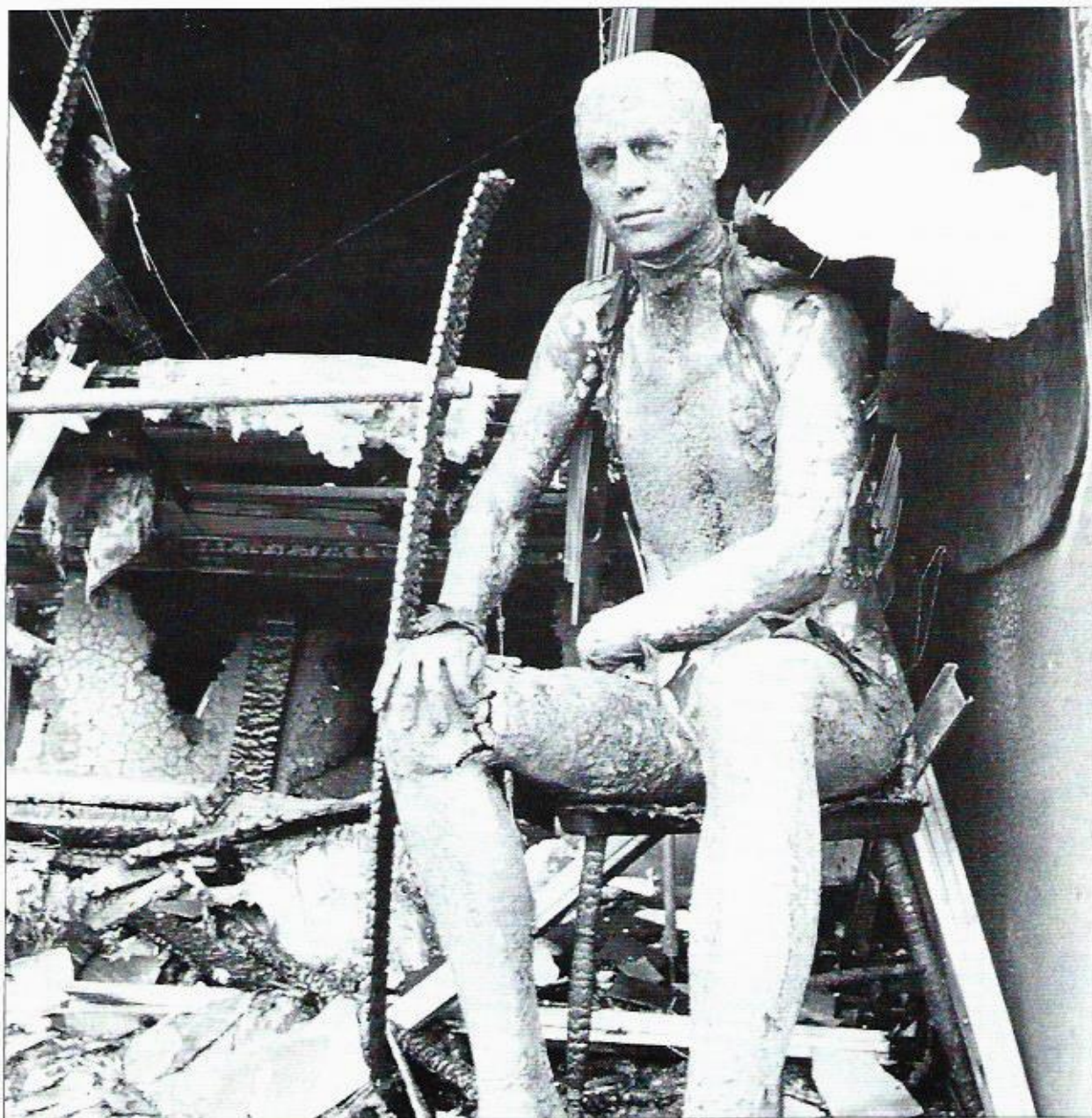


iNTERN FORMATION



Branden hos REGENT. Gengivet med tilladelse fra,
Pressefotograf Steen Saxbjørn tlf: 03 52 65 83

Der er mere tryk på

- siger nyansat assurandør Henrik Kristensen

Hvad gør man, når direktionen "bestiller" større aktivitet på tegning af erhvervsforsikringer i Nordjylland?

Man sikrer sig jysk lune, stædighed og salgserfaring.

1 del efterkommer af tørve-kræglere fra Kaas, her til sættes 1 del ægte wendelbo med hang til modelfly. Der fyldes efter med 1 del kropstærk socialpædagog med salgserfaring "from over there", og til afrunding 1 del velklædt Codan-assurandør med forstand på ishockey. Blandingen holdes i konstant omrøring ved hjælp af en salgsleder - gerne med Baltica-erhvervs erfaring. Og - værsgo, der er serveret.

Om regionschef Keld Kristensen har haft andre grunde end ovenfor anførte, skal være usagt, men i alle tilfælde er der pr. 1.11.1988 ansat 4 nye assurandører i en såkaldt industrigruppe i distrikt Nordjylland.

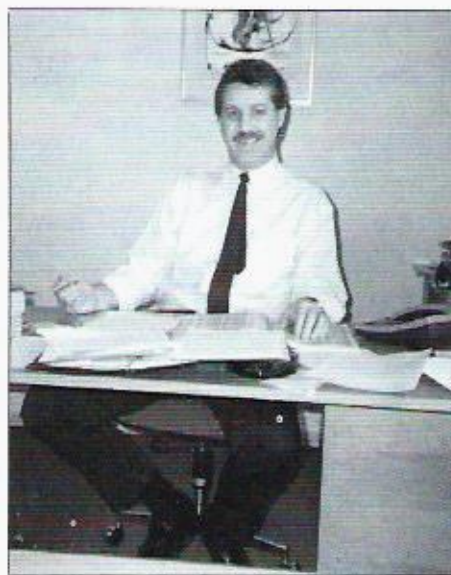
Her følger en præsentation af vore nye kolleger.

Jens H. Larsen



Jens Larsen er 33 år og samlevende med Lone, hvad der indtil nu er kommet 5-årige Jonas ud af. Efter endt skolegang i Kaas kastede Jens sig straks ud i sælgergerningen. I første omgang med uddannelse som kommis, derefter handels- og omkringrejsende i mærkevarer, papirvarer og meget andet. Senest solgte han kasseapparater, sluser og lignende til nordjyske købmænd.

Jens mener selv, at der flyder en sælgers blod i ham, og det var nok den deraffølgende trang til nye udfordringer (og nye indtjeningsmu-



Carl O. Andreasen

ligheder), der førte interessen til forsikringsbranchen.

På spørgsmålet om alt så har været, som forventet i det nye job, svarer Jens, at det rent salgstekniske har, men selvfølgelig mangler der endnu en del faglig indsigt, men det må der arbejdes med.

Han er forøvrigt i den retning glædelig overrasket over den hjælpesomhed, han har mødt hos kollegerne.

Carl O. Andreasen er 38 år og gift med Charlotte. Sammen har de børnene Jack på 4 år og Nina på 6 år. Carl er uddannet socialpædagog, og



Henrik Kristensen

som sådan arbejdede han i 8 år, inden et job som sælger hos Telerent lokkede ham. Men også andre ting lokkede. Efter en "vild" ferie i Spanien emigrerede Carl til "Guds eget land". Forklaringen på denne sammenhang kommer lidt tøvende på bordet, og af kollegeale hensyn skal her kun noteres, at det "vilde" i ferien faktisk var en ung amerikansk pige ved navn Charlotte. Ja - rigtigt - Carl blev gift med pigen og indtog USA.

De nødvendige dollars til borgere med mere, tjente han dels gennem salg af danske møbler "over there", og dels gennem et job som livsforsikringsagent hos firmaet John Hancock Insurance i San Fransisco. Idag er familien tilbage i Danmark, hvor Charlotte læser til magister i antropologi (læren om menneskets adfærd) på Københavns Universitet. Og efter et par år som sælger af Howeni-pengeskabe er Carl pr. 1.11.88 ansat hos winterthur i Aalborg. Carl angiver jobbet som livsælger i USA som årsagen til, at han gerne ville prøve sig i den danske forsikringsverden.

Henrik Kristensen er 30 år og gift med Helle. Sammen har de børnene Jakob på 3 år og Nikolai på 6 måneder.

Henrik er uddannet i jern- og stålbranchen, men har også prøvet

os Winterthur

sen, Aalborg



Carsten Larsen

kræfter med møbelbranchen, desuden har han i et års tid solgt hobbyartikler fra egen forretning, ligesom det en tid blev til en karriere som sælger af karroseridelen til lastvogne med distrikt i Vesttyskland og Holland.

En bekendt indgav Henrik ideen om at afprøve salgsevnerne i forsikringsbranchen - så pr. 1.11.88 var ansættelsen i winterthur en realitet.

Hvordan har oplevelsen så været af de første 3 måneder hos os?

På det spørgsmål svarer Henrik, at der er betydeligt mere "tryk" på end i de tidligere salgsjob, ligesom den salgsmæssige kontrol er mere snæver, end hvad han før har oplevet, men det oplever han som en fordel, idet det vel viser ledelsens positive interesse i hans succes. Henrik oplever, at den nødvendige uddannelse her i starten som en investering i fremtiden, og så gør det ikke noget, at det lige nu tager tid blandt andet fra privatlivet og fritiden. Så der går nogen tid imellem, at Henrik er på vingerne med sine radiostyrede modelfly.

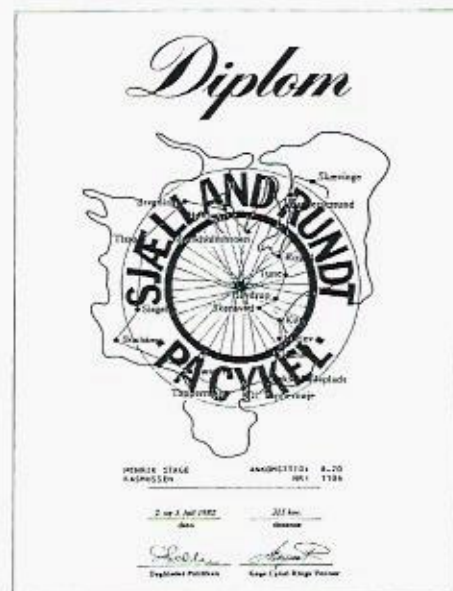
Carsten Larsen er 40 år, selvom det ikke synes direkte, men det skyldes måske, at Carsten stadig er på første ægteskab. Fru Sonja klarer det hjemlige, herunder opvartning af datteren Anne-Dorthe, 15 år.

Som Jens er Carsten uddannet kommis, har tillige prøvet livet på landevejene som handelsrejsende for Skandinavisk Tobakskompani. Siden 1978 har arbejdsindsatsen været i forsikringsbranchen med udgangspunkt hos Codan i Hjørring. Og så altså siden 1.11.88 hos winterthur.

Carsten er meget sportsinteresseret og spiller stadig fodbold, men er dog efterhånden rutschet ned i oldboys-rækken. Fra sin tid i Codan har han bevaret en sponsoraftale med Frederikshavn Ishockey Klub, hvor winterthur's logo nu pryder hjelmene på de kommende danske mestre.

Vi ønsker vore 4 nye kolleger alt mulig held med deres ansættelse.

Svend Erik Fisker,
Aalborg



Diplom jagt

Er du frisk - ung eller gammel. Kan du lide den friske natur i sne, regn, slud eller solskin, er du helt vild med at cykle ud af landevejen og kan du undvære 24 timer af en week-end?

Hvis du ikke allerede er stoppet med at læse, regner jeg med, at du er interesseret i at cykle Sjælland rundt. Det eneste der kræves af dig, er en cykel og at du kan træde 315 km indenfor 24 timer.

En af vores medarbejdere har prøvet turen et par gange, og har været så venlig at låne os et eksemplar af det diplom, som enhver der gennemfører løbet får udleveret.

Men hvis 315 km, gennem den Sjællandske midsommernat, ikke er noget der holder dig tilbage - så skynd dig og meld dig til hos Henrik Stage, privatpolice, lokal 135.

Løbet køres den 7. juli med start i Køge.

Henrik Stage og
Dennis Jørgensen

Hjælp!

Det bræ

I første halvår af 1988, blev der fra danske forsikringselskaber udbetalt omkring 500 mill. kr. i brandskader, og det er for skader, der ligger over 1 mill. kr. Det vil sige, at der i 1988 totalt har været brandskader for ca. 1 mia. kr., hvis statistikken holder, oplyser Svend Rasmussen i storkundeadelingen. Men 1988 er også et rekordår for påsatte brande, og denne epidemi ses overalt i europa.

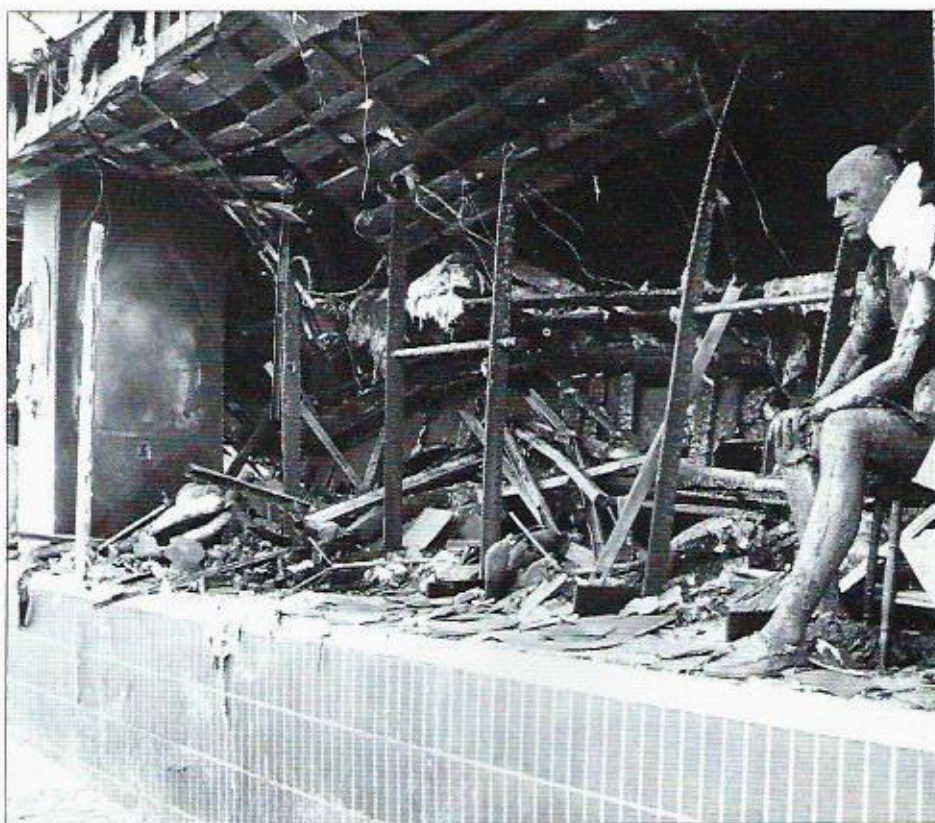
Tre piger sætter ild på en Belgisk biograf - bare for at give folk en forskrækkelse. Brandvæsnet kan ikke få ilden under kontrol, fem biografgængere omkommer og syv bliver alvorligt kvæstet.

En ejendomsmægler i Frankrig sælger gamle gårde til købere, der forsikrer dem for langt over handelsværdien. For ekstrabetalingen arrangerer han en lækage i gasanlægget, så der opstår eksplosion. På tre år brænder fem huse ned til grunden, før en forsømt elskerinde melder ham til politiet.

På Grønlykkeskolen 10 km. syd for Århus, vil tre drenge bryde ind i skolen for at stjæle skrivemaskiner. Det kniber med at komme ind, og et bål foran skolens trædør arrangeres, hvorved vindfang og tag brænder af.

Brandstiftelse bliver mere og mere en udbredt kriminalitet i europa. I Vesttyskland er antallet af opklarede brandstiftelser firedoblet på 20 år. Over 10.000 brande blev alene i 1987 påsat, og ildspåsettelse rangerer nu som den hyppigste årsag til brand i Vesttyskland. I Schweiz er antallet af disse brande steget med 115% på 10 år og i Danmark var 1988 et rekordår, hvor ca 20% af disse opklarede storbrande var påsat.

Den største brand vi havde i 1988, var da REGENT i Slagelse brændte ned, oplyser Svend Rasmussen, idet den løb op i ca. 3,2 mill. kr. i udbetalt erstatning. Branden der ikke er opklaret, menes også at være påsat.



Dystre motiver efter branden hos REGENT. Gengivet med tilladelse fra, Pressefotograf Steen Saxbjørn Tlf: 03 52 65 83

I første omgang troede man at bygningerne kunne genopføres på den gamle konstruktion. Men det viste sig, at betonet var så opvarmet, at det var revnet. Derfor blev det revet ned og genopbygget. Et supermarked og Jysk Sengetøjslager brændte også ned ved denne lejlighed. Så alt ialt skønner Svend Rasmussen, at den totale skade ligger i størrelsesordenen 25 til 30 mill. kr.

Tabene kan ikke gøres op i tal alene på alle disse brande. Folk bliver hjemløse, kvæstes eller omkommer. Familier splittes, job går tabt og virksomheder lukker - og vi er alle med til at betale regningen. Hver eneste gang en bygning brænder ned, reduceres beskatningsgrundlaget, ejendomsskatter og skatteprocenter må sættes op for at dække tabet. Der skal også hentes flere skatte-kroner til opbygning af ødelagte

skoler, til ansættelse af uddannelse af flere brandfolk, til at skaffe bolig til hjemløse og understøttelse til dem der har mistet deres arbejde.

På forsikringsoplysningen skelner man imellem tre forskellige typer af påsatte brande: hærværks- og pyromanbrande og brande i forbindelse med forsikringssvig.

Hærværk, er som her i landet og andre steder, den hyppigste form for brandstiftelse, og motiverne er vidt forskellige. F.eks. skyldes skolebrande i England typisk børn i 10 - 12 årsalderen, der begår indbrud for at stjæle skolens tv og videoapparater. Sporene slettes bedst ved at sætte ild til skolen bagefter. Brande i butikker og mindre virksomheder og villaer er tit påsat.

En Café-ejer satte ild til sine

nder -

lokaler tre gange i løbet af et år. Første gang for at få forsikringen udbetalt og de to andre gange for at overbevise politiet om, at der var nogen efter ham.

En kvinde i Århus kunne godt tænke sig at få sine gamle møbler skiftet ud. Hun beslutter sig derfor for at fingere et indbrud i sin lejlighed. Hun tømte indholdet af skuffer og skabe ud på gulvet og satte ild til møbler og sengetøj. Dette gjorde hun for at signalere, at tyven var blevet skuffet over udbyttet. Til sidst bandt hun sig selv fast til et vandrør, selvfølgelig så hun kunne nå at blive befriet af naboer i tide. Planen slog fejl. Tilkaldt af hendes råb kom folk hende til hjælp og fandt nogle ynkelige gløder, som straks blev kvalt. Kvinden kom selv til at betale skader og omkostninger.



Total udbrændt REGENT forretning med mannequin "lig"



Facaden på REGENT, efter branden

- Har virksomheden stor gæld?
- Er salget gået dårligt i år?
- Har der været diskutabile fyringer eller uro mellem personalet?

Når risikokvotienten bliver for høj, tager assurandøren en snak med forsikringstageren. Dette kan som regel være nok til at risikoen for ildspåsættelse bliver nedsat betragteligt.

En bred indsats fra alle sider er nødvendig, for at vi ikke kommer til at stå i en situation, hvor vi ikke har tag over hovedet. Alle privatpersoner og virksomheder må deltage, hvis vi skal dæmme op for epidemien af påsatte brande. De kan ikke udrydes, men når alle gør en effektiv indsats og holder øjne og ører åbne, kan det være "brandstifterne" forstår budskabet.

Bjarne Bukdahl

Et Schweizisk forsikringsselskab (det vides desværre ikke hvilket) udleverer en "pyroman-risiko-indikator" til sine assurandører. Det er en slags regnestok, der måler muligheden for at en erhvervsejendom - er eller kan blive - sat i brand med overlæg.



Rundt i verden

PÅ NYE POSTER.

Dr. Peter Spälti, vil på winterthur's næste generalforsamling blive foreslået som ny præsident for winterthursforsikringsgruppe.

Dr. Spälti afløser Dr. Braunsweiler der trækker sig tilbage på grund af alder.

Samtidig vil Dr. Braunsweiler blive foreslået som ærespræsident for selskabet.

Dr. Spälti beholder samtidig sit nuværende arbejde som daglig leder af winterthur-gruppen, dog således at Hr. Dr. Rudolf Studer bliver udset til at være stedfortræder på posten.

Dette sker alt sammen pr. 1. juli 1989.

Redaktionen



T.H.; Benny Munkebak vurderer vinens krop og sjæl.

Hygge, vin og samvær

Den 22. februar blev vinklubben "Vin i winterthur-borgen" født, efter en forberedelse på 2 mdr.

Ved fødslen, d.v.s. ved den stiftede generalforsamling, smagte vi 4 forskellige Bordeauxvine.

Siden har vi så smagt vine fra: RIOJA, ALSACE, BEAUJOLAIS, DAO, BAROLO, BOURGOGNE, RHEINGAU, VALAIS, CHAMPAGNE, PROVENCE, CALIFORNIEN og BEAUNE.

For de lidt vinkyndige kan det ses, at vi geografisk har været i både Spanien, Frankrig, Portugal, Italien, Tyskland, Schweiz og USA.

Den 22. februar dette år, var vi samlet for at fejre klubbens 5 års fødselsdag, som selvfølgelig var kombineret med en vinsmagning. Denne gang drejede det sig om vine fra det franske område, nærmere betegnet Bourgognes sydlige del af COTE D'OR - COTE DE BEAUNE. Det var en smagning, af det vi forstår som dyre vine men kvaliteten var også høj.

Størst anerkendelse fik en Beaune-Greves årgang 1984 fra huset Ponelle, som er hjemmeboende i den nord-



"Opvaskerholdet"

lige udkant af Beaune by, en vin til 129,- kr. flasken. Efter vinsmagningen bød klubben, i glæde over sin fødselsdag, på varm mad, Boeuf Bourguignon som bestyrelsen havde tilberedt dagen før, så den havde "sat sig" og smagte lækkert, hvis jeg må være så fri.

Som sædvane er, deltog samtlige medlemmer i den efterfølgende opvask og oprydning, inden vi rundede aftenen af med en dans og en tår øl (man bliver tørstig af dans og rødvin).

Til dig, som måske har fået lyst til at vide mere om klubben, skal vi oplyse:

- at vore smagninger byder på oplysninger om de smagte vine.
- at vi alle er aktive, d.v.s. at vi kommenterer de smagte vine
- at vi ikke ryger under smagningen
- at vi alle deltager i opvask og oprydning
- at der er prøvesmagning inden du melder dig ind
- at du kan få din partner med i klubben
- at indmeldelsesgebyr i 89 er kr. 40,- (kr. 60,- for par)
- at det årlige kontingent p.t. er kr. 30,- (kr. 45,- for par)
- at smagningen betales pr. gang og pr. deltager
- at smag og behag er forskellig
- at du ikke behøver at være ekspert

Bestyrelsen består af:

Ulla Pedersen, Skadeafd.
Kit Karling, Skadeafd.
Linda Jensen, Præmieservice og
Benny Munkebak, Privatpolice

Smagprogram for 1989.

Torsdag d. 13. april 89
SYDAMERIKANSK

Onsdag d. 14. juni 89
ROSE'

Torsdag d. 7. september 89
GRÆSK

Onsdag d. 15. november 89
GENERALFORSAMLING og KUNST PÅ FLASKER

"Ska' det være - så la' det være"
bliv medlem af "Vin i winterthur-borgen."

På bestyrelsens vegne
Benny Munkebak
Formand

Klør tre på turné

onsdag den 1. februar på Scanticon
i Kolding.

Distriktets assurandører var indkaldt til orienterende møde vedrørende erhvervsprojektet.

Erling Jørgensen var syg, så Per Gulbrandsen havde fornøjelsen at introducere vor nye topledelse for nogle af selskabets assurandører. Herefter tog Claus Valentiner ordet.

1) Winterthur-forsikring, beskæftiger sig principielt med to markeder; Erhvervsmarkedet og Privatmarkedet.

Ud over de gængse skadesprodukter som afsættes her, afsætter vi personprodukter tilpasset de to typer markeder.

2) Handlede om service som konkurrenceparameter. Forskellen på god og dårlig service er ...> dig.

3) Vi skal gøre tingene rigtigt første gang, - det er for dyrt med lappeløsninger. Ikke nok med det - vi skal også gøre **DE RIGTIGE TING**.

Udover disse meget væsentlige områder berørte Claus Valentiner også den holdningsmæssige side af vor adfærd i selskabet. Ledelsespligt var et ord som også fængede i hans indledning. Claus Valentiner udtrykte nødvendigheden af, at de personer som påtager sig et ledelsesmæssigt ansvar, - virkelig også **LEDER!**

Da klapsalverne havde lagt sig overtog Per Hessel, som gjorde status for erhvervsprojektet og fremhævede flere områder. Selskabets accept og prispolitik har ændret sig!
Vi vil mere og kan mere.
Der er oprettet en særlig Underwriting unit, som tager sig af ri-



Fra venstre; Per Falk, Claus Valentiner og Per Hessel.

sikovurdering i relation til den enkelte kunde.

Derefter gennemgik Per Hessel den ny tarif, fortalte om den nyansatte brandingeniør Preben Thomsen, som skal have permanent kontoradresse i Horsens.

Endvidere informerede han også grundigt om vor nye interne casebaserede uddannelse, som iværksættes den 27. februar. Også Per Hessel fik klapsalver inden han gav ordet til Per Falk.

Per Falk viste os en analyse af erhvervsmarkedspotentialet i Danmark. Generelt kan man sige, at det er meget stort og godt geografisk fordelt (der er ingen distrikter, der mangler emner). Per Falk redegjorde for, hvordan vor introduktion af indtægtssikring på erhvervsmarkedet vil forløbe. (Det er den mest grundige og velstyrede indsats undertegnede indtil nu har set i Winterthur-forsikring). Omkring vore afsætningsmuligheder udtrykte Per F. optimisme. Både han og Claus Valentiner mener, det er realistisk at fordoble selskabets omsætning i løbet af en 5 årig periode.

Næste punkt på dagsordenen var en spørgerunde. Poul Schmidt fik svar - på spørgsmålet om erhvervskundens porche/stråtag. Vi foretager hver gang en

konkret vurdering, sagde Per Hessel.

Lars Jacobsen bragte Diners aftalen i søgelyset, ved at spørge om, hvor det behovsrettede er i den. Per Falk svarede, at man var ude i et forsøg, og at det behov vi her dækkede, udelukkende var af økonomisk art.

Winterthur-forsikrings primære salgskanal er og vil vedblive at være - assurandøren.

Arne Madsen bemærkede at man skal huske at indeksere summer i vore erhvervstilbuds tekstblokke. Han spurgte i samme åndedrag, om ikke man kunne kreere en bedre erhvervsforsikrings-begæring. Claus Valentiner bad ham prompte om at lave et forslag selv - **SÅDAN!**

Afslutningsvis kunne Claus Valentiner meddele at Winterthur-gruppen netop har etableret en "hovedafdeling" i Bruxelles under navnet "Winterthur Europa". Han fortalte begejstret om, hvor stor en styrke det er at være stærkt repræsenteret overalt i Europa - netop nu.

Vi skal bruge dette i vor bearbejdning af såvel eksporterende virksomheder, som internationale virksomheder.

Alt i alt, - et opløftende, inspirerende og motiverende møde.

Per Gulbrandsen

Kvalitet - mere end

ERHVERVSPROJEKTET -
omstilling og markedsorientering.

Evnen til at omstille sig og synlig markedsorientering er nøgleord, som godt kan ligestilles med kulturforandring.

Den fleksibilitet og risikovillighed dette indebærer, spiller en altafgørende rolle, når resultaterne skal nås. (Emma Gad så dette helt tydeligt, når det drejer sig om de "højere lag"). Kulturbegrebet er for mange et begreb; men når vi hører om stive Englændere, lune jyder, glade fynboer og lignende generaliseringer, er vi inde på noget af dette svært definerlige.

(Et godt eksempel fra vor ord-sprogssamling, som viser forudsætningen for at der er fælles kultur er: "Lige børn leger bedst"). Ordet "team" stammer iøvrigt fra Gallisk, og betyder, at trækstudene havde stået ved siden af hinanden i stalden, og derfor kendte hinanden. Det gav det bedste træk for vognen.

Herunder bringer vi en artikel, som ved sine parodier, måske kan give stof til eftertanke, når nye markeder opøges.

ERHVERVS-DEBAT
af Finn Rasmussen,
eksportkonsulent

Det begyndte ellers så godt: Den store, tyske virksomhed var yders interesseret i at købe. Købe stort endda. Og for virksomheden i Herning var ordren af stor betydning, fordi den var det første skridt ind på det vigtige eksportmarked.

Men straks flyet landede i lufthavnen, begyndte tingene at gå skævt. Hansen havde ikke forudset, at trafikken var så tæt, så han kom for sent til det aftalte møde.

De tre tyskere på den anden side af bordet var kølige og afmålte, især da Hansen prøvede at forklare, hvorfor der ikke havde været tid til at oversætte hele det tekniske dokumentationsmateriale fra dansk.

Flere gange vekslede de blikke på en måde, som fik Hansen til at svede i håndfladerne.

Men man nåede da til enighed, og Hansen accepterede med glæde invitationen til en middag samme aften. På et godt sted, kunne han forstå på direktørens stemme, da han sagde navnet på restauranten. Middagen gik også dårligere, end han havde håbet. Med sit ellers nydelige grå jakkesæt faldt han helt ved siden af de mørke habitter og smokinger, der omgav ham, og det var heller ikke så smart, at han misforstod det franske på spisekortet, og fik noget besynderligt kød, som han aldrig fandt ud af, hvad var.

Måske var det også uhøfligt, at han fik sat sig ved bordet inden den administrerende direktørs kone. Men hvad Søren, nu om stunder kan den slags små ting vel ikke være afgørende?

Da han kom hjem på sit kontor, lå der en telefax fra den tyske virksomhed. Man takker for besøget, men desværre.

Det gik aldrig helt op for Hansen præcis, hvad der var gået galt.

Danskere er uopdragne

Lyder historien som en parodi?

Det er den naturligvis også. Men virkeligheden ligner faktisk ofte, når danske eksportfolk skal føre sig frem i udlandet. Og så er det i øvrigt komplet ligegyldigt, om virksomheden hører hjemme i Herning eller i Helsingør.

I Danmark (og i de øvrige nordiske lande) er vi vant til at omgås hinanden med afslappede og utvungne manerer, også i forretningsverdenen.

Man går rimelig pænt klædt og taler ordentligt til hinanden, ja-

vel, men målt med udenlandske alen er stilen, omgangsformen og jargonen kluntet, ja ligefrem uhøflig. Det er utænkeligt at tiltale en forretningspartner med et "davs" og et fornavn andre steder end hos os. Gjorde man sådan i Tyskland eller Frankrig eller i Østen, ville det være en åbenlys uforkam-methed.

I Tyskland er det f.eks. den administrerende direktør, der bestemmer farten. Hvis den danske gæst sætter sig ned før han - ja, så kan kontrakten være tabt på forhånd.

Og hvis værterne tilbyder at køre ham hjem på hotellet efter en middag, så knalder man ikke bare bildøren i med et "hej - og tak for i aften". Nej, man spørger høfligt, om man må have lov at byde på en forfriskning?

Sandsynligvis bliver svaret nej tak - om ikke af andet så af høflighedsgrunde. Men man bliver stående på fortovet - og vinker eventuelt - til bilen er helt ude af syne.

Takt og tone
er afgørende

Men hvad er det nu for noget pjat, kan man spørge. Skal pænt tøj og overdreven høflighed nu pludselig være vigtigere for eksporten end gode, pålidelige produkter?

Både ja og nej.

Selvfølgelig skal varerne og prisen være i orden, hvis en dansk virksomhed skal gøre sig håb om at eksportere sine produkter. Ligesom manualer, garantiaftaler, leveringsbetingelser, finansiering, typegodkendelser og alt andet, som indgår i en eksportaftale.

Men på et andet plan er det personlige indtryk, man får af hinanden under en forhandling, af afgørende betydning

Nøgleordet er troværdighed, og hvad skal man mene om en virksomhed, hvis den til en vigtig forhandling sender en repræsentant, som ikke taler sproget (godt nok),

en god "Kerneydelse"



Der vil næsten altid være en anden håndværker i nærheden - og der vil næsten altid være en anden producent af de varer, danske virksomheder tilbyder de udenlandske købere.

En anden ting er, hvordan danskeren i udlandet selv opfatter situationen.

Igen kan man trække en parallel til dagligdagen. De fleste bliver nervøse, hvis de får en invitation til et selskab, hvor der kræves smoking. Nogle bliver endog hellere hjemme i kameluldssokkerne, end de begiver sig ud i noget, hvor de ikke er sikre på, at de kan begå sig.

Men hvis vi vil sælge i udlandet (og det er vi som bekendt nødt til), kan vi ikke knibe uden om.

Lev op til forventningerne

Derfor er det ikke nok, at de nøglepersoner, der skal markedsføre og sælge danske produkter i udlandet, er dygtige og kvalificerede på det tekniske område.

Selv om det kan forekomme overflødigt og ligefrem latterligt, er det bydende nødvendigt, at dansk erhvervsliv skaber opmærksomhed og interesse for "den internationale Emma Gad". Det er min klare og entydige erfaring efter 25 år i den internationale forretningsverden. Det er væsentligt, at de, der skal repræsentere og indgå aftaler, lever op til de forventninger, der stilles til dem i det pågældende land. Både forretningsmæssigt og socialt.

Herhjemme er det f.eks. moderne at være så forjagede som overhovedet muligt. Vi skal helst stresser rundt med overfyldte mapper og haste fra det ene fly til det andet. Men sådan er det faktisk ikke alle steder.

Ingen er således nogen sinde vendt hjem efter et par dage i Japan med en underskrevet kontrakt. Der byder traditionerne, at forhandlinger tager tid. Man går ikke direk-

te til sagen, men skal først gennem et langt og næsten rituel socialt samvær først.

Og i østeuropa skal man helst optræde som rendyrket kapitalist. Så kan ens modpart se, at man er et reelt dumt svin, og det styrker paradoksalt nok troværdigheden. For det passer til det østeuropæiske billede af en vestlig forretningsmand.

Hummergafler på Handelshøjskolen

Men hvordan skal dansk erhvervsliv lære at begå sig? Skal Handelshøjskolerne tilbyde kurser i høflighed og den korrekte brug af hummergafler?

Ideen er udmærket - men den vil næppe vinde forståelse i hverken undervisningsministerium eller offentlighed.

I stedet for at vente på en erhvervsrettet takt-og-tone uddannelse kan virksomhederne søge råd, vejledning og assistance hos de firmaer og erhvervsfolk, der har en solid erfaring i international afsætning.

Derved kan de undgå at betræde de spinatbede, andre har været ude i. Og så bør de i øvrigt lade deres medarbejdere uddanne i udlandet. I dansk erhvervsliv har man ingen tradition for at sende dem ud for at lugte, smage og fornemme de lande, man vil sælge til. Vi føler ikke noget behov for at tilpasse os fremmede kulturer og skikke, inden vi forsøger os på fremmede markeder.

Andre lande, som Japan, Taiwan og Korea, bruger derimod enorme ressourcer på at give de kommende erhvervsledere et dybt og personligt kendskab til sprog, kultur og takt og tone i Vesten.

Mon ikke det er en vigtig del af forklaringen på, at disse lande kan sælge til os, mens vi kun med stort besvær kan sælge til dem?

Tony Spindler

som ikke ved, hvilken påklædning, der hører sig til, og som måske ligefrem bliver pinlig under middagen? Og så galt kan det faktisk gå - ikke bare i eksotiske og fremmedartede lande som Japan og Korea, men også i vore nabolande i Europa.

Vi kender det jo allesammen i en anden målestok. Hvis f.eks. en VVS-mand optræder groft og ubehageligt, så ringer vi til en anden, næste gang der springer et vand-rør.

Er du med på den?

Er du med din udnævnelse blevet Claus Valentiners højre hånd?

- Jeg vil nærmere sige, at jeg er hans venstre lillefinger, siger nyudnævnte direktionsassistent Jens Futtrup, der tiltræder sin nye stilling d. 1. maj i år. Det bliver helt sikkert en spændende, hård og meget lærerig tid. Men der stilles store krav til alle winterthurs medarbejdere, så jeg skal ikke pive.

Jens Futtrups stilling indebærer, at han refererer direkte til Claus Valentin.

- Det bliver en spændende fremtid. Jeg føler, at vi står ved en skillevej, hvor man kan sige: hvad vil vi?.

Derfor er et af de første mål også at udgive en informativ brochure, som får titlen: **WINTERTHUR 199x**, hvor alle medarbejdere kan se hvilken udvikling selskabet vil have, og hvordan vi ser ud om f.eks. seks år, både hvad angår selskabets mål og strategier.

Det betyder, at alle kan tage stilling til om man vil være med eller ej.

Du skal tage dig af den strategiske udvikling og planlægning, hvad mener der med det?.

- Jeg får ikke ansvaret for de ideer der opstår, men koordinering og implimentering af disse i organisationen. Winterthur står i et vadedest lige for øjeblikket. Vores decentrale organisation, er ved at skifte over på erhverv, og det giver en masse strategiske overvejelser. Skal vi indlede et samarbejde med en bank og hvad vil vi gøre med vores private forretning. Skal vi have fastlønnede salgsmedarbejdere og mange andre ting, men frem for alt, skal udgangspunktet for alt hvad vi foretager os være: at vi er europas ottende største forsikrings-selskab.

Jens Futtrup fik efter endt studentereksamen, job hos Frisko is, hvor han i to år kørte som reklamekonsulent.

Han var blandt andet med til at implimenter pizza i danske super-

markeder. Derefter gik han på handelshøjskole, og senere reklamebureau, hvor han lærte meget om reklame og marketing. Derefter var han to år hos BP som produktchef, og kom til Winterthur for ca. to år siden.

Hvordan tror du udviklingen vil gå, og hvordan ser vi ud i 1995?

- Jeg tror at vi om seks år er mere end ét selskab, flere former for selskaber, men med udgangspunkt i vores forsikringsforretning. Det vil betyde, at vi vil få en meget klar adskillelse imellem hvilke produkter der skal afsættes med rådgivning, og hvilke uden. Men vores primære afsætningskanal vil altid være via assurandøren. Evtuelt hvor produktbuketten som assurandøren medtager kan være kraftigt udvidet, med eksempelvis realkredit, leasing med mere, så winterthurs assurandører i fremtiden mere bliver en finansiell rådgiver på erhvervsmarkedet. Vi skal nemlig passe på at vi ikke isolerer os til kun at afsætte forsikring. For seks uger siden åbnede winterthur et nyt kontor i Bruxelles, Winterthur Europe som helt klart vil gøre, at vi vil stå meget stærkt i konkurrencen om de internationale erhvervsvirksomheder på det danske marked. Husk på at i Danmark bor der 5 mill. mennesker og f.eks. 17 mill. i London.

Har vi spillet på for mange heste?

- Det vil jeg ikke sige, men vores måde at gribe f.eks. direct mail markedet an på beviser, at vi skal være bedre forberedt i vores måde at gribe et nyt marked an på. Vi har startet en hel afdeling, uden at have vores mål fastsat, vi havde på starttidspunktet ingen produkter til det. Vores produkter og ikke mindst præmier er bygget til en salgskanal baseret på rådgivning af assurandører, og så har man ingen chance på direct mail markedet hvor prisen er den alt afgørende faktor. Det viser vores resultater også, men vi har nu fået en meget stor erfaring - der er værdifuld til vor videre arbejde på dette marked, hvor vi helt sikkert har en rolle at spille.

Til slut spurgte jeg Jens Futtrup om, hvad han rendte og brugte sin fritid på: til det svarede han, på rigtig Jens Futtrup maner:

- Det kan vist ikke interessere læserne af dette blad. Er du med på den?

Bjarne Bukdahl.





Jeg stortrives i jobbet!

Rundbold

Forleden dag modtog jeg en pakke indeholdende en bold. Først tænkte jeg: "Det må være en fejl", men jeg blev meget klogere, da flere af mine kollegaer - med stor overbevisning og brede smil - fortalte mig, at hermed var det nu min mulighed for at give mit "bidrag" til vort personaleblad. Derfor har jeg valgt at fortælle lidt om, hvordan jeg har oplevet at være assurandør ud fra fire forskellige betragtninger vedrørende trivsel.

Indledningsvis kan oplyses, at jeg blev ansat i 1986 på Kolding kontoret, og mit arbejdsområde primært har været ingeniørsegmentet.

Trives min kone og mine 2 børn på 4 og 7 år, med at jeg arbejder morgen, middag og aften?

Hertil kan jeg sige, at forhåndsforventninger og oplevelsen i det daglige går op, ved fornuftig planlægning.

Det er vigtigt, tror jeg, at prøve at adskille fritid og arbejde. Min familie har på et punkt konstateret, at 1988 var et forhåbentligt atypisk år. Alene forsikringshøjskolen har kostet 4 ½ uges ophold. Det har medført, at der er blevet klippet 9 weekender fra hinanden, på grund af rejser til og fra et eller andet kursus.

Trives jeg med kundekontakten?

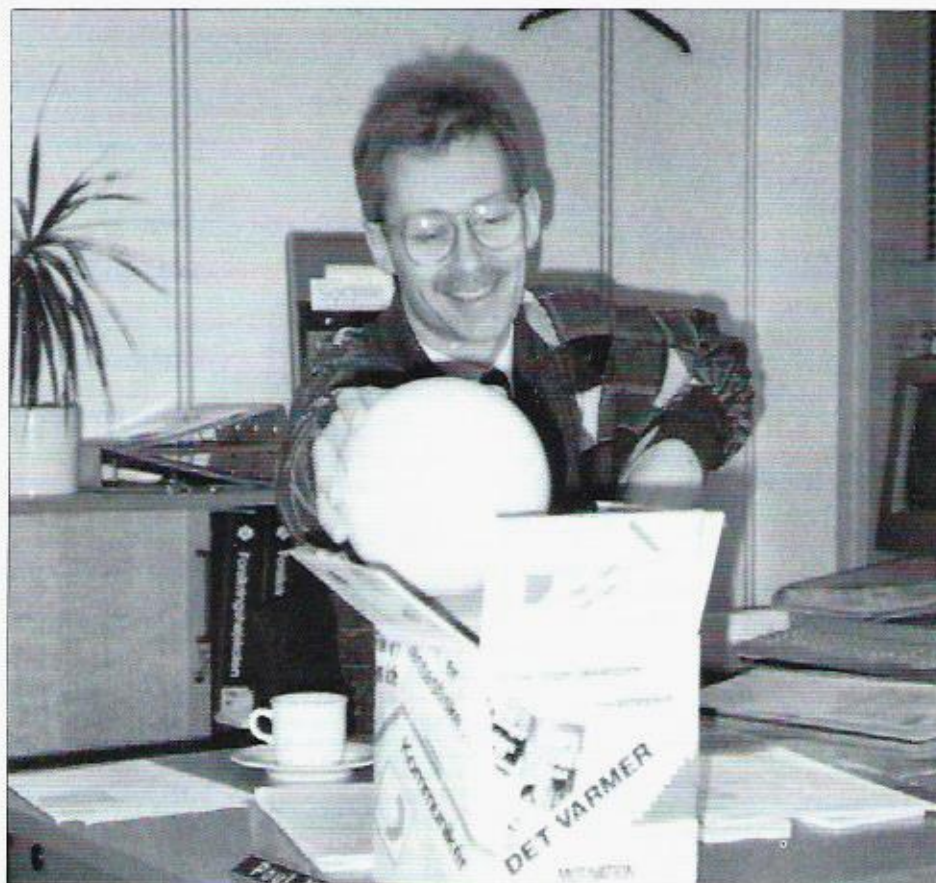
Kundekontakten er utrolig spændende. Det sker da, at en kunde udtrykker utilfredshed, og her ser jeg en stor udfordring i at få klarlagt, om vi kan hjælpe hinanden, så vi sammen opnår fælles tilfredshed igen.

Jeg tror ikke det kan undgås, at der er nogle nederlag, men så længe sejrene opvejer det negative, så er det fantastisk motiverende.

Trives jeg med mine kollegaer i selskabet?

Her vil jeg godt skamrose lidt og klart sige, at de kollegaer jeg arbejder sammen med, er knald dygtige og super reelle.

Dog en gang imellem er vi nok lidt for stressede, hvilket betyder, at



Glad og overrasket, -Exam.Assurandør Poul V. Schmidt, Kolding.

vi glemmer smilet, hvilket også er vigtigt i en telefon.

Men alt i alt opfatter jeg det sådan: at selv om vi langt fra altid er enige, så kan vi sagtens "være i stue" sammen, og det er godt. Lad os prøve at tænke positivt om hinanden.

Klarer jeg min faglige uddannelse, og får jeg min eksamen?

Her har mine følelser omkring trivsel været mere blandede. Forsikringshøjskolen og jeg har ikke altid været lige gode venner. Men ved stædighed og indsats, samt ikke mindst venners og kollegers hjælp, fik jeg min eksamen i november 1988. Det var bestemt en dejlig "ordre" at få hjem.

Konklusion: Da sejrene er langt større og flere end nederlagene, så vil jeg konkludere, at jeg stortrives i jobbet, det er fak-

tisk krævende og spændende.

Derfor har jeg besluttet, at 1989 skal være spændende, seriøst og sjovt.

Spændende med mange nye indsatser, besøg og resultater i form af tegning. Kort og godt: Jo flere indsatser, jo flere resultater.

Seriøst, fordi jeg skal på skole internt vedrørende erhverv, efteruddannelse på forsikringshøjskolen, samt forbedre salg omkring analyse, forslag, afslutning m.m. Sjovt, fordi jeg tror, jo flere spændende og seriøse indsatser jeg laver, jo flere positive oplevelser kommer jeg ud for, og jo nemmere vil det være at komme videre ved de skuffelser og nederlag der også eventuelt måtte komme.

Det skal være lysten der driver værket.

Poul Schmidt

Lille skade - stor virkning



Skaden er sket. Alt er i ruiner.

Brand i kaffemaskine/køleskab hos Procos A/S Birkerød, hvad gør vi og hvordan?

Interview med økonomichef Jørgen H. Langhorn og Mager Philippe Gauquin Procos A/S.

Hvad tid på dagen konstaterede I skaden?

-Jeg vågnede den 6. december 1988 kl. 6.15 om morgenen, tændte for lokalradioen og hørte, at Bregnerødvej var spærret, på grund af vandslanger, grundet brand i et computerfirma. Så begyndte jeg at vågne rigtigt, for da man fortalte, at det var på Bregnerødvej 144, var jeg med det samme klar over, at det nok var Procos, det var gået ud over.

I løbet af formiddagen blev der indkaldt til krisemøde, mellem de involverede parter. Under krisemødet var der allerede givet grønt lys fra Topsikring og winterthur-borgen, om at Jydsk Rengøring skulle starte rengøringen. Så i løbet af en time stod der 30 mand igang med at hive loft og persienner ned. Procos's egne folk gik i gang med at pakke ting ned.

Det var vel en mærkelig oplevelse, at høre det i regionalradioen, at ens arbejdsplads er brændt?

- Ja, jeg gik ind på min egen etage og konstaterede, at der havde været brand. Heldigvis var det ikke mit udstyr der havde været årsagen, men en kaffemaskine, hvilket dog var svært at se.

Hvad sagde kunderne til jeres skadesituation?

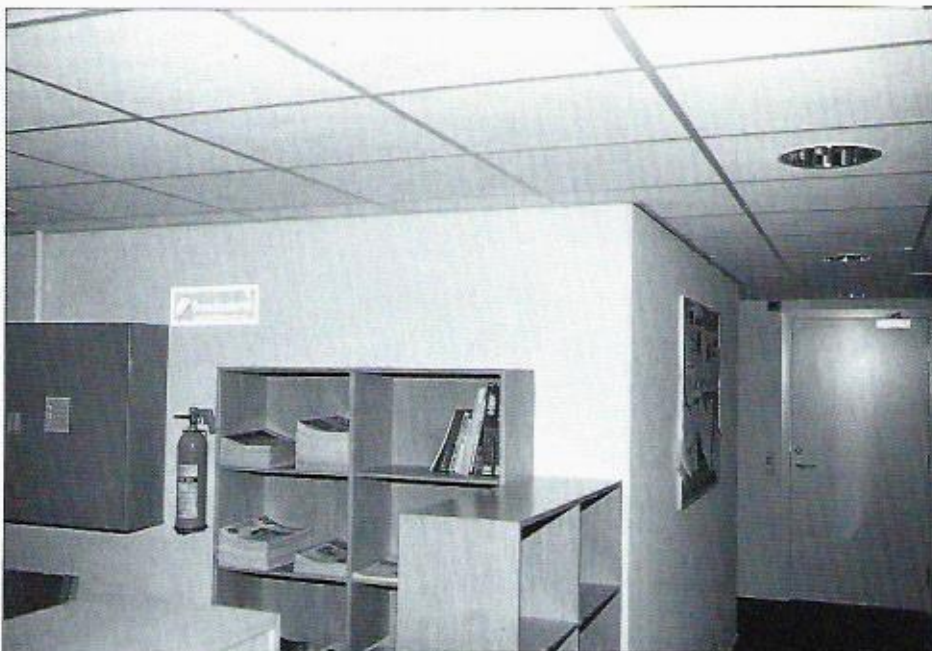
- General har vi gjort alt for at det ikke skulle kunne mærkes hos vore kunder. De projekter vi arbejder på nu, er dem vi har solgt for et halvt år siden. Den indflydelse skaden har haft, ser vi måske først om 3 - 4 måneder. Det der overraskede os, var at skaden kunne blive så stor i en hel ny ejendom. Ilden var begrænset til et meget lille område, derimod var følgeskaderne de værste. Det der må være mest interessant for et forsikringselskab er at se på hvilke materialer der bruges i moderne byggeri, da jeg kunne forestille mig, at der skulle sættes andre krav.

Har det givet anledning til revision af jeres forsikringer?

- Ikke endnu, det kan være der kommer en eventuel ændring af driftstabssummen?

Det kan vi først se når driftstabset er opgjort om alle poster er dækket ind. Der er ihvert tilfælde ingen tvivl om, at vi er glade for vor driftstabsforsikring efter denne skade. En af de ting jeg har spekuleret på bagefter var, at et forsikringselskab bør kunne stille en service til rådighed, der hed at administrere. Nu har vi måttet opfinde registreringsmetoder og måder at kontere ting på. Det vi har været ude for, er nok en ret klassisk skadesag.

Benny Birkholm



Så er der orden igen.



Lene Carlsen, Personafdelingen.

Efter knap to års "prøvekørsel" af WB'S pensionskoncept til erhvervs-markedet, er dette nu frigivet til alle vore assurandører.

Indtægtssikring

Dynamoer i projektet er Michael Klitvad. Michael bliver støttet af salgslederne, som sammen med assurandørerne bearbejder erhvervsmarkedet.

For at opnå den fornødne kompetence, har salgslederne deltaget i et kursus på hovedkontoret. Af emner på kurset var blandt andet: træning i brug af bord-flipover, pensionsbeskatningsloven samt civil og selskabsret.

Denne undervisning blev fulgt op af møder i distrikterne, hvor Lene Carlsen og Michael Klitvad sammen med den respektive salgsleder varetog instruktionen.

I marts måned begynder den intensive bearbejdning af markedet. I

salgsteams - salgsleder/assurandør besøges virksomhederne, som præsenteres for vore ideer.

Grundideen i konceptet er individuelle behovsanalyser. Her har vi vor styrke! De større selskaber på dette marked etablerer overvejende/udelukkende kollektive dækninger. Det medfører at alle ansatte i virksomheden etablerer ægtefælle- og børnepension - selvom den ansatte ikke er gift eller har børn. Det er en svaghed som vi vil udnytte. Vore assurandører er i forvejen markedets bedste til at analysere kundernes behov, så vi har alle forudsætninger for at tage markedsandele

Per Guldbrandsen

Uhh... ha da da

Interview med afdelingschef Arno Olsen fra Jydsk Rengøring.

Jydsk Rengøring har rengøringen hos Procos, så det var jo naturligt, at dette firma blev brugt til rengøringen efter branden, men hvordan gøres dette?

En halv time efter at vi fik besked fra taksator, stod vi på stedet med 30 mennesker. Men da det var ud over vores normale mandskabsstyrke, måtte vi låne os frem i andre afdelingen, det er en af de fordele vi har. Vi satte dem igang med at lave løvsøredelen. Det vil sige nedtagning og rengøring af inventar, samt bortkørsel af flyttekasser m.v. til senere rengøring.

Jeg kunne forstå fra kunden, at hans opfattelse var, at det drejede sig bare om rengøring, så var han igang med arbejdet igen.

Ja, det blev lidt anderledes. Det drejede sig nemlig ikke bare om rengøring. Der var mange ting der havde taget skade, så det gjaldt ikke en almindelig behandling efter sodskade.

Jeg ved der er blevet pakket en masse ting ned i kasser, hva' gør i ved de 500 flyttekasser?

Vi tog kasserne med hjem og renoverede indholdet i dem. Møblerne blev rensat på stedet og selve bygningen stod nu tilbage klar til rengøring.

Efter dette fjernede vi lugten ved at dele rummene op og give disse en ozonbehandling. Denne behandling skal foregå hvor der ikke er mennesker til stede - derfor foregår sådan et arbejde i weekenden.

Får folkene en specialuddannelse?

-Ja folkene får nogle specielle kurser om, hvad man skal tage vare på ved sådanne opgaver, hvilke kemikalier der skal bruges.

Så de er veluddannet til skadeservice, som jo er en speciel afdeling i Jydsk Rengøring.

Vi har døgnvagt med en vagthavende, der har vagt en uge ad gangen, og det kører på den måde, at telefonen automatisk fra kontoret efter fyraften, slår over til en mobiltelefon som vagthavende medbringer overalt.

Hvordan er samarbejdet omkring winterthur-borgen og Jydsk Rengøring?

Generelt føler vi samarbejdet er godt. Vi har hele tiden opgaver fra winterthur-borgen.

Jydsk Rengøring startede først Skadeservice op i 1986, vi har indtil 31.12.1988 kun beskæftiget os med Skafor trin 3.

Hvis man kort skal sige hvad et skadesforløb er:

Trin 1 omfatter den øjeblikkelige skadesbegrænsende indsats (alene brandvæsenet).

Trin 2 omfatter imidlertid standsning af et påbegyndt korrosionsan-

greb, og man skal have et udrykningshold klar der skal være på brandstedet inden en time. Trin 3 omfatter den endelige renovering både på løvsøre og bygning. Brandinspektøren har kompetence til at sætte trin 1 og 2 igang, uden at spekulere på hvem der skal betale. Trin 3 ligger så i forsikringsselskabernes regie og omfatter den aktuelle renoveringsopgave. Det kræver en ekstra uddannelse at komme op på trin 2, både på personsiden og for maskiner og udstyr.

Benny Birkholm



NYT FRA MARKETING



Hovedgevinsten i erhvervskonkurrencen, - et weekendophold på Faldsled Kro.

I forbindelse med erhvervsprojektet, blev der i efteråret '88 udført et såkaldt positivliste, som var resultatet af en samlet vurdering af hele erhvervsområdet.

Ved at vurdere hver enkelt erhvervsbranche ud fra et forsikringsteknisk synspunkt, fik man overblik over, hvor de gode og dårlige risici ligger på erhvervsområdet.

Med udgangspunkt i denne positivliste, har vi i februar måned købt ca. 15.000 adresser på virksomheder, der ligger indenfor positivlisten. Adressematerialet bliver leveret på specialdesignede sælgerkort, som udover virksomhedens navn og adresse indeholder oplysninger om hvilke erhvervsbrancher den er registreret under, antal medarbejdere i virksomheden, telefonnummer, hvornår den er grundlagt m.v.

Alt i alt får assurandøren et godt overblik over, hvilken type virksomheder der er tale om, således at han har et godt udgangspunkt for at aftale et møde. Udover disse mange adresser er der købt et sæt Kompass firmabøger til samtlige distrikts- og afdelingskontorer. Kompass firmabøgerne indeholder oplysninger om ialt 80.000 virksomheder.

Med købet af virksomhedsadresser og Kompass firmabøger, har vi styrket assurandørernes tegningsmuligheder væsentligt.

Sideløbende med dette, startede vi pr. 1. januar en ERHVERVSKONKURRENCE for samtlige assurandører. Idéen med konkurrencen var, at synliggøre erhvervsprojektet og

virke motiverende på salget af forsikringer på erhvervsområdet. Alle assurandører har i sit årsbudget et særligt erhvervsbudget, som er afstemt med de aktiviteter, der er planlagt for assurandøren i løbet af året. Hver måned kåres MÅNEDENS ASSURANDØR ud fra det faktiske erhvervssalg i henhold til det budgetterede.

I januar var vinderen:
Johnny Bagger Larsen, City

I februar var det:
Torben Werlauff, Herning

Begge har modtaget 6 flasker god rødvin, for den flotte præstation.

Ved årsskiftet kåres ÅRETS ASSURANDØR af distriktscheferne og marketingafdelingen i fællesskab. Hovedgevinsten er et weekendophold for 2 på Faldsled Kro.

Peter Ankerstjerne

Stærk sponsor

I forbindelse med at vi ønsker, at fastholde vor stærke position og høje kendskabsprocent til Winterthur på ingeniørmarkedet, er vi gået ind som hovedsponsor for sportsklubben på Danmarks tekniske Højskole og Dansk Ingeniør Akademi

Målet med denne sponsering er at vise, at Winterthur er en naturlig del af ingeniørens hverdag -

lige fra studiets start. Vi vil bruge sportsklubben i vor markedsføring i løbet af efteråret.

Vor ingeniør kampagne '89 bliver præsenteret i april måned - men assurandører på ingeniørområdet er meget velkomne til at kontakte undertegnede, for at høre nærmere, bl.a. om de endelige datoer.
Jens Puttrup



Det kan aldrig gå helt skævt, med Winterthur som sponsor.

- Skriv dansk, mand!

Er du god til at skrive breve

- let forståelige breve, som kunderne bliver glade for at modtage hvad enten de får ja eller nej?

Det er du jo nok, men måske kunne du tænke dig at blive endnu bedre, at få mere styr på dit sprog og slippe af med nogle lidt gammeldags og stive formuleringer.

Som et led i den aktuelle udviklingsproces, der er sat i gang i virksomheden har Tony Spindler bedt mig deltage i et eksperiment. Det går ud på, at jeg skal stille mig til rådighed for de ansatte i personafdelingen, og i nogle timer give råd og vejledning om formuleringen i de danske breve, der skrives i afdelingen.

Jeg er cand.mag. i dansk og samfundsfag, jeg underviser på Niels Brock Handelsskole og Kursus Center og har i nogle år arbejdet med kommunikationskurser.

At "undervisningen" finder sted ved skrivebordene skal sikre, at der ikke spildes ressourcer, ved, at de ansatte trækkes ind i mere eller mindre realistiske undervisningssituationer og beskæftiger sig med fiktive problemer. Hjælpen skal ydes der, hvor der er behov for den.

Tilbuddet om vejledning i skriftlig formulering skal tilgodese det behov for sproglig udvikling, der i disse år eksisterer for alle, der kommunikerer skriftligt med kunderne.

Kommunikationsformen har ændret sig i samfundet. Tidligere tiders lidt autoritære og formelle form i breve fra offentlige og private virksomheder er afløst af et ønske om at formulere sig, så kunderne let forstår budskabet, og samtidigt føler sig godt tilpas ved at læse brevet. Det stiller krav til brevenes afsendere om at formulere sig i et nutidigt og let tilgængeligt sprog.

At kommunikation er et vigtigt element i vores dagligdag, kan vi vel alle blive enige om. At det er vigtigt, at vi kommunikerer, så vi forstår hinanden, hvad enten det sker skriftligt, pr. telefon eller "face to face" ved vi også alle sammen godt. Alligevel lykkes kommunikationen ikke altid.

Der kan være den bedste vilje hos afsenderen til at sende et klart budskab afsted, men hvis der opstår "støj" i kommunikationskanalen får modtageren ikke det fulde udbytte af afsenderens velvilje.

Derfor er det så vigtigt, at vi alle arbejder på at pudse vore kommunikationsredskaber af, så de fungerer bedst muligt.

Fra jeres virksomhed sendes der dagligt mange breve ud til kunderne. Alle sendes sikkert afsted i den bedste hensigt om, at kunden let skal få fat i jeres information. Men alligevel lykkes det ikke altid. Af og til sidder der kunder rundt omkring med et brev fra jeg og siger: "Hvad mener de egentligt?"



Inger Helle-Nielsen

Jeg synes, det er spændende at arbejde med skriftlig kommunikation, og jeg glæder mig til at få mulighed for at støtte nogle af jer, hvis I synes, I har lyst og behov for at arbejde med en udvikling af skriftsproget.

Inger Helle-Nielsen

Effektiv kommunikation - på helt nye måder

OCS 300 - Hvad er det?

Det er selskabets nye telefon central. I uge 16 sker det, fra den dato kan de personer, som kender det gennemgående telefonnummer der følger med OCS 300, trykke sig direkte ind til den man ønsker at tale med.

Er vedkommende ikke på sin plads, kan telefonen stilles om til andet lokalnummer. Der inddeles i grupper således at alle indefor den samme gruppe ikke behøver at rejse sig når en anden telefon ringer, ved et tryk på egen telefon kan samtalen stilles om. For eksempel ved opkald til uddannelsesafdelingen behøver den der er til stede ikke løbe efter en ringende telefon, men ved et tryk er der forbindelse.

EDB - hjemmefra!

Hvis en af medarbejderne i EDB - afdelingen arbejder hjemmefra og der skal ske en rettelser eller en ny oplysning skal ind på systemet, kan han dreje sig direkte ind på systemet på hovedkontoret. Carsten Nielsen, der arbejder med indførelsen af systemet, kan ikke på nuværende tidspunkt oplyse det nye telefonnummer. Ligeledes kan han heller ikke sige hvorledes de forskellige nummergrupper bliver. Hvis det lokalnummer man ringer op er optaget skal der blot trykkes på en knap på ens egen telefon og så snart lokalnummeret er klar ringer telefonen selv op. - Så har OCS 300 indbygget selvtest, det vil sige anlæget tester fortløbende sig selv og finder evt. fejl.

Peder Toft.



winterthur
borgen-forsikring

IN er et medarbejder-blad for winterthur-borgen a/s

Ansvarshavende redaktør:
Tony Spindler

Redaktør: **Lillian Svenstrup**

Medredaktører:
Svend Erik Fisker
Bjarne Bukdahl
Per Gulbrandsen
Peder Toft
Benny Birkholm
Malene Erkmann

Udgiver: winterthur-borgen a/s
Halmtorvet 20
1700 Kbh. V.

Oplag: 550

Medlem af Dansk Personalebladsforening

Tryk: Standard Trykkeriet

Gengivelse tilladt med kildeangivelse.

Deadline til næste nr.: 12.6.89