



nord
west

PNW Neuigkeiten im Big Pack



Hoffnung

Solidarität

Stärke

Liebe Leserin, lieber Leser,

... und ganz plötzlich ist nichts mehr, wie es mal war. Innerhalb kürzester Zeit hat das Coronavirus weltweit unser Leben auf den Kopf gestellt. Die Corona-Krise, von der viele anfangs dachten, dass sie Europa nicht erreicht, hat auch in der Bundesrepublik dafür gesorgt, dass das alltägliche Leben zum Stillstand gekommen ist. Innerhalb kürzester Zeit ist der Alltag in Deutschland und zahlreichen anderen Ländern kontrolliert heruntergefahren worden. Konsequent wurden Entscheidungen getroffen, um die sich rasch entwickelnden Ansteckungsketten möglichst schnell zu unterbrechen. Ein funktionierendes Gemeinwesen, Freunde, Familie und Nachbarn, die füreinander da sind – kurzum Solidarität wird in einer derartigen Ausnahmesituation, wie sie wohl noch keiner von uns erlebt hat, immer wichtiger.

Die Provinzial NordWest hat sehr früh am Anfang der Corona-Pandemie einen Krisenstab gebildet und drei Lagezentren eingerichtet, um die erforderlichen Maßnahmen für den Innen- und Außendienst schnell und effizient zu koordinieren. Im Intranet (PiP) werden Innen- und Außendienst in täglichen Updates über die aktuellen Entscheidungen informiert. Dank einer hervorragenden IT-Unterstützung kann ein Großteil der Arbeit aktuell direkt aus dem Homeoffice erfolgen. Neben dem größtmöglichen Schutz für alle geht es aber natürlich darum, auch in Krisenzeiten weiter für unsere Kundinnen und Kunden da zu sein und sie in allen ihren Anliegen bestmöglich zu unterstützen.

Aber es gibt auch andere wichtige Themen. Nachdem sich die Spitzen der Anteilseigner im Februar über das wirtschaftliche Ergebnis der Fusionsprüfung mit der Provinzial Rheinland verständigten, stimmten Ende März alle Gremien der Anteilseigner der Unterzeichnung der Rahmenvereinbarung zur Fusion zu. Die Vorstände sind mit der weiteren Gestaltung des Fusionsprozesses beauftragt. Nach erfolgter Freigabe durch die Aufsichtsbehörden soll die Fusion mit Rückwirkung zum 1. Januar 2020 umgesetzt werden. Durch die Fusion gehören wir zu den Top 10 im deutschen Versicherungsmarkt. Eine Marktposition, die uns gerade auch mit Blick auf die Corona-Krise stärkt und dabei unterstützt, die aktuellen Herausforderungen zu bewältigen.

Es ist in unserem Konzern sehr viel in Bewegung, wie die weiteren Themen in diesem Heft zeigen. Vom digitalen Schutzengel Vivatar über den digitalen Mieterpass bis hin zu unserem digitalen Gewerbeversicherer andsafe: Wir haben so einiges für Sie im Gepäck. Unsere Tipps und Termine kommen dieses Mal ganz virtuell daher. Auch die Kulturschaffenden haben sich auf die aktuelle Situation eingestellt und bieten mit digitalen Angeboten ganz neue kulturelle Erlebnisse.

Die Corona-Pandemie stellt uns alle persönlich, aber auch die Provinzial NordWest als Unternehmen vor große Herausforderungen. Lassen Sie uns zusammenstehen und gemeinsam daran arbeiten, diese Krise zu bewältigen. Ihnen, Ihrer Familie und den Menschen, die Ihnen am Herzen liegen, wünsche ich Zuversicht und Stärke; bleiben Sie gesund.

Ihr



Jörg Brokkötter



© Eisenhans - Adobe Stock/Strandperle



nordwest

© katestudio - Adobe Stock/Strandperle

Unser Konzern | Neuigkeiten im Big Pack
Bei uns ist einiges in Bewegung: In diesem nordwester haben wir viele Neuerungen für Sie im Gepäck.

Nah dran 06

- 06 Die besten Schülerzeitungen
- 07 Provinzial weiter SHMF-Hauptsponsor
- 07 Soforthilfe für Tafel
- 07 120 Sekunden um zu überleben

Unser Konzern 08

- 08 Fusion mit der Provinzial Rheinland
- 10 Corona-Krise: Maßnahmen und Mitarbeiterstimmen
- 26 Starke Profile
- 28 Doppelspitze
- 29 Nachhaltig investieren
- 30 300 Tage andsafe
- 33 Geschäftsführerwechsel bei OCC
- 34 Neues Konferenzzentrum der Hamburger Feuerkasse
- 38 Topf und Deckel: Ausgezeichnete Ausbildung in unserer Küche
- 40 Provinzialer helfen in Nord und in West
- 42 Trends in der Agrarwirtschaft
- 44 Die Sau rausgelassen

PNW Kunden-Perspektive 15

- 15 Schadenregulierung aus Kunden-Perspektive

PNWneXt 18

- 18 Baum statt Brief

Digitalisierung 20

- 20 Digitaler Schutzengel Vivatar
- 22 Apato: digitaler Mieterpass

Vertrieb 46

- 46 Online-Marketing für Agenturen

Vertrieb Außendienst 48

- 48 Ausgezeichnet: Stipendien für PNW'ler
- 49 Stellenportal für den AO-Vertrieb

Vertrieb Sparkassen 50

- 50 Speakers Corner

Engagement 52

- für Westfalen**
- 52 Feuerwehr: Falsche Taktik – Große Schäden
- 54 Buchtipp: Kraftorte im Münsterland

- für den Norden**
- 56 24/7 – Segelcamp für Klein und Groß
- 58 Rostocker Kunstpreis zu Gast bei der Provinzial
- 62 Engagement für Hamburg: ein besonderes Nordderby
- 63 Mein Engagement

- 60 Tipps und Termine digital

© -kl-



Unser Konzern | Fusion
Was lange währt: Konzernchef Dr. Wolfgang Breuer im Interview zum aktuellen Stand der Fusion.

Digitalisierung | Start-up Apato
Digitale Dienstleistungen rund um Immobilien – die neue Konzern Tochter stellt sich vor.

22



© Vadim Andrushchenko - Adobe Stock/Strandperle



30

Unser Konzern | andsafe
300 Tage andsafe: Die Entwicklung des digitalen Gewerbeversicherers im Überblick.

© Jan-Philipp Behr/Neovaude

© Jag_cz - Adobe Stock/Strandperle



Unser Konzern | Corona
Die Pandemie stellt alles auf den Kopf. Hier finden Sie Infos zu Maßnahmen und Mitarbeiterstimmen.



Nah
dran

Nachhaltiger & digitaler

Mit dem Schülerzeitungswettbewerb hat die Provinzial eine echte Tradition geschaffen: Der Schülerzeitungswettbewerb der Kulturstiftung der Westfälischen Provinzial fand in diesem Jahr bereits zum 22. Mal statt und auch die Provinzial Nord Brandkasse wiederholte den Wettbewerb zum sechsten Mal. Bei all der Tradition ist es umso schöner, dass die Nachwuchsredakteure sich kritisch mit aktuellen Themen wie dem Klimawandel auseinandersetzen und die Inhalte vermehrt auch crossmedial aufbereiten. Neben der klassischen Printausgabe nehmen Online-Schülerzeitungen sowie Blogs, Instagram-Accounts oder sogar Podcasts zu. Der nordwester gibt einen Überblick über die diesjährigen Highlights.

Die Gewinner

PROVINZIAL NORD BRANDKASSE

Grundschulen

- 1 **Bargi Bote** | Grundschule Bargenstedt-Schafstedt
- 2 **Kaland Nachrichten** | Kaland-Schule Lübeck
- 3 **mag.net** | Grundschule Marlower Loris
- 4 **Cool School** | Naturgrundschule Plate

Weiterführende Schulen

- 1 **Steinpost** | Freiherr-vom-Stein-Gymnasium Oldenburg
- 1 **Knuutsch** | Werner-von-Siemens-Schule Schwerin
- 2 **FRED** | Bernstorff-Gymnasium Satrup
- 3 **unzensiert** | Gemeinschaftsschule mit Oberstufe Kellinghusen
- 4 **Stichling** | Friderico-Francisceum Gymnasium zu DBR Bad Doberan

WESTFÄLISCHE PROVINZIAL

Grundschulen

- 1 **Notiz (nicht nur) für Kids** | Frauenlobschule Bochum
- 2 **Violenkracher** | Violenbachschule Nord Borgholzhausen
- 3 **Kunterbunte Seepost** | Freie Schule am See Sundern

Weiterführende Schulen

- 1 **Schillerglocke** | Schillergymnasium Münster
- 2 **Der Kardinal** | Kardinal-von-Galen-Gymnasium Mettingen
- 3 **Pinguin Post** | Gymnasium St. Michael Paderborn

Provinzial Nord Brandkasse | In diesem Jahr nahmen 42 Schülerredaktionen der Grund- und weiterführenden Schulen aus Schleswig-Holstein (SH) und Mecklenburg-Vorpommern (MV) teil. Die Top-Platzierungen teilen sich in diesem Jahr das Freiherr-vom-Stein-Gymnasium aus Oldenburg als bestes Blatt aus SH und die Regionale Werner-von-Siemens-Schule Schwerin als Spitzenreiter aus MV. Die Nachwuchsjournalisten aus Oldenburg in Holstein freuten sich über Pressekarten für ein Champions-League-Spiel des THW Kiel; die Gewinner aus Schwerin durften bei einem Spiel des SSC Palmberg Schwerin Bundesliga-Luft schnuppern. Den ersten Platz bei den Grundschulen belegt die Zeitung „Bargi Bote“. Die Gewinner-Redaktion erhält Einblicke hinter die Kulissen der Kindernachrichtenredaktion des sh:z in Flensburg und darf den Profis über die Schulter schauen.

Westfälische Provinzial | Eine Jury aus Medienexperten und Kulturverantwortlichen bewertete die knapp 50 Einsendungen und wählte die Gewinner des Wettbewerbs aus. Bei den Grundschulen setzte sich die Schülerzeitungsredaktion der Frauenlobschule in Bochum durch und gewann einen Projekttag mit den Minimusikern. Dabei kommen die Musikpädagogen mit einem mobilen Tonstudio im Gepäck in die Schule und nehmen mit allen Schülern eine CD auf. Der Hauptpreis der weiterführenden Schulen ging an das Schillergymnasium aus Münster. Sie haben einen Fotoworkshop gewonnen, den die Provinzial zusammen mit den Westfälischen Nachrichten organisiert und bei dem die Schüler lernen, wie sie mit kleinen Tricks und Tipps professionelle Smartphone-Fotos machen. Der Sonderpreis in der Kategorie „Beste Onlinezeitung“ ging an die Zeitung „Der heiße dRAT“ des Ratsgymnasiums in Münster. ■ TEXT Milena Göde und Lena Lutterbeck





© nadianb - Adobe Stock/Strandperle



Soforthilfe für „SattMission“

2.500 Euro stellt der Verein „Provinzialer helfen“ zur Verfügung, um dazu beizutragen, dass Bedürftige in Kiel weiterhin mit Essen versorgt werden können. Das Geld ist für die sogenannte „SattMission“ bestimmt. Aufgrund der Corona-Krise haben bundesweit ca. 400 Tafeln ihre Ausgabestellen bis auf Weiteres schließen müssen. Die dadurch entstehende Not bei Menschen, die auf Lebensmittelhilfe angewiesen sind, möchte in Kiel eine Kampagne der „stadt.mission.mensch“ lindern. Das Konzept sieht vor, dass zwei Restaurants und eine Kantine regelmäßig mehrere hundert Essen kochen, die portionsweise verpackt und ausgeliefert werden. Dafür werden Spenden benötigt. „Unser Verein unterstützt seit vielen Jahren die Arbeit der Tafeln. Deshalb finden wir es wichtig, in der aktuellen Krise ebenfalls einen Beitrag zu leisten“, begründet der Vorsitzende von „Provinzialer helfen“ im Norden, Heiko Heitmann, die Soforthilfe. ■ -wi-

Verlängerung

Provinzial weiter SHMF-Hauptsponsor | Die Provinzial ist im Rahmen der Sparkassen-Finanzgruppe für weitere drei Jahre Hauptsponsor des Schleswig-Holstein Musik Festivals (SHMF). Vertriebsvorstand Dr. Markus Hofmann würdigte das Festival bei einem Pressegespräch anlässlich der Vertragsverlängerung: „Es ist ein einzigartiges kulturelles Großereignis im Norden, das sich in den letzten Jahren sehr erfolgreich weiterentwickelt hat. Daher setzen wir unser Engagement aus voller Überzeugung nicht nur fort, sondern weiten es auch noch aus.“ Das Schleswig-Holstein Musik Festival bietet eine große Bandbreite klassischer Musik mit Welt- und Nachwuchssstars und darüber hinaus eine Bühne für internationale Top-Künstler anderer Musikrichtungen. Ob die Corona-Pandemie zu einer Absage oder Verschiebung des ab Juli terminierten SHMF führt, stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest. ■ -wi-

FOTO Frank Peter



Freude über die Vertragsverlängerung: (v.l.) Jeanette van Beek (SHMF), Dr. Markus Hofmann (PNW), Reinhard Boll (Präsident SGVSH), Dr. Christian Kuhnt (Intendant SHMF), Dr. Matthias Danne (DekaBank), Dr. Heike Kramer (DSGV) und Jens Grelle (LBS).

120 Sekunden

... um zu überleben | Was ist eigentlich in einem Brandfall genau zu tun und wie kann ich mich am besten schützen? Mit diesen Fragen beschäftigten sich im Rahmen des deutschlandweiten Schülerwettbewerbs „120 Sekunden, um zu überleben“ viele Schülerinnen und Schüler. Unter den teilnehmenden Schulen war auch das Werner-von-Siemens-Gymnasium in Gronau. Nach einer öffentlichen Abstimmung für die jeweiligen Projekte landete die Schule auf dem dritten Platz. Die Schülerinnen und Schüler erarbeiteten in einer eigens für diesen Wettbewerb gegründeten Feuerwehr-AG ein Projekt, welches sich insbesondere an Kindergartenkinder und Senioren richtet. Diese Gruppen sind im Brandfall besonders gefährdet, denn Kindergartenkinder verstecken sich oft vor Angst im Zimmer, Senioren können sich oft nur schwer alleine aus der Gefahr befreien. Mit Videos im Kindergarten und Umfragen auf den Straßen leisteten die Schülerinnen und Schüler einen wichtigen Beitrag zur Aufklärung, was im Brandfall zu tun ist. Neben der Urkunde und einem Preisgeld von 500 Euro besonders erfreulich: Es hat bereits ein weiterer Kindergarten angefragt, ob die Schülergruppe auch dort mit ihren eigens gedrehten Videos Aufklärungsarbeit leisten kann. ■ -Im- FOTO Annica Schepers



Fusion mit der Provinzial Rheinland

Ende März haben die Aufsichtsräte der Provinzial NordWest und die Gewährträger der Provinzial Rheinland der Unterzeichnung der Rahmenvereinbarung zur Fusion zugestimmt. Damit haben alle Gremien den Weg für weitere aufsichtsbehördliche Genehmigungsverfahren freigemacht. Nach erfolgter Freigabe durch die Behörden soll die Fusion mit Rückwirkung zum 1. Januar 2020 umgesetzt werden.

Jörg Brokkötter sprach dazu mit Konzernchef Dr. Wolfgang Breuer.

INTERVIEW Jörg Brokkötter FOTO Thomas Klerx

Was lange währt ... | Dr. Wolfgang Breuer: ... ein gutes Sprichwort. Ja, nachdem alle Gremien unserer Anteilseigner der Rahmenvereinbarung zur grundsätzlichen Bewertung, zum Fusion- und Standortkonzept und dem komplexen Vertragswerk zugestimmt haben, ist der Weg frei für die nächsten Schritte, in denen die Details zu verabschieden sein werden, ebenso wie eine Reihe von Genehmigungsverfahren, die durch die Versicherungsaufsicht, Kartellbehörden, Finanzbehörden etc. zu durchlaufen sein werden. Aber der sogenannte „Point of no return“ ist genommen. Jetzt müssen wir alles daran setzen, dass es eben wie das Sprichwort sagt, nicht nur ein langer Prozess war, sondern eine gute Sache wird. Das ist das Wichtigste. Jetzt geht die Arbeit für uns so richtig los. Aber Arbeit, die gestaltet und die wir gut können. Wir werden viele beteiligen.

Die Fusionsprüfung hat sich ja wirklich extrem lange hingezogen ... | Dr. Wolfgang Breuer: Das stimmt und dass wir uns das insgesamt schneller gewünscht hätten, ist ja kein Geheimnis. Der Prüfungsprozess hat sich hingezogen und war sehr, sehr arbeitsintensiv. Viele Steine sind aus dem Weg geräumt worden. Klasse Mannschaftsleistung, für viele direkt am Prozess Beteiligte war dies mit extremen Arbeitsbelastungen verbunden. Aber noch stolzer bin ich, dass gleichzeitig unser Geschäft richtig gut gelaufen ist. Darauf kommt es an, eine Fusionsprüfung ist kein Selbstzweck. Wir dürfen nie unsere Kundinnen und Kunden aus dem Blick verlieren. Hier haben noch viel mehr Beteiligte super gearbeitet. Es wird mit dem Zusammengehen mit der Provinzial in Düsseldorf ein Versicherer mit einer Beitragseinnahme von mehr als sechs Mrd. Euro entstehen, der in den Top 10 im deutschen Versicherungsmarkt mitspielt. Es wird im Marktvergleich ein ganz sicher sehr stabiler und

vor allem attraktiver und langfristig sicherer Arbeitgeber entstehen. Vor allem haben wir Ruhe – wir können nicht mehr privatisiert werden. In der Schaden-/Unfallversicherung und in der Lebensversicherung werden wir der größte Öffentliche Versicherer sein. Das ist gut, weil es sicherstellt, dass auch bei weiteren Konsolidierungen im Öffentlichen Lager unser Zentrum immer im Westen und Norden liegen wird – darauf kommt es mir an. Und es wird ein sehr, sehr starker Produktgeber für unsere Vertriebspartner sein. Wie gesagt, wir dürfen nie den Markt aus dem Blick verlieren.

Und an Herausforderungen mangelt es nun wahrlich nicht. | Dr. Wolfgang Breuer:

Denken Sie alleine an die Herausforderungen durch die Digitalisierung, an die hohen Investitionen jetzt und in den kommenden Jahren. Hier können wir künftig die Kräfte weiter bündeln und zusammen weitere digitale Neuerungen einführen, die wir allein nicht schaffen könnten. Aber neben diesen Themen macht mir – neben der Corona-Krise mit ihren riesigen Herausforderungen sowohl gesundheitlich als auch wirtschaftlich und das alles nach wie vor mit ungewissem Ausgang – die dramatische Lage an den Kapitalmärkten schon Sorgen. Aber auch hier sind wir gemeinsam viel besser in der Lage diese Themen abzufedern.

Und wie geht's jetzt in diesem Jahr beim Thema Fusion weiter? | Dr. Wolfgang Breuer:

Wir werden die Konzepte jetzt zügig konkretisieren, wenn es so weit ist, gute Change-Management Prozesse aufsetzen und alle Kolleginnen und Kollegen – so wie bisher – sehr umfangreich über die vereinbarten Schritte informieren. Ich freue mich auf die Umsetzung und sehe für die „neue“ Provinzial sehr gute Chancen für eine erfolgreiche gemeinsame Zukunft in der Assekuranz. ■



„Es wird im Marktvergleich ein ganz sicher sehr stabiler und vor allem attraktiver und langfristig sicherer Arbeitgeber entstehen.“

[Dr. Wolfgang Breuer]

Hoffnung Solidarität Stärke

Die Corona-Pandemie stellt uns vor noch nie da gewesene Herausforderungen: Im Zuge des offiziellen Shutdown schlossen Mitte März die Agenturen für den Publikumsverkehr; auch die Direktionsstandorte sind ausgedünnt. Der überwiegende Teil der Arbeit erfolgt aus dem Homeoffice. Wie hat sich unser Konzern im Innen- und Außendienst auf diese Ausnahmesituation eingestellt und wie schaffen wir es in Corona-Zeiten weiter für unsere Kundinnen und Kunden da zu sein?

TEXTE Annette Bäcker, Lena Lutterbeck und Heiko Wischer FOTOS privat

ZUSAMMENHALT IN SCHWEREN ZEITEN

Die Provinzial NordWest hat bereits Ende Februar angefangen, wichtige Maßnahmen zu ergreifen. Von Anfang an stand dabei der Schutz von Mitarbeitenden, Vertriebspartnern und Kunden an oberster Stelle. Auch in der aktuellen Situation wollen wir für unsere Kunden da sein und den täglichen Geschäftsbetrieb sicherstellen. Dank eines hervorragenden Einsatzes der IT wurde früh begonnen, einen Großteil der Mitarbeitenden ins Homeoffice auszulagern. Sie wurden schnell mit zusätzlicher Hardware ausgestattet, so dass sie mobil von zu Hause arbeiten können. Der Geschäftsbetrieb wurde fortgeführt und gleichzeitig die Ansteckungsgefahr im Unternehmen reduziert. Den Agenturen wurden zusätzlich SMS Token für ein flexibles Arbeiten zur Verfügung gestellt. Für Mitarbeitende, deren Anwesenheit aus betrieblichen Gründen an den Direktionsstandorten weiter erforderlich ist, wurde die Arbeitssituation auf die aktuellen Erfordernisse umgestellt. Die Betriebsrestaurants wurden geschlossen; die weiter in den Direktionen arbeitenden Kolleginnen und Kollegen werden mit Lunchpaketen versorgt.

Unter Leitung des Notfallmanagers Dr. Thomas Niemöller wurde frühzeitig ein übergreifender Krisenstab mit den Hauptabteilungsleitern der Bereiche Personal, Verwaltung, IT-Betrieb, Kapitalanlage, Risikomanagement, Recht und Konzernkommunikation sowie Vertretern des Betriebsrats gegründet.

Der Krisenstab tauscht sich zur aktuellen Lage aus, erarbeitet verbindliche Regelungen für den Innen- und Außendienst und trifft schnelle Entscheidungen. Darüber hinaus wurden drei dezentrale Lagezentren für die Bereiche Personal/Verwaltung, Betrieb/Post und Vertrieb etabliert. Sie analysieren die Auswirkungen für die einzelnen Bereiche, entwickeln Lösungskonzepte und berichten an den Krisenstab. Über das Provinzial Informationsportal (PiP) werden in täglichen Updates Mitarbeitende und Vertriebspartner empfängergerecht über wichtige Entwicklungen, Entscheidungen und Anpassungen informiert.

Auch für den Außendienst wurden umfassende Maßnahmen erarbeitet. In Zeiten des Shutdowns können keine persönlichen Kundenkontakte und Beratungen stattfinden; jetzt sind digitale Wege und Kontakte besonders wichtig. Die Vertriebsbereiche stellen den Agenturen umfassendes Informationsmaterial sowohl für den internen als auch externen Gebrauch zur Verfügung: Mithilfe von Vertriebsimpulsen, Kundenanschreiben und zum Beispiel Material für Social Media-Postings unterstützt der Konzern die Agenturen dabei, den Kunden zu zeigen, dass wir auch in Krisenzeiten für sie da sind. So bieten wir zum Beispiel Kunden, die Corona bedingt in finanzielle Schwierigkeiten geraten, unterschiedliche Lösungen an, ihren Versicherungsschutz aufrecht zu erhalten. ▼

(weiter geht's auf Seite 12)



Marlis Stagat
Bezirkskommissarin
Bad-Segeberg-Land

„Corona heißt das Virus, das unsere Welt gehackt hat. Als Certified Riskmanagerin und Cyberfachberaterin war ich schon auf vieles vorbereitet, allerdings konnte ich mir so eine Situation nicht annähernd vorstellen. Innerhalb kürzester Zeit haben wir auf unseren veränderten Alltag reagiert.

Seit dem 18. März erfüllen meine Mitarbeiter aus dem Homeoffice die Kundenwünsche. Außerdem stellen wir soziale Kontakte insbesondere zu unseren älteren Kunden her. Wir bieten Hilfe weit über Versicherungen hinaus. Teammeetings finden als Zoomcall oder im Webinarräum statt. Zusätzlich organisiere ich in Kooperation mit dem Unternehmerverein „Wir für Segeberg“ Webinare, zum Beispiel mit Susann Dreßler von der Investitionsbank-SH und Dieter Koep von der Koep Steuerberatungsgesellschaft oder auch mit der Arbeitsagentur zum Thema Kurzarbeitergeld.

Es ist großartig, wie effektiv virtuelle Veranstaltungen sein können. Eine gute Möglichkeit auch für die Kundenberatung. Wir werden jetzt zusätzlich noch die Aktion „Baum statt Brief“ pushen.“ ●



Mathias Weber
Abteilungsleiter Agenturprozesse
und Personalentwicklung AO

„Aufgrund der Corona-Krise haben sich die Aufgaben in meiner Abteilung deutlich verschoben. Aktuell setzen wir uns damit auseinander, mit welchen Impulsen, Informationen und Ideen wir die Agenturen in dieser Pandemie-Zeit bezüglich ihrer Vertriebsarbeit unterstützen können. Dazu stimmen sich auch alle Führungskräfte der Hauptabteilung Vertriebsmanagement ausschließlich in täglichen Telefonkonferenzen mit Herrn Dr. Gerdes ab, um Ideen für entsprechende Maßnahmen zu entwickeln. Diese fließen direkt nach der Ausgestaltung in die täglich aktualisierten PiP Updates für die Agenturen ein. Dabei arbeiten die Mitarbeiter der Hauptabteilung Hand in Hand, um möglichst konkrete und praxisorientierte Vorschläge

und Maßnahmen an die Rampe zu stellen. Um die Praxisrelevanz zu gewährleisten, stehen wir dabei in kontinuierlichem Austausch mit den Agenturen und greifen aktuelle Best Practice-Ansätze auf. Als sehr positiv empfinde ich in dieser Situation auch die ressortübergreifende enge Zusammenarbeit. So arbeiten aktuell Mitarbeiter unserer Hauptabteilung, gemeinsam mit Kollegen der IT, an dem kurzfristigen Rollout einer Software, die zur Videoberatung durch die Agenturen des AO Vertriebes genutzt werden kann. Ich selbst stimme mich aktuell mit meinen Mitarbeitern in Nord und West ausschließlich über Telefon- und Webkonferenzen ab, um anstehende Aufgaben zu besprechen. Neben allen Herausforderungen nehme ich durch die gegenwärtige Situation eine positive Einstellung gegenüber digitalen Kommunikationsmöglichkeiten wahr. Durch die Alternativlosigkeit steigt gleichzeitig die Akzeptanz bei allen Beteiligten. So haben wir zum Beispiel bereits Ende März in Zusammenarbeit mit Kollegen des angestellten Außendienstes konzernweit die Auswahlverfahren für Azubis des AO Vertriebes auf reine Online-Verfahren per Videokonferenz umgestellt und dabei positive Feedbacks bei Bewerbern und Agenturinhabern sammeln können.“ ●



Maike Krack
Dokumentenmanagement 3
in Kiel

„Bei uns hat sich die Arbeit im Wesentlichen nicht verändert, da wir weiterhin Druckstücke und Post innerhalb des Unternehmens auf den Weg bringen sowie Dokumente einscannen und versandfertig machen.

In unserer Abteilung arbeiten von 13 Kolleginnen und Kollegen bis auf eine Kollegin alle weiterhin in der Hauptverwaltung und gehen ihren Aufgaben nach. So sichern wir die gewohnten Servicelevel. Die Kollegin im Homeoffice kümmert sich wegen der Schulschließung neben der Arbeit um die Kinderbetreuung und übernimmt zum Beispiel Rechercheaufgaben für den Postversand, das heißt fehlerhafte Angaben werden korrigiert. Den Arbeitstag gestalte ich kaum anders als in der Zeit vor Corona. Natürlich merkt man, dass es in unserer Hauptverwaltung viel ruhiger und leerer ist. Wir sind innerhalb der regulären Zeiten erreichbar. Bei uns geht immer noch die Post ab. Wir halten zusammen nach dem Motto „Einer für alle, alle für einen“.“ ●

ZUSAMMENHALT IN SCHWEREN ZEITEN

Die Auswirkungen des Coronavirus betreffen auch unsere rund 500 Auszubildenden. Durch die Mitte März erfolgte Schließung von Berufs- und Hochschulen stehen sie und ihre Ausbilder sowie die Akademie vor besonderen Herausforderungen. Hier bietet die Provinzial NordWest digitale Lernangebote an.

Insgesamt arbeiten alle im Innen- und Außendienst daran, den Betrieb in Pandemie-Zeiten bestmöglich fortzusetzen und für die Kundinnen und Kunden da zu sein. Konzernchef Dr. Wolfgang Breuer: „Wir haben uns als Provinzial NordWest Konzern umfassend auf die Krise eingestellt. Welche Auswirkungen die Pandemie für die gesamte Branche und

damit auch für uns haben wird, ist aktuell allerdings noch nicht wirklich greifbar. Als Arbeitgeber und Versicherer sind wir gerade auch in schwierigen Zeiten gefordert, Verantwortung zu übernehmen und Problemlösungen für einen langfristigen Umgang mit den Auswirkungen der Pandemie zu finden. Hieran arbeiten wir mit Hochdruck. Wir blicken zwar nicht ganz ohne Sorgen, aber durchaus mit Optimismus nach vorne. Wir werden alles in unserer Macht Stehende tun, einen Beitrag zur Stabilität und Sicherheit für unsere Mitarbeiter, Kunden, Vertriebspartner und Eigentümer in unseren Geschäftsbereichen und darüber hinaus zu leisten.“ ■



Manuel Dallach

Geschäftsstellenleiter Provinzial Dallach & Stork

„Wir haben den Kundenverkehr und die Außentermine vorübergehend komplett eingestellt. Wir haben einen Plan erstellt, wie wir unsere Kundinnen und Kunden weiter kompetent beraten und betreuen können. Die Geschäftsstelle ist zu den gewohnten Öffnungszeiten telefonisch erreichbar und wird von einem von uns abwechselnd besetzt. Die anderen unterstützen dann von zu Hause aus. Wir beraten per Telefon oder E-Mail. Erfreulich ist, dass viele unserer Kunden digital unterwegs sind und uns ihr Vertrauen schenken, obwohl wir unsere Geschäftsstelle erst im Februar übernommen haben.“

Auch bei der Arbeit im Homeoffice ist eine feste Arbeitszeit wichtig, um diszipliniert und strukturiert arbeiten zu können. Jeder hat sich seinen festen Arbeitsplatz organisiert. Dazu gehört für uns auch, sich jeden Morgen angemessen zu kleiden, das hilft, den Arbeitsmodus einzulegen und sich zu fokussieren. Dabei erstellt jeder eine To Do-Liste, um seine Arbeit am Ende des Tages zu messen. Das Team steht in regelmäßigm Kontakt über Telefon oder WhatsApp. Unsere Kunden können uns per Telefon, E-Mail, WhatsApp, Social Media und auf Wunsch auch per Videoberatung erreichen. Dazu bekommen wir ausschließlich positives Feedback.“

In der aktuellen Krise ist es uns wichtig, positiv zu denken und nach vorne zu blicken. Wir wachsen als neues Team zusammen, stehen diese für uns alle neue Situation gemeinsam durch und entwickeln neue Stärken. Unser Motto lautet: Jede Krise hat immer drei Dinge, 1. Ein Ablaufdatum, 2. Eine Lösung, 3. Eine Lehre für Dein Leben.“ ■



Andreas Lindenthal

Service und Qualitätsmanagement Kiel

„Meine Frau und ich haben mit den Kindern einen Coronaplan gemalt. Da halten wir fest, was wann von wem am Tag zu erledigen ist. Wichtig ist mir, dass ich mir einige meiner Routinen bewahre und ggf. Alternativen suche. Das klingt trivial, fängt jedoch schon mit dem Wegfall der Radtour zur Provinzial an. Insgesamt arbeite ich gern zuhause. Ich habe das Gefühl, konzentrierter und effektiver zu sein, kann flexibel meinen Tagesablauf bestimmen und spontan etwas erledigen oder einkaufen. Die sozialen Kontakte vermisste ich bisher nicht, weil ich durch Video-, Webkonferenzen und Telefonie nie das Gefühl habe, allein zu arbeiten. Es ist herrlich erfrischend, wenn mal ein Kind, Lebensgefährte oder ein verwirrtes Haustier im Hintergrund einer laufenden Videokonferenz herumhuscht.“

Ich bin wie im Büro über die üblichen Kanäle erreichbar. Die Technik funktioniert. Die Abstimmung in unserem Team ist hervorragend. Den Luxus einer Cafeteria und einer Kantine lerne ich jetzt allerdings erst richtig zu schätzen. Da meine Frau und ich berufstätig sind, ist die größte Herausforderung nach der Schließung der Kindergärten die Betreuung unserer Töchter. Sie verstehen noch nicht, warum sie ihre Freunde sowie Oma und Opa gerade nicht treffen können.“ ■



Sarah Meschkat
Auszubildende
im Bereich Konzernneinkauf

„Eigentlich wäre meine Abschlussprüfung am 29. April gewesen. Aufgrund der aktuellen Situation wurde sie auf Mitte Juni verschoben. Im ersten Moment war ich echt traurig. Wir waren schon mitten in der Vorbereitungszeit. Mittlerweile denke ich aber, dass man einfach das Beste daraus machen sollte. So habe ich immerhin noch mehr Zeit zum Lernen. ;)

Ich bin froh, dass uns die Personalabteilung schnell informiert hat, wie es mit dem Arbeiten im Homeoffice ist und wie die Zeiterfassung erfolgt. Auch in Bezug auf die Abschlussprüfung werden wir sehr gut unterstützt. Wir dürfen zum Beispiel einen Tag pro Woche komplett für die Schule nutzen. Von unseren Lehrerinnen und Lehrern bekommen wir über die Lernplattform moodle regelmäßig Aufgaben, die wir erledigen und auch abgeben müssen.

Ich arbeite aktuell zum größten Teil im Homeoffice und versuche meinen Arbeitsalltag genauso zu gestalten wie sonst auch. Jeden Morgen mache ich mir eine To-Do Liste, mit dem, was ich den Tag über zu tun habe. Das arbeite ich dann Schritt für Schritt ab. Zwischen durch kommen dann spontan auch immer mal wieder neue Themen hinzu. Da ich bereits feste Aufgaben habe, kann ich diese auch gut von zu Hause aus übernehmen. Für die Aufgaben, die ich nicht im Homeoffice erledigen kann, bin ich jeden Dienstag und Donnerstag ein paar Stunden im Haus. Mit meinen beiden Ausbildern Rainer Eßling und Christian Vollmer bin ich weiter gut in Kontakt, zur Zeit verstärkt telefonisch oder per Chat. Mein Motto: #Stayathome und gesund bleiben!“ :-)



Jan-Henrik Fock
Bezirkskommisar Elmshorn-Nord

„Wir haben für den Publikumsverkehr seit Mitte März bis auf Weiteres geschlossen – zum Schutz meiner MitarbeiterInnen und ihrer Familien, aber natürlich auch unserer Kunden. Wir informieren mit Hinweis-schildern und auf unserer Homepage, was bislang sehr wertschätzend aufge-nommen wurde. Vormittags bin ich mit unserer Azubine Yulia Sabryanova und meiner Mitarbeiterin Selda Özel in der Agentur, nachmittags kommen dann Christian Marin und Jannick Boldt.

Die Kunden erreichen uns per Mail und Fax, über Festnetz, mobil oder Agentur-WhatsApp, Facetime, WhatsApp oder Skype. Außendienstbesuche finden zum gegenseitigen Schutz gerade nicht mehr statt. Wir haben jedoch zwei Leitungswasserschäden – unter Wahrung des Mindestabstandes – vor Ort aufgenommen. Unsere Kunden konnten sie „altersbedingt“ nicht alleine aufgeben. Ich führe viele Gespräche (telefonisch oder Videotelefonie) mit Selbstständigen, um ihre Situation zu erfragen und Hilfe anzubieten. Diese Hilfe kann versicherungstechnisch oder im Rahmen meines persönlichen Netzwerkes sein. Vertrieb findet telefonisch oder per Videotelefonie statt. Wir nutzen die Zeit auch, um liegengebliebene The-men nach vorne zu bringen.

Wir dürfen nicht vergessen, dass Menschen Leid erleben und wir viele Opfer der Pandemie haben. Daher bin ich glücklich, dass in meinem kleinen „Mikrokosmos“ alle ge-sund sind und arbeiten können und wir „noch(!)“ keine Liquiditätsprobleme haben. Ich empfinde die Situation als „Zwangsent-schleunigung“, ich kann mehr Zeit mit meiner Familie verbringen als im letzten Jahr. #stayathome ist für alle wichtig und richtig. Vielleicht wird die Welt nach „Corona“ solidischer, familiärer, regionaler und vielleicht besinnen wir uns wieder auf das Wesentliche ...“



Dr. Gyde Autzen
Abteilungsleiterin IT/ITK Kommuni-kation, IT/ITK Leben Klassik Kiel

„Obwohl der direkte Kontakt zu den Kolleg*innen gerade nicht möglich ist, finden viele Abstimmtermi-nen statt. Aktuell statt in Präsenztermi-nen eben als Web- oder Telefonkon-ferenz. Es bleibt dabei auch Raum für einen Erfahrungsaustausch bezüglich der neuen Situation oder ein paar persönliche Worte. Das finde ich sehr wichtig. Für meine Kolleg*innen bin ich telefonisch sowie per Mail oder Chat erreichbar. Das funktioniert sehr gut.

Ich glaube, die Krise zeigt uns, wie viel im Homeoffice möglich ist und dass wir als Konzern da schon sehr gut aufgestellt sind. Insofern hoffe ich, dass wir trotz der ernsten Lage bei uns und in der ganzen Welt auch positive Erfahrungen mitnehmen können. Fürs erste wünsche ich allen: Bleiben Sie, bleibt gesund!“ ●



Auch während der Corona-Pan-demie ist der Provinzial NordWest Konzern für seine Kunden da.

© Eisenhans - Adobe Stock/Strandperle

www.Westfalen-hilft.de
www.provinzial-hilft.de
www.hamburger-helfen.de

LOKALEN EINZELHANDEL IN KRISENZEITEN STÄRKEN

Zusammen mit dem Berliner FinTech OptioPay bieten die Westfälische Provinzial, die Provinzial Nord Brandkasse und die Hamburger Feuerkasse die Möglichkeit an, sich für das Lieblingsgeschäft oder Lokal um die Ecke zu engagieren. Das funktioniert, indem sich der Kunde auf der neuen Provinzial-Online-Plattform das entsprechende Geschäft aussucht und einen Wertgutschein erwirbt. Der Händler oder Dienstleister erhält den Kaufbetrag des Gutscheins sehr zeitnah – das hilft den Umsatz zu stabilisieren und wieder für eine gute Liquidität zu sorgen.

© Jag_cz - Adobe Stock/Strandperle

Unterstützung in der Krise

Die Corona-Pandemie trifft viele Menschen sehr hart. Der Provinzial NordWest Konzern hat daher mit der Westfälischen Provinzial, der Provinzial Nord Brandkasse und der Hamburger Feuerkasse ein umfassendes Hilfspaket aufgelegt. Ziel ist es, den Kunden in der Krise entgegenzukommen.

Alle Kundinnen und Kunden, die eine aktuelle Hausratversicherung abgeschlossen haben, erhalten den bislang als Baustein optional versichbaren Internetschutz ohne Zusatzkosten mit dazu. So sind sie zuhause und unterwegs jederzeit optimal abgesichert. Der Einschluss gilt zunächst bis Ende Juni.

Auch viele Pendler arbeiten momentan aus dem Home-office. Aus diesem Grund kann die vertraglich vereinbarte Kilometerleistung überprüft und gegebenenfalls herabgesetzt werden, um so den Versicherungsbeitrag zu senken. Das gilt für alle bei der Provinzial versicherten Fahrzeuge, unabhängig,

ob es sich um einen Erst- oder Zweitwagen handelt. Darüber hinaus können bei der Provinzial oder Feuerkasse versicherte und zurzeit nicht genutzte Zweitwagen auf Kundenwunsch unbürokratisch auf eine beitragsfreie Ruheversicherung umgestellt werden.

Kunden, die eine Unfallversicherung mit Krankenhaustagegeld besitzen, erhalten dieses zudem ab sofort auch bei einer COVID-19-Behandlung im Krankenhaus, obwohl diese Leistung in den Versicherungsbedingungen nicht vorgesehen ist. „Die Maßnahmen werden laufend angepasst und da, wo es notwendig ist, erweitert“, erläutert Vertriebsvorstand Dr. Markus Hofmann. „Und auch für Versicherte, die kurzfristig in Zahlungsschwierigkeiten geraten, bieten wir zahlreiche individuelle Lösungen. Hierzu gehören unter anderem Möglichkeiten zur Beitragsstundung oder eine vorübergehende Änderung des Versicherungsumfangs.“ ■



„Als Versicherer mit starken regionalen Wurzeln und einem weit verzweigten Netz an Vertriebspartnern vor Ort ist es uns wichtig, dass wir unseren Kunden schnell und unbürokratisch helfen können. Daher haben wir Maßnahmen ergriffen, von denen wir glauben, dass sie in der jetzigen Zeit einen optimalen Mehrwert für unsere Kunden bieten.“

[Dr. Markus Hofmann | Vertriebsvorstand]



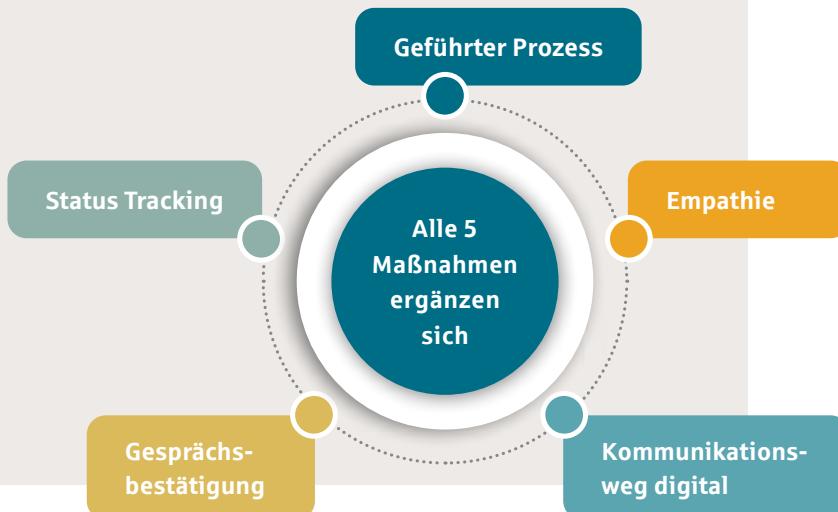
Gewußt wie

Autoschäden – Regulierung aus Kundenperspektive | Rund 2,7 Millionen gemeldete Verkehrsunfälle gab es im vergangenen Jahr, die meisten davon Autounfälle. Wie reagieren Menschen in einer solchen Situation? Was ist ihnen wichtig und was empfinden sie dann als exzellenten Service? Diesen Fragen sind Projektleiterin Claudia Peters und ihr Team im Projekt „Neugestaltung Kasko Kundenreisen“ zum Thema „Ich habe einen Schaden an meinem Auto“ nachgegangen. Ziel: zufriedenere Kunden, stärkere Kundenbindung und verbesserte Arbeitsprozesse.

Zentral für unser Projekt waren die sogenannten Fokusgruppeninterviews von Menschen, die kürzlich einen Kaskoschaden hatten“, berichtet Claudia Peters, Projekt- und Abteilungsleiterin für das Kraftfahrt Schadenmanagement. In den Fokusgruppen befanden sich sowohl Kunden der Provinzial als auch von anderen Versicherern, jeweils im Alter zwischen Anfang 20 und Ende 50. Befragt von externen Experten, schilderten sie ihre Erfahrungen mit der Regulierung ihres Autoschadens unter besonderer Berücksichtigung ihrer positiven und negativen Erfahrungen sowie ihrer Vorstellungen, was für sie ein exzellerter Service ist (s. Abb. o).

Kundenerfahrungen live erleben als stille Beobachter | Hinzu kam, dass Kolleginnen und Kollegen aus verschiedenen Fachbereichen als sogenannte stille Beobachter bei diesen Interviews live dabei waren – mit Einwilligung der Teilnehmer, aber von einem anderen Raum aus durch eine Scheibe. „Ein sehr nahe und eindrückliches Erlebnis“, erinnert sich Peters an diese frühe Projektphase. „Die meisten von uns kennen unsere Kunden sonst vornehmlich übers Telefon oder aus schriftlichen Rückmeldungen.“

Persönliche Betreuung bei Unfallmeldung | Eindruck machten auch die Antworten der Teilnehmer der Fokusgrup-



„Unsere neue Kundenreise wird sowohl zu einer höheren Kundenzufriedenheit als auch zu verbesserten Arbeitsprozessen bei uns im Innen- und Außendienst führen.“
[Claudia Peters | Projekt- und Abteilungsleiterin für das Kraftfahrt Schadenmanagement]

peninterviews. Sie führten zu wichtigen Erkenntnissen: „Unsere anfängliche These, dass in Zeiten zunehmender Digitalisierung immer mehr und vor allem die jüngeren Kundinnen und Kunden ihre Kfz-Schäden online oder per App melden wollen, mussten wir revidieren“, sagt Peters. „Bei Fahrzeugschäden scheint das trotz unterschiedlicher Lebensphasen nicht der Fall zu sein. Fast ausnahmslos wünschten sich alle einen persönlichen Kontakt direkt nach dem Unfall. Diese Eindeutigkeit im Wunsch nach persönlicher Betreuung hat uns ein Stück weit überrascht. Sie war aber gleichzeitig auch ein wichtiges Ergebnis für unser weiteres Vorgehen“, erzählt die Projektleiterin.

Digitale Angebote in weiterer Bearbeitung | Doch nichtsdestotrotz wünschten sich die Kunden auch schnelle Kommu-

nikations- und Nachverfolgungsmöglichkeiten. „Es ist daher wichtig, unseren Kundinnen und Kunden sowohl einen digitalen als auch persönlichen Service zu bieten – ganz so, wie sie es wollen, je nach ihrer Lebenssituation und in den verschiedenen Schritten der Schadenbearbeitung, berichtet Peters weiter.

Fünf Maßnahmen für eine bessere Kundenreise | Aufgrund der Kunden- und Expertenbefragungen sowie der neu entwickelten Kundenreise (s. Abb.u.) identifizierte das Projektteam fünf Maßnahmen, die allesamt an einem optimalen Service für Kunden ausgerichtet sind: Sicherheit durch einen geführten Prozess bei der Meldung des Schadens, Empathie im persönlichen und telefonischen Kontakt und Klarheit im weiteren Vorgehen, eine Gesprächsbestätigung per E-Mail für Ver-

KUNDENWISSEN – GEWUSST WIE

Wer weiß, was Kunden wissen, kann verstehen, welche Bedürfnisse, Motive und Gefühle sie in unterschiedlichen Situationen zu einem bestimmten Verhalten antreiben. Das klassische Mittel, dies herauszufinden, sind Kundenbefragungen. Durch die Auswertungen können etwa Produktkonzepte, digitale Angebote und Services sowie Kommunikationskonzepte – in Hinblick auf die Wünsche der Kunden – auf ihre Tauglichkeit überprüft werden. Doch nicht jede Befragungsmethode eignet sich für jede Fragestellung. Fachliche Unterstützung bietet die Abteilung „Kundenmanagement“. Zur ersten Orientierung hat sie die „Kundenwissen-Leitplanken“ neu entwickelt. Darüber hinaus berät Kundenmanager Tobias Niewerth, der auch das Projekt zur Kundenreise „Ich habe einen Schaden an meinem Auto“ aus Sicht des Marktforschers begleitet hat, projektbezogen und in Detailfragen. ■



SOLL-Kundenreise von Birgit **B**, Nina **N** und Anna **A**

bindlichkeit, schnelle Gewissheit auf digitalem Weg sowie ein jederzeit abrufbares Status Tracking über den Fortschritt der Bearbeitung (s. Abb. 1). „Unsere neue Kundenreise“, dessen ist Peters überzeugt, „wird sowohl zu einer höheren Kundenzufriedenheit als auch zu verbesserten Arbeitsprozessen bei uns im Innen- und Außendienst führen.“ Darüber hinaus würden die Projektergebnisse auch positive Effekte auf weitere Kfz-Schadenprozesse und Sparten haben. Nicht zuletzt seien sie mit anderen laufenden Projekten aus dem Konzernprogramm PNW Kunden-Perspektive, die sich etwa mit der Kundenkultur

der PNW und der Weiterentwicklung des Kundenfeedbacksystems (KFBS) des Konzerns beschäftigten sowie der Entwicklung eines Status Tracking per App aus dem Digitalisierungsprogramm PNWneXt. Das sieht auch André Marotz, Hauptabteilungsleiter für die Schadensbereiche Haftpflicht/Unfall/Kraftfahrt, so: „Diese Erkenntnisse können wir für zukünftige Entwicklungen nutzen, wenn es etwa darum geht, kleinere Kfz-Schäden zum Beispiel über eine automatische Bilderkennung innerhalb eines Tages fair und weitgehend unbürokratisch abschließend zu bearbeiten. ■

TEXT Merle Zeigerer FOTOS Claudia Peters, Matthias Rethmann, Uwe Schulz



„Die Kundenbefragungen waren auf jeden Fall ein zentrales Herzstück. Die Befragten waren erstaunlich offen, klar und authentisch in ihren Antworten. Dadurch war es auch für mich viel leichter, mich in sie hineinzuversetzen – ihre Motive und ihr Handeln während und nach einem Autounfall zu verstehen. Mich persönlich hat das total motiviert, unsere Services für unsere Kundinnen und Kunden noch besser zu machen.“

[Sandra Blanke | Kundenmanagement]



„Ich fand meine Rolle als stiller Beobachter sehr interessant. Spannend war auch zu erfahren, dass so gut wie keiner seinen Schaden ausschließlich digital abwickeln würde, sondern dass sie sich einen persönlichen Kontakt wünschen. Das ist uns natürlich nicht ganz neu, aber in der Deutlichkeit hat es mich schon überrascht. Auch eine Nachverfolgung zum Beispiel, also ein Live Tracking der Schadenbearbeitung war kein Muss – dennoch würden viele das ganz gut finden.“

[Stephan Rohde | Kraftfahrt Schadenmanagement 4, LD Rostock]



Baum statt Brief

TEXT Marie Kolle und Annette Bäcker FOTO eyetronic - Adobe Stock / Strandperle

DIE KAMPAGNE

Für jede Neu-Registrierung im elektronischen Postfach des Kundenportals spendet die Provinzial einen Baum an die Schutzgemeinschaft Deutscher Wald.

Die Initiative wurde von einem Projektteam im Rahmen von PNWnext entwickelt. Sie wird in Kooperation mit den Bereichen Konzerneinkauf, Konzernkommunikation/Vorstandsstab, Einführungsmanagement AO und Marketing umgesetzt. Beteiligen können sich alle Kundinnen und Kunden der Westfälischen Provinzial und der Provinzial Nord Brandkasse.

DIE ZIELE

Digital und nachhaltig:

Mit der Kampagne reduzieren wir den Papierverbrauch und stärken die Wahrnehmung der Provinzial als digitaler und nachhaltiger Versicherer. Die Corona-Pandemie zeigt, wie wichtig es ist, auch auf digitalen Wegen mit den Kunden in Kontakt zu kommen. Ziel der Kampagne ist es auch, die Anmeldezahlen im Kundenportal weiter zu erhöhen. Bereits jetzt werden durch die Nutzung des elektronischen Postfachs pro Monat über 1.200 Kilogramm Holz und 429,5 Kilogramm CO₂ eingespart.

Da geht noch mehr!

UNSER PARTNER

Die Schutzgemeinschaft Deutscher Wald ist ein Zusammenschluss engagierter Waldschützer.

Sie setzt sich für eine natürliche Vielfalt in unseren Wäldern und eine umweltschonende Ressourcen-Nutzung ein. Der Naturschutzverband sieht sich als „Anwalt der Wälder“. Er macht sich seit vielen Jahren für den Schutz der Wälder und den Erhalt einer intakten Umwelt stark.

TIEF VERWURZELT

Als öffentlicher Versicherer
sind wir seit Jahrhunderten tief
in der Region verwurzelt.

Mit der Aktion möchten wir
gemeinsam mit unseren Kunden
aktiv zur Wiederaufforstung und
Bestandspflege der Wälder in
unserer Nachbarschaft beitragen.

Zusammen mit der Schutz-
gemeinschaft Deutscher
Wald werden Pflanzaktionen
im Geschäftsgebiet der
Westfälischen Provinzial
und der Provinzial Nord
Brandkasse stattfinden.

LASSEN SIE BÄUME WACHSEN

Auf den Aktions-Homepages
und den Social Media Kanälen
gibt es viele weitere Informationen.

Die digitale Kampagne bietet
den Agenturen vor Ort eine gute
Gelegenheit, ihre Kunden über den
verkürzten Registrierungsprozess für
das Kundenportal zu registrieren.

Auf den You-Tube Kanälen
der Westfälischen Provinzial
und der Provinzial Nord
Brandkasse gibt es ein
Video zur Kampagne.



Baum statt Brief

Westfälische Provinzial: provinzial-online.de/baum
Provinzial Nord Brandkasse: provinzial.de/baum





Vivatar – Unser digitaler Schutzengel

Beim Joggen allein auf weiter Flur plötzlich umknicken und den Weg nicht mehr weiter fortsetzen können. Mit dem Mountainbike auf einem einsamen Waldweg stürzen und plötzlich immobil sein. Sich abends allein in einer dunklen Seitenstraße plötzlich verfolgt fühlen. Ein mulmiges Gefühl haben, wenn die Kinder allein unterwegs sind. Situationen aus dem Alltagsleben, die jeder kennt und in denen mitunter schnell Hilfe gefragt ist.



In diesen und vielen anderen Notfällen sorgt eine von unserem Partner, der Firma Bosch, entwickelte App namens Vivatar für schnelle Unterstützung. Vivatar ist damit so etwas wie unser digitaler Schutzenengel", sagt Frank Bistrick, Abteilungsleiter Privatkunden Komposit, der das Projekt Vivatar zusammen mit Silvia Wiesmann (Vertriebskonzeption), Jana Schnellenberg (Marketingunterstützung) und Frank Gehring (Einführungs- und Informationsmanagement) vorbereitet und an den Start gebracht hat. Das Prinzip dahinter: Die App bietet die Möglichkeit, eine virtuelle Begleitfunktion insbesondere in schwierigen Situationen zu übernehmen und via GPS-Standortübertragung eine ständige Verbindung zum Beispiel mit Freunden oder der Familie herzustellen.

Zusätzlich zur App gibt es in der Premium Variante auch die Funktion Vivatar Go. Dahinter verbirgt sich ein kleiner Button, der als Notfallknopf oder auch „Schutzenengelknopf“ die Fernbedienung des Smartphones des Nutzers übernimmt. Über eine Chatfunktion ist zudem eine direkte Kommunikation möglich. Auch durch die Standortübertragung per GPS bleibt der auf dem Smartphone installierte digitale Schutzenengel in ständigem Kontakt mit Personen oder der Personengruppe, die bei der Installation der Vivatar-App als Begleiter definiert wurden. Zudem lässt sich ein zweiminütiger Gefahrencount-down aktivieren. Wenn dieser nicht in dieser Zeit beendet wird, wird automatisch der Begleiter benachrichtigt. Mit dem Premium-Service kann ebenfalls ein Notfallpass mit allen wichtigen Informationen wie Blutgruppe, Vorerkrankungen oder Kontakt Personen hinterlegt werden.

„In Notsituationen wird man mit dem Vivatar-Emergency Assistenten verbunden. Die Mitarbeiter sind rund um die Uhr erreichbar. Sie können dann zum Beispiel den Rettungsdienst alarmieren oder individuelle Kontakt Personen benachrichtigen und den Rettungsdienst oder diese Personen dank Standortübertragung direkt zur in Not geratenen Person schicken.



Frank Bistrick | Abteilungsleiter Privatkunden Komposit

Aber auch in vielen Situationen im Dialog kann Vivatar helfen, wenn es zum Beispiel um den Weg zum nächsten Taxistand, zu einer sicheren Hotelloobby oder einer geöffneten Apotheke geht“, erläutert Frank Bistrick. In die App integriert wurde darüber hinaus auch Vivatar drive, ein Produkt zur automatischen Unfallerkennung zum Nachrüsten für das Auto.

Echter Mehrwert für Kunden | Als gute Möglichkeit, das Thema Vivatar bei den Kunden zu platzieren, bieten sich Beratungsgespräche zum Thema Unfallversicherung an. „In unserer Testphase, in die auch unsere Vertriebspartner aus den Agenturen eingebunden waren, hat sich diese Einschätzung bestätigt“, berichtet Frank Bistrick. Agenturinhaber können Vivatar Gutscheine und Vivatar Go (Button) bestellen. Mit jeder Bestellung erhalten sie maximal fünf Vivatar Go-Buttons und fünf Gutscheine mit je einem Hauptcode und sogenannten Zusatz-Codes für Mitglieder der Familie. So ist für alle Mitglieder einer Familie der Premium Service ein Jahr lang kostenfrei. Danach läuft der Service aus oder der Kunde kann auf eigene Kosten das Angebot verlängern.

Die bisherigen Erfahrungen sind vielversprechend. So freut sich Rebecca Thamm, Geschäftsstellenleiterin in Gelsenkirchen, über ein positives Feedback ihrer Kunden. „Die meisten zeigten sich bislang sehr interessiert. Wir bieten einen Service, den man so nicht von uns erwartet hat. Als Unfallversicherer agieren wir ansonsten ja erst, wenn bereits etwas geschehen ist. Hier sind wir bereits in dem Moment präsent, wenn der Kunde ein akutes Problem hat – und vermitteln darüber hinaus ein Gefühl der Sicherheit.“

Skeptische Stimmen seien die absolute Ausnahme gewesen und bezogen sich auf Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes. Dieser sei hinlänglich gewahrt, beruhigt Frank Bistrick: „Uns ist dieses Thema sehr wichtig. Übertragen werden Daten nur im Notfall, und auch dann lediglich solche, die für eine zielgerichtete Einsatzkoordination notwendig sind, zum Beispiel zur Unfallschwere und zum Standort.“ ■

TEXT Heiko Wischer FOTOS Bosch (l.), Provinzial (o.)



Weitere Infos rund um das Thema Vivatar finden Sie auf den Webseiten der Provinzial und der Hamburger Feuerkasse sowie in PiP.



© Vadim Andrushchenko - Adobe Stock/Strandperle

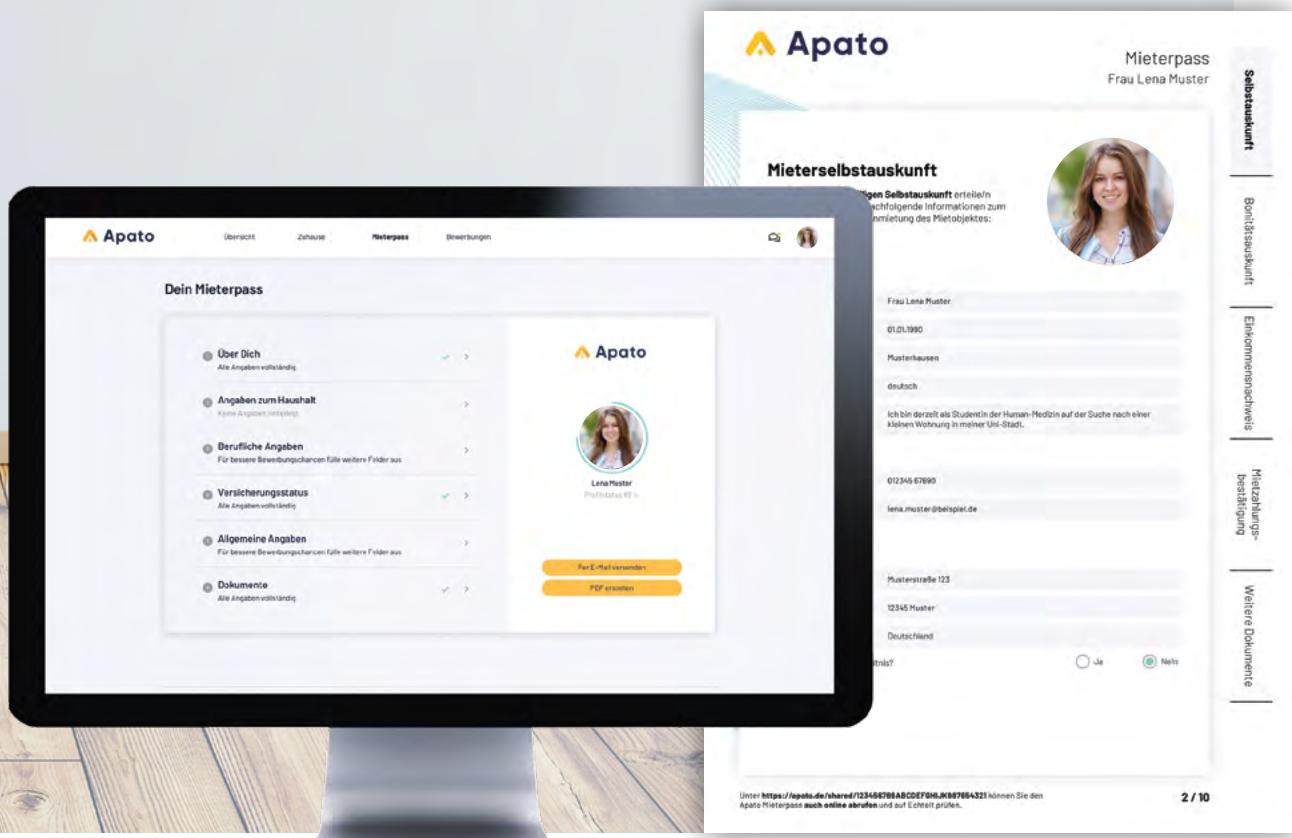


Apato

startet durch

Der Provinzial NordWest Konzern hat ein neues Start-up ins Leben gerufen: die Apato GmbH. Das Münsteraner Unternehmen, als hundertprozentige Tochter Ende Februar 2020 gegründet, hat es sich zur Aufgabe gemacht, Dienstleistungen rund um die Immobilie zu entwickeln und zu betreiben. Die Vereinfachung der Vermietung ist der erste Fokus und funktioniert natürlich digital. Dabei bedient Apato beide Zielgruppen des Themas: Für Mietinteressenten gibt es den digitalen Mieterpass, für Vermieter ein schlankes Bewerbermanagement. Ziel ist es, den passenden Mieter zu seiner Wunschimmobilie zu bringen und den Vermieter zu seinem Wunschmieter.

TEXT Magdalena Edich



© by-studio - Fotolia



Unternehmensgründung als spannende Konzernentwicklung | Das Wort Apato kommt aus dem Japanischen und bedeutet „Das Apartment“. Ein Ort, genauer gesagt ein Zuhause, das Sicherheit und Vertrauen bietet. Davon hat sich das Projektteam inspirieren lassen. „Wir alle kennen den oft herausfordernden und zeitintensiven Weg zur richtigen Bleibe. Gleichzeitig wissen wir verliehenes Eigentum gerne in guten Händen. Mit Apato werden wir beiden Seiten gerecht und machen komplexe Prozesse einfach und effektiv“, erklärt der Provinzial Projektleiter Christopher Schulze Wintzler. „Die Provinzial ist Marktführer im Versicherungsgeschäft der Wohnungswirtschaft. Von daher ist es naheliegend, in diesem Feld nach weiterführenden Ideen und auch versicherungsfremden Ansätzen zu suchen“, beschreibt Jens Wunderlich, Abteilungsleiter des Bereichs Wohnungs-/Immobilienwirtschaft und Mitinitiator, den Antritt von Apato. Der Service „rund ums Wohnen“ ermöglicht eine spannende Entwicklung im Konzern – immer mit dem Ziel, das Kerngeschäft der Provinzial zu unterstützen, zum Beispiel beim Ausbau der Kundenbasis, und sich darüber hinaus am Markt zu differenzieren.

Digitale Schnittstelle zwischen Vermieter und Mieter | Mit der Online-Plattform apato.de entsteht ein Service, der Sicherheit und Vertrauen rund um den Miet- und Vermietungsprozess schafft. Für Mietinteressenten gibt es zum Beispiel den kostenlosen Mieterpass. Dies ist eine digitale Selbstauskunft, die die Chancen im Bewerbungsprozess erhöht. In einem zusammen mit Immobilienverwaltern entwickelten Formular gibt der Wohninteressent mietrelevante Daten an. Diese Infos sind digital gespeichert, jederzeit anpassbar, mehrmals nutzbar und können ausgedruckt zum Besichtigungstermin mitgenommen oder online mit dem Vermieter geteilt werden. Der Empfänger erhält aussagekräftige und gebündelte Bewerbungsunterlagen. Natürlich steht der Datenschutz dabei ganz weit oben.

Für Immobilienverwalter und Eigentümer ist der Apato-Manager eine kostenpflichtige Plattform, über die Bewerber koordiniert werden können. Besichtigungstermine planen, Selbstauskünfte anfordern und Zu- oder Absagen verschicken – so kommt der Mieter-Vermieter-Fit schnell zustande. Außerdem unterstützen Tools die Immobilienverwaltung, wie beispielsweise die Erstellung von Exposés oder die Einstellung der Wohnungsanzeige in verschiedene Wohnungsportale.

Der Anfang ist geschafft und die Zukunftsvision steht | Der Go-Live des digitalen Mieterpasses erfolgt im zweiten Quartal. In den nächsten Monaten werden Erfahrungswerte anhand eines Markttests zeigen, an welchen Stellen der Prozess noch verbessert werden kann. Zum Launch des Service für Vermieter arbeitet Apato im Pilotbetrieb mit einer Handvoll ausgewählter Verwalter zusammen, um auch hier den Start gut zu begleiten und schnell anpassen zu können.

Zukünftig will das junge Unternehmen weitere Dienstleistungen rund um die Immobilie anbieten und somit eine

„Service-Welt Wohnen“ entstehen lassen. „Wir möchten im späteren Schritt den Übergang von der Wohnungssuche hin zum Wohnen schaffen. Wer sich mit dem Umzug beschäftigt, benötigt häufig Infos und Tipps zu Strom, Gas, Telefon, Internet sowie zu Dienstleistern und Handwerkern“, sieht Christopher Schulze Wintzler viele Möglichkeiten der Weiterentwicklung. Zusätzliche Leistungen wie die Vermittlung von einem Bonitätscheck sowie ein digitaler Identitätsnachweis werden als kostenpflichtige Optionen angeboten. Darüber hinaus soll überprüft werden, wie die Nutzer des Mieterpasses auf Beratungs- und Versicherungsangebote der Provinzial aufmerksam gemacht werden können. „Ein Start-up mit einem versicherungsfremden Produkt- und Serviceangebot hat die Provinzial noch nie gegründet. Wir starten klein und entwickeln unser Angebot iterativ mit unseren Kunden weiter und werden auf die Marktresonanz reagieren“, erläutert der Innovationsmanager Christian Gottschalk. Die Kundenperspektive steht im Mittelpunkt.

Der Erfolg steht und fällt mit dem Team | Das Projekt Apato wurde durch den Bereich Wohnungs-/Immobilienwirtschaft initiiert und vom Team des Innovationsmanagements unterstützt. Zusammen mit Hausverwaltern und Mietern folgten Design Sprints, die das Vorhaben konkretisierten. Da das Start-up aktuell noch keine eigenen Mitarbeiter hat, werden die inhaltlichen Aufgaben durch ein Provinzial Team gestemmt. Neben dem Geschäftsführer der Apato GmbH, Thomas Tenkamp, dem Auftraggeber Michael Hein und dem Projektleiter Christopher Schulze Wintzler unterstützen Marina Eßmann, Christian Conrads, Manuel Rudde und Jens Wunderlich den Aufbau. Mit dabei sind auch Christian Gottschalk als Innovationsmanager und Prokurist sowie Karl-Josef Bronnert-Härle als weiterer Prokurist.

Die Entwicklung des digitalen Geschäftsmodells beziehungsweise des Produkts sowie das Online-Marketing verantwortet der Company Builder lab25 mit Sitz in Münster, der vor allem Start-ups mit dem Thema digitale Innovation zu seinen Kunden zählt. Das Team ist stolz auf das bisher erreichte und die gute ressortübergreifende Zusammenarbeit ist dabei ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Über das Unternehmenswachstum für Apato entscheidet am Ende jedoch der Markt. ■





Die engagierte Zusammenarbeit führte zu einem erfolgreichen Launch von Apato: (v.l.) Christian Gottschalk (Innovationsmanager und Prokurist), Michael Hein (Auftraggeber), Christopher Schulze Wintzler (Projektleiter) und Thomas Tenkamp (Geschäftsführer). FOTOS Ulla Gottschalk (l.), Thomas Klerx



Versicherung



Hausverwalter



Vermieter



Sparkasse/Bank



Mieter



Versorger



Handwerker



Sonstige

Apato möchte seinen Service von der Wohnungssuche bis zum Wohnen ausbauen.

Starke Profile

Im ersten Quartal sind zwei neue Hauptabteilungsleiter zur Provinzial NordWest gekommen. Sascha Peters (46) leitet seit dem 1. Januar die neu gegründete Hauptabteilung IT/ITK Kunde / Vertrieb. Simon Bünker (35) hat zum 1. März die Leitung der Hauptabteilung Schaden Spezial übernommen.

TEXT Annette Bäcker FOTOS privat



SASCHA PETERS

BIOGRAFISCHES | Nach einer Ausbildung zum Bankkaufmann studierte Sascha Peters (l.) Wirtschaftswissenschaften und absolvierte danach den Master of International Business. Im Anschluss arbeitete er für verschiedene Unternehmen, wie zum Beispiel die Wüstenrot Bausparkasse. Von 2014 bis Anfang 2019 war er als Geschäftsführer bei der S-Servicepartner NRW GmbH in Münster tätig. Vor seinem Wechsel zur Provinzial NordWest war er Principal bei der Consileon Business Consultancy GmbH, einer mittelständischen Beratungsgesellschaft mit dem Fokus Strategie-, IT-, Prozessberatung in Financial Services, Automotive und Handel.

Sie waren in ganz unterschiedlichen beruflichen Bereichen tätig, wie bringen Sie diese Erfahrungen ein? **Sascha Peters:** Stimmt – ich bin bisher in sehr unterschiedlichen Aufgabenstellungen tätig gewesen: vom Berater über die Leitung von Produktionsbereichen bis hin zur Geschäftsführung. Ich hatte Verantwortung für die Erstellung strategischer Konzepte, die Umsetzung von Kostensenkungen, die Digitalisierung von Prozessen und die Entwicklung von Organisationseinheiten. In den letzten Jahren habe ich mich verstärkt mit agilen Organisationen und deren Herausforderungen beschäftigt. Ich freue mich dieses umfangreiche Erfahrungsspektrum jetzt für die Provinzial NordWest einzubringen.

Welche Zielsetzungen verfolgt Ihre neu gegründete Hauptabteilung IT/ITK Kunde/Vertrieb? **Sascha Peters:** Die Hauptabteilung IT/ITK Kunde / Vertrieb verfolgt das Ziel, die Vertriebskanäle bestmöglich bei deren spezifischen Anforderungen zu unterstützen und dabei auch zentraler Ansprechpartner für IT-Fragen zu sein. Für eine verbesserte Unterstützung wollen wir auch agile Methoden und Instrumente nutzen. Die Hauptabteilung wird Treiber bei der Weiterentwicklung unserer

IT sein und dabei immer die Auswirkungen auf die Zusammenarbeit mit den Vertriebskanälen im Blick haben.

Welche Aufgaben haben Sie sich in ihren ersten 100 Tagen vorgenommen? **Sascha Peters:** Zuerst habe ich mir einen Überblick über die laufenden Themen und die Situation in den Einheiten verschafft und die Menschen, mit denen ich zusammenarbeite, kennengelernt. Für die Zusammenarbeit innerhalb unserer Führungsmannschaft war es wichtig, die Basis für eine vertrauliche Zusammenarbeit zu schaffen und über gegenseitige Erwartungen zu sprechen. Wir haben die Strukturen für die Zusammenarbeit in unserer neuen Hauptabteilung gemeinschaftlich früh vereinbart. Für die Nutzung agiler Methoden und Instrumente sind wir in intensivem internem Austausch und werden Mitarbeiter und Arbeitnehmervertreter integrieren. Die Corona-Krise bremst uns aktuell, um erste von Mitarbeitern ausgehende Initiativen zu starten.

Welche aktuellen Herausforderungen haben Sie durch das geänderte Arbeiten in der Corona-Krise? **Sascha Peters:** Die Situation ist eine große Herausforderung für uns und gleichzeitig bieten sich Chancen. Eine Chance liegt in der Überprüfung der Art und Weise der Zusammenarbeit. Bewährte Mechanismen des Einzelnen und in der Teamorganisation funktionieren nur noch teilweise oder eben aktuell nicht mehr beziehungsweise anders. Dies bedeutet eine intensive Kommunikation teamintern zwischen Team und Führungskraft. Ich habe Vertrauen in unsere Mitarbeiter: Vertrauen in die gemeinsame Weiterentwicklung der Zusammenarbeit sowie Vertrauen in die eigene Organisation und Leistung. Der reine Blick auf die körperliche Anwesenheit war und ist kein guter Indikator für die Leistung von Menschen. Aber die physische Distanz erfordert auch ein virtuelles/digitales soziales Zusammenrücken.



Wesentliche Herausforderung ist es natürlich auch, darauf zu achten, dass mit dem schnellen, umfassenden Wechsel in das Homeoffice die Systeme und Netze weiter stabil bleiben.

Sie sind seit dem 01.04. auch neuer Portfoliomanager für PNWneXt ... Sascha Peters: Ich freue mich, in ein erfolgreich aufgesetztes Projektportfoliomanagement einzusteigen und zugleich für einzelne Projekte die Rolle des Projektauftraggebers zu übernehmen. Es ist gut, dass wir im Konzern die wichtigen Themen der Kundenorientierung und Digitalisierung mit Nachdruck verfolgen.

SIMON BÜNKER

BIOGRAFISCHES | *Simon Bünker (r.) studierte Economics und Financial Analysis in den USA und den Niederlanden und absolvierte den MBA an der Universität Leipzig. Im Anschluss startete er 2010 als Vorstandsassistent im Ressort Gewerbe & Industrie bei der VHV Gruppe in Hannover. Danach war Simon Bünker als Gruppenleiter „Sach Firmen Vertrag“ und zuletzt als Abteilungsleiter „Kraftfahrt Schaden Querschnitt“ für die VHV tätig.*

Was hat Sie motiviert zur Provinzial NordWest zu kommen? **Simon Bünker:** Die PNW ist ein vielfältiger und bekannter Konzern mit einem sehr guten Ruf im Markt, der sich laufend und konsequent weiterentwickelt. Die Möglichkeit, hier im Komposit-Ressort die Verantwortung für einen Schaden-Bereich mit allen damit zusammenhängenden Themen zu übernehmen, hat mich sehr gereizt.

Wie können Sie die Erfahrungen aus Ihren bisherigen beruflichen Stationen mit einbringen? **Simon Bünker:** Ich

habe über zehn Jahre bei der VHV in verschiedenen Funktionen gearbeitet – unter anderem im Underwriting und der Produktentwicklung, im Schadenmanagement sowie in Strategie-, Organisations- und Digitalisierungsprojekten. Der Vertriebskanal Makler dominiert bei der VHV. Ich hoffe, meine Erfahrungen sowohl aus diesem Vertriebskanal, als auch aus den anderen Aufgaben hier bei der PNW einbringen zu können.“

Auf welche Bereiche erstreckt sich Ihre Hauptabteilung Schaden Spezial ? **Simon Bünker:** Derzeit umfasst meine Hauptabteilung die vier Abteilungen (4501 – Strategisches Dienstleistermanagement/Planung/Controlling, 4503 – Personengroßschäden – 4505 Haftpflicht Spezial sowie 4506 – Sach/TV/Transport Schaden Spezial). Alle Abteilungen befinden sich in Münster, wobei einige Kolleginnen und Kollegen am Standort Kiel arbeiten. Mit der Umstrukturierung des Makler-Kanals werden weitere Abteilungen zur Bearbeitung der Schäden aus dem Vertriebskanal Makler hinzukommen.

Welche Aufgaben haben Sie sich in ihren ersten 100 Tagen vorgenommen? **Simon Bünker:** Natürlich ist es wichtig, die neuen Kolleginnen und Kollegen sowie die Prozesse in der eigenen Hauptabteilung sowie darüberhinausgehend im gesamten Konzern kennenzulernen. Eines der wichtigsten Themen aktuell ist die Umstrukturierung des Schadenbereichs im Rahmen der Bündelung aller Schäden aus dem Makler-Kanal in meiner Hauptabteilung und alle sich daraus ergebenden Folgeaktivitäten. Darüber hinaus gibt es viele Themen wie zum Beispiel die Schadenstrategie sowie das Schadenmanagement und -controlling, von denen ich mir ein klareres Bild verschaffen möchte. Die Bewältigung der Corona-Krise und der damit verbundenen Auswirkungen ist natürlich aktuell auch ein wesentlicher Aspekt, der unerwartet als wesentlicher Teil der ersten 100 Tage hinzukam. ■

Doppelspitze

Die Hauptabteilung Konzernkommunikation / Vorstandsstab wird seit dem 1. April bis Ende des Jahres von einer Doppelspitze verantwortet: Neben Jörg Brokkötter ist Christian Schäfer neuer Leiter der Hauptabteilung. Ziel ist es, einen fließenden Übergang in der Leitung der Hauptabteilung zu gewährleisten.

TEXT Annette Bäcker FOTO Thomas Klerx



Jörg Brokkötter (61), Leiter der Hauptabteilung Konzernkommunikation/ Vorstandsstab, äußerte den Wunsch, Ende 2020 sein aktives Berufsleben zu beenden. „Nach einem sehr erfüllten, ereignisreichen und intensiven Berufsleben ist dies für mich persönlich ein guter Zeitpunkt, andere Themen wieder stärker in den Fokus zu nehmen.“ Eine Entscheidung, die im Vorstand mit Bedauern, aber auch Verständnis entgegengenommen wurde.

Jörg Brokkötter und sein Team haben den damaligen Pressebereich im Laufe der letzten Jahrzehnte zur heutigen Hauptabteilung Konzernkommunikation/ Vorstandsstab entwickelt. Im Bereich Konzernkommunikation liegt die Verantwortung für die interne und externe Kommunikation des Provinzial NordWest Konzerns und seiner Tochterunternehmen und Beteiligungen. Neben der strategischen Steuerung der internen und externen Kanäle, Medien und Aktivitäten zählt dazu auch die Weiterentwicklung und Verantwortung für PiP als zentrale Informationsplattform für den Innen- und Außendienst sowie die strategische Weiterentwicklung und Pflege der Social Media Kanäle. Angesichts der zunehmenden strategischen Aufgaben wurde zusätzlich die eigene Abteilung „Vorstandsstab“ gegründet. Neben Assistenztätigkeiten für die Konzernvorstände erfolgt hier die Planung und Durchführung aller Veranstaltungen und Sitzungen des Vorstands. Auch die Bereiche Sponsoring und Nachhaltigkeit sind in dieser Abteilung verankert.

Mit Blick auf eine reibungslose Übergabe und Weiterführung des umfassenden Aufgabenportfolios entschied sich der Vorstand, die weitere Leitung der Hauptabteilung für die kommenden Monate mit einer Doppelspitze zu besetzen. Christian Schäfer hat seine neue Funktion seit Anfang April inne. Er wird nach und nach die Leitungsaufgaben übernehmen. Der studierte Betriebswirt und ausgebildete Bankkaufmann ist seit 2008 in unterschiedlichen Bereichen im Konzern tätig. Nach dem Einstieg als Trainee im Management-Nachwuchsprogramm erfolgte der Wechsel in die Hauptabteilung Investmentmanagement, bevor er anschließend als Assistent für den Vertriebsvorstand und den Vorstandsvorsitzenden tätig war. Im Anschluss baute er als Abteilungsleiter ab August 2017 den Bereich Interne Beratung im Konzern auf. In den letzten beiden Jahren trieb der 39-jährige zusätzlich als Portfolio-Manager die Digitalisierungsaktivitäten des Konzerns im Rahmen von PNWneXt voran.

„Ich freue mich darauf, an meine alte Wirkungsstätte zurückzukehren und mit meinem neuen Team das vielfältige Aufgabenportfolio der Hauptabteilung erfolgreich weiterzuentwickeln“, so Schäfer. ■



NACHHALTIG INVESTIEREN

Der Provinzial NordWest Konzern ist der Initiative PRI (Principles for Responsible Investment) beigetreten. PRI ist eine unter Schirmherrschaft der Vereinten Nationen gegründete weltweit anerkannte Finanzinitiative.

„Mit der Unterzeichnung verpflichten wir uns, ökologische, soziale und ethische Kriterien bei unseren Investitionsentscheidungen zu berücksichtigen“, sagt Finanzvorstand Dr. Ulrich Scholten. Ziel ist auch ein besseres Verständnis für die Auswirkung von Investitionsentscheidungen auf Umweltaspekte, Sozialthemen und Faktoren der guten Unternehmensführung (Environmental, Social, Governance – ESG). Durch den Beitritt bekennt sich der Konzern zu den Prinzipien für verantwortungsvolles Investieren.

PRI ist eine 2005 gegründete weltweit anerkannte Finanzinitiative mit den UN-Partnerorganisationen Global Compact und UNEPFI für verantwortliches Investieren. Durch die Initiative soll ein verantwortungsbewusstes Management der Kapitalanlagen gefördert werden. „Dass wir gesellschaftliche Verantwortung für die Menschen in unserem Geschäftsbereich übernehmen, hat bei uns Tradition“, sagt Dr. Scholten. „Mit der Verpflichtung auf die ESG-Kriterien betonen wir unseren nachhaltigen Investmentansatz. Wir sind der Überzeugung, damit ganz im Sinne unserer Kunden zu handeln und hoffen, dass wir damit auch andere Unternehmen dazu ermutigen, mit ihren Kapitalanlagen die nachhaltige Entwicklung zu fördern.“

Die öffentlichen Versicherer haben sich als Gruppe darauf verständigt, die PRI zu unterzeichnen. Sie tauschen sich regelmäßig über die Integration der ESG-Kriterien aus. „Wir freuen uns, dass wir diesen Schritt gemeinsam als Gruppe gehen und bei der Integration der ESG-Kriterien in unsere Investitionsentscheidungen von den Erfahrungen der anderen Gruppenmitglieder lernen können“, so Dr. Scholten. ■ -red-



Click. Click. andsafe.

So flott, wie die Antragsstrecke zum Produkt führt, ist der digitale Gewerbeversicherer des PNW Konzerns auch insgesamt unterwegs. Im Mai 2019 mit einer Betriebshaftpflicht-Police gestartet, bietet andsafe jetzt schon zusätzlich eine Vermögensschadenhaftpflicht und eine Sachinhaltsversicherung an, die Cyberversicherung steht kurz vor der Markteinführung.

Im Februar 2020 waren alle Interessierten eingeladen, sich im persönlichen Kontakt einen Überblick über Entwicklung, Status quo und Perspektiven des jungen Versicherers zu verschaffen. Über 700 Gäste waren der Einladung zu diesen ganz besonderen Marktplätzen in die Warsteiner Music Hall nach Dortmund und in die Fischauktionshalle Hamburg gefolgt.

TEXT Doris Röckinghausen FOTOS Jan-Philipp Behr/Neovaude und Magdalena Stengel





Ein „bis in die Haarspitzen motiviertes andsafe-Team“ präsentierte zu den Marketexperiences das außergewöhnliche Programm (l.). | Zentrale Podiumsdiskussion zwischen Christiane Stein (n-tv), Dr. Christian Brandt (andsafe), Prof Dr. Fred Wagner (Mitglied im Fachbeirat der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen), Felix Thönnissen (TV-Coach) und Christian Buschkotte (andsafe) (o.).

„Eigenständige Entscheidungsstrukturen und IT-Systeme, einfache Produkte und intuitive Antragsstrecken sind Teil unseres innovativen Konzeptes.“

[Dr. Christian Brandt]

Unsere Hauptzielgruppe sind die bundesweit 3,5 Millionen digital-affinen Kleinunternehmen und Gründer mit bis zu 5 Mio. Euro Jahresumsatz“, erklärt Generalbevollmächtigter Christian Buschkotte. „Sie interessieren sich für Online-Services, um einfach, schnell und bequem eine Versicherung nutzen zu können.“ Zunächst vermarktete andsafe die Produkte in einer eigenen Antragsstrecke online, anschließend auch über sogenannte Aggregatoren und Vergleichsportale. Mittlerweile können Ausschließlichkeitsvermittler, Sparkassen sowie die im Konzern angebundenen Versicherungsmakler ebenfalls andsafe-Produkte anbieten.

Mehr Sichtbarkeit und Reichweite | Das eröffnet den Vertriebspartnern des PNW Konzerns zusätzliche Marktpotenziale, denn heute verhalten sich fast die Hälfte der Gewerbeleuten beim Einkauf von Versicherungsschutz hybrid beziehungsweise informieren sich online, bevor sie offline einkaufen. Die Aufmerksamkeit dieser Kunden lässt sich also nur noch über einen entsprechenden digitalen Auftritt erzeugen. „Mit dem ergänzenden andsafe-Angebot erzeugen wir die vertriebliche Sichtbarkeit und Reichweite, die wir als Konzern insbesondere für die kommenden Kundengenerationen benötigen“, erklärt Christian Buschkotte. „Das heißt keinesfalls, dass die kommenden Kundengenerationen überwiegend bei andsafe landen. Es bedeutet vielmehr, dass wir mit andsafe die Lücke in unserem Zugang zum Kunden schließen.“

Dr. Christian Brandt, ebenfalls Generalbevollmächtigter bei andsafe, stellt klar: „Dank eigenständiger Entscheidungsstrukturen, eigener IT-Systeme sowie digitaler, automatisierter

Kernprozesse bieten wir die hohen Umsetzungs- und Reaktionsgeschwindigkeiten, die für ein solches, digitales Geschäftsmodell erforderlich sind. Die auf unsere Zielgruppe zugeschnittene Preisgestaltung, die intuitiven Antrags- und Abschlussstrecken sowie eine einfache Produktgestaltung runden unseren Marktauftritt ab.“ Gleichzeitig könne andsafe auf die Vertriebs- und Markterfahrungen des gesamten Konzerns zurückgreifen und von der Expertise in Produktentwicklung und Aktariat profitieren, so Dr. Brandt weiter. Dies sei ein entscheidender Vorteil gegenüber anderen, neu in den Markt drängenden Anbietern.

ALLES – AUSSER GEWÖHNLICH

- ◆ Stärkung der Vertriebspartner und des Konzerns in der Kundenwahrnehmung als moderne digitale Versicherung inklusive Onlineverwaltung und einfachem Online-Schadenmanagement
- ◆ Ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis (immer unter den Top 3 der Versicherer)
- ◆ Erschließung bisher unterrepräsentierter Kundengruppen, wie digital-affine Existenzgründer und Kleinstgewerbetreibende
- ◆ Zeitersparnis in der Vertragsverwaltung durch Kunden-Self-Service ▼



Viel Raum für Begegnungen boten sowohl das lockere Programm als auch die coolen Locations Warsteiner Music Hall in Dortmund sowie Fischauktionshalle in Hamburg.

The Marketexperience | Auch das Veranstaltungsformat kommt anders daher. In lockerer Atmosphäre sprachen andsafe-Mitarbeiter an Marktständen zum Beispiel über Content- und Performance-Marketing, Produkte, IT-Sicherheit zum Staunen und über Work-Life-Training. Namhafte Branchenkenner hielten Impulsvorträge und etablierte Marktteilnehmer diskutierten zu individuellen Themen mit den Gästen. Zügig und professionell führten Christiane Stein (n-tv) und Felix Thönnessen (TV-Coach und Top-100-Unternehmer) sowie die beiden Generalbevollmächtigten Dr. Christian Brandt und Christian Buschkotte durch den Tag. „Das Feedback war super“, freut sich Christian Buschkotte. Ein Teilnehmer hatte beispielsweise gemailt: „War eine tolle Veranstaltung heute, die Vorträge waren spitzenmäßig, an den Pavillons habe ich 1a Infos erhalten und alle Beteiligten waren bis in die Haarspitzen motiviert. Danke!“

Alle Veranstaltungsbesucher, die an einer Zusammenarbeit mit andsafe interessiert sind, können sich seitdem dafür registrieren lassen. Über 90 Prozent (!) haben von dieser Möglichkeit bislang Gebrauch gemacht. „Es ist großartig, dass auch unsere Kooperationsvertriebe aus dem Konzern die Erweiterung des Angebots annehmen“, so die beiden Generalbevollmächtigten. ■

300 Tage andsafe

Ein persönlicher Rückblick von Christian Buschkotte | Es ist irrsinnig viel passiert in den noch nicht ganz 300 Tagen seit der Entstehung von andsafe. Wir sind mittlerweile 33 Mitarbeiter und unsere Arbeitsfläche auf dem Why IT-Campus in Münster hatten wir schon fast ausgereizt, bevor wir am 13. März coronabedingt in die Homeoffices umgezogen sind.

Insgesamt sind wir ganz schön stolz auf die eigene Mannschaft, die vielen Konzernkolleginnen und -kollegen, die uns seit Beginn verlässlich unterstützen, und auf die vielen Pilotvermittler und Kunden, die uns immer wieder Feedback geben. Es war ein deutlicher Kraftakt, unsere vier Produkte neben den Antragsstrecken, dem Kunden- und Vermittlerportal vorzubereiten, zu launchen und alle Vertriebswege sowie die relevanten Vergleicher und Plattformen in so kurzer Zeit anzubinden.

Natürlich gab es immer mal Rückschläge und wir mussten zurück auf Los. Aber das ist für Pioniere, so wie wir uns verstehen, normal. Absolut entschädigt hat uns unter anderem der Diamond Star Award, der uns vom Handelsblatt für die beste digitale Versicherungsplattform in Deutschland verliehen wurde. Die Jury, die sich für uns entschieden hatte, bestand immerhin aus joonko, Allianz, google, W&W und Ottonova. Außerdem hat uns die unabhängige Ratingagentur Franke & Bornberg mit einem FFF+ Bestnoten erteilt.

Aber viel wichtiger ist, dass die Produktion sukzessive hochläuft und unser Geschäftsmodell bestätigt. Noch vor dem Anbinden der Kooperationsvertriebe aus dem Konzern konnten wir bereits mit unserem ersten Produkt, der Betriebshaftpflicht, die Schwelle von 300 Neustücken pro Monat überwinden. Im Zielbild wollen wir dieses Jahr bei 600 Neustücken Betriebshaftpflicht pro Monat ankommen. Mit der anstehenden Überarbeitung unseres



Produktes, der BHV2.0, und der Verbreiterung der Betriebsarten sowie den hinzukommenden Vertriebspartnern aus der Ausschließlichkeit, den Sparkassen und den Versicherungsmaklern sollte uns das gemeinsam gelingen.

Der Umzug in die Homeoffices verlief einwandfrei. Da bei uns alle Dokumente ausschließlich digital existieren, war das vergleichbar simpel. Kunden und Vertriebspartner erreichen uns unverändert über die bereitgestellten Kommunikationswege, unser Service kann uneingeschränkt erbracht werden und Kunden und Vertriebspartner können die zur Verfügung gestellten Self-Services in vollem Umfang nutzen. Neben vielen digitalen Themen- und Projektrunden trifft sich die gesamte Mannschaft täglich per Video um 12 Uhr zum sogenannten Huddle. Selbst ein Geburtstagsständchen lässt sich in diesem Rahmen unfallfrei überbringen. Für alle, die mehr Kontakt untereinander brauchen, ist Teamspeak im Einsatz. Hier kann ich, wenn ich mag, wie im Büro kommunizieren – damit es nie einsam wird im Homeoffice.

Insgesamt wird man in der aktuellen Situation sehen, inwiefern die Onlineberatungsstrecken noch stärker frequentiert werden als bisher, denn die Vermittler können unsere Linkantragsstrecke aus dem Vermittlerportal für den digitalen Verkauf nutzen. Wir freuen uns weiterhin auf den regelmäßigen Kontakt und auf die für uns so wertvollen Rückmeldungen.“ ■

„Mit unserem Angebot schließen wir die Lücke, die der Konzern bisher im Kundenzugang hatte.“

[Christian Buschkotte]



NEUER GESCHÄFTSFÜHRER VERTRIEB BEI OCC

Jean-Pierre Gevert (38) verstärkt seit dem 01.01.2020 die Geschäftsführung der OCC Assekuradeur GmbH und ist dort seitdem in erster Linie für die Bereiche Vertrieb und Kooperationen verantwortlich.

Nach einem BWL-Studium hatte Gevert seine Karriere bei der Allianz gestartet und dort insgesamt zwölf Jahre gearbeitet. Er war unter anderem Assistent des Vertriebsdirektors und arbeitete im Allianz Management Programm Vertrieb. Bei der Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG war er zuletzt Leiter eines Vertreterbereichs im Großraum Hamburg.

„Ich bin sehr froh, dass wir mit Jean-Pierre Gevert einen ausgewiesenen Versicherungsfachmann und Vertriebsprofi gewinnen konnten“, so Désirée Mettraux, Vorsitzende der OCC-Geschäftsführung. „Mit ihm werden wir bei der bevorstehenden Digitalisierung die Bindung zwischen den Vertriebspartnern und OCC weiter ausbauen sowie den Kundenservice auf einem neuen Level etablieren.“ ■

TEXT - red - FOTO OCC





TAG DER OFFENEN TÜR IM
KONFERENZZENTRUM DER
HAMBURGER FEUERKASSE





TEXT Heiko Wischer FOTOS Pat Scheidemann

Innovationsschub

Modern, hell, elegant: So lässt sich kurz und prägnant die Anmutung des neuen Konferenzzentrums in der Hamburger Feuerkasse beschreiben. Nach monatelangen Bau- und Umbauarbeiten kann sich das Ergebnis wahrlich sehen lassen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Hamburger Feuerkasse konnten bei einem Tag der offenen Tür erstmals einen Blick in die Räumlichkeiten werfen – auf eine **neue Top-Adresse für Tagungen**.



TAG DER OFFENEN TÜR IM KONFERENZZENTRUM DER HAMBURGER FEUERKASSE

Die neu geschaffenen Räume sind technisch hochwertig ausgestattet und ermöglichen neben Videokonferenztechnik in jedem Raum auch Bild- und Tonübertragungen in mehrere Räume innerhalb des Konferenzzentrums“, so Karla Pahlke, Abteilungsleiterin Telefenzentrale/Zentrale Dienste. Sie stellte bei dieser Gelegenheit ihren Kolleginnen und Kollegen die Vorteile des Konferenzzentrums vor. Die Räume sind für ganztägige Sitzungen, Tagungen und Projektarbeiten – insbesondere mit externen Gästen – vorbehalten und sollen hierfür primär genutzt werden. „Der Konzern hat hier gezielt investiert, um den Standort Hamburg aufzuwerten“, freuen sich auch Dr. Katrin Peitz, Hauptabteilungsleiterin Konzernverwaltung, und Arne Fischer, Abteilungsleiter Gebäudemanagement Nord, über den Innovationsschub. ■



Ansprechpartner
für die Technik:
Barthelemy Agossou
(IT-Arbeitsplatztechnik)
und Fabian Böttcher
(Zentrale Dienste).

Stippvisite im neuen
Konferenzzentrum:
(v.l.n.r.) Marc Gündner
(IT/ITK), Thomas Zankl
(BD Makler), Fabian
Böttcher, Karla Pahlke
und Jens van der Wardt
(Leiter BD Makler).



NEUER EMPFANG

Veränderungen gibt es auch im Eingangsbereich zum Kleinen Burstah, in dem die Direktbetreuung zu finden ist. Dort stehen noch Umbauarbeiten an, weil der bisherige Empfang verlegt worden ist. Kunden, Vertriebspartner und Mitarbeiter nutzen künftig den neuen Hauptzugang an der Willy-Brandt-Straße, um ins Gebäudeinnere zu gelangen. Hier befindet sich nun auch dauerhaft der neue Empfang der Hamburger Feuerkasse. Der Zugang vom Kleinen Burstah soll nach erfolgtem Umbau den Kunden in der Direktbetreuung vorbehalten sein. ■

Bekanntes Gesicht am neuen Empfang: Heiner Zars, hier im Gespräch mit Martin Becker (Vertragsservice Gewerbe 5).



Topf und Deckel

Sie rühren in sehr vielen Töpfen und sorgen jeden Arbeitstag für leckere Pausen. Jetzt können sie sich über eine ganz besondere Ehrung freuen: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Betriebsrestaurants in Münster wurden vom Verband der Köche Deutschlands e. V. als „VKD-Ausbildungsbetrieb des Jahres 2019“ in der Kategorie Gemeinschaftsverpflegung ausgezeichnet. Was macht die Ausbildung zum Koch und zur Köchin in unserer Großküche so besonders? Wir haben bei den Azubis nachgefragt.

TEXT & FOTOS Annica Schepers



Die Auszeichnung „VKD-Ausbildungsbetrieb des Jahres“



Der Verband der Köche Deutschlands (VKD) ist als größte Gemeinschaft von Köchinnen und Köchen in Deutschland das Fundament für die fachliche Entwicklung und Zukunft des Berufsstands. Jährlich ernennt der Verband aus dem Kreis der „Qualifizierten Ausbildungsbetriebe“ für die drei Kategorien Restaurant, Hotel und Gemeinschaftsverpflegung den „VKD-Ausbildungsbetrieb des Jahres“. Die Westfälische Provinzial gewann jetzt erstmals den Titel in der Kategorie Gemeinschaftsverpflegung. Herzlichen Glückwunsch an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Betriebsrestaurants in Münster für diese tolle Auszeichnung!



Aktuell sind wir sechs Auszubildende in der Küche. Wir werden von sieben Ausbildern betreut. Dies ermöglicht uns allen eine Eins-zu-eins-Betreuung“, erklärt Christopher Olejnik, Auszubildender zum Koch im 1. Lehrjahr. Er hat im August 2019 seine Ausbildung im Betriebsrestaurant in Münster gestartet. „Aber in unserem 32-köpfigen Team ist eins ganz klar: Wer Unterstützung sucht, kann sich an alle Kolleginnen und Kollegen wenden. Dies führt zu einem sehr persönlichen und guten Arbeitsklima.“ Ein Dreivierteljahr ist Christopher Olejnik bereits bei der Provinzial tätig: „Es war genau die richtige Entscheidung. Ich wurde von Anfang an mit ins Team geholt und bekam schnell eigene Verantwortung und selbstständige Aufgaben zugeteilt. Eine solche Freiheit bieten andere Ausbildungsbetriebe nicht. Hier in der Großküche lernen wir das Kochhandwerk von Grund auf. Von der typischen Hausmannskost bis zur mediterranen Küche lernen wir viele verschiedene Richtungen kennen. Eine wirklich außergewöhnliche Speise- und Produktvielfalt.“

Im Betriebsrestaurant in Münster werden täglich ungefähr 1.400 Menüs frisch zubereitet. Da kann es während der Essenszeiten durchaus mal hektisch zugehen – das kennt Maybrit Mamsen, Auszubildende zur Köchin im 3. Lehrjahr, nur zu gut. Doch sie betont: „Die Stimmung ist immer gut.“ Auch von dem Ausbildungsablauf ist die angehende Köchin überzeugt. „Wir werden Schritt für Schritt an alles herangeführt. Start ist die sogenannte kalte Küche, das bedeutet Desserts, Dressings und Salate. Dann folgt die warme Küche. Wir werden eingebunden in die Gemeinschaftsverpflegung und den Nachservice. Im letzten Abschnitt liegt der Fokus auf der Sonderverpflegung: Menüs oder Buffets für besondere Veranstaltungen im Vorstandsbereich.“

Darüber hinaus sind Praktika in der Gastronomie und der fleischverarbeitenden Industrie Bestandteil der Ausbildung. Maybrit Mamsen steht bald vor ihrer Abschlussprüfung, da steigt die Nervosität. Doch sie ist zuversichtlich: „Wir werden hier intensiv vorbereitet, sowohl für die Zwischen-, als auch für die Abschlussprüfung. Einige Ausbilder lernten selber bei der Provinzial und wissen daher genau, worauf es ankommt.“ Ausbilder und Küchenmeister Oliver Windau freut sich über die besondere Auszeichnung: „Es ist schön, dass die Arbeit, die wir in die Kochausbildung stecken, honoriert wird. Ich persönlich lege viel Wert darauf, dass unsere angehenden Köche ihr Handwerk wirklich von der Pike auf lernen und immer gut betreut werden.“ ■



Aufgrund der Corona-Pandemie mussten unsere Betriebsrestaurants Mitte März schliessen. Wir freuen uns schon, wenn diese wieder geöffnet werden können.

Noch mehr

ZU GEBEN

Sowohl im Westen als auch im Norden schauen die Mitglieder der Vereine „Provinzialer in Westfalen-Lippe helfen“ und „Provinzialer helfen“ auf eine tolle Jahresbilanz 2019 zurück. **Mehr Projekte, mehr Spenden, mehr ehrenamtliche Helferinnen und Helfer** – sie hatten einfach **mehr** zu geben. Die Entwicklung ist und bleibt positiv: Über die Mitgliedsbeiträge hinaus bekommen die Vereine von immer mehr Kolleginnen und Kollegen auch Einzelspenden. Etwa, indem bei runden Geburtstagen auf Geschenke verzichtet und stattdessen um Spenden geworben wird oder auch bei Verabschiedungen aus dem aktiven Arbeitsleben eine Spendenbox auf dem Buffettisch steht.



Anne Wimmersberg, Vorstandsmitglied des Vereins „Provinzialer in Westfalen-Lippe helfen“, überreichte im letzten Jahr einen Scheck in Höhe von 2.500 Euro an die erste Vorsitzende des Vereins zur Ausbildungsförderung „NIMA's“, Dr. Tannaz Westerberg. **FOTO** Lina Meyer



KONTAKT NORD

Heiko Heitmann

Telefon: 0431/603-9900

E-Mail: heiko.heitmann@provinzial.de

Im Norden

29 Projekte hat der Verein „Provinzialer helfen“ im Norden 2019 unterstützt und konnte mit rund 47.000 Euro eine bisher noch nicht dagewesene Summe für soziale Initiativen zur Verfügung stellen – ein Rekordjahr! Heiko Heitmann, 1. Vorsitzender des Vereins, freut sich darüber, dass immer mehr Spenden durch Hinweise aus den Agenturen und unter Einbeziehung der Bezirkskommissare und Generalagenten in der Region für gemeinnützige Zwecke vor Ort ihr Ziel fanden. Rund 300 Mitglieder hat der Verein im Norden, darunter 82 Agenturinhaber. Ob der Deutsche Kinderschutzbund, die Obdachloseninitiative Hempels, Hospizinitiativen oder zahlreiche Hilfsprojekte zur Unterstützung schwerkranker Kinder und deren Familien: Auch 2019 konnten sich die ehrenamtlichen Projekte wieder auf „Provinzialer helfen“ verlassen.



KONTAKT WEST

Michael Eßer

Telefon: 0251/219-2031

E-Mail: michael.esser@provinzial.de

Im Westen

Durch das Engagement von „Provinzialer in Westfalen-Lippe helfen“ konnten 61 Projekte mit einer Spendenhöhe von insgesamt über 200.000 Euro unterstützt werden – dies ist eine gute Steigerung im Vergleich zum Vorjahr. Zahlreiche Empfänger sind dankbar, dass so viel regionale Unterstützung einfach direkt angekommen ist: Sei es die Kinderkrebshilfe, Feuerwehraktionen, Hospizinitiativen oder diverse Projekte an Schulen – der Bedarf ist groß. Umso besser, dass der Verein auch immer größer wird: 62 neue Mitglieder sind in 2019 dazu gekommen, zusammen engagieren sich jetzt 727 Provinzialerinnen und Provinzialer. Erfreulich ist, dass auch die Initiative vieler Geschäftsstellen, die auf soziale Projekte aufmerksam machen, immer weiter an Fahrt aufnimmt.



► **NORD – HILFE FÜR KINDER IN INDIEN** | „Provinzialer helfen“-Vereinsmitglied Jan-Uwe Burmeister ist zwar seit 2017 nach mehr als drei Jahrzehnten Tätigkeit in der Rechtsabteilung bei der Provinzial in Kiel im Ruhestand, doch im Betriebssport als Übungsleiter für Yoga immer noch aktiv. Durch sein langjähriges soziales Engagement für Kinder und Jugendeinrichtungen in Indien ist er weiterhin mit dem Unternehmen und dem Verein eng verbunden. Bei seinem jüngsten Besuch in Chennai im Südosten des Landes in einem Kinderdorf hatte er auch kleine Give Aways im Gepäck: Caps mit Aufschrift der Hamburger Feuerkasse. Viel wichtiger aber auch hier: die verlässliche Hilfe durch „Provinzialer helfen“. **FOTO privat**

► **NORD – AGENTURINHABER IM BLICK** | Auf der Jahresauftakttagung für die Ausschließlichkeitsorganisation im Norden in Lübeck informierte Heiko Heitmann (r.) über die Arbeit des Vereins, der seit 2007 besteht. Manfred Kossendey, Bezirkskommissar in Plön, gehörte zu den Agenturinhabern, die das Gespräch mit dem rührigen 1. Vorsitzenden von „Provinzialer helfen“ suchten. **FOTO Pat Scheidemann**

► **NORD – EIN HERZ(SCHLAG) FÜR FRÜHCHEN** | Eine Hightech-Babymatte simuliert für Frühgeborene im Brutkasten das Gefühl, geborgen auf dem Brustbein eines Elternteils zu liegen. Das Klinikum Itzehoe konnte als erstes Krankenhaus in Schleswig-Holstein eine solche „Babybe-Matratze“ anschaffen. Möglich wurde dies durch eine Reihe von Spenden. „Provinzialer helfen“ steuerte 2.000 Euro bei. Das Foto zeigt die Betriebsratsvorsitzende Kerstin David (2. v. r.), stellvertretende Vorsitzende des Vereins und den Itzehoer Agenturinhaber Hans-Joachim Gründel (r.) bei einem Sponsorentermin mit Klinikmitarbeitern und Joanna Hüllmann (3. v.l.) und Jendrick Dose (2. v.l.). Ihr Sohn kam 16 Wochen vor dem errechneten Geburtstermin zur Welt. Glücklicherweise entwickelte sich das Frühchen gut und konnte zu seinem ursprünglichen Geburtstermin das Krankenhaus verlassen. **FOTO Klinikum Itzehoe**

► **WEST – FRISCHER WIND IM VORSTAND** | Seit Anfang des Jahres ist Rosa Maria Pfeifer (v. Mitte) als Beisitzerin im Vorstand aktiv und total motiviert: „Schon in der Schulzeit war ich viel sozial unterwegs. Jetzt kann ich hier weitermachen und mich einbringen.“ Mit viel Energie investiert sie gut und gerne Zeit in die Vereinsaufgaben, denn soziale Arbeit weiß sie besonders zu schätzen. „Mein Antritt ist es, dass ich etwas verjüngen und neue Gedanken reinbringen will,“ sagt die 23-Jährige. Finanzthemen, Aktionsrecherchen, Spendenübergaben, die Ansprache von Geschäftsstellen und vor allem auch von Azubis stehen auf ihrer To-Do-Liste. „Wir müssen auf die ganz jungen Kolleginnen und Kollegen zugehen, denn der Verein bietet eine tolle Chance, den sozialen Charakter des Unternehmens früh kennenzulernen,“ betont sie. Super, dass schon insgesamt um die 80 Auszubildende beigetreten sind. **FOTO Linus Dickmann**

► **WEST – DIE AGENDA FÜR 2020 IST SCHON LANG** | Für dieses Jahr ist bereits viel geplant: Beim Tretboot Cup zugunsten der Kinderkrebshilfe Münster wollen die Vereinsmitglieder nicht nur mit einer Spende von 5.000 Euro, sondern auch mit vollem Körpereinsatz erneut unterstützen. Auch 14 Tafeln können sich wieder auf die Hilfe des Vereins verlassen, denn diesen Bedarf gibt es immer. Außerdem steht die gesunde Ernährung von Schulkindern im Fokus des Vereins. Und natürlich freuen sich die Ehrenamtler über weitere Tipps zu sozialen Projekten. ■

TEXT Magdalena Edich und Heiko Wischer

Trends in der Agrarwirtschaft

TEXT Susan Sandvoß

Im Provinzial NordWest Konzern folgt eine Neuaufstellung des Geschäftsfeldes Agrarwirtschaft den aktuellen Trends und damit den Nachfragen vieler Landwirte. Ein umfangreiches Leistungsupdate und optimierte Strukturen haben das Ziel, die Marktführerschaft in diesem Bereich weiter auszubauen. Unser Porträt über den Hof Albersmeier in Lippetal (S. 42 f.) zeigt, wie konventionelle Landwirtschaft und höchste Tierwohlstandards vereinbar sind.



© Uryadnikov Sergey - Adobe Stock/Strandperle



„Wir sind sicher, dass uns die vielen Neuerungen helfen, unsere Produktführerschaft weiter auszubauen.“

[Franz-Josef Lütke Rövekamp | Abteilungsleiter Agrarwirtschaft 1]

Integriert sind zukünftig Schäden durch den Wolfsbiss. Die Milchkaskoversicherung ist über das Leistungsupdate der AgrarPlus Haftpflichtversicherung mitversichert.

..... MIT AGRARPLUS 2020 AUF KURS

„In den Versicherungsprodukten AgrarPlus Sach sowie AgrarPlus Haftpflicht sind seit Anfang des Jahres zahlreiche Deckungserweiterungen eingeschlossen. Damit folgt das Geschäftsfeld Agrarwirtschaft den aktuellen Trends in der Landwirtschaft und den Nachfragen vieler Landwirte.“

„Als neues Highlight bieten wir unseren Kunden in der pauschalen Inventarversicherung einen Unterversicherungsverzicht über die Versicherungssumme hinaus. Integriert sind zukünftig ebenfalls Schäden durch Wolfsbiss“, erklärt Franz-Josef Lütke Rövekamp, Abteilungsleiter in Agrarwirtschaft 1. Zudem wurden verschiedene Entschädigungsgrenzen deutlich erhöht: So sind im neuen Produkt beispielsweise Botulismusschäden und Transportmittelunfallschäden bis 10.000 Euro gedeckt. Neuerdings gilt dies auch für mitversicherte Pferde. Die Ertragsausfallversicherung ist unter anderem um Rückwirkungs- und Wechselwirkungsschäden erweitert. „Können beispielsweise durch einen Brand beim Ferkelerzeuger keine Tiere an den bei uns versicherten Mastbetrieb geliefert werden, ist das ab sofort mit abgedeckt“, so Franz-Josef Lütke Rövekamp. Zudem sind im Produkt AgrarPlus Haftpflicht die Milchkaskoversicherung sowie Schäden, die durch Gebrauch von Flugdrohnen verursacht werden, eingeschlossen. Die Landwirte nutzen diese Fluggeräte immer häufiger für Pflanzenschutzmaßnahmen oder zur Rettung von Wildtieren vor Ernteeinsätzen.“

„Darüber hinaus gibt es noch einiges mehr an Deckungserweiterungen“, berichtet Lütke Rövekamp. „Für unsere Bestandskunden, deren Verträge sich nicht im Ablauf befinden, gilt ein umfangreiches Leistungsupdate. Wir sind sicher, dass uns die vielen Neuerungen helfen, unsere Produktführerschaft weiter auszubauen.“ ■

..... DBV-TEAM KOMPLETT

„Seit der Neuaufstellung des Geschäftsfeldes Agrarwirtschaft im Konzern wird der Vertrieb im Norden nun ebenfalls durch Direktionsbevollmächtigte (DBV) unterstützt.“

Das Team der insgesamt elf DBV in den Abteilungen Agrarwirtschaft 1 in West und Agrarwirtschaft 2 in Nord sind Agrarwissenschaftler mit spartenübergreifendem Versicherungs-Know-how oder Versicherungsexperten mit fundierten landwirtschaftlichen Kenntnissen. Sie sind mit weitreichenden Vollmachten ausgestattet und werden direkt in die Kundenbetreuung eingebunden, fahren bei Bedarf gemeinsam mit den Agenturleitern zu den landwirtschaftlichen Betrieben vor Ort, so wirken sie maßgeblich an der Erstellung der individuellen Deckungskonzepte mit.

„Durch das Know-how der Mitarbeiter können wir Konzepte rund um den gesamten Landwirtschafts- oder Forstbetrieb anbieten. Unsere Fachkollegen berücksichtigen also nicht nur die landwirtschaftlichen Produkte, sondern sie bieten auch Lösungen für alle übrigen Sparten wie beispielsweise die Versicherung der Kraftfahrzeuge und auch die Unfallversicherung – je nach Bedarf und Wunsch des Kunden – an“, erklärt Jürgen Albert Wiese, Abteilungsleiter Agrarwirtschaft 2. Zudem pflegen die DBV intensive Kontakte zu den berufsständigen Organisationen der Landwirte und sind so mit den aktuellen Entwicklungen der Branche vertraut.

„In einem Pilotprojekt mit unseren Münsteraner Kollegen haben wir gemeinsam vor Ort überprüft, ob diese Struktur auch in Nord gelingen könnte. Das Ergebnis war eindeutig. Jetzt ist es im Konzern angeglichen“, berichtet Wiese. „Mit unserem neuen Kollegen Carsten Blumenberg ist das DBV-Team im Norden komplett. Die weiteren Direktionsbevollmächtigen für die Abteilung Agrar 2 sind: Jan Plagmann, Till Ulrichs und Henning Kroll. Für die Abteilung Agrar 1 sind es Hathumar Rustige, Christoph Tubes, Bernhard Laakmann, Hendrik Steinhorst, Oliver Nolte, Bernd Schulze-Düllö und Rudolf Wigger-Pieper. ■



Die Sau rausgelassen

TEXT Doris Röckinghausen FOTOS Anastasia Kapluggin

„Wir bewirtschaften unseren Betrieb in vierter Generation und darauf sind wir stolz!“ 120 Hektar umfasst der landwirtschaftliche Betrieb in Lippetal-Hüttinghausen in der Nähe von Soest. Die wichtigsten Betriebszweige sind Schweinemast und Ackerbau – und hier sind Marianne und Klaus Albersmeier in vielerlei Hinsicht außergewöhnlich unterwegs.

Die repräsentative Treppe führt zum gelbgetünchten Wohnhaus aus der Gründerzeit hinauf. Das Büro der Eheleute Marianne und Klaus Albersmeier ist die Schaltzentrale des Betriebes und erlaubt mit großen Fenstern von zwei Schreibtischen aus eine gute Sicht auf Zufahrt und Hof. Wir sitzen dazwischen am großen Eichentisch gemütlich unterm Kronleuchter, als die beiden erzählen, wie es zur Weiterentwicklung von Altbewährtem gekommen ist, sowohl in ihren Köpfen als auch in Gebäuden und Methoden.

„Ich habe 2009 als freie Journalistin über das Schützenfest in Brockhausen berichtet, Klaus war dort Oberst. So haben wir uns kennengelernt“, erzählt Marianne Albersmeier. „Er besuchte bei mir dann einen PC-Kurs und da sind wir uns nähergekommen.“ Seit 2010 sind sie ein Paar, für das die Landwirtschaft eine große Rolle spielt. „Wir sind ein gutes Beispiel dafür, dass es ein Gewinn ist, wenn sich Grün und Schwarz zusammentreffen. Klaus als konservativer CDU-Wähler und ich als aktive Grüne mussten uns in unseren Ansichten zusammenraufen.“ Dabei spielte die konventionelle Haltung der Mastschweine eine große Rolle. Offen für politische Entwicklungen und steigende Anforderungen der Verbraucher an die Landwirtschaft haben sich die beiden im Laufe der Jahre gemeinsam auf einen Weg gemacht, hinter dem jetzt beide zu 100 Prozent stehen können.

Konventionelle Landwirtschaft bei höchsten Tierwohlestandards | „Wir haben den Gradmesser für uns neu definiert. Statt ‚höher, schneller, weiter‘ ist es unser Ziel, dass sich das Tier bei uns möglichst wohl fühlt“, beschreibt Klaus Albersmeier die grundsätzliche Einstellung. „Wir haben uns gefragt, was wohl passieren würde, wenn wir eine Öffnung in die Stallwand schlagen und eine Rampe daran bauen, über die die Tiere jederzeit nach draußen gehen können. Zusätzlich haben wir die Spalten in den Böden zubetoniert und zweihundert Schweine zusammen auf Stroh aufgestellt. Das Ergebnis hat uns bestätigt: Die Tiere wechselten nach Belieben zwischen drinnen und draußen, nahmen Angebote zum Spielen an und waren viel aktiver.“ Das Prinzip weiteten die Albersmeiers daher kontinuierlich aus und investierten bis heute etwa 1,5 Mio. Euro in diverse Um- und Neubauten. Zusätzlich füttern sie Raufutter und behalten die Schweine länger bei sich. Geringere Gewichtszunahmen und mehr Platz reduzieren den Stress für das Tier, was sich letztlich zusätzlich positiv auf die Fleischqualität auswirkt.

Garantierte Preise und feste Mengen | Das Konzept funktioniert, weil am anderen Ende auch die Vermarktung passt. Dazu Marianne Albersmeier: „Wir waren zusammen mit sechzig weiteren Landwirten 2016 beim Abschlussgespräch zu einem Ringelschwanzprojekt auf Haus Düsse. Hier stellte die Rewe West eine Liste mit Vorstellungen für eine mögliche Kooperation mit einem speziellen Fleischangebot vor. Während die meisten Anwesenden den Kopf schüttelten, sahen Klaus und ich uns an und wussten: Das meiste können wir, einen weiteren Teil kriegen wir hin und über die restlichen



Beim Gang über den Hof fällt auf, dass die Tiere völlig ruhig bleiben, als wir uns nähern. „Sie sind Abwechslung und Besuch gewohnt“, erklärt Marianne Albersmeier.



Punkte müssen wir mit Rewe reden. Das Ergebnis ist ein 5-Jahres-Vertrag mit einer festen Abnahmemenge von wöchentlich 140 Schweinen. Von mehr als 600 Märkten der Rewe West vermarkten zur Zeit zirka 60 Filialen das besondere Fleisch unter dem Label „Strohwohl“. Dort ist das Produkt an den strohgelben Thekenschalen gut erkennbar. Der Preis liegt etwa auf der Hälfte zwischen Supermarkt- und Biofleisch.

Die Landwirtin freut sich, dass sich inzwischen fast alle Fachverkäuferinnen und Metzger der beteiligten Märkte auf dem Hof informiert haben: „Wir laden jeden Interessierten ein, unseren Hof zu besuchen, am liebsten allerdings nach Anmeldung.“ Selbst hat sie sich auch schon einmal in Bonn vor die Fleischtheke gestellt und die Verbraucher mit Roll-Ups und Flyern über das besondere Fleisch und seine Erzeugung informiert. „Rewe ist mit unserem Fleisch sehr zufrieden und plant nun, die Wertschöpfungskette mit zusätzlichen Wurstwaren zu erweitern. Das ist natürlich eine super Bestätigung.“

Provinzial-Geschäftsstellenleiter Markus Bielefeld ergänzt: „Wir haben im letzten Herbst mit Freunden eine Radtour gemacht und sind spontan zum Hof gefahren. Frau Albersmeier nahm sich für eine kurze Hofführung gerne die Zeit und schlussendlich kauften wir alle das leckere Iberico-Fleisch – und tun es seitdem begeistert immer wieder. Die Grillwürstchen und die Leberwurst sind wunderbar.“ Marianne und Klaus Albersmeier sind froh, dass sie mit Markus Bielefeld einen kompetenten Ansprechpartner haben, der für ihre Sicherheit sorgt: „Die Zusammenarbeit ist sehr unkompliziert und vertrauensvoll. Wir fühlen uns bei der Provinzial Bielefeld gut aufgehoben.“

Blauglockenbaum fürs Klima | Neben der Schweinehaltung gehen die Albersmeiers auch im Ackerbau neue Wege. „Was müssen wir tun, um CO₂-neutral zu werden?“ Diese Frage beschäftigt immer mehr Landwirte. Für Klaus Albersmeier liegt ein Lösungsansatz in regenerativer Landwirtschaft und im Agroforst. Er holt zwei dicke Scheiben eines Holzstammes mit einem Durchmesser von etwa 40 cm hervor. „Dieser Blauglocken- oder Kiribaum hat in nur elf Jahren einen ansehnlichen Umfang erreicht und entsprechend seines schnellen Wachstums vierzigmal so viel CO₂ wie zum Beispiel eine Eiche aufgenommen. 1.000 Bäume haben wir bestellt, die wir im April auf einem unserer Äcker pflanzen werden“, erklärt er und zeigt dazu auf dem Handy Fotos von leuchtend hellvioletten blühenden Bäumen: „Das wird der Hammer!“, freut er sich schon auf die

Zeit, wenn in ein paar Jahren die Bäume im Frühjahr in voller Blüte stehen. Das leichte Holz wird für Surfbretter, Musikinstrumente oder Möbel verwendet.

Auf meine Frage, wann sie und ihr Mann normalerweise den Feierabend einläuten, verweist Marianne Albersmeier zufrieden auf ihr Team: „Wir haben hervorragende Mitarbeiter, auf die wir uns verlassen können. So bleibt uns genügend Zeit für Abend- und Wochenendaktionen und für Urlaube. Wir singen gemeinsam im Gospelchor und gehen regelmäßig ins Theater.“ Beide sind glücklich mit dem Weg, den sie für sich und ihren Hof gefunden haben. Ihr Motto „Die Zukunft beginnt jetzt“ leben sie jeden Tag. ■

GUT ZU WISSEN

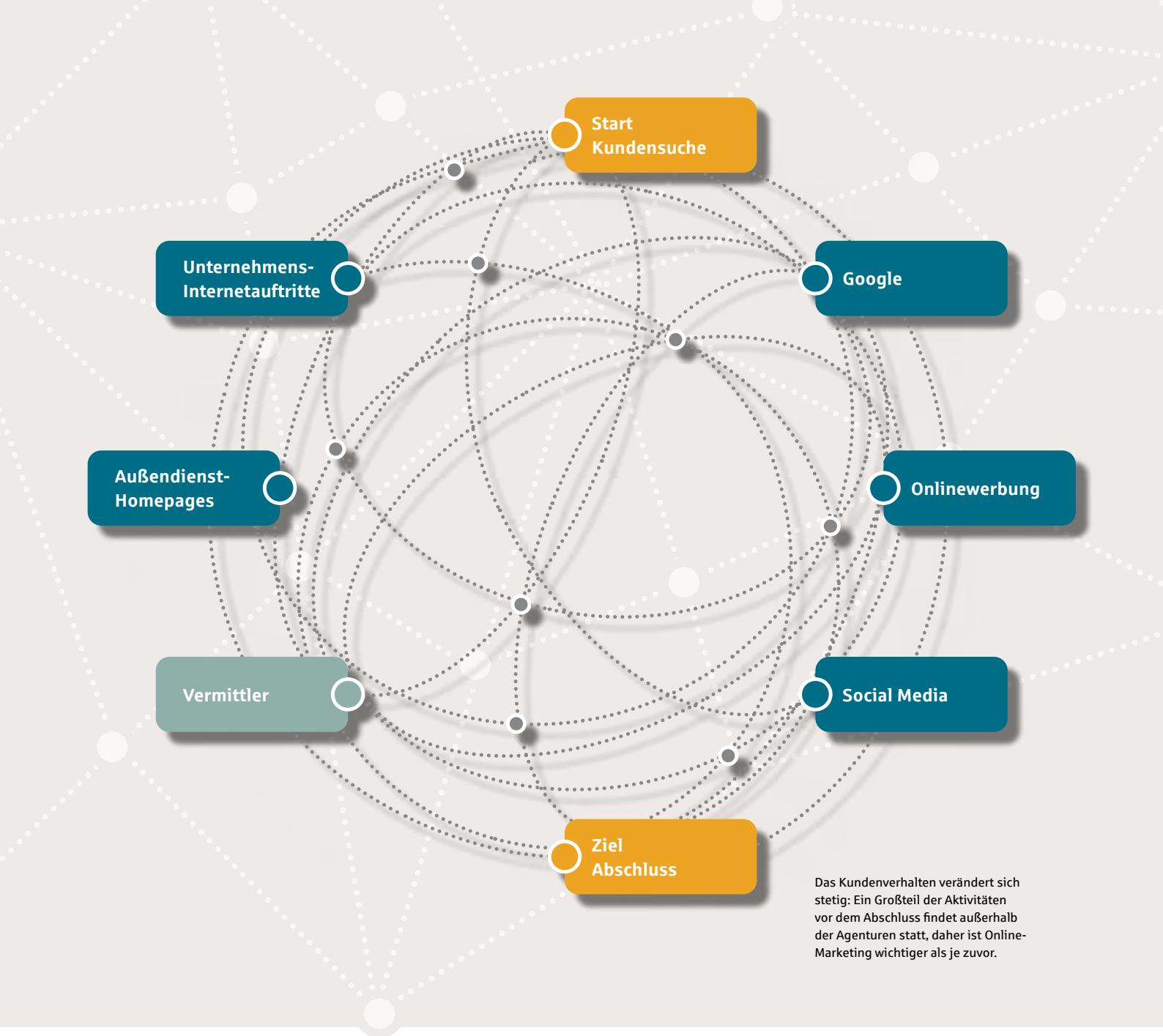
- Der Betrieb Albersmeier beschäftigt zwei ausgebildete Landwirte, zwei angelernte Kräfte, einen Auszubildenden und zwei Mini-Jobber
- Die Ferkel kommen aus dem Betrieb Spellerberg in direkter Nachbarschaft, geschlossenes System



- Medikamente werden nur im Einzelfall und bei Bedarf gegeben und nicht dem Futter beigemischt
- Fütterung mit Getreide aus eigenem Anbau und von Höfen der Region. In der Fermentierung wird das Getreide so aufbereitet, dass es besser verdaulich ist
- Der Hof ist Teilnehmer der Initiative Tierwohl
- Neben dem deutschen Hausschwein werden einige Iberico- und Wollschweine gehalten, deren Fleisch interessierten Verbrauchern direkt und über zwei Edeka-Märkte in Soest und Dortmund angeboten wird
- Alle zwei Jahre am Muttertag ermöglicht die Benefizveranstaltung „Kultur am Stall“ einen Blick hinter die Kulissen des Hofes, nächster Termin ist 2021

Digitale Kanäle

Online-Marketing als wichtiger Bestandteil für Agenturen | Aus der heutigen Zeit sind digitale Kanäle gar nicht mehr wegzudenken. Sie spielen auch in der Kommunikation von Unternehmen eine große Rolle. Um die Agenturen der Provinzial NordWest hier noch umfangreicher zu unterstützen, wurde ein Leitfaden zum Thema Online-Marketing erstellt. Dieser zeigt die wichtigsten digitalen Kanäle auf und beinhaltet Tipps und Tricks in Sachen Außendienst-Homepage, Social Media, SEO (Search Engine Optimization – Suchmaschinenoptimierung) und vieles mehr, um die Kanäle erfolgreich bedienen zu können.





Unsere Agenturen im Bereich Online-Marketing zu fördern, ist für uns von besonderer Bedeutung. Denn hier liegt eine wichtige Schnittstelle zu unseren Kunden und denen, die es vielleicht bald werden. Mit einem strategisch aufgestellten Online-Marketing können die Agenturen ihre digitale Präsenz weiter stärken und ihre Reichweite erhöhen“, so Dr. Fabrice Gerdes (l.), Hauptabteilungsleiter Vertriebsmanagement Ausschließlichkeit. Die beiden Ansprechpartner bei Anwendungsfragen sind Jennifer Krüger (m.) aus der Abteilung Konzernkommunikation für Social Media und Dirk Stiglic (r.) aus der Abteilung Marketingunterstützung Ausschließlichkeit für die Außendienst-Homepages. **Wir haben beide zu einem Interview getroffen:**

Warum ist Online-Marketing so wichtig?

Jennifer Krüger: Heutzutage läuft so vieles digital ab. Es gibt kaum noch Unternehmen, die kein Online-Marketing betreiben. Für uns als Versicherungskonzern gibt es einen sehr wichtigen Grund: Wie schaffen wir es, junge und online-affine Kunden zu erreichen? Das Thema „Versicherung“ hat ja eher den Ruf, langweilig und uninteressant zu sein. Zudem gehen junge Leute viel weniger vor Ort in unsere Agenturen. Deshalb müssen wir sie auf einem anderen Weg erreichen. Studien besagen, dass in der Altersgruppe der 14 – 49-Jährigen die Smartphone-Nutzung bei über 95 Prozent liegt. Das Kundenverhalten hat sich sehr zu der Nutzung von Online-Kanälen hin verändert – deshalb ist Online-Marketing für uns so wichtig.

Welche Bereiche umfasst das Online-Marketing genau?

Dirk Stiglic: Es besteht aus vielen einzelnen Medien. Es gilt, diese geschickt einzusetzen und mit Leben zu füllen, um den (potenziellen) Kunden abzuholen. Die verschiedenen Medien bilden ein großes Netz. Hierzu gehören: Social Media, Außendienst-Homepages, E-Mail, Banner-Werbung, Mobile, SEO und SEA (Search Engine Advertising – Suchmaschinenmarketing). Es ist wichtig, sich vorher genau Gedanken zu machen, welche Medien man wie einsetzen und ergänzen möchte. Dabei muss beachtet werden, dass verschiedene Medien verschiedene Zielgruppen unterschiedlich gut erreichen. Die richtige Auswahl und Kombination ist entscheidend für den Erfolg.

Welche sind die wichtigsten Kanäle?

Jennifer Krüger: Wichtig ist natürlich die Betreuung und Pflege der eigenen Homepage. Wenn ich einen Agenturnamen in eine Suchmaschine eingebe, sollte möglichst als erster Treffer die Homepage erscheinen. Diese sollte aktuell, ansprechend und freundlich wirken. Wenn wir nun noch einmal an unsere jüngere Zielgruppe denken, kommt einem natürlich als erstes Social Media in den Sinn. Jeder weiß, dass junge Leute

dort sehr viel unterwegs sind – mittlerweile aber auch zusätzlich die Altersgruppe über 30 Jahre.

Welche Unterstützung bieten wir den Agenturen vor Ort?

Dirk Stiglic: Im Bereich Außendienst-Homepage helfe ich den Agenturen bei der praktischen Umsetzung. Hierzu zählt zum Beispiel, dass ich die aktuellen (Team-)Bilder einstelle und generell bei der Pflege unterstütze. Wenn eine Agentur ein Gewinnspiel durchführen möchte, erstellen wir die entsprechenden Teilnahmebedingungen auf der Homepage und schaffen somit den rechtlichen Rahmen. Ich helfe bei der Individualisierung der Agenturprofile und Texte. Wir bieten Mastermodule für allgemeine Themen (zum Beispiel Altersvorsorge), aber auch bei individuellen Modulen, wie zum Beispiel „Engagement vor Ort“, helfe ich gerne weiter.

Jennifer Krüger: Im Bereich Social Media unterstützen wir aus der Abteilung Konzernkommunikation sehr viel. Neben regelmäßigen Social Media Schulungen und der Präsenz bei individuellen Workshops stellen wir den Agenturen einen umfassenden Leitfaden zur Verfügung, der bei den ersten Schritten auf Facebook und Instagram hilft und beantworten Fragen zur Erstellung und Betreuung der jeweiligen Seiten. Als generelle Angebote haben wir unter anderem eine geschlossene Facebook-Gruppe, den sogenannten Themenpool. Hier stellen wir regelmäßig Bild-, Text- und Videomaterial zur Verfügung, welches die Agenturen frei nutzen können. Des Weiteren gibt es die sogenannten „Autoposts“. Das heißt, dass wir allen Agenturen, die möchten, wöchentlich einen serviceorientierten Facebook-Post voreinstellen. Grundsätzlich helfen wir auch bei jeglichen Fragen rund um das Thema Social Media und beraten die Agenturen individuell bei Aktionen sowie rechtlichen und technischen Fragen. ■ TEXT Lina Meyer FOTOS Thomas Klerx, privat

Mehr zum Thema



... unter dem Begriff Online-Marketing



„Wir empfehlen die Bewerbung auf ein Stipendium für zukünftige Auszubildende. Es lohnt sich und hilft, die eigene berufliche Weiterentwicklung voranzutreiben.“

[Alexander Lau und André Müller]

Weitere Informationen erhalten Sie unter:
www.sbb-stipendien.de/weiterbildungsstipendium

► STIPENDIUM FÜR ZWEI PNW'ler

#Ausgezeichnet

Die Auszubildenden des Provinzial NordWest Konzerns beweisen vollen Einsatz für ihre Ausbildung – sei es in ihrer täglichen Arbeit mit ihren Ausbildern, bei Projekten und sozialem Engagement oder aber auch in ihren Prüfungen. Dass sich dieser Einsatz besonders lohnen kann, zeigen Alexander Lau und André Müller. Beide begannen 2016 ihre Ausbildung bei der Hamburger Feuerkasse (HFK). Sie erzielten in ihrer Abschlussprüfung herausragende Ergebnisse und kamen somit für ein Stipendium des Bundesministeriums für Bildung und Forschung in Frage.

Das Weiterbildungsstipendium dient als Begabtenförderung für berufliche Bildung. Die Förderung beläuft sich auf 8.100 Euro. Je anerkannte Fortbildung werden 90 Prozent über das Stipendium getragen und lediglich zehn Prozent bleiben Eigenanteil.

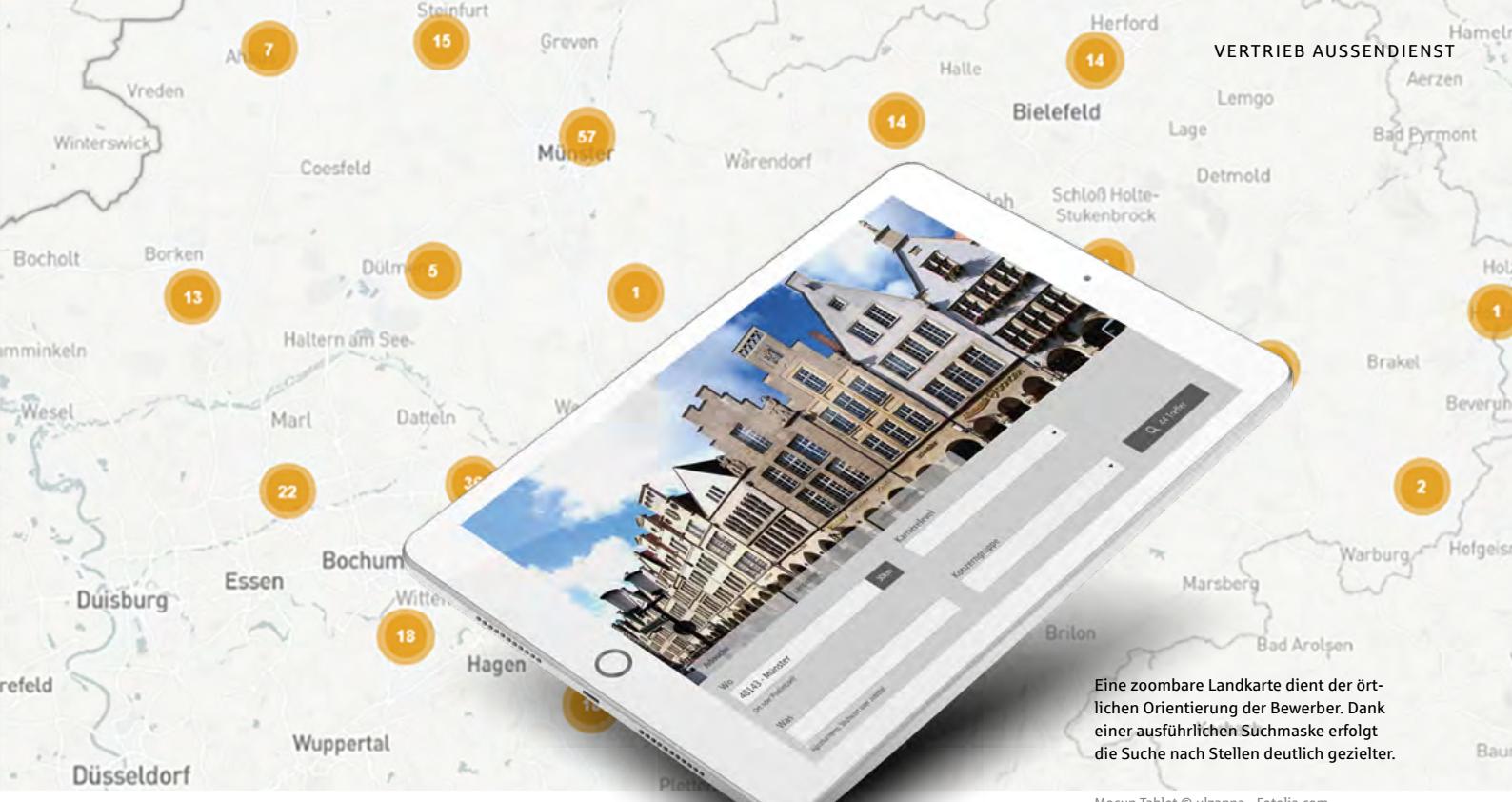
Berufliche Weiterentwicklung | Bereits während der Ausbildung im Innendienst war für Alexander Lau schnell klar, dass ihn eine Laufbahn im Außendienst besonders reizt. In der Generalagentur Hamburg-Alstertal bekam er dazu Gelegenheit und beendete dort den letzten Teil seiner Ausbildung. Dort fand er in Agenturinhaber Andreas Fischer einen Mentor, der ihn grundsätzlich ermutigt, seine Weiterbildung voranzutreiben. „Alexander ist für unsere Agentur eine Bereicherung und blüht im Kontakt mit den Kunden schnell auf. Ich freue mich sehr, dass er sich entschieden hat, nach seiner Ausbildung als Mitarbeiter bei uns zu bleiben“, sagt Fischer. Mithilfe des Stipendiums lässt sich Alexander Lau jetzt als geprüfter Fachwirt für Versicherungen und Finanzen weiterbilden.

Auch André Müller entschied sich im Laufe der Ausbildung für einen Weg im Vertrieb. Nachdem er seine Station im Außendienst in der Generalagentur Willers & Willers in Hamburg-Bramfeld bereits auf ein ganzes Jahr ausdehnte, war ihm klar, dass er auch zukünftig Kunden und Kollegen im Vertrieb betreuen möchte. Seit Sommer 2019 ist André Müller in der Sparkassenunterstützung Nord als Privatkundenspezialist in einem neuen Projekt tätig, das die Kooperation zwischen der HFK und den Hamburger Sparkassen unterstützt und weiterentwickelt. Das Stipendium nutzt er, um das berufsbegleitende Studium „Business Administration“ an der Fachhochschule für Oekonomie und Management durchzuführen. ■

TEXT Milena Göde FOTOS privat



Auch nach seiner Ausbildung ist Alexander Lau (l.) in der Generalagentur Andreas Fischer geblieben. | André Müller (r.) arbeitet inzwischen in der Sparkassenunterstützung Nord.



► STELLENPORTAL FÜR DEN AO-VERTRIEB

Auf einen Blick

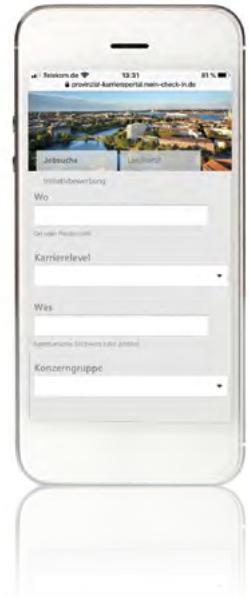
Da sich die Anforderungen und Erwartungen von Bewerbern bei der Stellensuche in den letzten Jahren stark verändert haben, war es notwendig, das Stellenportal auf der Homepage weiterzuentwickeln. Mit so wenig Klicks und Registrierungsaufwand wie möglich wollen Bewerberinnen und Bewerber neue Stellen finden – auch über ihr mobiles Endgerät. Um diesen Wünschen gerecht zu werden, ist das neue Stellenportal für den AO-Vertrieb entstanden, bei dem der Bewerber ganz klar im Mittelpunkt steht.

Mit einem verschlankten Bewerbungsprozess kann die Suche nach Stellen jetzt gezielter und schneller erfolgen. Alle offenen Stellen sind in das Portal integriert. Bewerber haben die Möglichkeit, sich über Stellenangebote im Umkreis Ihres Wohnortes zu informieren und direkt nach Agenturen zu suchen. Sie können auch eine zoombare Landkarte nutzen. Die Agenturen können die Stellen zudem zum Beispiel auf ihrer Homepage oder bei Facebook verlinken. Bewerber landen dann direkt bei dem passenden Stellenangebot – und können sich unter anderem auch über Xing mit wenigen Klicks bewerben. Die Agenturleiter erhalten eine digitale Bewerbermappe, die alle Dokumente in einer Datei enthält und auf Viren geprüft ist.

„Die automatisierte Bewerberkommunikation via Email und SMS ist bereits seit dem letzten Jahr Standard in unserem Bewerbungsprozess“, sagt Annika Falkenstein, die die Einführung des Portals initiiert und begleitet hat. „Bei der Gestaltung des neuen Auftritts war es mir wichtig, dass der Bewerber – trotz aller Automatisierung – in jedem Prozessschritt einen

persönlichen Ansprechpartner hat, an den er sich bei Rückfragen wenden kann.“ Durch die Möglichkeit, Stellenangebote auch auf anderen Stellenbörsen zu veröffentlichen, werden Bewerber noch besser auf die Provinzial NordWest aufmerksam. „Durch das neue Portal erhalten wir im Schnitt 19 Prozent mehr Bewerbungen“, sagt Annika Falkenstein.

Das Portal wird stetig weiterentwickelt und optimiert. „Wir können nachvollziehen, wo der Bewerber auf uns aufmerksam geworden ist und dadurch noch gezielter potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Agenturen ansprechen“, erklärt Annika Falkenstein. ■ TEXT Lena Lutterbeck



Zu erreichen sind die Portale über:
www.provinzial-karriere.de
www.provinzial-perspektive.de
www.hfk-karriere.de



Speakers Corner

... FÜR SEMIRAMIS GECER

Im Februar 2019 übernahm Semiramis Gecer die Leitung der Provinzial Agentur der Stadtsparkasse Delbrück – mit einem eher kleinen Bestand. In diesem einen Jahr hat sie gut zugehört, dicke Bretter gebohrt und mit Ideen und positiver Lebenseinstellung so manchen Kundenberater angesteckt.

Wir wollen in der Sparkasse Versicherungen verkaufen – nicht nur, weil es unser Job ist. Wir wollen unserem Kunden mit einer vernünftigen Absicherung verlässlich zur Seite stehen“, betont die Agenturleiterin. „Wenn wir den Kunden auf die Notwendigkeit einer privaten Haftpflicht ansprechen, machen wir das zu seinem Wohle und das spürt er. Wir schauen individuell, wo der Kunde Absicherungsbedarf hat. Wenn wir dies verinnerlicht haben und in Beratungsgesprächen vermitteln, ist das der beste Garant für langfristigen Erfolg“, so Gecer. „Die Arche Noah wurde auch nicht an einem Tag erbaut. Ich gab mir und uns Zeit und suchte das Gespräch zu den einzelnen Beratern, hörte gut zu und

konnte eine Menge von ihnen lernen. Es gab so viele nachvollziehbare Gründe, warum sie um das Versicherungsgeschäft manchmal einen Bogen gemacht haben. Nun kann ich individuell reagieren“, sagt Gecer.

Versicherungs-Check und Rollentausch | Im laufenden Jahr bietet die Provinzial Agentur der Sparkasse Delbrück beispielsweise allen Mitarbeitern der Sparkasse einen Versicherungs-Check an: „So wissen wir, ob die gegebene Absicherung noch aktuell ist und wir können Anpassungen vornehmen. Was aber mindestens genauso wichtig ist – die Berater sehen, wie wir arbeiten und wir können gegebenenfalls vorhandene Vorbehalte ausräumen. So kann gegenseitiges Vertrauen wachsen.“

Spontan verwandelt Semiramis Gecer beim andsafe-Marketexperience einen Quadratmeter am Stahlträger in „Speakers corner“ und wird zur Poetry Slammerin.

Um die Bedürfnisse und Vorbehalte der Kunden genau zu verstehen, legt Gecer großen Wert darauf, auch mal in die Rolle des Kunden zu schlüpfen. „Oft ist es die Erfüllung eines lang gehegten Traumes, wenn Erstimmobilienerwerber einen Kreditvertrag unterzeichnen. Und wir wollen gemeinsam dafür Sorge tragen, dass dieser Traum nicht aufgrund von unerwarteten Ereignissen platzt.“ Ein Rollentausch sei dafür die sicherste Methode, denn diese Erkenntnisse und Kompetenzen erwerbe man am besten aufgrund eigener Erfahrungen.

Die Versicherungsagentur will vor allem junge Kunden gewinnen. Damit das gelingt, ist die Agenturleiterin mit Thomas Dierkes, Marketingunterstützung Sparkassen, in Kontakt. „Da die jungen Leute eher online unterwegs sind, müssen wir unsere Präsenz im Internet verstärken und die Ansprache zielgruppengerechter auf sie ausrichten. Für uns heißt das, dass wir als Provinzial Agentur im Internetauftritt der Sparkasse, auf Facebook und auf Instagram sichtbarer werden müssen. Künftig werden wir, wenn wir eine Kampagne starten, dort und zusätzlich im Sparkassen-Blog präsent sein.“

Das Vertrauen des Sparkassen-Vorstands konnte die gelernte Provinzial Versicherungskauffrau längst erwerben: „Manche Dinge, die ich angeregt habe, wurden schon umgesetzt. Auch wenn es nur Kleinigkeiten sind, wie zum Beispiel aktuell, dass der Rechner für das Generationendepot auch für die Kollegen im Private Banking freigeschaltet wird.“ Zudem habe der Vorstand generell ein großes Interesse an einem starken Versicherungsgeschäft – gefestigte Kundenverbindungen und zunehmende Provisionserträge seien willkommene Konsequenzen.

Delbrück in guten Händen | Semiramis Gecer hat ihre Ausbildung zur Versicherungskauffrau in der benachbarten Provinzialgeschäftsstelle, damals Kille & Partner, nun Fortmeier & Peitz OHG, absolviert. Ihre ehemalige Kollegin Theresa Fortmeier hat dort die Geschäftsstellenleitung und Semiramis Gecer die Leitung der Versicherungsagentur in der Sparkasse übernommen. Das Verhältnis zur Geschäftsstelle sei nach wie vor sehr freundschaftlich. Kommt es zu Überschneidungen bei einzelnen Kundenverbindungen, besprechen die beiden Verantwortlichen das offen und haben bislang immer eine Lösung gefunden.

Für die Leitung der Sparkassenagentur habe sie sich sehr bewusst entschieden, weil das enorme Kundenpotenzial sie besonders reizt. „Generell empfinde ich es als schöne und motivierende Herausforderung, für die Menschen einen ‚Versicherungsanzug‘ maßzuschneidern. Als Agenturleiterin genieße ich die besonderen Freiheiten – ich kann Kampagnen organisieren, meine Arbeitszeiten den tatsächlichen Erfordernissen anpassen und eigene Arbeitsschwerpunkte setzen. Das erfüllt mich sehr.“

Beim Poetry Slam sich selbst erfunden | Die gebürtige Assyrienerin/Aramäin empfindet es als großes Glück, dass sie schon als Kind ihre Liebe zum Schreiben ausleben durfte. Irgendwann entstanden die ersten Gedichte – und nun hat sie den Poetry Slam für sich entdeckt. Mehrere Künstler treten dabei mit selbst geschriebenen Texten, die allgemeingültig und gesprochen zwischen sechs und sieben Minuten lang sind sowie einen Refrain beinhalten, gegeneinander an. „In schwierigen Lebensphasen kamen mir diese Verse wie ein Mantra in den Sinn und halfen mir, nicht den Mut zu verlieren“, verrät sie. ■

TEXT Doris Röckinghausen FOTO Jan-Philipp Behr/Neovaude

MEINE UN-&FÄHIGKEIT (Auszug)

(...)

Meine Zeit ist mein Leben und davon hab ich nur eines. Alles, was vergangen ist, ist vergeben, also fang ich jetzt an. An damit, Entscheidungen zu fällen, über mich, mein Leben und was ich bereit bin zu geben. Über all das, was mich happy macht und wirklich berührt, was mein Herz zum Lachen bringt, meinen Namen kürt.

(...)

Ich denke viel nach, lache, weine, analysiere mich tot. Bis ich das Gefühl habe, es kommt alles ins Lot. Also such ich mir meine Wege, in die ich mein Herzblut lege. Ich such sie aus mit Bedacht, gebe mich ihnen hin; gebe nicht allzu viel acht, Und fall ich auf die Nase, weiß ich genau, das ist okay so, eine Phase.

(...)

Eine Sequenz meines Lebens, deren Frequenz ich immerhin selbst einstelle, aus den Früchten meines Lebens, einer sprudelnden, phantasievollen Quelle: meiner Un-&Fähigkeit.

Falsche Taktik – Große Schäden

Einsatztaktiken, die zwar eine Gefahrenquelle bekämpfen, jedoch am Einsatzort vermeidbare Fehler erzeugen, standen im Mittelpunkt der Vortragsreihe „Falsche Taktik – große Schäden“. Über 2.000 Feuerwehrleute folgten der Einladung vom Verband der Feuerwehren in NRW und den Provinzial Versicherungen im Rheinland und in Westfalen.

Der stellvertretende Amtsleiter der Feuerwehr Karlsruhe Dr. Markus Pulm zeigte sich auf den Veranstaltungen überzeugt, dass die meisten Einsatzkräfte hoch motiviert und gut ausgebildet sind. Rücksicht aber die Vermeidung von Schäden bei einem Einsatz noch stärker in das Bewusstsein, so

ließen sich die Ergebnisse in vielen Fällen nochmals verbessern. Die zentrale Frage seines Vortrags lautete: Wie kann die Arbeitsqualität der Feuerwehr gesteigert und der Gesamtschaden reduziert werden? „Die Aussage: „Wir sind eine gute Feuerwehr, wir haben bisher jedes Feuer gelöscht“, ist schon deswegen unsinnig, da jedes Feuer früher oder später auch ohne Eingreifen der Feuerwehr ausgehen wird“, erklärte der Referent provokativ. Die Qualität des Einsatzes und die Leistungsfähigkeit der Feuerwehr seien einzig daran zu bemessen, wie viel Prozent der im konkreten Schadenfall maximal noch zu vermeidenden Schäden tatsächlich durch den Einsatz der Feuerwehr vermieden werden konnten. „Bei dieser Betrachtung ist unbedingt zu berücksichtigen, welche Werte bei Eintreffen überhaupt noch zu retten sind.“



Das Buch „Falsche Taktik – Große Schäden“ von Dr. Markus Pulm zeigt, wie die Arbeitsqualität der Feuerwehr erheblich gesteigert werden kann und somit letztendlich vermeidbare Schäden minimiert werden können.

Kundenbedürfnisse beachten | Pulm erläuterte, dass die Feuerwehr ganz bewusst einen Wandel hin zu einem modernen Dienstleister vollziehen müsse. Hierbei könne bereits der Austausch der Begriffe „Betroffener“, „Geschädigter“ oder „Zustandsstörer“ durch das Wort „Kunde“ helfen, um zu begreifen, dass sich über die „Hotline“ 112 nicht irgendjemand meldet, der vielleicht gerade einen Fehler begangen hat und nun nicht mehr weiter weiß. Er sei vielmehr als Kunde zu betrachten, der einen Auftrag erteilt. Dieser Kunde bestellt

tern, sei es mitunter nicht leicht, ohne entsprechende Informationen des Betreibers die jeweiligen Wertigkeiten und Abhängigkeiten zu erkennen. „Es gilt in solchen Fällen, diese Informationen einzuholen und in die Einsatzplanung einfließen zu lassen. Oft hilft hier auch der gesunde Menschenverstand, um zu guten Ergebnissen zu kommen“, erläuterte Pulm.

Lagebeurteilung anhand von Fragestellungen | So kann es bei vielen Einsätzen hilfreich sein, durch einfache Fragestellungen die reale Lage und deren Dringlichkeit zu erfassen. Deswegen sollte man sich angesichts der an der Einsatzstelle vorgefundenen Lage folgende Fragen stellen: Was ist bereits vernichtet? Was gibt es noch zu retten? Was ändert sich pro Zeiteinheit?

Diese Fragestellungen könnten helfen, subjektive Eindrücke zu relativieren und zu einer objektiven Lagebewertung zu kommen, an der sich die zu ergreifenden Maßnahmen orientieren müssten. Sie könnten in vielen Fällen helfen, unnötigen Stress zu vermeiden. Tatsächlich zeige die Erfahrung, dass Verbesserungen in vielen Fällen von Feuerwehren aller Größenordnungen umgesetzt werden könnten. Manchmal reiche es aus, eine einzige Tür zu schließen oder geschlossen zu halten, um zu einem besseren Endergebnis zu kommen. Es bedürfe allerdings eines Umdenkens, um diese Ziele zu erreichen.

Der Referent appellierte auch im Bereich Prävention für ein Umdenken. Insbesondere vorbeugende bauliche Maßnahmen, die im Brandfall von den Einsatzkräften erst außer Betrieb genommen werden müssen, verlieren ihre Wirksamkeit mitunter genau in dem Moment, für den sie eigentlich gefordert wurden.

„Als Versicherer sind wir natürlich sehr daran interessiert, dass durch schadenarme Einsatztaktiken neben dem vorrangigen Ziel der Menschenrettung und der Sicherheit der Einsatzkräfte auch die Sachwerte geschützt werden“, sagte Brandassessor Mirco Schneider, Leiter der Abteilung Schadenverhütung/Risikoberatung im Provinzial NordWest Konzern. „Besonders wichtig war uns bei dem Vortragsprojekt, dass auch Einsatzkräfte ohne Führungsfunktion teilnehmen können“, so Schneider. Aufgrund des großen Zuspruchs wird die Seminarreihe fortgesetzt. Dann werden nochmal über 1.000 Feuerwehrangehörige aus Westfalen teilnehmen. ■



Brandassessor Mirco Schneider, Leiter der Abteilung Schadenverhütung/Risikoberatung im Provinzial NordWest Konzern (v.l.n.r.), Branddirektor Dr. Markus Pulm, stv. Amtsleiter der Feuerwehr Karlsruhe, und Christoph Schöneborn, Landesgeschäftsführer beim Verband der Feuerwehren in NRW, begrüßten die Teilnehmer am Institut der Feuerwehr NRW in Münster.

eine Dienstleistung und ist auch bereit, für die Dienstleistung zu bezahlen, indem er mit seinen Steuern und Versicherungsbeiträgen den Dienstleister pauschal finanziert. Dieser Kunde erwartet eine Gruppe von Fachleuten, die sich mit seinem Problem auseinandersetzt und gegebenenfalls im Dialog mit ihm eine optimale Lösung erarbeitet und umsetzt.

Beispiel Küchenbrand | Eine brennende Küche ist bei realer Betrachtung nicht mehr zu retten. Dazu Pulm: „Maßnahmen, die auf die Rettung der Küche abzielen, sind daher kritisch zu betrachten. Dies gilt insbesondere, wenn andere Werte in der Wohnung erhalten werden könnten, indem entsprechende Maßnahmen zu deren Schutz eingeleitet werden.“ Die Einsatzkräfte müssten sich dieser Tatsache bewusst sein und sich auf ihren gesetzlichen Auftrag besinnen, der beinhaltet: Vermeidung und Minimierung von Schäden jeglicher Art. Unter Umständen müssten sie die Küche auch länger brennen lassen, wenn dadurch andere größere Werte erhalten bleiben könnten. Dabei gelte es neben materiellen Werten auch ideelle Werte, wie zum Beispiel Ausfallzeiten und so weiter zu berücksichtigen.

Diese Denkweise könne auf alle Arten von Feuerwehreinsätzen übertragen werden. Bei komplexeren Lagen, wie zum Beispiel Bränden im gewerblichen Bereich oder in Kulturgü-

Branddirektor Dr. Markus Pulm warb für einen Wandel der Feuerwehr hin zu einem modernen Dienstleister. Das Interesse am Thema war groß. Der VdF NRW und die Provinzial Versicherungen garantieren sechs weitere Veranstaltungen.





Engagement für Westfalen

Spazierengehen macht nicht nur den Kopf frei. Es hilft auch, bei sich selbst anzukommen. In Zeiten der Corona-Krise ist dies natürlich nur eingeschränkt möglich. Mit einem ganz besonderen, von der Kulturstiftung der Provinzial unterstützten Buchprojekt möchten wir aber bereits jetzt Vorfreude für die Zeit danach wecken.

Auf dem Weg

TEXT Annette Bäcker FOTOS Verlag Tradition

Stonehenge, der Grand Canyon oder der Jakobsweg sind Kraftorte mit weltweiter Bekanntheit. Dass es inspirierende und kraftgebende Orte auch direkt vor der eigenen Haustür gibt, zeigen **Ralf Heinisch (l.) und Dr. Andreas Klute**. In zweieinhalb Jahren trieben die beiden Westfalen ein Herzensprojekt voran. Herausgekommen ist das „Spaziercoaching-Prinzip“. Ein Buch, das offiziell als Ratgeber firmiert, aber eher ein persönlicher Schatz und Begleiter sein möchte. „Selbsterkenntnis bringt einen viel weiter als die Umsetzung platter Erfolgstipps“, erklärt Ralf Heinisch. Er ist als Trainer in der Provinzial Akademie und freiberuflicher Coach tätig. Zusammen mit dem Münsterland Experten und Coach Dr. Andreas Klute hatte er die Idee, Impulse zur Selbstreflexion und zum Selbstcoaching mit besonderen Orten des Münsterlandes zu verbinden. „Wer sich bewegt, hat auch eine innere Bewegtheit. Da kann sich etwas lösen“, erläutert Heinisch, „besondere Orte können helfen, eigene Themen und Fragen zu klären.“

Das Spaziercoaching-Prinzip ist also die Kombination von Impulsen zur Selbstentwicklung, den Wirkungen anregender Orte des Münsterlandes und der inneren Bewegung, die Spazierengehen in den Menschen erzeugt. Da lockt zum Beispiel das Rüschhaus in Nienberge. Aufgrund des offiziellen Verbotes, für sich einen Adelssitz zu errichten, agierte der westfälische Baumeister Johann Conrad Schlaun sehr kreativ und errichtete ein Gebäude, das in der Vorderansicht als westfälisches Bauernhaus daherkommt und erst auf der Rückseite die Grandezza eines Adelssitzes offenbart. Die Schriftstellerin Annette von Droste-

Hülshoff lebte hier mit ihrer Mutter und ihrer Schwester Jenny von 1826 bis 1846. „Erkunden Sie diesen besonderen Ort in Münster-Nienberge und lassen sich von den tollen Ideen des Barock-Architekten Johann Conrad Schlaun inspirieren. Sie können ganz viel über Ihre eigene Kreativität erfahren, wenn Sie in Resonanz mit diesem Ort gehen“, schwärmt Dr. Andreas Klute.

Das Beispiel zeigt: Besondere Orte können etwas in uns auslösen und in Bewegung setzen. Oft spüren wir ja die Sehnsucht, an einen Ort immer wieder zurückzukehren. Für die beiden Autoren steht das Münsterland für Bodenständigkeit, Verlässlichkeit, Frieden, Klarheit, Schöpferort. Insgesamt also ein Umfeld, in dem man sich entwickeln und glücklich werden kann. Kreativ, mit viel Wortwitz und schönen Bildern und Textimpulsen bringen die beiden ihre Leserinnen und Leser auf die Spur.

Die Kulturstiftung der Westfälischen Provinzial Versicherung unterstützt das Projekt. „Das Buch ist für uns auch ein Beitrag zur Regionalentwicklung und Heimatförderung. Dass Menschen sich in ihrer Heimat gut entwickeln können, wirkt sich auch positiv auf die Gemeinschaft und die gesamte Region aus“, erläutert Thomas Tenkamp, Geschäftsführer der Kulturstiftung der Westfälischen Provinzial. Das Buch ist handlich genug, um es auf Entdeckungstouren mitzunehmen. Es enthält auch freie Seiten für eigene Impulse, Fotos oder Zeichnungen; ein persönliches Workbook to go und Reiseführer für den eigenen Entwicklungsweg. Spaß macht das reich bebilderte Buch aber bereits jetzt zuhause auf dem heimischen Sofa.“ ■





DAS PERSÖNLICHE WORKBOOK TO GO
 kann direkt beim Verlag „Tredition“ oder beim
 lokalen Buchhändler vor Ort bestellt werden.
 ▶ ISBN 978-3-7482-4736-4 Paperback | 26,99 Euro
 ▶ ISBN 978-3-7482-4737-1 Hardcover | 34,99 Euro
 ▶ ISBN 978-3-7482-4738-8 e-book | 2,99 Euro
 Weitere Infos unter www.spaziercoaching-prinzip.de



Engagement für den Norden

◆ SAISON

Aktuell: vorerst verschoben

◆ ANGEBOT

- Klassen- und Gruppensegeln
- Für Kids bis 12 Jahre
- Für Kids bis 18 Jahre
- Kindergeburtstag
- Familiensegeln
- After-Work-Segeln

◆ ÖFFNUNGSZEITEN

7 Tage die Woche

◆ LAGE

Kiellinie-Reventlowwiese
24114 Kiel

◆ AKTUELLE INFOS

ZUR 18. SAISON

www.camp24-7.de



Die Provinzial Nord Brandkasse ist unter anderem Saisonpartner eines Optimisten.

Ahoi!

„Achtung Pinne!“ – „Gib mir bitte ein Schwert!“

Große Aufregung an der Kieler Förde – eifrig laufen Kinder in orangenen Rettungswesten umher und rufen sich verschiedene Aufforderungen zu. Mit vereinten Kräften werden kleine Boote zum Steg getragen, fachmännisch Knoten geknüpft und allerlei Utensilien zum Wasser befördert. Die Sonne strahlt über Kiel und lässt das Wasser glitzern.

TEXT Milena Göde FOTOS Pat Scheidemann



Alle Kinder lernen Segeln | Auf der Förde ist bereits viel Betrieb – Dampfer, Motorboote, Segler und auch der ein oder andere Ruderer nutzen das perfekte Wetter. Die kleinen Boote der Kinder, auch Optimisten genannt, werden mit einem Mast und einem Segel ausgestattet, die Pinne, ein Steuerruder, angebracht und anschließend zu Wasser gelassen. Ehe man sich versieht, sitzen die kleinen Seglerinnen und Segler schon in den Optis und nehmen Fahrtwind auf. Nur kurze Zeit später scheinen sie regelrecht übers Wasser zu fliegen – gekonnt setzen die Kinder ihre Segel, drehen bei und legen sich in die Kurve. Wie Profis gleiten sie über die Kieler Förde, begleitet von Motorbooten ihrer Anleiterinnen. So sieht ein Fortgeschrittenen-Segelkurs im Camp 24/7 im Sommer aus.

„Wer Kiel fühlen will, muss segeln“, lautet das Motto des Projekts der Kiel-Marketing GmbH, Organisator des Camp 24/7. Das Leben in der Landeshauptstadt ohne direkten Kontakt zum Wasser? Undenkbar für einen waschechten Kieler. An der Kiellinie direkt an der Kieler Förde ist nicht nur in der Hauptsaison Hochbetrieb. Spazieren gehen, Fischbrötchen essen, aufs Wasser schauen und sich eine steife Brise um die Nase wehen lassen – für die meisten Einheimischen der perfekte Sonntag. Jetzt wo das Wetter wieder besser wird und der Frühling in Kiel beginnt, kehren auch die Segelboote an ihre Liegeplätze zurück, der Betrieb an der Kiellinie wird reger. Und auch das Segelcamp 24/7 ist in der 18. Saison an seinem angestammten Platz nicht unweit des Schleswig-Holsteinischen Landtags in der ersten Reihe der Kiellinie zu finden.

Kiel von einer anderen Seite sehen, die Gischt auf der Haut spüren und den Friesennerz nicht nur gegen Wasser von oben einsetzen: hier bietet sich in der Sommersaison von Mai bis September die Chance dazu. Kinder ab sechs Jahren und Jugendliche können in Kursen neben dem Segeln, Verschiedenstes über den Wassersport im Allgemeinen und die Ostsee als schützenswerten Lebensraum lernen. Der Name ist Programm – an sieben Tagen in der Woche hat das bundesweit einmalige Projekt geöff-

Lea und Malte finden am Segelkurs „alles klasse“ und freuen sich vor allem, dass sie schon viele Freunde gefunden haben und genießen die gemeinsame Zeit auf dem Wasser. | Gehört unbedingt dazu: Die Fördetaufe. | Neben den Kieler Sproetten lernen hier auch viele Kinder aus anderen Bundesländern in den Sommerferien segeln.

net und bietet neben Segelkursen für alle Altersgruppen sowie Schulklassen, Kleingruppen und Touristen auch Schnupperstunden oder After-Work-Törns an. An Land gibt es ebenfalls viel zu entdecken – in der Basis des Segelcamps an der Reventlouwiese werden theoretische Inhalte vermittelt und verschiedene Sportangebote wie zum Beispiel Beachvolleyball und Frühsport für Groß und Spielmodule für Klein angeboten.

Beim Start der Anmeldung werden Schulklassen und Gruppen bevorzugt berücksichtigt. Das Segelcamp 24/7 ist ein soziales, öffentliches Projekt und dient keinem kommerziellen Zweck. Gefördert wird das Projekt durch Sponsoren. Auch die Provinzial Nord Brandkasse unterstützt die Segelinitiative für Kinder und Jugendliche. Über 7.000 Kinder und Jugendliche lernen pro Jahr den Segelsport und Werte wie Teamgeist, Kommunikation und Fairplay kennen. ■

Nie ohne Leiter

Sensibilität und Einfühlungsvermögen kennzeichnen die zumeist großformatigen Fotos Gerhard Strombergs. Unter dem Titel „Versuch über Indien“ ist die Ausstellung der Werke des aktuellen Rostocker Kunstrichters noch bis Mitte August im Foyer der Hauptverwaltung in Kiel zu sehen.

TEXT Heiko Wischer FOTOS Pat Scheidemann

Engagement
für den Norden





Rostocker Kunsthalle

Seit 2006 vergeben die Kulturstiftung Rostock und die Hansestadt Rostock ihren renommierten Kunsthalle. Die Provinzial Nord Brandkasse unterstützt ihn seitdem jährlich mit 10.000 Euro. Matthew Wilby (r.), stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Provinzial Nord Brandkasse, gratulierte Gerhard Stromberg zum Gewinn des Rostocker Kunsthalle.

Auf zahlreichen Reisen erkundete der Künstler seit 1992 Indien und fotografierte dort mit seiner Plattenkamera immer wieder urbane Motive, Naturlandschaften und Menschen. Matthew Wilby, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Provinzial Nord Brandkasse, eröffnete die beeindruckende Schau am 5. März vor zahlreichen externen Gästen sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. „Schon zum sechsten Mal ist es uns gelungen, die Arbeiten des jeweiligen Rostocker Kunsthallesträgers auch in Kiel zu zeigen. Daraus ist eine schöne Tradition geworden. In diesem Jahr finde ich die Jury-Entscheidung besonders gelungen“, outete sich Matthew Wilby als Fan der Werke Gerhard Strombergs.

„Die Fotografien bestechen durch ihre hohe künstlerische Qualität. Mit ausgedehnter Schärfentiefe erfasst der Künstler jedes Detail seiner Motive“, charakterisierte Kurator Norbert Weber die in der Ausstellung präsentierten Aufnahmen. Weber führte detailliert in das Werk des Künstlers ein, der seinerseits spannende Einblicke in seine Arbeitsweise gab. Gerhard Stromberg schilderte etwa, wie er mit viel Ruhe das Vertrauen der porträtierten Menschen erwarb, deren Protagonisten eine große Würde ausstrahlten. Die Natur sei für ihn nie das eigentliche Thema seiner Landschaftsaufnahmen: „Mich interessiert mehr, wie sich die Menschen darin zurechtfinden.“

Gerhard Stromberg wurde 1952 in Ludwigshafen geboren. In den 70er Jahren arbeitete er als selbstständiger Fotograf, studierte dann Konzeptionelle Fotografie und Video an der Staatlichen Akademie für Bildende Künste in Düsseldorf. Dort war er Schüler von Prof. Ma June Paik und Prof. Bernd Becher. „Becher gab mir den Rat, für meine Arbeiten immer eine Leiter dabei zu haben“, verriet der Künstler mit einem Augenzwinkern und gab damit auch einen indirekten Hinweis auf einige der gewählten Perspektiven. Als Fotograf und Hochschullehrer wirkte Gerhard Stromberg lange Zeit in Großbritannien, aber auch im norwegischen Trondheim. Seit 2011 lebt er in Goldberg im Landkreis Ludwigslust-Parchim in Mecklenburg-Vorpommern. ■

Die auch für die Öffentlichkeit zugängliche Ausstellung musste aufgrund der Corona-Krise bis auf Weiteres für Externe gesperrt werden. Wann sie für die Öffentlichkeit wieder zugänglich sein wird, stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

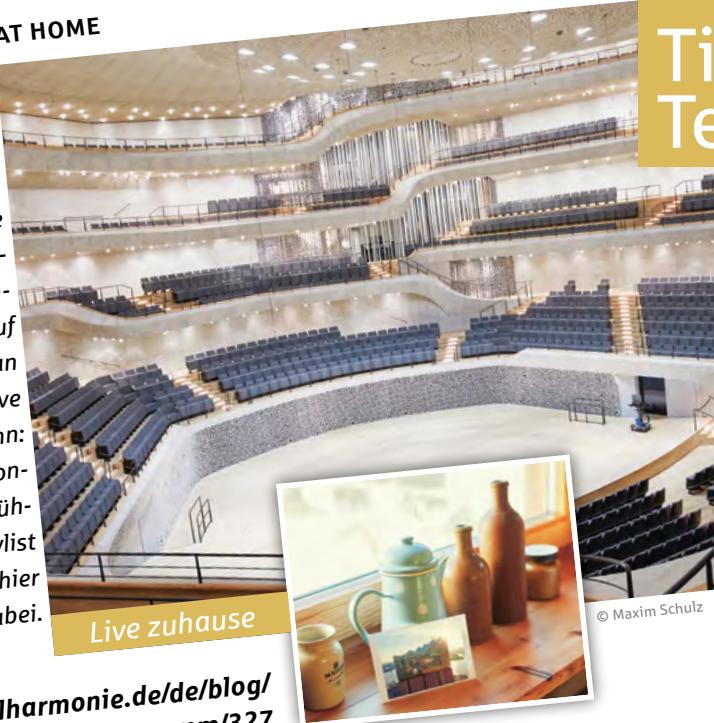


Eindrucksvolle Porträts (o.) faszinierten die Besucher. | Kurator Norbert Weber führte in das Werk des Künstlers ein. | Ausgedehnte Schärfentiefe: Auch in dieser Strandszene (l.).

ELPHI AT HOME

Normalerweise finden in der Elbphilharmonie in Hamburg hochkarätige Konzerte vor vollem Haus statt. Heute sind die Säle leer. Doch die Verantwortlichen stellten ein umfangreiches Angebot auf die Beine, mit dem man die Elbphilharmonie live zuhause erleben kann: Live-Aktionen, Kinderkonzerte, digitale Hausführungen oder die Playlist „Concert at home“ – hier ist für jeden etwas dabei.

WWW.elbphilharmonie.de/de/blog/elphi-at-home-wochenprogramm/327



Tipps & Termine

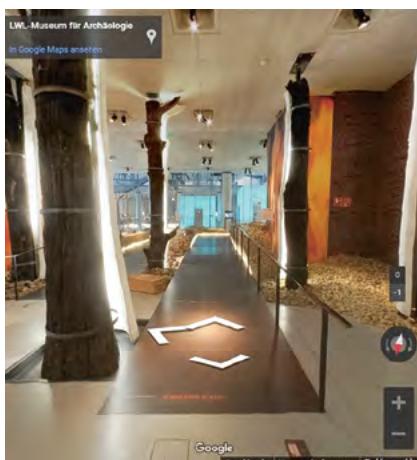


Momentan können keine Veranstaltungen stattfinden. Stattdessen sollen wir alle, so gut es geht, zuhause bleiben. Immer mehr Veranstalter, Museen und Künstler überlegen sich deshalb ein Alternativ-Programm. So können wir virtuell noch immer Museums-Rundgänge erleben und Konzerte oder Lesungen genießen.

LWL KULTUR DIGITAL

In enger Zusammenarbeit mit ihren Institutionen stellte die LWL-Kultur ein abwechslungsreiches und umfangreiches digitales Programm zusammen. So bietet der Kulturbereich des Landschaftsverbands Westfalen-Lippe digitale Museums-Führungen und einen Online-Shop mit kostenfreien Bild-, Ton- und Videoarchiven an. Auch Kinder kommen nicht zu kurz: Für sie gibt es ein virtuelles Angebot des Archäologiemuseums.

Virtuelle Rundgänge



WWW.lwl-kultur.de/de/kultur-digital

ON AIR



Der NDR und der SWR unterstützen Eltern bei der Kinderbetreuung: An jedem Wochentag um 16 Uhr können Vorlesestunden für Kinder ab fünf Jahren live gestreamt werden. Mit dabei sind viele berühmte Kinderbuchautorinnen wie Cornelia Funke oder Kirsten Boie. Sie lesen in ihren privaten Wohnzimmern jeweils eine Stunde aus ihren Büchern vor – eine willkommene Abwechslung für Klein und auch Groß. WWW.ndr.de/mikado

WWW.kindernetz.de

#dringeblieben

Eigentlich liefert „rausgegangen“ Tipps für Veranstaltungen. Nun bringt das Projekt mit „dringeblieben“ die Kultur in die Wohnzimmer. Jeden Dienstag ab 18 Uhr sind online zahlreiche Angebote als Livestreams verfügbar, egal, ob Theater, Konzerte oder Partys. Über einen Chat können Zuschauerinnen und Zuschauer zudem mit den Künstlern kommunizieren. Infos und die Livestreams gibt es hier: WWW.dringeblieden.de

Festival

KEINER KOMMT, ALLE MACHEN MIT – In Hamburg findet am 12.05.2020 ein ungewöhnliches Festival statt. Der Verein „MenschHamburg“ rief dieses „Solidaritäts-Nicht-Festival“ zu Gunsten der privaten Hamburger Theater- und Musikbühnen, der Hamburger Filmwirtschaft und der Hamburger Clubkultur ins Leben. Das Festival kündigt zahlreiche Bands, darunter Abba, Rolling Stones und die Beatles an, die allerdings nicht auftreten werden. Ebenso sollen alle Besucher zuhause bleiben – und stattdessen ein Spendenticket kaufen, um die Hamburger Kulturszene zu unterstützen. Tickets gibt es ab 22 Euro. WWW.keinerkommt.de



Theater

DIE ZAUBERFLÖTE – Auch die Theater mussten ihren Betrieb einstellen; aber auch hier wird an Ersatzangeboten gearbeitet. So bietet zum Beispiel das Münchner Marionettentheater die Aufführung der Zauberflöte im Stream an. Egal ob Groß oder Klein: Tauchen Sie ein in das Stück „Die Zauberflöte“ von Wolfgang Amadeus Mozart. WWW.muema-theater.de

Bastelideen

FÜR KINDER – Auch für Familien mit Kindern sind es gerade keine einfachen Zeiten. Spielplätze sind gesperrt, Sportvereine sind geschlossen, ebenso Musikschulen. Viele Hobbys fallen weg – doch wie kann man die Zeit mit den Kleinen dennoch schön gestalten? GEOLINO hat viele schöne Basteltipps gesammelt, egal, ob aus Naturmaterialien, Stoff oder alten Gegenständen. Besonders spannend: Auch kleine Experimente können die Kinder zuhause durchführen. WWW.geo.de/geolino/basteln



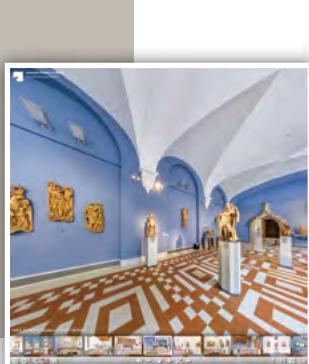
Kieler KulturSpuren

Ob virtuell auf dem Smartphone oder per Fahrrad in der Natur: Mit der App „KulturSpuren“ lassen sich kulturelle Routen entdecken, die verschiedene Orte und Sehenswürdigkeiten miteinander verbinden. Auch bei schlechtem Wetter hat die App ihre Vorteile: Einige Sehenswürdigkeiten können auch via Smartphone angeschaut werden, eine Kurzinformation wird direkt mitgeliefert. Ob auf dem Fahrrad oder virtuell – mit dieser App lassen sich Kiel und Umland entdecken. Zu Infos und Apps geht es hier: WWW.kiel.de/de/kultur_freizeit/kiel_erkunden/kulturspuren/

Museum

IM EIGENEN WOHNZIMMER – Ein Besuch im Museum stand eigentlich in Ihrem Kalender? Obwohl die Museen alle geschlossen haben, bieten viele Museen zahlreiche Online-Angebote an. So können Sie ganz einfach mit einem Klick in die Ferne reisen – zum Beispiel nach Berlin. Das Bode-Museum bietet einen virtuellen Rundgang durch 61 Räume des Museums im 360° Panorama an. Zum Rundgang geht es hier entlang: WWW.bode360.smb.museum

► **Unser Tipp:** Schauen Sie sich auch die weiteren Angebote auf der Homepage an.



Tipps & Termine zusammengestellt von Lina Meyer



Engagement für Hamburg

Ein besonderes Nordderby

Was in der Bundesliga auf Grund verschiedener Spielklassen nicht möglich ist, wurde durch die Hamburger Feuerkasse (HFK) als Premium Partner des Zweitligisten Handball Sport Verein Hamburg (HSVH) und der Provinzial als Teamsponsor des Erstligisten THW Kiel zur Freude aller norddeutschen Handballfans Anfang dieses Jahres Realität.

3.570 Zuschauer füllten die ausverkaufte Hamburger Sporthalle, in der die beiden Vereine zum Freundschaftsspiel aufeinandertrafen. Die Motivation war sowohl auf der Platte als auch bei den Fans hoch, schließlich besteht die Chance nicht oft, sich mit einem Spitzenverein wie dem THW Kiel zu messen. Auch wenn das Endergebnis mit 34:25 (16:8) den klaren Sieg für den Gast bedeutete, zeigten sich die Hamburger mit ihrer Leistung zufrieden. In sportlicher Manier wurde sich auch nach dem Spiel ausgetauscht und der Handball im Norden zelebriert.

In einem bunten Rahmenprogramm ging es nicht nur um den Sport an sich, sondern auch um die Förderung und Unterstützung des Handballsports im Norden. So wurde auch Dr. Markus Hofmann, Vertriebsvorstand des Provinzial NordWest Konzerns, zum noch jungen Engagement der HFK in der Halbzeitpause interviewt. Die HFK stellte ebenfalls verschiedene Angebote für die Sportfans zur Verfügung, die nicht nur Spiel und Spaß bereithielten, sondern auch kleine Gewinne. ■

TEXT Milena Göde FOTO Handball Sport Verein Hamburg (HSVH)



Hallenmoderator Finn-Ole Martins (r.) interviewte Vertriebsvorstand Dr. Markus Hofmann am Spielfeldrand.



Reaktionstest: Die HFK forderte die Fans heraus.

Mein Engagement



Lena Thoms



Ausflug zum Kieler Oberbürgermeister Ulf Kämpfer – die Grundschüler von „Balu und du“ konnten im Amtszimmer alle Fragen stellen.

„Probier’s mal mit Gemütlichkeit“

Wer kennt nicht den berühmten Kinderbuchklassiker „Das Dschungelbuch“? Die Geschichte dreht sich um das Menschenkind Mogli, das ausgesetzt im Dschungel vom Bären Balu gefunden wird. Balu nimmt Mogli unter seine Fittiche und zeigt ihm die Welt des Dschungels und vor allem auch, was Spaß und Freundschaft bedeutet. Nach diesem Vorbild gestaltet sich das deutschlandweite Mentorenprojekt „Balu und Du“ e.V., das Lena Thoms, Mitarbeiterin der Abteilung Business Partner Personal/Arbeitsrecht, 2019 entdeckte.

„Das Konzept von ‚Balu und Du‘ hat mich sofort begeistert – Kindern Zeit und Erlebnisse zu schenken und ihnen gleichzeitig als große Freundin den Rücken zu stärken“, sagt Lena Thoms, die seit September wöchentlich einen kleinen Mogli betreut. Während ihrer gemeinsamen Zeit geht es vor allem darum, Neues zu entdecken, Abenteuer zu erleben oder einfach mal nur das zu machen, worauf man gerade Lust hat. Lena Thoms‘ Mogli backt gerne oder spielt Spiele – dabei ist er froh, seine Spielpartnerin ganz für sich alleine zu haben. „Mein Kind kommt aus einer Familie mit vielen Geschwistern und Eltern, die Vollzeit arbeiten. Da bleiben die individuellen Bedürfnisse und die Entwicklung oft auf der Strecke. Durch meine Unterstützung kann ich dazu beitragen, dass der Fokus auf ihm liegt und auch ich merke, wie ich die Welt noch einmal durch Kinderaugen ent-

decke“, sagt Thoms. Mit der Verantwortung wird sie nicht alleine gelassen. Alle Balus erhalten dauerhafte Unterstützung durch eine hauptamtliche Sozialpädagogin.

Nach jedem Treffen wird ein Online-Tagebuch geschrieben, in dem Aktivitäten, aber auch besondere Ereignisse festgehalten werden. Zusätzlich gibt es regelmäßige Treffen aller Balus sowie gemeinsame Aktivitäten mit allen Kindern. „Die Liste der kleinen Moglis ist lang. Der Verein ist nicht nur auf die Mitarbeit junger engagierter Menschen angewiesen, sondern auch auf Spenden.“

Jedes Kind erhält zehn Euro im Monat für gemeinsame Aktivitäten. Balus können alle Personen zwischen 17 und 30 Jahren werden, die für ein Jahr ein Grundschulkind wöchentlich ein paar Stunden betreuen möchten. Eine besondere Ausbildung ist nicht notwendig, jedoch eine Bewerbung und ein Vorgespräch sowie ein einwandfreies polizeiliches Führungszeugnis. Moglis werden mit Zustimmung der Eltern angemeldet, die zum Beispiel von Lehrkräften auf das Projekt aufmerksam gemacht wurden. Derzeit gibt es in Deutschland 120 Standorte. Der Träger des Mentorenprojekts in Kiel ist der Deutsche Rote Kreuz Kreisverband Kiel e.V.

Mehr Informationen über den Verein und wie auch Sie sich engagieren können, finden Sie unter: www.drk-kiel.de ■ TEXT Milena Göde

FOTOS Milena Göde (l.) Thomas Eisenkrätzer (r.)

PROVINCIAL NordWest

Herausgeber

Provinzial NordWest Holding AG
Provinzial-Allee 1, 48131 Münster

Jörg Brokkötter (verantwortlich)
0251-219 3005
jörg.brokoetter@provinzial.de

Chefredaktion
Annette Bäcker - bae -
0251-219 2800
annette.baecker@provinzial.de

Schlussredaktion
Jennifer Krüger - jk -
0251-219 4936
jennifer.krueger@provinzial.de

Fertigstellung dieser Ausgabe
14.04.2020

Redaktion
Lena Lutterbeck - ll -
Lina Meyer - lm -
Doris Röckinghausen - roe -
Susan Sandvoss - san -
Heiko Wischer - wi -
Dr. Merle Zeigerer - mz -

Mitarbeiter dieser Ausgabe
Milena Göde - mg -
Marie Kolle - mk -
Meike Langkafel - ml -
Sarah Sofie Richter - sr -
Annica Schepers - as -
Ralf Tornau - rt -

Fotografie
Thomas Klerx - kl -
Pat Scheidemann - pat -

Titelmotiv
© katestudio -
Adobe Stock/Strandperle

Redaktionsbeirat
Wilhelm Beckmann, Frank Bistrick,
Oliver Bubenheim, Peter Elbrecht,
Thomas Fey, Dr. Knud Hell,
Eypur Koc, Peter Lohrmann,
Inga Hultberg, Britta Mumm,
Kai-Uwe Riemer, Tobias Sellheyer,
Lutz Schlüsnen, Kai Schmidt-
Buchholz, Ralf Tornau,
Christine Wallura, Mathias Weber

Gestaltung
Saga Werbeagentur GmbH
48147 Münster
saga-werbeagentur.de

Druck
Thiekötter Druck GmbH & Co. KG



Klimaneutral
Druckprodukt
ClimatePartner.com/10711-2004-1002

Gesamtauflage Print
5.000 Exemplare

Redaktionsschluss
für den nächsten nordwesten
15. Juni 2020

E-Mail nordwester@provinzial.de

Die Welt steht Kopf

Die Corona-Pandemie hat unseren Alltag massiv verändert. Als Provinzial NordWest Konzern wollen wir weiter für die Menschen in unseren Geschäftsgebieten da sein. Das nordwester-Team wünscht allen Leserinnen und Lesern Gesundheit, Kraft und Zuversicht in schweren Zeiten.

