

ALLIANZ SPOTLIGHT



FRÜHLING 2020

IMPRESSUM

HERAUSGEBERIN

Allianz Suisse, Brand Management & Sponsoring
Richtiplatz 1, 8304 Wallisellen

REDAKTIONSLEITUNG

Seline Schneider, Manuel Ott

REDAKTION

Bernd de Wall, Rominga Inauen, Sarah Soland

GESTALTUNG

Elina Blomgren Frei

DIGITAL

Livia Hitz, Nora Koch

ÜBERSETZUNG

Übersetzungsdienst der Allianz Suisse

DRUCK

Vogt-Schild Druck AG

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

TITELBILD

Clarisse Croset

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

MUT HEISST WELTEN VERNETZEN



Seline Schneider

Redaktionsleiterin Spotlight

Heute ist alles miteinander vernetzt. Wir kaufen per Knopfdruck ein, steuern unsere Wohnung übers Smartphone und sind mit Freunden auf der ganzen Welt via Social Media in Kontakt. Die Digitalisierung erleichtert unser Leben. Sie bringt aber auch ganz neue Herausforderungen mit sich, wie zum Beispiel Cyberrisiken (S. 12–13). Für die Versicherungsbranche hat dies nicht nur Auswirkungen auf das Kundenverhalten, sondern auch auf Prozesse und Abläufe innerhalb des Unternehmens. Mehr dazu und wie die Allianz mit digitalen Themen umgeht, lesen Sie in unserer Titelstory ab Seite 6.

Sie wird immer seltener, aber es gibt sie immer noch: richtige Handwerkskunst, wie sie der Standbauer des Allianz Cinema Corner, Jvo Ruppanner (S. 20–22), oder der Winzer Gabriel Andrey (S. 14–15) ausüben. Auch bei ihnen wurden Prozesse digitalisiert, aber der Kern ist und bleibt immer noch die Handarbeit.

Online und offline verschmelzen je länger, je mehr miteinander und die Grenzen werden immer schwammiger. Umso erfrischender sind reale Erlebnisse mit allen Sinnen. Etwa ein Sprung in die kalte Limmat oder ein Besuch im Kino. Unseren Veranstaltungskalender 2020 finden Sie auf Seite 23.

Ich persönlich habe zur Abwechslung vom Bildschirm gerne noch ein echtes Buch in den Händen. In dem man blättern kann. Eselsohren falten kann. Und das nach der ursprünglichen Welt riecht. Genau wie unser Spotlight. Viel Spass beim Lesen und Schnuppern.

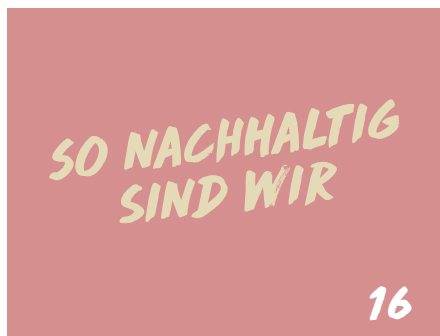
PS: Diese Ausgabe wurde während der Corona-Krise im Home-Office fertiggestellt – den digitalen Möglichkeiten sei Dank.

UNS INTERESSIERT, WAS SIE INTERESSIERT

und wie Ihnen das Spotlight gefällt. Geben Sie uns Feedback und füllen Sie unsere kurze Umfrage aus. Es dauert nur drei Minuten. Vielen Dank.



[allianz.ch/
spotlight-umfrage](http://allianz.ch/spotlight-umfrage)



INHALT

TITELSTORY, 6 – 11
Das Beste aus beiden Welten
 Wir beleuchten das Thema Digitalisierung und deren Konsequenzen für die Allianz.

UNTERNEHMEN, 12 – 13
Cyber Risk
 Unser Cyber-Risk-Experte erklärt, welche Risiken im Internet lauern.

UNTERNEHMEN, 14 – 15
«Mein Beruf gibt mir viele Freiheiten»
 Interview mit einem Unternehmenskunden.

FACTS, 16 – 17
Hätten Sie es gewusst?
 So nachhaltig sind wir.

ALLIANZ INSIDE, 18
Das Neueste aus der Allianz Welt

PRODUKTE, 19
Unsere Produktneuerheiten

PORTRÄT, 20 – 22
«Je virtueller die Welt, desto grösser das Bedürfnis nach echten Erlebnissen.»
 Der Szenograf Jvo Ruppanner im Gespräch über Handwerkskunst und erlebbare Räume.

EVENTS, 23
Veranstaltungskalender
 Agenda zücken und notieren: unsere Highlights des Jahres.

KOOPERATION, 25
Mobility
 Car-Sharing ausprobieren? Jetzt Fahrtguthaben sichern.

DIVERSITY, 27
Auszeichnung
 Allianz erhält Swiss LGBTI Label.

WETTBEWERB, 28
Ferienkasse aufbessern und Reisegutscheine gewinnen!

GASTBEITRAG, 29
Die Versicherung und ich
 Kleiner Hund, grosser Schaden. Alexandra Kruse erzählt.

SPOTLIGHT, 30
Marcel Hug
 Der Rollstuhl-Profisportler bereist die ganze Welt.

DAS BESTE AUS BEIDEN WELTEN

Wir stecken mitten in der digitalen Transformation. Welche Konsequenzen das für die Versicherungsbranche hat und warum die Allianz in einzelnen Bereichen bewusst eine analoge Schiene fährt, lesen Sie in unserer Titelstory.

Text: Seline Schneider

Die Digitalisierung verändert unsere Welt grundlegend. Moderne Technologien sind nicht mehr aus unserem Alltag wegzu-denken und bestimmen, wie wir kommunizieren, arbeiten und leben. Alles ist miteinander vernetzt und von überall auf der Welt zugänglich. Dadurch wird vieles einfacher. Es entstehen aber auch ganz neue Risiken und Herausforderungen. Es gilt daher, das enorme Potenzial der digitalen Welt richtig zu nutzen und gleichzeitig die Gefahren im Blick zu behalten.

Digitalisierung in der Versicherungsbranche

Die Digitalisierung verändert auch die Assekuranz in sämtlichen Bereichen nachhaltig. Einerseits entstehen neue Risiken wie zum Beispiel Datenschutz oder Cyberrisiken. Andererseits stehen neue Methoden für die Ermittlung von Risiken zur Verfügung. Aber auch die Prozesse bei der Verarbeitung von Daten oder der Abwicklung von Schadenfällen verändern sich. Digitale Zugangswege ermöglichen eine schnellere und einfachere Datenverarbeitung. Kundinnen und Kunden müssen nicht mehr für jede Kleinigkeit zum Hörer greifen oder persönlich vorbeikommen, sondern können Verträge online abschliessen oder per Knopfdruck einen Schaden melden. Dies entspricht den veränderten Kundenbedürfnissen, die im Zuge der digitalen Transformation immer wichtiger werden.

DIGITALE PARTNERSCHAFTEN

Allianz X ist die digitale Investment-Einheit der Allianz Gruppe. Sie investiert in wachsende digitale Unternehmen, die Teil unserer Ökosysteme mit Verbindung zur Versicherung sind. allianzx.com

Neue Kundenbedürfnisse

Kundinnen und Kunden wollen heute noch stärker als Individuum wahrgenommen werden und auf ihre Bedürfnisse personalisierte Service- und Produktangebote mit kurzen Abschlusszeiten und hoher Transparenz erhalten. Sogenannte On-Demand-Versicherungen sind stark im Kommen. Das Prinzip: schnelle, einfache und bedarfsgerechte Abdeckung mit flexibler Vertragsdauer. Genauso schnell und einfach wollen sich Kundinnen und Kunden auch informieren können, aktiv mitdiskutieren und direktes Feedback geben. Neue Technologien bieten hier ganz neue Möglichkeiten. Websites mit Chat-Funktionen, Apps oder Social Media werden heute für die Kundeninteraktion eingesetzt.

Die digitalen Interaktionsformen lösen aber die analogen nicht etwa ab, sondern ergänzen diese. Eine Kombination verschiedener Zugangswege sowie ein

Wechselspiel während eines Dialogs sind heute Standard. Es wird nicht mehr zwischen online und offline unterschieden, sondern man nutzt einfach diejenigen Kanäle, die gerade dem Bedürfnis entsprechen. Die Prozesse müssen also so gestaltet werden, dass sie den Kundenbedürfnissen in unterschiedlichen Zeitpunkten der sogenannten Customer Journey – vom ersten Berührungspunkt bis zur Kaufentscheidung – optimal entsprechen.

Nicht alles, was glänzt, ist digital

Obwohl digitale Zugangswege und neue Technologien immer mehr an Bedeutung gewinnen, ist die persönliche Beratung nach wie vor Trumpf. Dies zeigen auch die aktuellen Zahlen. Bei der Allianz schliessen über 80 Prozent der Kundinnen und Kunden ihre Versicherung über einen Kundenberater oder eine Kundenberaterin ab. Zwar informieren sich mehr als zwei Drittel der Kundinnen und Kunden direkt über die Website eines Unternehmens

über Produkte und Dienstleistungen. Trotzdem möchten sich die meisten danach auch noch persönlich beraten lassen. Bei uns haben Sie auch die Möglichkeit, ein Versicherungsprodukt direkt online abzuschliessen und danach dennoch von einem Berater oder einer Beraterin persönlich betreut zu werden. Solche hybriden Wege werden immer beliebter.

Auch bei der jüngeren Generation ist ein Gegentrend zur Digitalisierung auszumachen. Vor allem junge Menschen schätzen oftmals die persönliche Beratung, um sich so schnell in einem Markt zurechtzufinden. Um die Bedürfnisse der Generation Y noch besser zu verstehen, veranstalten wir in Kooperation mit SEF. NextGen ein Veranstaltungsformat, bei dem junge Leute verschiedene Themen aus der Unternehmenswelt hinterfragen und aktiv neue Ideen generieren.

BEWUSST OFFLINE

Neben unserer Digitalisierungsstrategie setzen wir bei der Allianz in gewissen Bereichen bewusst auf analoge Formen.

Versicherungsübersicht

Unsere Versicherungsübersicht kommt bei Ihnen gerade deshalb so gut an, weil sie in Papierform daherkommt. Und Sie auf nur einem Blatt Papier eine Übersicht über alle Ihre Versicherungen bei uns haben.

Spotlight

Unser Kundenmagazin wird noch per Post verschickt. Damit Sie neben der Rechnung auch noch was Schönes in der Hand halten können. Wenn Sie das Spotlight lieber digital möchten, teilen Sie uns das mit.

allianz.ch/spotlight-umfrage

**OBWOHL DIGITALE ZUGANGSWEGE
UND NEUE TECHNOLOGIEN IMMER MEHR
AN BEDEUTUNG GEWINNEN,
IST DIE PERSÖNLICHE
BERATUNG NACH WIE VOR TRUMPF.**



ALLIANZ NEXTGEN BOARD

Ausgewählte Teilnehmende des SEF.NextGen Camps bilden das Allianz NextGen Board. Dort übernehmen sie die Funktion eines jungen Verwaltungsrats und beurteilen unsere Projekte und Ideen kritisch.

DIGITALISIERUNG BEI DER ALLIANZ

Bei unserer Digitalisierungsstrategie orientieren wir uns stark an den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden. Wir versuchen, so gut wie möglich darauf zu reagieren und unsere Lösungen laufend anzupassen. In verschiedenen Bereichen setzen wir deshalb Digitalisierungsprojekte Schritt für Schritt um.



16 500

Live-Chats haben wir 2019 mit unseren Kundinnen und Kunden getätigt.

15 800

Kundinnen und Kunden haben letztes Jahr online eine Versicherung bei uns abgeschlossen.

115

An so vielen Standorten sind unsere Beraterinnen und Berater persönlich für Sie da.

> 80%

unserer Kundinnen und Kunden schliessen ihre Versicherung bei einem Berater oder einer Beraterin ab.

Rund 130

Hausratsschäden kommen pro Woche über unsere neue Online-Schadenmeldung herein.

Ca. 50%

Die Besucherzahlen auf unserer neuen Website haben sich fast verdoppelt. Die meistbesuchte Seite ist übrigens die Online-Schadenmeldung.

Technische Beratungstools

Um unseren Beratungsprozess zu optimieren und adäquat auf die veränderten Kundenbedürfnisse eingehen zu können, stellen wir unserem Aussendienst verschiedene zeitgemässe Tools wie beispielsweise die neue Berater-App zur Verfügung.

Neue Website und Kundenportal

Seit letztem Sommer erscheint unsere Website **allianz.ch** in neuem Glanz: neues Design, einfache und verständliche Sprache, Ratgeberseiten, Suchfunktion, verbesserte Online-Services und vieles mehr. Sie können unsere Versicherungen online rechnen und bei Bedarf direkt auch online abschliessen.

Auch das Kundenportal (ehemals myAllianz) haben wir für Sie überarbeitet. Neu brauchen Sie fürs Login nur noch Ihre Kundennummer und erhalten den Zugangscode direkt auf Ihr Mobile. Der bisherige Registrierungsprozess entfällt.

Einfacheres Schadenhandling

Wenn Sie bei uns eine Autoversicherung haben und einen Schaden melden, erhalten Sie neu ein Live-Update über den aktuellen Stand der Schadenbearbeitung. Die digitalen Status-Updates erhalten Sie per E-Mail. So sind Sie jederzeit auf dem Laufenden, was die Schadenabwicklung betrifft.

Seit Ende 2019 haben Privatkunden die Möglichkeit, Schäden bei der Hausratversicherung ganz unkompliziert online zu melden. Mit nur wenigen Angaben wird der Schadenfall angelegt und auf Wunsch wird direkt eine Reparatur organisiert.

allianz.ch/schaden-melden

Live-Chat

Bereits seit Ende 2016 haben Sie die Möglichkeit, auf unserer Website live mit unserem Kundenservice zu chatten. Haben Sie Fragen zu Produkten oder Dienstleistungen? Oder möchten Sie wissen, wo sich die nächste Agentur befindet? Unsere Mitarbeitenden helfen Ihnen schnell und unverbindlich weiter, ohne dass Sie zum Telefon greifen müssen.

TOP-RISIKO CYBER

Eine weltweite Allianz Umfrage hat ergeben: Cybervorfälle stehen erstmals an der Spitze der wichtigsten Geschäftsrisiken.

Text: Bernd de Wall

Die Digitalisierung schreitet immer schneller voran. Dadurch steigt auch die Gefahr, Opfer einer Cyberattacke zu werden. Unternehmen drohen Schäden in Millionenhöhe, Imageverluste und sogar eine existenzgefährdende Betriebsunterbrechung, wenn Internetkriminelle Daten stehlen, Schadprogramme in Netzwerke einschleusen oder Server

mit ihren Attacken lahmlegen. Dass Cyberkriminalität eine ernsthafte Bedrohung ist, unterstreicht die 9. Auflage des «Allianz Risk Barometers», für den mehr als 2700 Risikoexperten in über 100 Ländern befragt wurden. Erstmals haben Cybervorfälle die Betriebsunterbrechung als Top-Risiko für Unternehmen abgelöst und stehen nun an

erster Stelle – weltweit und in der Schweiz. Auf dem dritten Rang folgen die Sorgen vor rechtlichen Veränderungen wie zum Beispiel Handelskriege und Protektionismus. Grösster Aufsteiger im Ranking und auf dem siebten Platz sind die Folgen des Klimawandels, die auch die Wirtschaft immer mehr beschäftigen.



**Fragen an Carlos Casian,
Cyber-Risk-Experte der Allianz Suisse**

Können sich Unternehmen überhaupt gegen Cyberangriffe schützen?

Auf der technischen Seite sind ein Antivirusprogramm, eine Firewall und regelmässige Updates der Software ein Muss. Besonders entscheidend ist der Faktor Mensch, was wir vor allem bei Phishing-Attacken sehen. Mitarbeitende sollten in Unternehmen regelmässig auf Cybergefahren hingewiesen und geschult werden.

Medien berichten oft über spektakuläre Vorfälle. Sind die Unternehmen immer noch zu sorglos?

Viele sind sich der Gefahr bewusst, unternehmen aber häufig zu wenig. Dabei steht im schlimmsten Fall die Existenz auf dem Spiel, wenn eine Hackerattacke die Produktion oder den Betrieb lahmlegt. Die Risiken steigen, je vernetzter die Wirtschaft ist. Deshalb muss ich mir als Firma folgende Fragen stellen: Welchem Risiko bin ich ausgesetzt? Und kann ich die Folgen einer Cyberattacke finanziell verkraften? Eine spezielle Cyberversicherung hilft, diese Risiken kontrollierbar zu machen.

Ich wurde gehackt – was muss ich tun?

Diese Frage sollte man sich unbedingt stellen, bevor man gehackt wird. In jedem Fall ist es ratsam, sofort die eigenen IT-Experten einzuschalten und die Versicherung zu kontaktieren.

Hier geht's zu unserer Cyber-Risk-Versicherung:
allianz.ch/cyber-risk

«MEIN BERUF GIBT MIR VIELE FREIHEITEN»



Bild: Andrey Jäger

Die Winzerfamilie Andrey betreibt – bereits in fünfter Generation – ein Weingut am Bielersee. Wir haben Gabriel Andrey gefragt, wie die Digitalisierung ihre Arbeitsweise verändert und ob sie die Folgen des Klimawandels spüren.

Interview: Sarah Soland

Herr Andrey, Winzer ist ein sehr handwerklicher Beruf. Hat sich Ihre Arbeitsweise in den Zeiten der Digitalisierung verändert?

Die Digitalisierung macht vieles einfacher. Die persönliche Beratung ist aber nach wie vor sehr wichtig.

Worauf legen Sie Wert beim Anbau Ihres Weines?

Die Anbauweise hat sich extrem gewandelt. Wir bauen heute sehr naturnah an und fördern die Biodiversität. Wir haben Nistkästen für Vögel und Grünflächen, die wir nur einmal im Jahr mähen. Wir

verwenden keine Insektizide und Herbizide. Wenn die Biodiversität steigt, haben wir viel weniger Probleme mit Schädlingen. Die Umwelt reguliert sich dann wieder selber. Auch bei unserem Wein ist uns wichtig, dass er naturbelassen ist. Mit moderner Technik kann man Weine schön abrunden. So verlieren sie

aber an Charakter. Deshalb greifen wir beim Weinkeltern so wenig wie möglich ein.

Spüren Sie die Folgen des Klimawandels?

In den letzten zehn bis fünfzehn Jahren hat es mehr gehagelt. Ob das am Klimawandel liegt, sei dahingestellt. Wir sind auf jeden Fall gut versichert (schmunzelt). Weil es immer wärmer wird, müssen wir im Sommer viel mehr bewässern. Dafür sind die Trauben heute schneller reif und weisen einen höheren Zuckergehalt auf. Das gibt dem Wein mehr Aroma. Wir

müssen aber aufpassen, dass wir den richtigen Zeitpunkt für die Ernte erwischen, sonst wird der Zuckergehalt zu hoch.

Was gefällt Ihnen an Ihrem Beruf?

Winzer ist ein sehr vielfältiger Beruf. Man befasst sich mit Biologie, Mikrobiologie, mit Mechanisierung, Verkauf, Marketing und vielem mehr. Vor allem aber ist es noch ein richtiges Handwerk:

Man muss die Trauben fühlen und riechen! Ich kann oft selber entscheiden, wie ich meine Zeit einteile. Das gibt mir grosse Freiheiten.

«DIE ANBAUWEISE DES WEINS HAT SICH EXTREM GEWANDELT.»

Welchen Wein mögen Sie persönlich am liebsten?

Wenn wir hier zusammen ein Glas Wein trinken, ist es meistens ein Chasselas. Das wurde mir in die Wiege gelegt. Seit meinen Lehrjahren bin ich aber auch ein grosser Pinot-noir-Fan.

Wollen auch Sie Ihr Unternehmen optimal absichern? Wir helfen Ihnen dabei.

allianz.ch/unternehmer

SO NACHHALTIG SIND WIR. Die Allianz Gruppe ist seit mehreren Jahren Branchenführer im vielbeachteten Dow Jones Sustainability Index. *WOW.* Der Allianz Hauptsitz in Wallisellen ist CO₂-neutral betrieben. Wir prüfen die Unternehmen, in die wir unser Geld investieren, anhand eines Nachhaltigkeits-Scorings. *IST SO.* Jeder Mitarbeitende kann sich einen Tag pro Jahr für einen gemeinnützigen Zweck engagieren. *TOLL, ODER?* Die Allianz war die erste Unternehmenspartnerin des Schweizerischen Roten Kreuzes. Wir schalten jedes Jahr anlässlich der Earth Hour alle unsere Lichter aus. *KEIN SEICH.* Die Allianz hat sich zum Ziel gesetzt, ab 2023 weltweit nur noch grünen Strom zu beziehen. *GO GREEN!* Als Gründungsmitglied der Klimastiftung Schweiz haben wir dazu beigetragen, 650 000 Tonnen CO₂ einzusparen.



DAS NEUSTE AUS DER ALLIANZ WELT

**Auszeichnungen sind
immer toll. Für uns gab's in
diesem Jahr gleich drei.
Produktneuheiten
haben wir auch noch.**

Text: Bernd de Wall, Manuel Ott

Gold und Silber

Wir fühlen Ihnen regelmässig den Puls. Wie zufrieden sind Sie mit uns? Und würden Sie uns weiterempfehlen? Das Ergebnis: Bei den Lebensversicherungen sind wir laut repräsentativer Umfrage (Net Promoter Score) Ihre neue Nummer eins in puncto Kundenzufriedenheit. Auch im Sachgeschäft – das umfasst die Bereiche Fahrzeug, Reisen, Wohnen und Recht – konnten wir uns auf den zweiten Rang verbessern. Vielen Dank für Ihre Stimme!

Wertvollster Versicherer

Die Allianz hat in der Rangliste der 100 wertvollsten Marken weltweit den ersten Platz unter den Versicherern belegt. Ein prestigeträchtiger Erfolg für unsere globale Marke. Wir danken unseren Kundinnen und Kunden für ihr Vertrauen! Das Best Global Brands Ranking wird jedes Jahr von der Markenberatungsfirma Interbrand durchgeführt.

Bestes Rating

Hohe Finanzkraft, überzeugende Strategie und Vertrauensbeweis für die Kundinnen und Kunden: Die internationale Ratingagentur Standard & Poor's hat das Rating für die Allianz Suisse um eine Stufe von AA- auf AA (Ausblick stabil) erhöht. Damit verfügen wir über das beste Rating unter den Schweizer Erstversicherern.



Bild: Matt Saling

Sicher im Sattel mit Velo AllRisk

Vom E-Bike bis zum Rennvelo – unsere neue Velo AllRisk schützt Ihr Zweirad vollumfänglich: völlig egal, ob Ihr Velo gestohlen oder beschädigt wird. Selbst bei Pannen helfen wir Ihnen wieder auf die Räder. Velo AllRisk gibt's nur für Neuräder bei Händlern im 2Rad-Verband.

allianz.ch/veloallrisk

Tiefere Eintrittsschwelle bei der Hausrat All Risk

Wo gelebt wird, passiert auch mal ein Missgeschick. Dafür gibt es unsere Hausrat All Risk. Mit dieser ist Ihr Hab und Gut gegen fast jedes

Risiko versichert – egal, ob Sie Ihre geliebte Handtasche im Zug liegen lassen oder die Kinder beim Spielen Ihre teure Vase umwerfen. Neu gibt's unsere All Risk schon ab einem Hausratswert von CHF 100 000.–.

allianz.ch/hausrat

Erweiterte Deckung in der Privathaftpflicht

Neu greift unsere Privathaftpflicht nicht nur, wenn Sie mit Ihrem eigenen E-Trottinett (bis 20 km/h) oder E-Bike (bis 25 km/h) unterwegs sind. Sondern wir schützen Sie auch bei Sharing-Angeboten.

allianz.ch/e-scooter

EINER FÜR ALLE SINNE

Jvo Ruppanner ist Szenograf. Das heisst, er inszeniert Räume als Erlebnisorte – auch für die Allianz. Wie er das macht und wie sich sein Beruf in den letzten Jahren verändert hat, erzählt er uns im Interview.

Interview: Rominga Inauen

Herr Ruppanner, wie sind Sie zu Ihrem Beruf gekommen?

Gestaltung begleitet mich schon ein Leben lang. Ich bin gelernter Bildhauer und die Kunst am Bau hat mich immer etwas irritiert. Warum also nicht das Gebäude schön gestalten, dachte ich mir. Deshalb habe ich zusätzlich die Ausbildung zum Zimmermann gemacht und ein Architekturstudium ins Auge gefasst. Doch das Leben wollte es anders und ich machte mich selbstständig.



Woher holen Sie Ihre Kreativität?

Ich unterscheide Kreativität in zwei Formen. Die erste Form ist, Dinge von einer anderen Seite anschauen zu können. Das ist antrainiert. Die zweite ist, einen Grundschatz an Ideen zu haben. Da ist für mich die Natur der grösste Schatz. Sie ist die Basis für Formen und Farben. Sei es der Duft der blühenden Felder, seien es die Sonnenstrahlen, die durch die Wolken brechen. Natürlich ist auch Musik oder Mode inspirierend. Der Grundschatz bleibt aber die Natur. Und diesen gilt es immer wieder zu füllen.

Arbeiten Sie noch analog, oder ist bereits vieles digitalisiert?

Bei uns sind vor allem der Anfang und das Endprodukt analog. Dazwischen ist viel digital. Beim Skizzieren denke ich mit dem Stift in der Hand und bringe so die Gedanken auf Papier. Das Projekt ist erst fertig, wenn es gebaut ist. Und das ist ja haptisch. Grundsätzlich spielen aber analog und digital sehr eng zusammen.

Verändert sich der Fokus in den nächsten Jahren?

Der Fokus geht klar noch mehr in Richtung analog respektive in Richtung Zusammenspiel von analog und

«JE VIRTUELLER DIE WELT IST, DESTO GRÖßER WIRD DAS BEDÜRFNIS NACH ECHTEN ERLEBNISSEN.»

digital. Der Mensch hat fünf Sinne, die angesprochen werden wollen. Die Digitalisierung bedient im besten Fall zwei davon. Je virtueller die Welt ist, desto grösser wird das Bedürfnis nach echten Erlebnissen. Für uns bedeutet das, dass direkte Begegnungen noch wichtiger werden.

Wie hat sich Ihre Arbeitsweise in den letzten 20 Jahren verändert?

Damals haben wir Skizzen mit dem Kurier zum Kunden geschickt. Als ich 1997 meinen ersten Computer gekauft habe, konnten wir Zeichnungen plötzlich per Mail verschicken. Das hat uns vieles erleichtert. In Zukunft wird sich die Arbeitsweise noch weiter verändern. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis wir mit AR (Augmented Reality) gestalten und konstruieren werden.

Digitalisierung ist für mich ...

... noch nicht mehr als das, was der Buchdruck im 15. Jahrhundert war.

Sie sind unter anderem verantwortlich für den Allianz Corner im Allianz Cinema. Worin unterscheidet sich Allianz Cinema zu anderen Veranstaltungen?

Das Open-Air-Kino hat wunderschöne Standorte, die man sonst in dieser Art und Weise nie erleben kann. Das ist wirklich ein einzigartiges und grossartiges Erlebnis.



Björk Lebelius

Welches sind die grössten Herausforderungen bei der Erstellung des Allianz Corners?

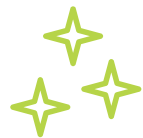
Unser Anspruch ist, die Botschaft möglichst gut und umfassend zu vermitteln. Die Besucherinnen und Besucher sollen ein positives Gefühl erhalten und dieses mitnehmen. Die Erwartungen sind hoch, wir müssen uns ständig neu erfinden und das Publikum überraschen.

Wie gelingt Ihnen das? Gibt es Grenzen?

Indem wir Sinne ansprechen, Emotionen wecken und Erlebnisse und Orientierung schaffen. Natürlich gibt es Grenzen. Das Gefühl, einen Sonnenuntergang in der Wüste zu erleben, werden wir nie zu 100% vermitteln können. Aber wir wollen dem so nahe wie möglich kommen.

Beschreiben Sie das Gefühl, wenn Sie den fertigen Allianz Corner zum ersten Mal sehen.

(lacht) Das wollen Sie gar nicht wissen. Wenn er fertig ist, denke ich daran, was man hätte anders machen können. Aber dann betrachte ich das Ergebnis mit etwas Abstand und bin zufrieden.



STECKBRIEF

NAME
Jvo Ruppanner

ALTER
56

BERUF
Szenograf

HOBBYS
Kitesurfen,
Gitarre spielen
und Bildhauen

LIEBLINGSFILM
«Down by Law»
von Jim Jarmusch

MUT-STATEMENT
Mut heisst sich
treu bleiben.

Erleben Sie mit uns grosses Kino vor atemberaubender Kulisse.
allianzcinema.ch

VERANSTALTUNGS- KALENDER 2020

Dieses Jahr steht viel auf dem Programm. Im Sommer und im Herbst sorgen Filme auf Grossleinwand für Staunen und im Winter steht die Überquerung der Limmat an. Mit dem Allianz Veranstaltungskalender ist Abwechslung garantiert!

JUNI – AUGUST

22. JUNI – 29. AUGUST

Allianz Cinema Nights
Start in Martigny, Ende in Brig

27. JUNI

Allianz Family Cinema Day
mit Disneys «Soul», Westschweiz

9. JULI – 30. AUGUST

Allianz Cinema Genf

16. JULI – 16. AUGUST

Allianz Cinema Zürich

30. JULI – 25. AUGUST

Allianz Cinema Basel

SEPTEMBER

31. AUGUST – 4. SEPTEMBER

SEF.NextGen Summer Camp
in Montreux

6. SEPTEMBER

Allianz Tag des Kinos –
Schweiz und Liechtenstein

SEPTEMBER

19. SEPTEMBER

Allianz Family Cinema Day
mit Disneys «Soul», Tessin

OKTOBER

3. OKTOBER

Allianz Family Cinema Day
mit Disneys «Soul», Deutschschweiz

NOVEMBER

16. – 20. NOVEMBER

SEF.NextGen Winter Camp, Basel

21. NOVEMBER

Swiss Paralympic Night Bern –
Allianz Newcomer Award

DEZEMBER

6. DEZEMBER

Samichlaus-Schwimmen, Zürich

Mehr Informationen unter: allianz.ch/engagement

Allianz TAG DES KINOS



5.-
PRO TICKET

SONNTAG
06.09.2020

ALLIANZ-TAGDESKINOS.CH

In mehr als 550 Kinosälen.



PARTNERSCHAFT VERLÄNGERT

Allianz und Mobility haben ihre erfolgreiche Partnerschaft verlängert. Zur Feier gibt's eine exklusive Aktion für Allianz Kundinnen und Kunden.

Text: Seline Schneider

Die Sharing-Pionierin Mobility bietet eine günstige und umweltschonende Alternative zum eigenen Auto. Vollständig digital und unkompliziert. Über 3000 Fahrzeuge stehen in der ganzen Schweiz bereit – ob für den Ski-Trip in die Berge, den Wocheneinkauf oder den Besuch beim Grosi. Und damit Sie stets gut abgesichert sind, ist in allen Fahrтарifen eine Versicherung der Allianz inbegriffen. Denn Allianz und Mobility verbindet eine langjährige Partnerschaft, die wir dieses Jahr erneut verlängert haben. Darum gibt's exklusiv für Allianz Kundinnen und Kunden ein tolles Schnupper-Angebot von Mobility. Jetzt profitieren!



Bild: mobility

mobility

20 FRANKEN FAHRTGUTHABEN

Allianz Kundinnen und Kunden erhalten jetzt beim Abschluss eines Mobility-Testabos 20 Franken Fahrtguthaben geschenkt. Einfach unter **mobility.ch/testen** anmelden, den Code **TEST20ALLIANZ** eingeben und losdüsen. Gültig bis 31.12.2020.*

*Angebot von Mobility. Nicht kumulierbar mit anderen Aktionen. Nur gültig für Mobility Neukunden.

MUT HEISST VON HERZEN HELFFEN

WIR MACHEN MIT



Die Allianz Suisse ist die erste Unternehmenspartnerin des Schweizerischen Roten Kreuzes. Wir übernehmen Verantwortung und engagieren uns für gemeinnützige Projekte.



VIelfALT LEBEN

Vielfalt und Gleichstellung sind uns wichtig. Anfang Jahr wurden wir als erste Versicherung mit dem Swiss LGBTI Label ausgezeichnet.



Text: Sarah Soland



Mit dem Swiss LGBTI Label setzt die Allianz ein Zeichen für die Wertschätzung ihrer Mitarbeitenden unabhängig von sexueller Orientierung und Geschlechtsidentität. Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, freut sich: «Wir wollen eine Kultur der Offenheit, Inklusion und Wertschätzung leben. Es ist schön zu sehen, dass unsere Diversity-Aktivitäten der letzten Jahre Früchte tragen.»



LGBTI ERKLÄRT

Die englische Abkürzung LGBTI steht für lesbian, gay, bisexual, transsexual/transgender und intersexual. Sie bezeichnet Menschen, die von der heterosexuellen Norm abweichen.

allianz.ch/diversity

WETTBEWERB

Ferienkasse aufbessern? Machen Sie an unserem Wettbewerb mit und gewinnen Sie Reisegutscheine des ACS.

Text: Seline Schneider



Entspannt am Strand, auf Entdeckungsreise durch Nationalparks oder Städtetrip in die angesagtesten Metropolen? Unser Partner ACS Reisen hat für Sie tolle Ferienideen bereit. Die Reiseprofis mit über 100 Jahren Erfahrung stellen Ihnen gerne Ihre ganz persönliche Traumreise zusammen. Beantworten Sie einfach unsere Wettbewerbsfrage und gewinnen Sie einen von fünf Reisegutscheinen im Wert von je CHF 1000.–.

Wann wurde der ACS gegründet?

A) 1960 B) 1898 C) 1989

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 31.10.2020. Die Gewinner werden mit einem eingeschriebenen Brief benachrichtigt. Gewinne können nicht in Bargeld bezogen werden. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.


DIE VERSICHERUNG UND ICH

Alexandra Kruse ist Stylistin und Autorin. Sie kennt Rihanna im Pyjama und das Ankleidezimmer von Tina Turner. Mit ihren Texten schmückt sie renommierte Modemagazine und jetzt auch das Spotlight.



Echt, bei all den grossen Fotoshootings, und wir reden von wahrlich aufwendigen Happenings, im Morgen-grauen auf Berggipfeln, bei Minusgräden im Schnee, Tina Turner in Seide, Rihanna in Leder, heute Paris, gestern Mailand, und nie wurde auch nur einem einzigen Kleidungsstück eine Naht gekrümmt. Bis auf den Tag, an dem ich

es für eine gute Idee hielt, meinen winzigen Chihuahua Hari mit ans Set zu nehmen. Es war DER Moment: das Licht weich wie rosa Zuckerwatte, der Zürichsee spiegelte sich dramatisch in den Scheiben der opulenten Villa, das Model räkelt sich auf dem wertvollen Teppich. Make-up, Haare perfekt. Das Kleid, wie angegossen, die Stylistin im Glück. Bis Hari plötzlich seinen kompletten Mageninhalt über Kleid und Teppich ergoss, er musste sich heimlich über das Catering-Büffet hergemacht haben. Das Gesicht des Kunden werde ich nie vergessen. Die Kulanz meiner Versicherung auch nicht.

With Love & Light
Ihre Alexandra 

Der Rollstuhl-Profisportler Marcel Hug bereist für Wettkämpfe nicht nur die Schweiz, sondern die ganze Welt. Wie ihm die Technik dabei hilft, lesen Sie hier.

Text: Rominga Inauen

WEIT WEG UND DOCH GANZ NAH

Dubai, Berlin, New York. Der Kalender von Marcel Hug ist international. Während Hug für einige Wettkämpfe nur ein paar Tage verreist, gibt es auch andere, bei denen der Sportler rund drei Wochen unterwegs ist. Ganz alleine ist Hug aber selten unterwegs. Sein Trainer begleitet ihn wenn immer möglich. Mit seiner Familie hält Marcel Hug über Smartphone und Laptop Kontakt. Technische Hilfsmittel bringen nicht nur seine Liebsten ein Stück näher, sondern unterstützen den Sportler auch in der Ausübung seiner Leidenschaft. Beispielsweise werden einige Teile des Rollstuhls mittels 3D-Drucker hergestellt. Auch Sitzpositionen werden eingescannt und so optimal auf den Sportler ausgerichtet. Trotz all der digitalen Möglichkeiten und der Reisen in ferne Länder freut sich Hug nach einem Wettkampf auf sein Zuhause und geniesst es, auch einmal offline zu sein. Wir wünschen Marcel Hug weiterhin viel Erfolg!

allianz.ch/paralympics



Bild: Brigit Willmann

«IST EINE 3. SÄULE FÜR MICH SINNVOLL?»

Manuel aus Küttigen

Die 3. Säule macht immer Sinn. Unabhängig davon, in welcher Lebenssituation Sie sich befinden und welche Fragen Sie sich stellen.

Als junge Erwachsene: Wie kann ich mein Leben finanzieren, wenn mir etwas passiert und ich nicht mehr arbeiten kann?

Als Familie: Wie kann ich sicherstellen, dass meine Liebsten abgesichert sind?

Wenn Sie Wohneigentum erwerben möchten: Wie kann ich meinen Traum vom Eigenheim finanzieren?

Wenn Sie Ihre Pensionierung planen: Wie kann ich meinen gewohnten Lebensstandard nach der Pensionierung beibehalten?

Die 3. Säule ist immer die richtige Antwort. Um die für Sie passende Säule-3-Lösung zu finden, vereinbaren Sie am besten einen Termin mit einer Beraterin oder einem Berater. Weitere Fragen und die passenden Antworten rund ums Thema Vorsorge finden Sie in unseren Ratgebern unter:

allianz.ch/vorsorge-ratgeber

FÜR EINEN GROSSEN TRAUM ODER FÜR DIE ALTERSVORSORGE

Sparen Sie, wann Sie wollen und so viel Sie wollen. Ganz flexibel mit Flex Saving. Jetzt entdecken unter:

allianz.ch/flex-saving

