

Hannover/Garching b. München, 29.06.2023

## **Unternehmenskultur: Swiss Life startet Kultur- und Personalentwicklung auf Basis neurowissenschaftlicher Forschung**

- **Kultur- und Personalentwicklung: Neurowissenschaftlicher Ansatz stärkt Vertrauen und Eigenverantwortung.**
- **Knapp 2.000 Mitarbeitende werden geschult und durchlaufen Teamworkshops.**
- **Über 200 Führungskräfte wurden zu Trainerinnen und Trainern ausgebildet und fungieren als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren der gemeinsamen Unternehmenskultur.**
- **Die sogenannte Swiss Life-Kulturreise besteht seit 2015 und ist fest verankert in der Unternehmensstrategie.**

Das Vorsorge- und Finanzberatungsunternehmen Swiss Life Deutschland investiert weiter in die Unternehmenskultur und greift im Rahmen der sogenannten „Swiss Life-Kulturreise“ auf einen neurowissenschaftlichen Ansatz zurück. Das Ziel: hin zu den Mehrwerten der positiven Psychologie, um Eigenverantwortung und Vertrauen zu stärken. Die Entwicklung der Unternehmenskultur bei Swiss Life Deutschland ist eine wesentliche Grundvoraussetzung, um erfolgreich am Markt zu bestehen, leistungsstarke Teams zu entwickeln und als attraktive Arbeitgeberin aufzutreten. „Unsere Kultur des Mit- und Füreinander trägt unser Unternehmen seit Jahren und ist ein echter Differenzierungsfaktor. In der heutigen schnelllebigen Zeit voller Veränderungen, gepaart mit Momenten des Unbehagens, geht es darum, Mitarbeitende mit viel Energie und Zuversicht auszustatten. Je mehr wir auf die Menschen in unserem direkten beruflichen Umfeld eingehen, je besser wir ihre ganz persönliche Sichtweise und ihre Prägungen verstehen, umso schneller entsteht Vertrauen. Gerade das ist entscheidend, wenn man zu eigenverantwortlichem

Arbeiten motivieren und befähigen möchte.“, fasst CEO Jörg Arnold die Bestrebungen des Unternehmens zusammen.

### **Neurowissenschaftlicher Ansatz für Kulturentwicklungsmaßnahme**

Um die Fokusthemen Vertrauen und Eigenverantwortung zu stärken, setzt das Unternehmen auf einen neurowissenschaftlichen Ansatz. Kern dieses Ansatzes sind vier Modelle, die auf neurowissenschaftlichen und psychologischen Erkenntnissen beruhen. Das Ziel dieses Vorgehens fasst Personalleiterin Nelli Schieke wie folgt zusammen: „Unsere Kultur des Mit- und Füreinander ist das Fundament, um leistungsstarke Teams hervorzubringen. Diese Teams entstehen, wenn psychologische Sicherheit besteht und wir uns aufeinander verlassen können. Die Modelle helfen uns dabei, zu verstehen, wie Zufriedenheit oder Stress entstehen und wie psychologische Prozesse dazu beitragen, dass wir in uns selbst und in andere besser vertrauen. Es geht darum, eine Atmosphäre im Team ermöglichen, in der wir vertrauensvoll und eigenverantwortlich arbeiten können.“

### **Vorgehen mit Train-the-Trainer-Format und umfassendem Workshop-Konzept für 2.000 Mitarbeitende**

Die Umsetzung des neurowissenschaftlichen Ansatzes wurde bereits im letzten Jahr mit der Ausbildung von über 200 Führungskräften zu Trainerinnen und Trainern begonnen. Sie beschäftigten sich dabei eingehend mit den neuen Kulturmodellen und wurden befähigt, als Vorbild praxisnah die Inhalte an ihre jeweiligen Teams weiterzugeben und eigenverantwortliches Handeln und vertrauensvolle Zusammenarbeit zu stärken. Kern dieser Schulungen ist ein umfangreiches Workbook, in dem die Führungskräfte auch über die Trainerausbildung hinaus Inhalte festigen können. Es dient zudem als Begleitmaterial, um in der praktischen Arbeit Gedanken aufzuschreiben oder Teamkonstruktionen besser zu analysieren.

Jetzt geht es weiter und alle knapp 2.000 Mitarbeitenden bei Swiss Life lernen die Inhalte der Kulturreise und der dazugehörigen Modelle kennen. Neben Videoformaten und Mitmachaktionen wird jedes Team bei Swiss Life in den kommenden Monaten ein bis zweitägige Workshops durchführen. In gemeinsamer Arbeit übersetzen die Teams

so die Inhalte der Kulturreise in ihre eigenen Abläufe, beschäftigen sich eingehend mit den Strukturen im Team und der Zusammenarbeit und lernen sich gegenseitig besser kennen. Die Schulungen umfassen alle Hierarchieebenen und Funktionen des Unternehmens, auch das Top-Management und die Geschäftsleitung beteiligt sich dabei aktiv bei der Kulturreise. Dazu CEO Jörg Arnold abschließend: „Eine Unternehmenskultur lebt von der Beteiligung aller. Die Investition in unsere Kultur ist eine Investition in die gemeinsame Zukunft, ich freue mich daher sehr auf die Fortsetzung unserer Reise.“

Im [Medienportal](#) von Swiss Life Deutschland finden Sie weitere Informationen zur Kulturreise.

#### **Medienkontakt Swiss Life Deutschland**

Unternehmenskommunikation  
Nikola Gardeweg  
0511-9020 5196

E-Mail: [medien@swisslife.de](mailto:medien@swisslife.de)  
[www.twitter.com/swisslife\\_de](http://www.twitter.com/swisslife_de)  
[www.facebook.com/SwissLifeDeutschland](http://www.facebook.com/SwissLifeDeutschland)  
[www.youtube.com/c/SwissLifeDe](http://www.youtube.com/c/SwissLifeDe)

#### **Über Swiss Life Deutschland**

Swiss Life Deutschland steht für erstklassige Finanz- und Vorsorgelösungen. Mit unseren qualifizierten Beraterinnen und Beratern sowie unseren vielfach ausgezeichneten Produkten sind wir eine führende Anbieterin im deutschen Markt und unterstützen Menschen dabei, ein selbstbestimmtes Leben zu führen.

Unter der Marke Swiss Life stehen Privatpersonen sowie Unternehmen flexible Versicherungsprodukte und Dienstleistungen in den Bereichen Vorsorge und Sicherheit zur Verfügung. Kernkompetenzen sind dabei die Arbeitskraftabsicherung, die betriebliche Altersversorgung und Vorsorgelösungen mit modernen Garantiekonzepten. Der Vertrieb erfolgt über die Zusammenarbeit mit Maklerinnen und Maklern, Mehrfachagent/-innen, Finanzdienstleistenden und Banken. Die 1866 gegründete deutsche Niederlassung von Swiss Life hat ihren Sitz in Garching bei München und beschäftigt über 900 Mitarbeitende.

Die Marken Swiss Life Select, tecis, HORBACH und ProVentus stehen für ganzheitliche und individuelle Finanzberatung. Kundinnen und Kunden erhalten dank des Best-Select-Beratungsansatzes eine fundierte Auswahl passender Lösungen von ausgewählten Produktpartnern in den Bereichen Altersvorsorge, persönliche Absicherung, Vermögensplanung und Finanzierung. Für die Sicherheit und finanzielle Unabhängigkeit unserer Kundinnen und Kunden engagieren sich deutschlandweit über 5.900 Beraterinnen und Berater. Hauptsitz der Finanzberatungsunternehmen mit ca. 900 Mitarbeitenden ist Hannover.