 2016 und wurde im selben Jahr vierte im 200-Meter-Final an den Paralympischen Spielen in Rio 2016. Zwei Jahre später folgte die Goldmedaille an der EM in Berlin 2018.



Die Leidenschaft suchen – und finden

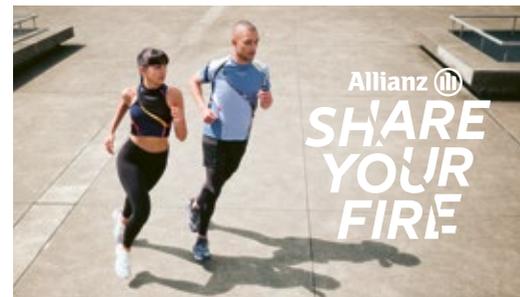
Einer Leidenschaft nachzugehen, kann eine wunderbare und erfüllende Sache sein. Denn wer seine Passion mit Beharrlichkeit verfolgt, kann dabei sogar in einen sogenannten Flow geraten – diesen Zustand völliger Versunkenheit in eine Tätigkeit. Stellt sich das Flow-Erlebnis regelmässig ein, steigert es nicht nur die geistige und die körperliche Leistungsfähigkeit, wie Studien belegen, sondern auch das allgemeine Wohlbefinden und die Lebenszufriedenheit.

Doch was tun, wenn sich solche Momente im Alltag nicht einstellen oder man keine beson-

dere Leidenschaft verspürt? Zu Beginn helfen ein paar zentrale Fragen: Wer bin ich? Was mag ich? Was habe ich in meiner Kindheit oder Jugend gerne gemacht? Was sind meine Stärken? Welche Aktivitäten könnten zu meinen Stärken passen? Es gilt herauszufinden, was einem Freude bereitet, um sich dann in diese Richtung zu entwickeln. Entweder Schritt für Schritt oder auch mittels einer radikaleren Veränderung. Denn Leidenschaft kann man lernen.

Das Geheimrezept? Übung, Geduld und Beharrlichkeit. Und manchmal braucht es eine Portion Mut, einfach zu machen und seine Leidenschaft zu leben.

Einer Leidenschaft nachzugehen, kann eine wunderbare Sache sein.



«Share Your Fire» – wir entfachen das Feuer

Wir sind weltweite Versicherungspartnerin der Olympischen und Paralympischen Bewegungen. Deshalb haben wir uns zum Ziel gesetzt, Athletinnen und Athleten sowie Fans in der ganzen Schweiz einander näherzubringen. Um die Leidenschaft und den Kampfgeist der Olympischen und Paralympischen Spiele weiterzutragen, haben wir die «Share Your Fire»-Kampagne ins Leben gerufen. Über 100 Athletinnen und Athleten – von Tennislegende Roger Federer über Fussballer Stephan Lichtsteiner bis zu Skifahrerin Wendy Holdener – haben dafür ein Stück ihres Feuers in Form von Sporttrikots mit uns geteilt. Trikots, in denen geschwitzt, gehofft und gekämpft wurde.

Aus den gesammelten Trikots haben Olympia-Goldgewinner Iouri Podladtchikov und das Designer-Duo Julia Seemann und Flavio Zimmermann 100 handgefertigte Shirts entworfen. Jedes Einzelstück wurde mit viel Leidenschaft in einem aufwändigen Upcycling-Prozess verarbeitet. Die «Share Your Fire»-Shirts vereinen die Kraft, die Disziplin und den Teamgeist von Menschen, die im Sport über sich hinausgewachsen sind. Damit das Feuer auch in Zukunft brennt.

Für jedes erhaltene Trikot spenden wir 500 Franken an die Schweizer Sporthilfe und unterstützen damit die Sportelite von morgen. Die Shirts gibt es nicht zu kaufen, sondern nur zu gewinnen.



WETTBEWERB

Möchten auch Sie das Feuer und die Leidenschaft von Schweizer Top-Athletinnen und -Athleten in die Welt hinaustragen? Dann machen Sie mit bei unserem Wettbewerb und sichern Sie sich das letzte «Share Your Fire»-Trikot. Beantworten Sie dazu einfach folgende Frage:

Wie viele Shirts wurden für die «Share Your Fire»-Kollektion entworfen?

A) 1000 B) 100 C) 500

Schicken Sie Ihre Antwort per E-Mail an spotlight@allianz.ch oder per Post an Allianz Suisse, Spotlight, M BS, Postfach, 8010 Zürich.

Teilnahmebedingungen: Teilnahmeberechtigt sind alle Kundinnen und Kunden der Allianz Suisse, Mindestalter 18 Jahre. Einsendeschluss ist der 30. April 2022. Der Gewinner oder die Gewinnerin wird mit einem eingeschriebenen Brief benachrichtigt. Gewinne können nicht in Bargeld bezogen werden. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.





Zweite Chance für Kleidung

Am 1. Nationalen Klimatag liess die Allianz am Zürcher Hauptbahnhof ein Kunstwerk aus gebrauchten Kleidern entstehen – und setzte damit ein Zeichen für mehr Nachhaltigkeit.

Text: Noëlle Sigrist

Was viele nicht wissen: Die Textilindustrie produziert fast 10 Prozent der weltweiten CO₂-Emissionen. Um auf diese Thematik aufmerksam zu machen, liessen wir gemeinsam mit dem Schweizer Künstler Fabian Florin alias «Bane» in der Zürcher Bahnhofshalle ein rund 300 Quadratmeter grosses Kunstwerk aus gebrauchten Kleidern entstehen.

Zusätzlich haben wir vor Ort unter dem Motto «Gib deinen Kleidern eine zweite Chance»

Altkleider-Sammelboxen aufgestellt. Die so gesammelten Textilien haben wir zusammen mit den für das Kunstwerk verwendeten Kleidern an unseren langjährigen Partner, das Schweizerische Rote Kreuz (SRK), gespendet. Das SRK brachte diese Kleider dann in seinen Secondhandshops in Bern wieder in den Kreislauf – so geht Nachhaltigkeit.

Wie wir uns sonst noch für Nachhaltigkeit einsetzen: [allianz.ch/nachhaltigkeit](https://www.allianz.ch/nachhaltigkeit)

Unbeschwerter reisen

Endlich wieder ferne Länder erkunden? Mit der neuen Epidemie- und Pandemiedeckung in unserer Reiseversicherung sind Sie ein bisschen unbeschwerter unterwegs.

Text: Bernd de Wall

Das Coronavirus hat viele Reisepläne zunichtegemacht. Die Folge: Die Verunsicherung, welche Reisebedingungen gelten und welche Ereignisse eventuell von der Reiseversicherung gedeckt sind oder nicht, wurde immer grösser. Damit ist jetzt Schluss: Die Allianz deckt bei neu abgeschlossenen Reiseversicherungen die Kosten in Zusammenhang mit einer epidemischen

oder pandemischen Krankheit. Damit sind beispielsweise Annullierungskosten aufgrund einer Coronaerkrankung oder bei individueller Quarantänpflicht aufgrund eines Verdachts auf Corona gedeckt. Sie haben Reisepläne? Dann sollten Sie Ihre bisherige Allianz Reiseversicherung unbedingt auf die neuen Bedingungen anpassen – so reist es sich wesentlich unbeschwerter.



Für mehr Informationen zu unserer neuen Pandemie- und Epidemiedeckung kontaktieren Sie Ihre Beraterin oder Ihren Berater.

Mut heisst heute schon an morgen denken

Jeder Mensch hat seine eigenen Bedürfnisse. Dies gilt auch für die persönliche Vorsorge. Anhand von drei konkreten Beispielen zeigen wir Ihnen, worauf Sie bei Ihrer Vorsorge achten sollten.

Text: Seline Schneider und Manuel Ott



BEN (37) UND LAURA (42)

Laura und Ben sind verheiratet und wohnen mit ihren beiden Kindern in einem gemeinsamen Haus. Laura arbeitet Vollzeit, Ben ist freischaffender Künstler und Hausmann. Ihnen ist es wichtig, dass ihre Familie gut abgesichert ist, falls einem der beiden etwas zustösst. Momentan leben sie eher bescheiden, nach der Pensionierung möchten Ben und Laura das Leben aber in vollen Zügen geniessen.

Unsere Empfehlung: Falls Laura oder Ben arbeitsunfähig wird oder stirbt, muss der oder die andere alleine für die gemeinsame Hypothek aufkommen. Deshalb empfehlen sich unbedingt eine Erwerbsunfähigkeits- und eine Todesfallversicherung. Gerade Ben als Selbstständiger ist ungenügend abgesichert. Um für die Zeit nach der Pensionierung zu sparen, macht eine dritte Säule Sinn.

Tipp: Über die staatliche Invalidenversicherung sind Kinder und Jugendliche in der Regel ungenügend abgesichert. Hier bietet sich eine Kindervorsorge an für den Fall, dass sie erwerbsunfähig werden.

allianz.ch/versicherungen-familien



DOMINIQUE (58)

Dominique lebt in einer Mietwohnung in der Stadt. Sie ist alleinstehend und gerade Grossmutter geworden. Gerne möchte sie mehr Zeit mit ihrem Enkel verbringen und überlegt sich daher, bei der Arbeit kürzerzutreten oder sich gar vorzeitig pensionieren zu lassen. Sie ist sich aber nicht sicher, ob sie sich das auch leisten kann.

Unsere Empfehlung: Kurz vor der Pensionierung macht es Sinn, mit der dritten Säule letzte Vorsorgelücken zu schliessen. Gleichzeitig sollte Dominique gemeinsam mit ihrer Beraterin oder ihrem Berater einen Pensionierungsplan erarbeiten. Dabei kann sie etwa die Frage klären, ob sie ihr Altersguthaben als Rente oder als Kapital beziehen möchte und ob eine frühzeitige Pensionierung finanziell tragbar ist.

Tipp: Für Dominique könnte eine langfristige Sparversicherung mit Fondsanlagen Sinn machen. So kann sie ihrem Enkel später einen Auslandsaufenthalt oder den Führerschein finanzieren.
allianz.ch/pensionsplanung



LUCA (25)

Luca wohnt mit drei Kollegen in einer WG und arbeitet als Schreiner. Er träumt davon, einmal seine eigenen vier Wände zu besitzen. Gleichzeitig macht sich Luca Sorgen, ob er nach der Pensionierung genügend Geld hat, um seinen Lebensstandard zu halten.

Unsere Empfehlung: Für Luca macht das Sparen in der dritten Säule Sinn. Auf diese Weise spart er Steuern und kann allfällige Lücken in seiner Altersvorsorge schliessen. Gleichzeitig eignet sich die dritte Säule auch für mittelfristiges Sparen – etwa für ein Eigenheim. Bei einem längeren Anlagehorizont könnte auch eine Fondsanlage sinnvoll sein.

Tipp: Obwohl er noch jung ist, kann Luca durch eine längere Krankheit arbeitsunfähig werden. Deshalb empfiehlt sich auch eine Erwerbsunfähigkeitsversicherung für ihn.

allianz.ch/junge

Welcher Vorsorgetyp sind Sie?
Möchten Sie wissen, welche Vorsorge am besten zu Ihnen und Ihrer Lebenssituation passt? Finden Sie es heraus mit unserem digitalen Vorsorge-Assistenten.
allianz.ch/vorsorge-assistent

Faktencheck: Carglass® verschafft den Durchblick

Unser Partner Carglass® räumt auf mit drei Mythen zum Thema Reparatur von Glasschäden.

Text: Manuel Ott



1

Glasschäden im Sichtfeld dürfen nicht repariert werden.

FALSCH

Seit 2019 erlaubt das Bundesamt für Strassen (Astra) die Reparatur von Glasschäden im Sichtfeld – vorausgesetzt, dass nach der Reparatur keine Verzerrungen im Sichtfeld auftauchen. Das ist mit den modernen Reparaturmethoden in der Regel kein Problem.

2

Bei all der Technik, die in den heutigen Fahrzeugen steckt, müssen Windschutzscheiben bei einem Schaden sowieso ersetzt werden.

FALSCH

Moderne Fahrzeuge sind zwar immer öfter mit Sensoren und sogenannten Fahrerassistenzsystemen, kurz FAS, ausgestattet. Die Reparaturprofis von Carglass® finden aber in jedem Fall die ideale Lösung – und sorgen wenn nötig für eine perfekte Kalibrierung der FAS nach Herstellervorschriften.

3

Reparieren ist ökologischer als Ersetzen.

RICHTIG

Eine Windschutzscheibe zu reparieren, verbraucht 10 Mal weniger CO₂, als die Scheibe zu ersetzen. Mit dem Reparaturverfahren spart Carglass® jedes Jahr mehr als 370 Tonnen Kohlendioxid. Und dank Abfallverminderung und geschicktem Recycling wird der CO₂-Fussabdruck zusätzlich reduziert.

Mit unserem Partner Carglass® dauert die Reparatur einer Frontscheibe nur etwa 30 Minuten und kann bequem bei Ihnen zu Hause oder an einem Ort Ihrer Wahl durchgeführt werden. Ausserdem bekommen Sie mit Carglass® eine lebenslange Garantie auf die Scheibenreparatur. Einen Glasschaden können Sie übrigens direkt auf [allianz.ch/schaden](https://www.allianz.ch/schaden) melden.

Frau mit (M)Hut



Doris Gisler Truog (93) ist eine ehemalige Journalistin und Werberin. 30 Jahre lang leitete sie die Werbeagentur Gisler & Gisler. Frau Gisler Truog hat zwei Töchter und lebt mit ihrem Mann in Meilen am Zürichsee.

«Wenn es um Gleichberechtigung geht, bin ich Feministin.»

Frau Gisler Truog, Sie haben als erste Frau in der Schweiz eine Werbeagentur geleitet. Wie war das für Sie? Was waren die grössten Herausforderungen?

Da ich die Werbeagentur Gisler & Gisler zusammen mit meinem Mann Kaspar aufgebaut habe, bin ich langsam in die Aufgabe hineingewachsen – obwohl ich gar keine Management-Ausbildung hatte. Nach dem Tod meines Mannes war die grösste Herausforderung, gleichzeitig mit dem Schmerz um seinen Verlust, mit der neuen beruflichen Situation und den Aufgaben einer alleinerziehenden Mutter zurechtzukommen.

Haben Sie sich jemals als Frau diskriminiert oder nicht ernst genommen gefühlt?

Ich habe von meiner Ausnahmesituation als Frau eher profitiert und mich nie diskriminiert gefühlt. 1974 wurde ich sogar von meinem Berufsverband, der Schweizerischen

Public Relations Gesellschaft, zur Präsidentin gewählt – und das von vorwiegend männlichen Mitgliedern. Meine Kunden haben mich immer ernst genommen, auch wenn sie sich manchmal über meine Hüte amüsiert haben.

1969 haben Sie mit Ihrer Abstimmungskampagne massgebend zum Frauenstimmrecht in Zürich beigetragen. Was war Ihr Erfolgsgeheimnis?

Der Erfolg dieser Kampagne war auf den völlig neuen Ton zurückzuführen, mit dem ich die Männer ansprach. Ich nahm die Argumente der Gegner auf, zeigte dafür ein gewisses Verständnis und widerlegte sie dann nicht nur mit Charme, sondern auch mit harten, statistisch erwiesenen Tatsachen. Ich sah – und sehe – die Männer nicht als Feinde, sondern appellierte an ihre guten Eigenschaften wie Ritterlichkeit und Sinn für Gerechtigkeit.

Doris Gisler Truog (93) war die erste Frau an der Spitze einer Werbeagentur und spielte 1969 eine zentrale Rolle im Kampf um das Frauenstimmrecht. Für ihr Engagement wurde sie jetzt mit dem «Allianz Lifetime Award» ausgezeichnet.

Interview: Seline Schneider

Wie hat sich die Lage der Frauen seitdem verändert?

Die Lage der Frauen und vor allem ihr Selbstwertgefühl haben sich mit der politischen Gleichberechtigung entscheidend verändert. Ich freue mich immer, wie selbstverständlich diese Situation heute für die jungen Frauen ist. Wir sind zwar immer noch auf einem langen, aber auf einem guten Weg.

Sind Sie eine Feministin?

Ich bin selbstverständlich Feministin, wenn es um die Gleichberechtigung geht. Ich meine aber nicht, dass den Frauen mehr Rechte zustehen als den Männern. Gegenseitiger Respekt und Toleranz sind für mich entscheidende Werte im Zusammenleben.

Für Ihr Engagement wurden Sie kürzlich beim Diversity Award mit dem «Allianz Lifetime Award» ausgezeichnet. Was bedeutet Ihnen diese Auszeichnung?

Eine solche Auszeichnung zu erhalten, ist für mich eine grosse Ehre, über die ich mich sehr freue.

«Ich sehe die Männer nicht als Feinde.»

Wenn Sie eine Kampagne zur Förderung von Diversität machen könnten, wie sähe die aus?

Ich würde vorgehen wie damals beim Frauenstimmrecht: gute Argumente, ohne Fanatismus geschickt präsentiert.

Was macht Ihrer Meinung nach gute Werbung aus?

Gute Werbung muss authentisch und überzeugend sein. Sehr gute Werbung ist dazu noch unterhaltsam und spricht ihr Zielpublikum mit einem Augenzwinkern an.

Was halten Sie als ehemalige Journalistin und Werberin vom vieldiskutierten Gendern?

Ich liebe die Sprache und bin betrübt, wenn sie holprig wird.

Haben Sie neben der Sprache noch eine andere Leidenschaft?

Mein Herz brennt für Schönheit in allen Belangen. Für innere und äussere Schönheit, für Schönheit im Alltag und für Schönheit, wie die Kunst sie uns vermittelt. Und natürlich habe ich eine grosse Leidenschaft für Hüte (lacht).

Wenn Sie heute auf Ihr Leben zurückblicken: Worauf sind Sie am meisten stolz?

Mich erfüllt vor allem eine grosse Dankbarkeit, dass mir – trotz aller Fehler, die mir auch unterlaufen sind – so vieles gelingen durfte. So sind meine beiden Töchter trotz des frühen Verlusts des Vaters zu höchst erfreulichen und liebevollen Menschen herangewachsen. Manche meiner Werbekampagnen und Slogans werden heute noch als herausragend wahrgenommen (z. B. Figuggeli; Fondue isch guet und git e gueti Luune), das freut mich natürlich sehr. Stolz bin ich auch, dass ich mitten in der Ölkrise den Mut hatte, ein grosses Geschäftshaus zu kaufen und für die Bedürfnisse meiner Agentur umzubauen. Und dass ich allen meinen Mitarbeitenden stets den Arbeitsplatz erhalten konnte – mit vielen von ihnen bin ich heute noch befreundet. Wirklich stolz bin ich aber auf die Tatsache, dass ich auch in den schwierigsten Situationen meines Lebens immer Haltung bewahrt habe.

«Mein Herz brennt für Schönheit in allen Belangen.»

Und was möchten Sie unbedingt noch erleben?

Ich bin leider eine Chaotin und bemühe mich mein Leben lang eher erfolglos, ordentlich zu werden. Daran arbeite ich immer noch. Erlebt habe ich sehr viel Schönes. Zurzeit freue ich mich einfach über jeden Tag, den ich mit meinem Mann, meiner Familie und meinen Freunden noch erleben darf.



Werbeplakat von Gisler & Gisler zum Frauenstimmrecht 1969.

KINO



Foto: Lisa Strautmann

Ein Sommer voller (Kino-) Emotionen

Mut heisst aus jedem Tag grosses Kino machen. Getreu diesem Motto freuten wir uns ausserordentlich, dass der Allianz Kinossommer in diesem Jahr wieder einiges bereithielt.

Text: Rominga Inauen



Foto: Jeton Shali

Ein Zeichen setzen: Im Rahmen der Kampagne #WeThe15 wurde die Kornhausbrücke in Bern violett beleuchtet.

Nach einem Jahr Pause ist das Open-Air-Kino wieder zurück. Den Startschuss zum Kinossommer machte Allianz Cinema am Zürichhorn, auf dem Münsterplatz und am Port Noir. Passend zur Sommerstimmung zeigte das Programm ausschliesslich Feel-Good-Filme. Neu bei Allianz Cinema: eine Kaffeebar, wo Besucherinnen und Besucher in den Genuss verschiedener Kaffeeaktionen von ViCAFE kamen.

KINO



Foto: Lisa Strautmann

Natürlich durfte in diesem Jahr auch die Allianz Family Night nicht fehlen. Passend zur Vorpremiere des Animationsfilms «In 80 Tagen um die Welt» konnten die Kleinen vor Ort auf Entdeckungsreise gehen.

Und die Red Cross Night stand ganz im Zeichen der «Young Carers» – Kinder, die sich bereits in jungen Jahren um ihre Eltern oder Grosseltern kümmern. Der Film «Der Junge muss an die frische Luft» vermittelte auf humorvolle und herzliche Art, wie der Alltag dieser Kinder aussieht.

Aber auch die Allianz Cinema Nights an 20 Standorten in der ganzen Schweiz sorgten für unvergessliche Kinomomente. In Luzern beispielsweise stand der Abend ganz im Zeichen der Jäger – Jodlerclub und Filmschaffende inklusive.

Kino der ganz besonderen Art gab es dieses Jahr in Bern auf der Kornhausbrücke zu erleben. Dort machte Allianz Cinema on Tour im Rahmen von «Sur le Pont» Halt. Ein Open-Air-Kino auf einer Brücke – ein einzigartiges Erlebnis. Im Rahmen der Kampagne #WeThe15 setzten wir am 19. August ein Zeichen für Diversity and Inclusion und legten bildlich gesprochen den violetten Teppich aus. Am ersten Sonntag im September fand zudem der fünfte Allianz Tag des Kinos statt. Kino für fünf Franken – ein Sommerhighlight für alle Filmbegeisterten. Der Nächste kommt am 4. September 2022. Jetzt vormerken.

allianz.ch/cinema



Foto: Lisa Strautmann

Kunst versichern heisst Kunst bewahren

Hinter allem, was wir bei der Allianz tun, stecken Menschen. Diese Menschen möchten wir Ihnen gerne vorstellen. Heute im Spotlight: Oliver Class, Kunstsachverständiger bei der Allianz.

Text: Sabine Sonderegger



Spazierstocksammlungen, Jugendstilvasen und allerlei spannende Geschichten – auf den ersten Blick vielleicht nicht unbedingt das, was man mit einer Versicherung verbindet. Doch genau dies gehört zum Alltag von Oliver Class. Der passionierte Kunstsachverständige ist für unsere Kunstversicherungsabteilung in der ganzen Schweiz auf Achse und schätzt die Kunstsammlungen unserer Kundinnen und Kunden.

Neben Gemälden von Hodler oder Andy Warhols «Marilyn»-Siebdrucken inspiziert er auch afrikanische Skulpturen,

Erstausgaben von Büchern des 18. Jahrhunderts oder eben Spazierstöcke. Kurzum: die ganze Palette an Gegenständen, die Liebhaberinnen und Liebhaber mit viel Herzblut und finanziellem Aufwand sammeln. Seine Arbeitsinstrumente: Messband, Schreibblock, ein immenses kunsthistorisches Wissen, viel Neugierde und ansteckende Begeisterung.

Auch nach über 30 Jahren im Beruf blitzen die Augen des promovierten Kunsthistorikers auf, wenn er über seine Arbeit spricht: «Ich lerne jeden Tag neue Menschen kennen und

entdecke die Geschichten hinter ihnen und ihren Kunstsammlungen.»

Mit inbegriffen bei seinen Besuchen sind nicht nur spannende Gespräche und die Einschätzung des aktuellen Marktwerts der Kunstobjekte, sondern auch Tipps zur Aufbewahrung, zum Transport oder zu deren Verkauf. Und manchmal leider auch die Aufklärung darüber, dass es sich um eine Fälschung handelt. «Der Kunstmarkt ist für gewiefte Kriminelle sehr lukrativ. In rund 10% der Fälle müssen wir eine Versicherungsanfrage

leider ablehnen, weil das Objekt gefälscht oder von dubioser Herkunft ist», so Class.

Ist aber alles in Ordnung mit dem Kunstwerk, hat der Kunde oder die Kundin mit der Art Privatversicherung seine oder ihre Kunstsammlung gegen jeden Verlust und jede Beschädigung abgesichert. Und mit Oliver Class einen Kunstexperten und Gesprächspartner gefunden, der seine oder ihre Leidenschaft teilt.

Mehr zu unserer Kunstversicherung finden Sie auf [allianz.ch/kunst](https://www.allianz.ch/kunst).



Die Versicherung und ich

Meine Leidenschaft ist das Rennvelofahren. Was mir vor allem gefällt: die Leichtigkeit, mit der man so schnell vorankommt. Man muss auch nichts dabei haben ausser einer Banane und ein paar Franken für einen Kaffee unterwegs und einer Pumpe für den Fall eines platten Reifens. Ich liebe meine Pumpe! Sie ist nicht grösser als eine Salametti und wiegt bloss 79 Gramm, problemlos verschwindet sie in der Rucksacktasche des Rennvelotrikots. Sie ist eine wahre Meisterleistung der Ingenieurskunst. Ob ich die Pumpe je gebraucht habe? Ja, einmal. Vor drei Jahren wohl. Gut 35 Kilometer von zu Hause entfernt auf dem Gottschalkenberg, als wegen des steilen Aufstiegs mir die Luft ausging und eines spitzen Steines wegen leider auch meinem Hinterrad. Da bemerkte ich, dass ich die Pumpe zu Hause vergessen hatte. Etwas, das mir zuvor noch nie passiert war. Und auch nie mehr passieren wird. Meine Pumpe, so klein sie auch sein mag, sie ist meine Versicherung. Wenigstens dann, wenn ich sie dabei habe.

– Max Küng

Max Küng



Foto: Maurice Haas

Max Küng (*1969) stammt aus Maisprach (BL), wo er auf einem Bauernhof aufwuchs. Seit zwanzig Jahren schreibt er Texte und Kolumnen für *Das Magazin*. Eben erschien im Verlag *Kein & Aber* sein neuer Roman «Fremde Freunde», in dem es um die «schönste» Zeit des Jahres geht: um die Ferien. Max Küng lebt in Zürich und im MisoX, ist verheiratet und Vater zweier Söhne.

Gewappnet für Cyberattacken



Homeoffice und die zunehmende Digitalisierung öffnen Tür und Tor für Cyberkriminelle. Wirksamer Schutz ist gefragt – sowohl für Unternehmen als auch für Privatpersonen.

Text: Bernd de Wall

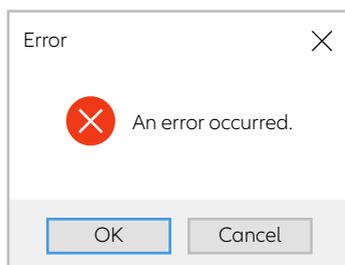
Durch die fortschreitende Digitalisierung steigt auch die Gefahr, Opfer einer Cyberattacke zu werden. Unternehmen drohen Schäden in Millionenhöhe, Imageverluste und sogar ein existenzgefährdender Betriebsunterbruch, wenn Internetkriminelle Daten stehlen, Schadprogramme in Netzwerke einschleusen oder Server mit ihren Attacken lahmlegen – prominente Beispiele gibt es leider genügend. Der Trend zum Homeoffice spielt den Cyberkriminellen dabei in die Karten.

Mitarbeitende sensibilisieren

Das unterstreicht auch der Allianz Risk Barometer 2021: Nach Betriebsunterbruch zählen Cybervorfälle und Pandemieausbrüche zu den drei Top-Risiken für Unternehmen in der Schweiz. Der durch die Pandemie getriebene Trend hin zu mehr Digitalisierung und Homeoffice verschärft die Situation weiter. So sind Phishing- und Betrugsfälle laut Interpol 2020 beispielsweise um die Hälfte gestiegen. Gerade Mitarbeitende von kleineren und mittleren Unternehmen (KMU) gelten als Einfallstor für Cyberkriminelle.

Denn sie unterschätzen das Risiko für das eigene Unternehmen, wie die Studie «Cyberrisiken und Schweizer KMU» der ZHAW und der Allianz Suisse festhält. Um Risiken zu senken, braucht es neben einer entsprechenden Cyberversicherung auch Sensibilisierungsmassnahmen und die Vorbereitung von Notfallszenarien, um die Wachsamkeit zu stärken.

Wollen Sie Ihr Unternehmen gegen Cyberattacken schützen? Mehr Infos unter allianz.ch/cyber-risk

**Cyberschutz für Private**

Sind auch Sie als Privatperson bereits Opfer eines Hackerangriffs geworden? Keine Sorge, wir lassen Sie nicht im Regen stehen und haben unseren Online- und Kaufschutzbrief an die Gefahren aus dem Netz angepasst. Damit sind Sie nicht nur bei Käufen im Internet oder bei missbräuchlicher Verwendung Ihrer Bankkarten geschützt. Sie geniessen durch unsere erweiterte Deckung

«Cyberschutz» neu auch Unterstützung bei rufschädigenden Inhalten im Netz, bei der Entfernung von Schadsoftware oder bei der Wiederherstellung der Daten auf Ihrem Computer – so sind Sie für Cyberattacken besser gewappnet.

Mehr Informationen zu unserem Cyberschutz für Privatpersonen finden Sie unter allianz.ch/cyberschutz.

Mit Karbon auf Goldjagd

Der Schweizer Rollstuhl-Leichtathlet und Mehrfach-Medaillengewinner Marcel Hug bestreitet seine Wettkämpfe seit diesem Sommer mit einem neuartigen Vollkarbon-Rennrollstuhl. Bei der Entwicklung hat er persönlich mitgewirkt.

Text: Noëlle Sigrist

Insgesamt vier Jahre hat Hug mit einem Team aus Spezialistinnen und Spezialisten getüftelt. Sein Ziel: der schnellste Rennrollstuhl, der je gebaut wurde. Sämtliche Komponenten, wie die optimierte Aerodynamik, die Sitzposition, die Steifigkeit und das Gewicht, wurden auf ihn persönlich abgestimmt. Entstanden ist dabei einer der weltweit ersten Rennrollstühle aus 100% Karbon – komplett in der Schweiz entwickelt.



Für den 35-jährigen Weltmeister und Paralympics-Medaillengewinner hat der neue Rennrollstuhl eine grosse Bedeutung. «Es war eine riesige Chance und Ehre, bei diesem Projekt mitarbeiten zu dürfen. Das Endprodukt ist das eine. Aber der ganze Prozess war für mich ebenso wertvoll. Ich durfte mit tollen, motivierten Menschen arbeiten, war umgeben von professionellem Spirit und konnte dabei noch viel lernen.»

Der neue Rennrollstuhl war für Marcel Hug ein mentaler Extraboost für die Paralympischen Spiele Tokyo 2020. Und dieser hatte es offensichtlich in sich: Der Thurgauer staubte in Japan nämlich nicht nur vier Goldmedaillen ab, sondern stellte auch einen neuen Weltrekord über 1500 Meter auf.

Wir gratulieren ganz herzlich!

allianz.ch/sport



Folgen Sie uns:
alliansuisse



allianz.ch

Allianz 

