



Ausstellungen – ein gutes Instrument der Schadenverhütung

Menschen erreichen

Neben Projektarbeit und direkter Schadenverhütungsberatung vor Ort, bei der durch bauliche, technische oder organisatorische Maßnahmen sichtbare und im besten Fall messbare Ergebnisse erzielt werden, gehört die Aufklärungsarbeit in der Bevölkerung zu den zentralen Aufgaben der Schadenverhütung der öffentlichen Versicherer.

Längst ist bekannt, dass ein schlichtes Herausgeben von Merkblättern zu allen relevanten Themen der Schadenverhütung nicht die allein Erfolg versprechende Möglichkeit ist, Bewusstseins- und Verhaltensänderungen herbeizuführen.

Gefragt sind daher integrierte Kommunikationskonzepte, um die Menschen in ihrer Lebensumgebung zu erreichen. Das Instrument der Ausstellung hat sich bei der Westfälischen Provinzial und auch anderen Versicherern als ein sehr Erfolg versprechendes Kommunikationsmedium herausgestellt. Mit dem ersten Thema „Rohrinnenkorrosionsschutz für Trinkwasserleitungen“ konnte das Ausstellungskonzept mit Leben gefüllt werden. Es gelang mit einem gänzlich neuen Auftritt, ein nur auf den ersten Blick komplexes Thema sympathisch zu vermitteln.

Ziele der Schadenverhütung

Vor der Entwicklung dieses Konzepts war Folgendes zu beachten: Ausstellungsziele richten sich nach den Zielen der Schadenverhütung, die wiederum abzuleiten sind von den Zielen der internen Kunden. Denn nur so ist gewährleistet, dass Messe- und Ausstellungsbeteiligungen im Sinne des Unternehmens ausgerichtet werden. Die generellen Ziele der Schadenverhütung seien hier noch einmal wie folgt definiert:

Ausstellungsziele

Abgeleitet von den Zielen der Schadenverhütung konnten u. a. folgende Ausstellungs- und Messeziele definiert werden:

- ▶ Erreichung einer Bewusstseins- und Verhaltensänderung im Umgang mit Risiken und Gefahren bei Privat- und Firmenkunden
- ▶ Multiplikatoreneffekt durch positive Berichterstattung in den Medien
- ▶ Netzworlbildung bei gemeinsamen Präsentationen mit „Sicherheitspartnern“
- ▶ Steigerung des Image- und Bekanntheitsgrads
- ▶ Verbesserte Kundenbindung durch Servicetransfer
- ▶ Stärkung der Beziehung zwischen der Provinzial und Verbundpartnern (SPK, LBS)
- ▶ Steigerung von Akzeptanz, Glaubwürdigkeit und Vertrauen
- ▶ Vermittlung von Dienstleistungsqualität
- ▶ Generierung von Anknüpfungspunkten für den Vertrieb

Schadenverhütung sollte als wirksames Instrument der Versicherungswirtschaft zur Steuerung des Ertrags und zur Stärkung der Kundenbindung wirksam tätig und vermehrt eingesetzt werden (direkter Kundenbezug).

Schadenverhütung sollte als erlebbarer Teil der Versicherungswirtschaft umfassend etabliert sein und zur Stärkung der Netzworlbildung beitragen. Dies im Sinne einer positiven Kooperation mit Organisationen, Institutionen und Partnern, die Sicherheit im Sinn haben (indirekter Kundenbezug).

Ausstellungen und Messen gut planen

Ausstellungen und Messen können ein Instrument zur Erreichung von Zielen der Schadenverhütung darstellen. Keinesfalls dürfen sie Mittel zum Selbstzweck sein. Eine strategische Planung mit den Fragen, was macht Sinn, was wollen wir erreichen, welches Budget und welche Kapazitäten – auch personeller Art – stehen zur Verfügung, ist zu klären. Schließlich wollen wir nicht zum Getriebenen werden, der nur noch reagiert, sondern wir wollen bewusst selbst Akzente setzen und das Instrument Ausstellung oder Messe zielgerichtet nutzen. So sollte eine Ausstellung Bestandteil eines vernetzten Maßnahmenplans sein. Lediglich einen Stand aufzubauen, Leute zu verpflichten, welche die Standbesetzung durchführen und am Ende nach „durchstandener“ Zeit aufatmen, reicht nicht aus. Weniger ist mehr könnte das Motto lauten – und dann aber richtig!

Konzeptionelle Vorgehensweise garantiert Erfolg

Bei dem Ausstellungskonzept „Rohrinnenkorrosionsschutz für Trinkwasserleitungen“ wurde diese Herausforderung gemeistert. Von der Integration in große Messeauftritte zu dem Thema „Bauen und Wohnen“ über Ausstellungen in Rathäusern bis hin zur Präsentation in Kundenhallen der Sparkassen reicht die Bandbreite der Einsätze, die nun seit einigen Monaten wahrgenommen werden. Hierbei wird die planende Geschäftsstelle oder Sparkassenagentur nicht allein gelassen. Mit umfangreichem Material, bestehend aus Checklisten, Planungshilfen, Mustertexten und Presseunterlagen, begleiten wir unsere Partner im Außendienst. Die Einbindung von Fachvorträgen durch Leitungswasserexperten, detaillierte Druckstücke und persönliche Beratung runden das Konzept ab. Bei der Messe „Bauen und Wohnen“ in Münster mit rund 25.000 Besuchern konnten beispielsweise am Messestand rund 1.000 qualifizierte Gespräche rund um das Ausstellungsthema „Rohrinnenkorrosionsschutz“ geführt werden.



Bild 1: Interessierte Besucher auf dem Ausstellungsstand anlässlich der Messe „Bauen und Wohnen“ zum Thema „Rohrinnenkorrosionsschutz für Trinkwasserleitungen“

In leicht verständlicher Form vermittelte die Ausstellung den Besuchern den komplexen elektrochemischen Vorgang der Korrosion. Dadurch wurde der Besucher auch in die Lage versetzt, sich vor der Anschaffung unbrauchbarer Geräte zu schützen. Die Darstellung von Lösungsmöglichkeiten zum Schutz vor Rost in heimischen Trinkwasserleitungen rundete die Ausstellung ab.

Ausstellungen sind nach den bereits gemachten Erfahrungen bei konzeptioneller Vorgehensweise ein sehr probates Instrument der Schadenverhütung (siehe hierzu den nachfolgenden Kasten). Daher wird die Schadenverhütung der Westfälischen Provinzial auch mit weiteren Themen ihr Angebot erweitern.

Konzept/Planungshilfe für eine Wanderausstellung

Vorbereitende Maßnahmen

- ▶ Abstimmung Ausstellungsthema und -termin
- ▶ Dokumentation der Eckdaten in einer Checkliste (Ausstellungsdauer und -ort, Auf- und Abbau, Anzahl benötigter Plakate, Broschüren, Flyer, Pressemappen etc.). Die Checkliste wird u. a. dem Messebauer zugänglich gemacht.



Sensibilisierungsphase circa 4-6 Wochen vorher:

- ▶ Information der Mitarbeiter über die bevorstehende Ausstellung und die Ziele
- ▶ Definition des Teilnehmerkreises für die Ausstellungseröffnung (Vorschlagsliste)
- ▶ Selektion von Kunden, die zur Ausstellung eingeladen werden sollen
- ▶ Abstimmung, ob weitere Aktionen rund um die Ausstellung vorgesehen sind
Beispiel: Gewinnaktion zum Thema Rauchmelder. Dies macht dann Sinn, wenn die Ausstellung nicht als Einzelausstellung vorgesehen ist, sondern eingebettet wird in eine größere Messe – rund um das Thema „Bauen & Wohnen“. In der Regel erfolgt dann auch eine enge Abstimmung mit der Marketingabteilung, um den Gesamtauftritt abzustimmen. In diesem Fall sind auch vorbereitende Gespräche mit der jeweiligen Messegesellschaft zu führen.
- ▶ Standbesetzung bei größeren Messebeteiligungen planen
- ▶ Prüfen, ob Fachvorträge gehalten werden können

Konkretisierungsphase circa 2-3 Wochen vorher:

- ▶ Einladungen erstellen und Versand organisieren
- ▶ Ablauf der Ausstellungseröffnung (Rednerliste) festlegen
- ▶ Pressearbeit planen

„Heiße Phase“ circa 1 Woche vorher

- ▶ Einladung zum Pressegespräch (Tageszeitungen, Anzeigenblätter und lokaler Hörfunk), ggf. Pressevorabinfo bei Medien platzieren
- ▶ Plakate aushängen (Einsatzstellen: Geschäftsstellen, Sparkassen, LBS-Beratungsstellen, Behörden, Bürgerberatungsstellen, Handel, Vereine, Arztpraxen etc.)
- ▶ Bei Ausstellung in Sparkassen: Text Kontoauszugsdrucker einstellen

Ausstellungseröffnung

- ▶ Pressegespräch, Übergabe der Pressemappe
- ▶ Begrüßung durch zuvor festgelegte Redner (Musterreden vorhanden)

Nachbetrachtung

- ▶ Wahrnehmung von Terminvereinbarungen, Beratungen beim Kunden vor Ort
- ▶ Erstellung einer Nachbetrachtung (Erfolgsanalyse)

Bild 2:
Blick in die ständige
Ausstellung „Du und
die Gefahr“ im Haus
der Feuersozietät
Berlin Brandenburg
Versicherung AG





Bild 3: Wanderausstellung im Einsatz

Großer Erfahrungsschatz in Berlin

Die Bedeutung von Ausstellungen als ein Mittel zur Kommunikation mit dem Kunden und Präsentation beim Kunden zeigt auch die schon seit geraumer Zeit betriebene Ausstellung bei der Feuerversicherung in Berlin. So gibt es bereits seit dem Einzug der Feuerversicherung in das Berliner Domizil Anfang der 30er Jahre eine Schadenverhütungsausstellung. Diese wurde im Verlauf der Jahre entsprechend den Schwerpunktthemen des Brandschutzes, der Elektrosicherheit und des Einbruchdiebstahlschutzes ständig aktualisiert und den gegebenen Umständen angepasst.

Es besteht zudem die Möglichkeit, in den Räumen Schulungen zum Thema der Schadenverhütung durchzuführen. So werden hier Personengruppen aus den Pflege- und Heilberufen, Feuerwehrmänner und -frauen, angehende Wachschrützer

und Berufsschüler des Holzgewerbes, der Metallbranche und der Versicherungswirtschaft zum Thema Schadenverhütung in der Praxis geschult. Neben dieser Ausstellung gibt es parallel eine Wanderausstellung zu den Themen Brandschutz, Einbruchdiebstahlschutz und Unfallverhütung im Privatbereich. Diese Ausstellung, wie der Name schon sagt, wandert von öffentlicher Einrichtung zu Einrichtung wie z. B. Rathäuser, Bildungsstätten, Gemeinschaftshäuser, Schulen und Sparkassen.

Ralf Tornau
Westfälische Provinzial Versicherung AG
Münster

Dipl.-Ing. Hartmut Heyde
Feuerversicherung Berlin Brandenburg
Versicherung AG
Berlin