

Marketing ist dann erfolgreich, wenn es sich nicht anfühlt wie Marketing

Interview. Nicole Sommeregger, Marketingleiterin bei HDI LEBEN, weiß, wie man Marken zum Leben erweckt. Im Gespräch mit Kommunikationsexpertin Elisabeth Wolfbauer-Schinnerl gibt sie interessante Einblicke in ihren Job

Elisabeth Wolfbauer-Schinnerl: Liebe Nicole, beim Finance-Marketer-of-the-year-Award wurdest Du auf Platz 2 im Bereich Versicherung gewählt – eine wertvolle Auszeichnung für Deine hervorragende Arbeit. Was macht gutes Marketing für Dich aus?

Nicole Sommeregger: Es ist schön zu sehen, dass unsere Arbeit in der Branche wahrgenommen und gewertschätzt wird. Für uns ist dies Bestätigung und Ansporn zugleich, denn mit unserem Mut, etwas Neues auszuprobieren, ist es uns gelungen, einen sichtbaren Mehrwert für unsere Kund:innen und Geschäftspartner:innen zu schaffen. Bei HDI LEBEN sind alle Online- und Offline Marken- und Marketingaktivitäten in einem kleinen, feinen Team angesiedelt, das geballte Frauenpower repräsentiert und auf das ich sehr stolz bin. Gutes Marketing braucht zuallererst ein tieferes Verständnis für die individuellen Bedürfnisse der potenziellen Kund:innen. Wir folgen dabei dem Motto: Das beste Marketing fühlt sich nicht an wie Marketing.

Hast Du dafür eine persönliche Erfolgsformel?

Für mich ist es die optimale Kombination aus Engagement, Fleiß und Gestaltungsfreude sowie einer klaren Zielsetzung, Teamarbeit und Sinnstiftung. Als Führungskraft sind mir dabei ehrliche Kommunikation und die Förderung der Stärken meiner Mitarbeitenden wichtig. In den acht Jahren bei HDI LEBEN habe ich sehr viel gelernt und tolle Persönlichkeiten kennengelernt. Wenn das Team „passt“, hat man auch Freude an der Arbeit und kann gemeinsam etwas Großartiges erreichen.



HDI LEBEN Marketingleiterin Nicole Sommeregger möchte für Themen wie finanzielle Vorsorge sensibilisieren

Was gefällt Dir persönlich an der Arbeit im Marketing?

Bei HDI LEBEN gibt es ein breites Spektrum an Arbeits- und Themenbereichen, das macht die Arbeit vielfältig, interessant und abwechslungsreich. Als Marketingleiterin bin ich Schnittstelle zwischen Geschäftsführung, Fachbereichen, Vertrieb und Geschäftspartner:innen. Daraus entstehen täglich neue Herausforderungen, an denen ich wachsen und mich weiterentwickeln kann. Eines unserer wichtigsten Projekte war der Launch unseres „LEBENSWERT Programms“. Dabei handelt es sich um eine nachhaltige Unternehmens- und Markenführungsstrategie, mit



Elisabeth Wolfbauer-Schinnerl

der wir neue Standards am österreichischen Markt gesetzt haben.

Das LEBENSWERT Programm verfolgt einen innovativen und zukunftsweisenden Marketing-Ansatz. Worauf wird dabei Wert gelegt?

Unser Markenauftritt spiegelt unser Unternehmensführungsprogramm wider. Die Marke HDI LEBEN steht für Leistungen und Services, die das Leben unserer Kund:innen und Partner:innen täglich ein Stück weit LEBENSWERTER machen. Themen aus der Versicherungswirtschaft wirken auf den ersten Blick manchmal trocken und kompliziert. Es war uns daher ein Anliegen, Menschen für die Themen finanzielle Vorsorge und Absicherung der eigenen Arbeitskraft zu sensibilisieren, aber auch aktiv über Komplexes rund um das Versicherungsgeschäft aufzuklären – und zwar in einer einfachen und klaren Sprache. Dieser Herausforderung haben wir uns gestellt: Unsere LEBENSWERT Kampagne wurde beim KURIER Werbe-Amor viermal in Folge mit einer Top 3 Platzierung ausgezeichnet. 2019 Bronze, 2020 Gold, 2021 und 2022 Silber.

Soziale Verantwortung und nachhaltige Unternehmensführung haben bei HDI LEBEN seit vielen Jahren einen zentralen Stellenwert. Welche Schwerpunkte wurden mit dem LEBENSWERT Programm gesetzt?

Nachhaltigkeit ist ein mehrdimensionales Thema, das alle Bereiche des Lebens betrifft. Bei HDI LEBEN steht daher der Mensch im Mittelpunkt, während der Fokus des LEBENSWERT

Programms auf sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung sowie Produkt-, Ausbildungs- und Servicequalität liegt. Unsere Unternehmenskultur basiert auf gelebter Wertschätzung und gegenseitigem Respekt. Dieser Ansatz wurde nicht nur nach außen getragen, sondern auch im Unternehmen selbst gelebt. Das Team LEBENSWERT ist zu einer großen Familie herangewachsen. Ich denke, dieses familiäre Miteinander haben auch unsere Vertriebs- und Geschäftspartner:innen gespürt und sehr geschätzt. Die Qualität unserer Produkte und Services wurde durch zahlreiche Auszeichnungen bestätigt.

Eine persönliche Frage: Was macht Dein Leben LEBENSWERT?

Zufriedenheit und Dankbarkeit für das Essenzielle. Es sind die vermeintlich kleinen Dinge wie ein Spaziergang in der Natur, ein gemütlicher Abend mit meinem Mann, gemeinsame Zeit mit Familie und Freund:innen oder ein herzhaftes Lachen mit Kolleg:innen, die mir zeigen, wie LEBENSWERT das Leben sein kann.

Worauf freust Du Dich als nächstes?

Auf neue spannende Herausforderungen und darauf, mich weiterzuentwickeln. Jedes Erlebnis bringt wichtige Erfahrungen mit sich, aus denen man für die Zukunft lernt.

Im nächsten KURIER-Schwerpunktthema am 27. Juli beschäftigen wir uns mit den LEBENSWERTEN Aspekten des Sommers.

4,3 km LEBENSWERT

Versichern Sie, was sich im Leben lohnt.

HDI

HDI LEBEN macht das Leben lebenswert

www.hdi-leben.at | www.lebenswert.at | facebook.com/HDI.Lebenswert | linkedin.com/company/hdileben | instagram.com/hdi_leben