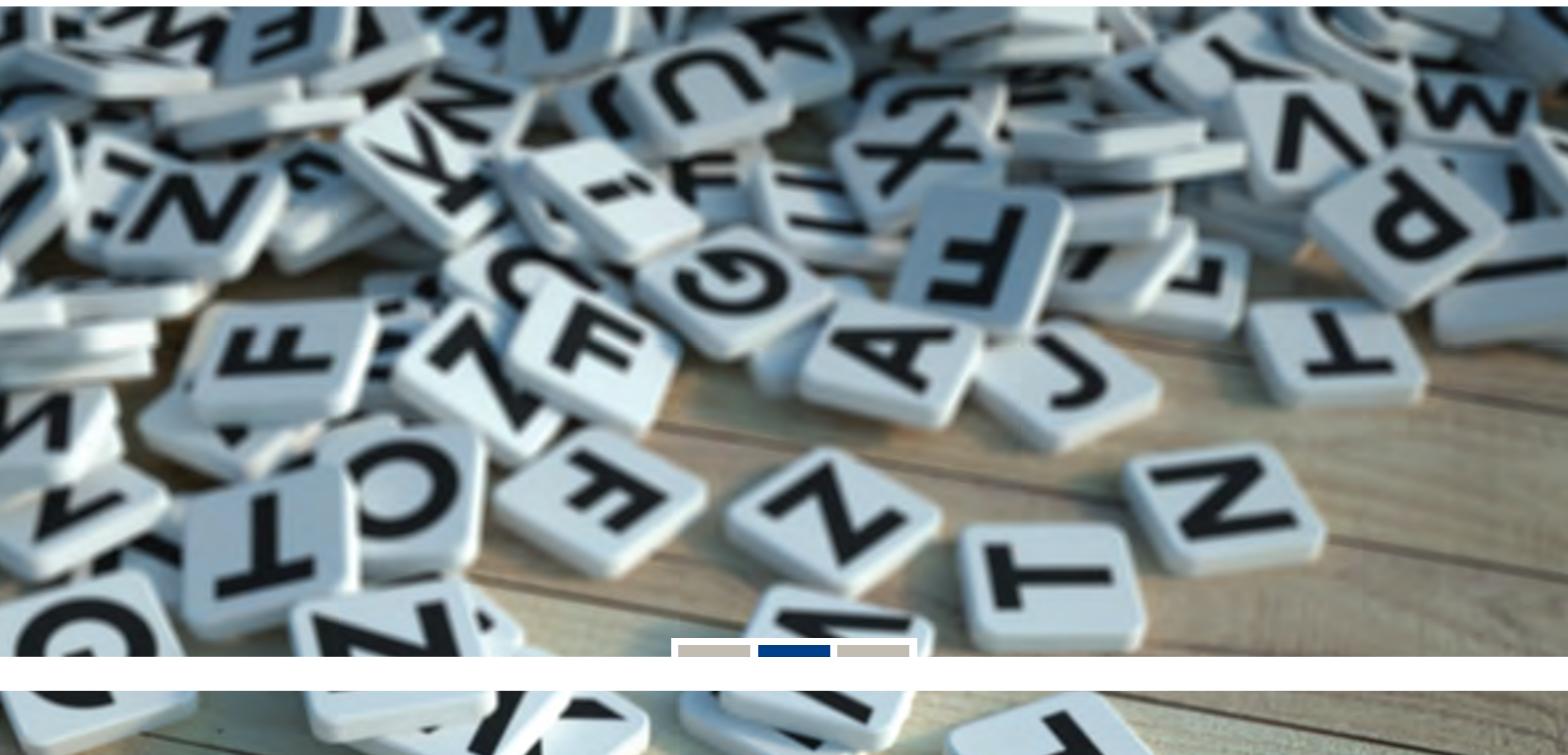




PNW Vertriebsstärke



© FrankBoston - Adobe Stock/Strandperle

**Liebe Leserin,  
lieber Leser,**



die Corona-Pandemie bestimmt nach wie vor weltweit die Schlagzeilen: Die Nachrichten aus den USA oder Mittel- und Südamerika zeigen dramatisch die Tücke und das hohe Ansteckungsrisiko der Lungenkrankheit. In der Bundesrepublik gibt es mittlerweile viele Lockerungen der im März verordneten Maßnahmen. Corona-Hotspots wie Ende Juni im Kreis Gütersloh zeigen jedoch, wie schwankend die Situation nach wie vor ist. Die Mitte Juni frei geschaltete Warn-App der Bundesregierung soll helfen, Infektionsketten nachzuvollziehen und schnellstmöglich zu unterbrechen. Hoffen wir weltweit für die gesamte Menschheit auf einen Impfstoff beziehungsweise ein wirksames Medikament gegen Covid-19.

Der 16. Juli 2020 geht als historisches Datum in die Provinzial Geschichte ein – die Fusion zwischen der Provinzial NordWest und der Provinzial Rheinland wurde gesellschaftsrechtlich vollzogen. Die Spalten der Anteilseigner unterzeichneten am Holding-Sitz in Münster die erforderlichen Verträge. Bereits seit Monaten wird in zahlreichen Arbeitsteams und in verschiedenen Projekten an der Umsetzung der Fusion gearbeitet. Mit dem Zusammenschluss entsteht ein Top 10 Versicherer und zugleich der größte öffentliche Kompositversicherer in Deutschland. Der Zusammenschluss erfolgt aus einer Position der Stärke. Er bündelt die Investitionskraft zur Entwicklung von zukunftsfähigen Produkten, für Digitalisierung unter Erhalt von Kundennähe und der Sicherung der Versorgung vor Ort und damit auch der regionalen Arbeitsplätze. Mit zahlreichen Change-Maßnahmen und einer offenen Informationspolitik begleiten wir den Prozess und halten Sie auch weiter immer aktuell informiert. Lesen Sie in dieser Ausgabe auch ein ausführliches Interview mit dem Anfang des Jahres bei uns gestarteten Vertriebsvorstand Dr. Markus Hofmann. Dieses und viele andere Themen erwarten Sie als bunte Vielfalt in der Sommerausgabe.

**In eigener Sache:** Noch bin ich einige Monate „an Bord“, bevor ich mich Ende des Jahres in den Ruhestand verabschiede. Nach und nach übernimmt Christian Schäfer als Nachfolger meine Aufgaben – und damit ab der nächsten Ausgabe auch die Verantwortung für den nordwester. Ich möchte mich bei Ihnen von ganzem Herzen für Ihr Vertrauen bedanken. Ich durfte mit einem tollen Team in einem tollen Umfeld die Konzernkommunikation und den Vorstandsstab verantworten. Mein junger Kollege, der mit mir aktuell in einer Doppelspitze die Hauptabteilung verantwortet, wird sicher vieles belassen, aber auch einiges anders machen – und das ist auch gut so. Die Provinzial hat sich in den 25 Jahren, in denen ich Verantwortung getragen habe, immer verändert, immer weiterentwickelt. Auf einige Themen hätte ich liebend gerne verzichtet, andere Themen haben den Konzern mit seinen herausragenden Mitarbeitenden im Innen- und Außendienst noch stärker gemacht – langweilig war es auf jeden Fall nie. Neben persönlicher Gesundheit und Glück wünsche ich Ihnen weiterhin vor allem auch Zusammenhalt. Die Provinzial ist ein sehr guter Arbeitgeber – gemeinsam mit Ihnen und meinem Team den Konzern nach vorne zu bringen – das hat mir viel Freude bereitet.

Ihr

**Jörg Brokkötter**

© rcfotostock - Adobe Stock/Strandperle



Vertrieb | Interview

**Vertriebsstark in Corona-Zeiten: Dr. Markus Hofmann, Vorstand für Vertrieb und Marke, erläutert seine Ziele für 2020.**

© EtiAmmos - Adobe Stock/Strandperle

## #unserProvinzial

08

- 08 Volle Fahrt voraus – mit Ziel ... #unserProvinzial
- 10 #roadtrip

## Nah dran

06

- 06 Sommer der Möglichkeiten
- 06 Ausgezeichnet: Cyberversicherung der Provinzial NordWest
- 07 THW Kiel zum Handballmeister 2020
- 07 Zielgruppenkampagne Familie
- 07 Best-Noten für modulare BU
- 62 Ehrensache
- 62 Trauer um Dr. Hell
- 62 Alles im Koffer

## Unser Konzern

22

- 22 Seminar 2.0
- 24 Wenn die Schule brennt
- 26 Nachhaltige Verpflegung
- 30 Wegbegleiter: Ausbildung im Konzern
- 32 Herzensgut: Stammzellenspende
- 34 Trend Homecooking
- 36 Sommer 2020
- 38 Berufsabschied in Corona-Zeiten
- 63 Corona-Notfonds für Studierende

## PNW Kunden-Perspektive

12

- 12 Begeisterung: Erlebnisse sind entscheidend
- 14 Kundensicht: Ein tiefgreifender Perspektivwechsel

## Vertrieb

16

- 16 Vertriebsziele 2020
- 19 Neuer ÖRAG-Tarif
- 40 Schutzenkompass: Alles drin
- 41 Skype for Business
- 42 @provinzial4u
- 43 Historische Post
- 44 Topmodern
- 48 Classics to click
- 49 Titel erfolgreich verteidigt
- 52 Kundenberater und Krimiautor

## Digitalisierung

20

- 20 Echt clever

## Kundenporträt

50

- 50 Besuchermagnet: Das Ozeaneum

## Engagement

54

- konzernweit**
- 54 Brandgefährlich
- für den Norden**
- 56 Von der Idee zum Exponat
- 57 Zuhause sicher
- 58 IT-Nachwuchs-Event
- 59 Sattelfest geht online
- 60 Tipps und Termine



© -kl-

08

STARKE IN DEN REGIONEN ERHALTEN  
STABILISIERUNG DER JAHRESACTIVITÄT VON  
+ ZUVERLÄSSIGKEIT IN FESTZELLEN DIE 2021  
\* VIEL PASEN \* ERSCHLÜSSEKRAFT, SCHMELLER



14

Unser Konzern | PNW Kunden-Perspektive  
**Wie begeistern wir unsere Kundinnen und Kunden? Der nordwester sprach mit den beiden Programmmanagern und stellt Ergebnisse vor.**

© contrastwerkstatt - Adobe Stock/Strandperle



26

Unser Konzern | Nachhaltigkeit  
**Gemeinsam für eine nachhaltige Verpflegung: Unser Betriebsrestaurant übernimmt Verantwortung für Mensch, Region und Umwelt.**

© -pat-



44

Vertrieb | Topmodern an historischem Standort  
**Hereinspaziert: Sönke Brüdersdorf und Team zeigen ihr neues Büro.**

# Nah dran

**Sommer der Möglichkeiten**

Coronabedingt finden so gut wie keine öffentlichen Veranstaltungen statt. Der „Sommer der Möglichkeiten“ des Schleswig-Holstein Musikfestivals umfasst dennoch rund 100 Aktionen. Porträtkünstler und Harfenist Xavier de Maistre (o.) besucht zum Beispiel Spielstätten im ganzen Land – einen Mitschnitt sendet NDR Kultur ab dem 9. August. Der griechische Flötist Stathis Karapanos (l.), Preisträger des von der Sparkassenfinanzgruppe gestifteten Leonard Bernstein Awards, spielt mit Dirigent Christoph Eschenbach in der Rendsburger Christkirche. Die Ausstrahlung erfolgt Ende August unter [www.shmf.de](http://www.shmf.de) ■-wi - FOTOS Felix Broede (o.), Miroslava Dermendjieva (l.)

## Ausgezeichnet

**Cyberversicherung der Provinzial NordWest** | Die gewerbliche Cyberversicherung des Konzerns wurde im Rahmen des Awards „Deutschlands Beste Versicherungen“ zum besten Produkt im Preis-Leistungs-Verhältnis ausgezeichnet. N-TV, Initiator des Awards, kürte in Zusammenarbeit mit der Rating-Agentur Franke und Bornberg und dem Deutschen Institut für Service Qualität die besten Versicherungen. Im Gesamtergebnis hatte die Provinzial NordWest die Nase vorn.

Als Grundlage für den Award dient eine Analyse von Qualität, Preisen und Leistungen der Versicherungsprodukte und dem Service der Versicherer. In verschiedenen Produktbereichen und Kategorien werden zunächst Qualität und Preise detailliert geprüft. Die besten Anbieter der einzelnen Kategorien werden dann einem umfassenden Servicetest inklusive verdeckter telefonischer Beratung, Analyse des E-Mail-Services und Prüfung der Internetseiten unterzogen. Die drei Anbieter mit dem besten Gesamtergebnis werden ausgezeichnet. Hier siegte die PNW, die zuvor bereits als erster Versicherer für die Cyber-Versicherung mit einem FFF (hervorragend) von Franke und Bornberg gerated wurde. ■-im-



## Zielgruppenkampagne Familie

„**Da sein**“: Auf diese – gerade auch in Corona-Zeiten – wichtige Kernbotschaft richtet sich die Zielgruppenkampagne der Provinzial aktuell aus. Mit einem breit angelegten Medienmix stehen in der zweiten Jahreshälfte Familien im Fokus. Die Kampagne präsentiert die Provinzial als Lebensbegleiter und verlässlichen Partner; jetzt und in Zukunft. Aktuell werden neue Kampagnenspots und Motive entwickelt. Die Agenturen werden mit kostenfreien Roll-ups ausgestattet. Viele weitere Werbemittel gibt es im Bestellportal. Zusätzlich wird regelmäßig Content für die sozialen Medien (Facebook und Instagram) bereitgestellt. ■-as-



THW-Maskottchen Hein Daddel mit dem Kultkennzeichen zur Meisterschaft (o.) und THW-Kapitän Domagoj Duvnjak mit der Meisterschale. FOTOS Sascha Klahn



## Top-Noten für modulare BU

**Gold, Silber, Bronze:** Podestplätze gab es für die Provinzial NordWest Lebensversicherung in einem Rating von Franke und Bornberg zur Berufsunfähigkeitsversicherung. Die in diesem Jahr neu eingeführte modulare BU erzielte dabei Spitzenergebnisse. Das Absicherungsniveau kann bei diesem Produkt individuell an Kundenwünsche angepasst werden. Wie keine andere Ratingagentur bewertet Franke und Bornberg das Kleingedruckte und nimmt dabei 70 Kriterien in 20 Teilgebieten unter die Lupe. Alle drei BU-Vorsorgevarianten wurden sehr positiv bewertet: Die Premium-Variante mit hervorragend (beste Ratingkategorie), die Top-Variante ohne zusätzliche Bausteine mit „sehr gut“ und die Basis-Variante mit „gut.“ ■-wi-

# Volle Fahrt voraus – mit Ziel ... #unsereProvinzial

Ein historisches Datum für die Provinzial: Am 16.07.2020 wurde die Fusion zwischen der Provinzial NordWest und der Provinzial Rheinland gesellschaftsrechtlich vollzogen. Die Spalten der Anteilseigner beider Unternehmen trafen sich zur Unterzeichnung der erforderlichen Verträge in Münster, dem Holding-Sitz des gemeinsamen Konzerns.

TEXT Annette Bäcker FOTO Thomas Klerk



**D**ie neue Holding firmiert unter dem Namen Provinzial Holding AG. Damit entsteht ein Top-10 Versicherer mit einem Beitragsvolumen von über sechs Milliarden Euro. Ende März dieses Jahres hatten die Anteilseigner der Provinzial NordWest und die Gewährträger der Provinzial Rheinland bereits die Rahmenvereinbarung zur Fusion beider Unternehmen unterzeichnet. Mit den noch ausstehenden Genehmigungen der Aufsichtsbehörden und Eintragung des fusionierten Konzerns ins Handelsregister wird Anfang September der letzte Schritt zur Fusion vollzogen. Die Fusion wird dann mit Rückwirkung zum 1. Januar 2020 umgesetzt.

Unter dem Namen #unsereProvinzial starteten die Provinzial Rheinland und die Provinzial NordWest Anfang Mai ein gemeinsames Programm zur Fusion der beiden Unternehmen. Das Programm steht unter dem übergreifenden Motto „**Ambition und Balance**“. Ambition steht für Wachstum, Zukunfts-

fähigkeit und eine weitere Erhöhung der Marktattraktivität. Die neue Marktstellung eröffnet umfangreiche Handlungs- und Investitionsspielräume, zum Beispiel beim Thema Digitalisierung. Innovative Produktlösungen können jetzt gemeinsam entwickelt und an den Markt gebracht werden. Der Leitgedanke der **Balance** berücksichtigt die **Historie und DNA der beiden Unternehmen**. Dabei steht die ausgeglichene Besetzung von Funktionen und eine ausgewogene Entwicklung der Standorte im Fokus. Unter Erhalt der Verankerung vor Ort und der damit verbundenen Arbeitsplätze entsteht ein attraktiver und langfristig stabiler Arbeitgeber. Zugleich erhöht sich die Attraktivität am Markt für Partner und Kunden.

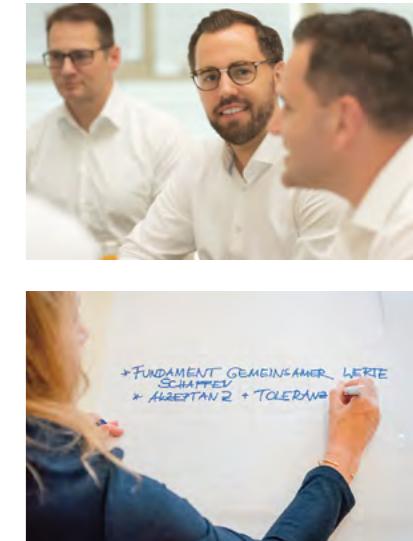
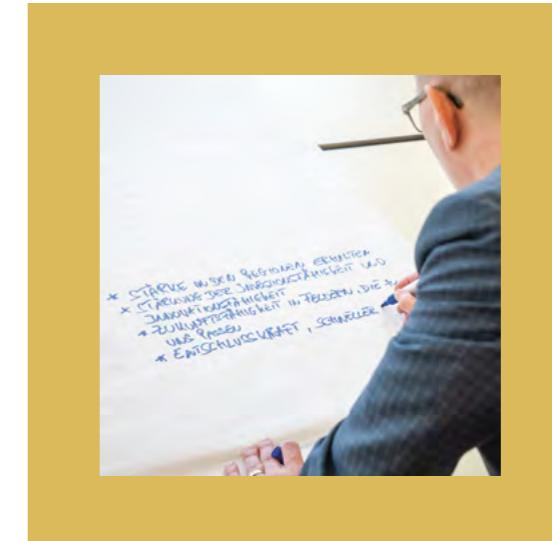
Aktuell werden die Startvoraussetzungen für den fusionierten Konzern geschaffen. Mit großer Kraft arbeiten viele Beteiligte an der Umsetzung: Neben dem Programmmanagement sind sieben erweiterte Kernteamen an der Entwicklung einer aufbauorganisatorischen und prozessualen Aufstellung beteiligt, mit der der neue Provinzial Konzern ab Anfang kommenden Jahres starten soll. Bereits Anfang September dieses Jahres wird der sogenannte „Tag 1“ des neuen Konzerns stattfinden. Eine erste, sogenannte deskriptive Phase ist abgeschlossen: Hier erfolgte die Bestandsaufnahme, wie die beiden Konzerne in den verschiedenen Bereichen arbeiten, wo es Gemeinsamkeiten gibt, aber auch wo Unterschiede liegen. Gegenseitiges Zuhören und Kennenlernen stand dabei im Vordergrund. In konstruktiven und wertschätzenden Treffen haben sich die jeweils aus beiden Häusern besetzten Teams darüber ausgetauscht, wie sie in ihren Bereichen organisiert sind und wie die jeweiligen Prozesse ablaufen.

In der aktuell laufenden, sogenannten normativen Phase wird die Aufbauorganisation des gemeinsamen neuen Provinzial Konzerns festgelegt. Im Verlauf des zweiten Halbjahrs 2020 werden Grobzielbilder und Umsetzungsfahrpläne für die neuen Ressorts und Funktionen entwickelt. Diese Grobzielbilder werden konkrete Überlegungen für die Aufbauorganisation, die gemeinsame Ausrichtung mit Blick auf Kunden und Vertriebspartner sowie Überlegungen zu einer neuen Form der Zusammenarbeit in allen Bereichen des Konzerns umfassen. Die Planungen werden durch die Entwicklung eines gemeinsamen IT-Zielbildes und einer integrierten Digitalisierungsstrategie unterstützt.

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Partnerinnen und Partner in den Vertrieben werden durch eine umfangreiche Kommunikation zum Programm informiert. Der agile Kommunikationsansatz umfasst unterschiedliche Formate, mit denen der jeweils aktuelle Stand für alle transparent dargestellt wird. Der Fusionsprozess wird zusätzlich von einem umfangreichen Change-Programm begleitet. Werte und Ziele für die Verankerung einer verbindlichen gemeinsamen Kultur werden erarbeitet. ■

Zur Vertragsunterzeichnung in Münster trafen sich: (v.l.) Dr. Wolfgang Breuer (Vorstandsvorsitzender Provinzial NordWest Konzern), Prof. Dr. Liane Buchholz (Präsidentin des Sparkassenverbandes Westfalen-Lippe), Reinhard Boll (Präsident des Sparkassen- und Giroverbandes für Schleswig-Holstein), Matthias Löb (Direktor des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe), Patric Fedlmeier (Vorstandsvorsitzender Provinzial Rheinland), Michael Breuer (Präsident des Rheinischen Sparkassen- und Giroverbandes), Beate Läsch-Weber (Präsidentin des Sparkassenverbandes Rheinland-Pfalz) und Ulrike Lubek (Direktorin des Landschaftsverbandes Rheinland).

# #roadtrip



**Kennenlernen schafft Vertrauen** | Im Juni starteten die Vorstände beider Häuser zum großen Roadtrip. Sie stellten sich den Hauptabteilungsleiterinnen/-leitern beziehungsweise den Bereichsleiterinnen/-leitern der jeweils anderen Provinzial vor. In drei Etappen ging es von Kiel über Düsseldorf nach Münster. Ziel war das gegenseitige Kennenlernen und der Start in den gemeinsamen Dialog. Die Vorstände standen dabei Rede und Antwort zu allen Fragen rund um die Fusion. In sogenannten „World Cafés“ wurden rotierend Antworten zu den drei Leitfragen: „Wie sehen Sie den Prozess der Fusion aktuell?“, „Was soll die Fusion bringen?“ und „#unserProvinzial: Was bedeutet das für uns?“ erarbeitet und diskutiert. Die Ergebnisse drehten sich um verschiedene Dimensionen des fusionierten Provinzial Konzerns, wie zum Beispiel Kultur, Identität, Zusammenarbeit, Organisation oder Wachstum. Sie fließen in den weiteren Programmprozess ein.



Mehr zum Thema



TEXT Annette Bäcker FOTOS Provinzial Rheinland und Provinzial NordWest

# Begeisterung

## ERLEBNISSE SIND ENTSCHEIDEND

Wie kann die Provinzial NordWest Kunden begeistern? Wie kann sie sich so aufstellen, dass sie nicht nur weiß, was Kunden wollen, sondern sie wirklich versteht? Fragen, die das vor einem Jahr gestartete strategische Konzernprogramm „PNW Kunden-Perspektive – Wir begeistern gemeinsam“ (PNWKP) beantworten soll. Über die Fortschritte, Herausforderungen und künftige Entwicklungen sprach der nordwester mit den Programmmanagern Tobias Sellheyer und Alfred Werra.



**„Neben der Fusion ist unser Strategieprogramm PNW Kunden-Perspektive das wichtige Thema im Konzern. Unsere Kunden sind das Wertvollste, was wir haben. Wenn wir sie begeistern wollen, müssen wir ihnen das auch beweisen. Alle zusammen.“**

[Dr. Wolfgang Breuer]

**E**s ist gefühlt etwas leise um „PNW Kunden-Perspektive“ geworden. Stimmt das? **Alfred Werra:** Nein, nicht wirklich. Das Programm, beziehungsweise die Perspektive der Kundinnen und Kunden einzunehmen, ist neben der Fusion nach wie vor die wichtige Aufgabe im Konzern. Ohne Frage war und ist die Fusion natürlich dominant, aber ohne „PNW Kunden-Perspektive“ würden wir Gefahr laufen, uns zu sehr mit uns selbst zu beschäftigen und die Kundenerwartungen zu vernachlässigen. Die Projektleiterinnen und Projektleiter haben mit ihren Teams an vielen Stellen weiter an Inhalten gearbeitet und Grundlagen dafür geschaffen, dass wir Kunden immer besser verstehen und ihre Bedürfnisse erfüllt werden, um sie – und das ist unser ambitioniertes Ziel – zu begeistern.

**Welches sind die bisher wichtigsten und für Kunden eventuell schon spürbaren Ergebnisse? Tobias Sellheyer:** Neben den vielen Grundlagen gehen in diesem Jahr wichtige Piloten an den Start, wie zum Beispiel die Kundenreisen „Ich ziehe um“ sowie mit ersten Umsetzungen „Ich habe einen Schaden an meinem Auto“. Mit den in diesem Rahmen durchgeföhrten Fokusgruppeninterviews haben wir in den Projekten gelernt, als Konzern nochmal ganz anders mit Kunden zu Services und ihren Erlebnissen mit der Provinzial zu sprechen. Hier hat sich der Perspektivwechsel – der ja das große Ziel hinter dem Programm ist – ganz besonders deutlich und mit vielen Aha-Effekten auf Seiten aller Beteiligten gezeigt. Hier ist klargeworden: In erster Linie sind Erlebnisse für Kunden entscheidend, weniger die Produkte.

**Welches sind die großen Herausforderungen für Sie als Programmmanager? Alfred Werra:** Das Thema Kunde ist für uns ja nicht neu, aber die Lebenswelten der Kunden und ihr Verhalten verändern sich radikal. Das wird sich auch in Zukunft nicht ändern, eher noch beschleunigen. Deswegen müssen wir das Thema unter einem neuen, auch digitalen thematischen Fokus bündeln und unsere Maßnahmen



zielgruppenspezifisch ausprägen. Da tauchen immer wieder neue Felder und Schwerpunkte auf und es ist eine spannende Herausforderung, mit all den neuen, offenen Fragen umzugehen. Neben der Steuerung unseres Programms PNWKP geht es auch darum, die Themen des Perspektivwechsels mit Erkenntnissen und digitalen Weiterentwicklungen aus anderen Konzernprojekten zu vernetzen – wie etwa unserem Digitalisierungspaket PNWneXt.

**Welche Bedeutung hat das Programm für den Konzern? Tobias Sellheyer:** Wenn wir die Erwartungen von Kundinnen und Kunden erfüllen und sie in einem weiteren Schritt auch noch von uns begeistern können, dann kommen, bleiben und empfehlen sie uns auch. Damit trägt jedes einzelne Projekt und das Programm insgesamt direkt und wesentlich zur Stärkung des Konzerns bei und macht ihn zukunftsfähig. Die Kunden warten leider nicht auf uns und wir müssen uns immer wieder bewusstmachen, dass der nächste Anbieter nur zwei Klicks entfernt ist. Darüber hinaus sind wir natürlich nicht die Einzigsten mit dieser strategischen Ausrichtung. Auch unsere Wettbewerber haben Kundenprogramme aufgesetzt. Kunden werden immer digitaler. Das kennt ja jeder auch von sich selbst. Stichwort: quick, smart und simple – wie bei Amazon, Zalando und Netflix. Die haben ihre Prozesse konsequent auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet. Aber – und das haben wir in unseren Interviews mit den Kunden gelernt – in einigen relevanten Bereichen erwarten unsere Kunden trotzdem mehr als „nur“ digital. Sie erwarten einen Mix aus digitalen Services, Empathie und persönlichem Kontakt; sei es am Telefon oder beim Vertriebspartner vor Ort. Und das passt doch genau zu unserem Geschäftsmodell mit dem Anspruch, sowohl digital als auch lokal nah für unsere Kunden da zu sein.

**Stichwort „Wir sind nicht die Einzigsten“. Auch unser Fusionpartner, die Provinzial Rheinland hat mit „#WIR BEGEISTERN KUNDEN“ ein solches Programm. Haben Sie sich hier schon austauschen können und welche Impulse erwarten Sie? Alfred Werra:** Ja, wir haben uns in der Tat bereits mit dem Düsseldorfer Team ausgetauscht und sind überzeugt, dass wir letzten Endes

nur voneinander profitieren können, da sich die in beiden Programmen bisher erarbeiteten Ergebnisse sehr gut wechselseitig ergänzen. Vermutlich werden wir gemeinsam an der ein oder anderen Stelle thematisch nachjustieren, aber das ist in der Projektarbeit ja normal. Uns eint aber das zu 100 Prozent identische Programmziel: Beide Häuser wollen für ihre Kunden positive Erlebnisse gestalten und so ihre Kunden begeistern. Eine gemeinsame Steuerung der Programme wird nochmal positive Impulse bringen; davon bin ich überzeugt.

**Wie geht es weiter? Worauf kann sich der Kunde des Hauses Provinzial freuen? Tobias Sellheyer:** Zum Thema Kundenfeedback im Bereich Schaden wird ein Pilotprojekt starten, das viele Grundlagen und damit die Marschrichtung für weitere Projekte legen wird. Von Kunden Feedback zu bekommen – positives wie negatives – und mit ihnen in den Austausch zu gehen, wird einen starken Impuls für eine sich permanent verbessernde Kundenkultur geben. Außerdem werden wir bei der Kundenreise „Ich habe einen Schaden an meinem Auto“ einige Services für unsere Kunden umsetzen – wie etwa eine digitale Gesprächsbestätigung mit Transparenz über die nächsten Schritte und ein sogenanntes Statustracking, wie wir es von der Sendungsverfolgung bei Paketen kennen. Gerade im Schadenfall ergeben sich viele gute Chancen, den Kunden mit hervorragenden Services zu überraschen und – im Idealfall – zu begeistern.

**Herr Sellheyer, Herr Werra, vielen Dank für das Gespräch. ■**  
INTERVIEW Merle Zeigerer FOTOS Thomas Klerx



# Kundensicht

Wie kann ein tiefgreifender Perspektivwechsel bei der Provinzial NordWest (PNW) hin zu den Kunden gelingen? Wie stellt sich die Provinzial dadurch neu auf? Und woran kann man ein Gelingen ablesen? Ein Jahr nach dem Auftakt des strategischen Konzernprogramms „PNW Kunden-Perspektive“ stellt der nordwester einige der Projekte unter diesen Fragestellungen vor.

Mehr zum Thema ➔ 



## KUNDENKOMPASS – DURCH DAS FEEDBACK DES KUNDEN LERNEN

Wie zufrieden sind die Kunden eigentlich mit dem Service der PNW und vor allem warum? Wissen statt vermuten lautet die Devise. Denn nur so kann die PNW individuell und strukturell kundenorientierte Lösungen nachhaltig verankern.

Kunden werden gezielt und direkt gefragt, ihre Feedbacks ausgewertet – und dadurch Veränderungen im Unternehmen in Gang gesetzt. Der Kundenkompass ist damit das Kernelement, um eine kundenorientierte Strategie, das heißt die Perspektiven der Kunden in den Konzern zu holen. Die Grundlagen sind gelegt. Im Herbst ist der Pilot startklar. ■



## GRUNDLAGEN FÜR KUNDENREISEN UND DIE KUNDENREISE „UMZUG“

Auf Basis der Kundenrückmeldungen wurden auch die Grundlagen für die Kundenreisen neu überarbeitet. Denn Erwartungen und Verhalten der Menschen ändern sich rasant und ein Umzug ist weit mehr als eine Adressänderung. Für Anna „die Berufsanfängerin“ bedeutet er etwas anderes als für Christian „den Familienvater“ – um nur zwei von den gänzlich neu gestalteten sogenannten Personas zu nennen, die die unterschiedlichen Menschen mit ihren Bedürfnissen und Erwartungen beispielhaft und detailliert beschreiben. Konzernweit können die Personas eingesetzt werden. In der umgesetzten Pilotreise „Ich ziehe um“ hat der ganzheitliche Ansatz des Projektes aus der Sicht des Kunden bereits Verbesserungen gebracht: Mehrwerte, etwa durch Tipps und Tricks rund um den Umzug, die auch über Versicherungsthemen hinausgehen – online und zum Anfassen – und mehr Wahlmöglichkeiten für Kunden, wie und wann sie mit der PNW in Kontakt kommen. ■



## KUNDENREISE „ICH HABE EINEN SCHADEN AN MEINEM AUTO“

Sowohl digital als auch persönlich, schnell und transparent, empathisch und abschließend – nicht alle Kunden brauchen alles auf einmal in jeder Situation. Doch im Falle eines Unfalls wünscht sich die große Mehrheit einen persönlichen und empathischen Kontakt zu ihrem Versicherer. Für den Bereich Schaden wurden die neuen Grundlagen der Methode der Kundenreisen zielgenau angepasst. Auch hier haben bereits und werden künftig permanente Kundenfeedbacks die Arbeitsprozesse im Sinne eines optimalen Service für zufriedenere Kunden verbessern.

Dies geschieht vor allem durch fünf sich gegenseitig ergänzende Maßnahmen: Sicherheit durch einen geführten Prozess bei der Schadensmeldung, Empathie im persönlichen und telefonischen Kontakt, eine Gesprächsbestätigung für Verbindlichkeit, schnelle Gewissheit auf digitalem Wege sowie ein jederzeit abrufbares Status Tracking. ■



## PNW SERVICE-WELT – APATO

Den Kunden eine Service-Welt anbieten, die zu ihnen passt, und über das klassische Versicherungsgeschäft hinausgeht. Auch das ist Teil der strategischen Ausrichtung des Programms „PNW Kunden-Perspektive“. Daher ist das neue Start-up Apato, das mit der online-Plattform [apato.de](#) Kunden bereits zur Verfügung steht, mit dem Konzernprogramm verbunden. Die hundertprozentige Tochter der PNW bietet und entwickelt Dienstleistungen rund um das Thema Immobilien. Ihr Ziel: Mietern durch einen digitalen Mieterpass zu ihrer Wunschimmobilie zu verhelfen und Vermietern mit einem schlanken Bewerbermanagement zu ihren Wunschmietern. ■



© bongkarn - fotolia.com



© Patrick Daxenbichler - Adobe Stock/Strandperle (re.)



© contrastwerkstatt - Adobe Stock/Strandperle



© Paolese - Adobe Stock/Strandperle



**Apato**  
Willkommen zuhause

© Vadim Andrushchenko - Adobe Stock/Strandperle



**„Es ist für mich sehr beeindruckend gewesen, wie professionell sowohl die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens als auch die Partnerinnen und Partner in den Vertriebenen in diesen außergewöhnlichen Zeiten zusammengearbeitet haben.“**

[Dr. Markus Hofmann]

# Vertriebsziele 2020

**Dr. Markus Hofmann ist seit dem 1. Januar Vorstand für Vertrieb und Marke im Provinzial NordWest Konzern.** Seit über 20 Jahren ist der in Schwäbisch Gmünd geborene Dr. Markus Hofmann in der Assekuranz tätig. Nach verschiedenen Stationen bei der Axa und der Allianz Versicherung München war Dr. Markus Hofmann vier Jahre Vorstand bei der Ergo Versicherung, wo er im Kompositgeschäft und im Maklervertrieb in Deutschland, in Singapur und Thailand vor Ort tätig war. Jörg Brokkötter sprach mit dem 55-Jährigen.

INTERVIEW Jörg Brokkötter FOTOS Thomas Klerx

**I**m Januar hatten Sie noch Gelegenheit, sich eindrucksvoll auf den Auftaktveranstaltungen vorzustellen. Kurz danach hat Corona das gesamte Land lahmgelegt ... | **Dr. Markus Hofmann:** „Ja, das stimmt! Die Pandemie hat uns alle überrascht. Auch ich habe sicher nicht damit gerechnet. Aber als Versicherer mit starken regionalen Wurzeln und einem weit verzweigten Netz an Vertriebspartnern, konnten wir unseren Kunden schnell und unbürokratisch zur Seite stehen. Wir haben innerhalb kürzester Zeit Maßnahmen ergriffen, die einen spürbaren Mehrwert für die Kundinnen und Kunden des Provinzial NordWest Konzerns bieten. Sei es der beitragsfreie Internetschutz in der Hausratversicherung, die beitragsfreie Ruheversicherung für den Zweitwagen oder das kostenfreie Update aller privaten Haftpflichtversicherungen in der gleichen Produktstufe mit erhöhter Deckungssumme.“

Aber das sind nur drei Beispiele von zahlreichen Erleichterungen und Vergünstigungen für die Kunden der Provinzial. Für unsere Vertriebspartner konnten wir zudem Tools für die Online-Beratung und -Kommunikation sowie die Arbeit aus dem Home-Office zur Verfügung stellen. Das hat dazu beigetragen, dass die Erreichbarkeit für unsere Kunden durchgängig gegeben war.

**Insofern hätten Sie sich den Start wahrscheinlich ganz anders vorgestellt? | Dr. Markus Hofmann:** Es ist für mich sehr beeindruckend gewesen, wie professionell sowohl die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens als auch die Partnerinnen und Partner in den Vertriebenen in diesen außergewöhnlichen Zeiten zusammengearbeitet haben. Innerhalb kürzester Zeit sind im Krisenstab Maßnahmen entwickelt wor-

den, sodass der Außendienst trotz Einschränkungen der Reisetätigkeit und vielfach geschlossener Ladenlokale für die Kunden da sein konnte. So eine enorme Flexibilität und ein großer Einsatz – insbesondere auch von den Kolleginnen und Kollegen in den Agenturen und Sparkassen – zeigt unsere Stärke als regionaler Marktführer. Ganz wichtig ist es mir, mit den Partnerinnen und Partnern in den Vertriebenen persönlich im Gespräch zu sein. Für den Start hatte ich mir einen umfassenden Besuchsplan, der vielfache Gelegenheit zu solchen Gesprächen gegeben hätte, organisiert. Aufgrund von Covid-19 war dies leider nicht möglich. Bisher zu kurz kamen also leider die persönlichen Dialoge mit den Kolleginnen und Kollegen im Vertrieb. Umso mehr bin ich gegenwärtig dabei, viele solcher Gespräche zu führen und werde dies auch in den kommenden Wochen und Monaten fortsetzen.“

**Die Provinzial ist seit Jahrhunderten in ihren Regionen verankert. Ist das ein Wert an sich? | Dr. Markus Hofmann:** Die Provinzial hat ihre Stärke sicht- und fühlbar in der regionalen Verankerung bei den Kunden. Darauf kann sie richtig stolz sein. Eine schlagkräftige Ausschließlichkeitsorganisation, die überall in den Regionen verankert ist, ist besonders nah bei ihren Kunden und dadurch mit ihnen verwurzelt. Auch die Sparkassenorganisation mit ihrer breiten Kundenbasis und Präsenz vor Ort in den Regionen ist für uns als Provinzial ein ganz starker Vertriebspartner. Gerade die Herausforderungen, die die Corona-Pandemie an uns gestellt hat, hat unsere Stärke, nämlich den Fokus auf Regionalität, eindrucksvoll unter Beweis gestellt. ▼



**„Wenn zwei große Versicherer Doppelinvestitionen vermeiden können, dann wird es letztendlich auch den Produkten und dem Vertrieb zugutekommen.“**

[Dr. Markus Hofmann]

**Stichwort: Fusion mit der Provinzial Rheinland.** Ein weiteres Thema, das Sie gleich mit dem Start bei der Provinzial auf den Tisch bekommen haben. | **Dr. Markus Hofmann:** Eine tolle Chance für beide Provinzial Versicherungen. Zwei nachhaltig erfolgreiche Unternehmen schließen sich zusammen und haben so die Möglichkeit, noch mehr in Innovationen und Entwicklung von neuen und zukunftsfähigen Produkten zu investieren und den sich verändernden Kundenbedürfnissen Rechnung zu tragen. Gemeinsam können wir unsere Marktposition stärken, um weiter zu wachsen. Letztendlich wird die Fusion auch dafür sorgen, dass die Kundennähe sowie die zukünftige Präsenz vor Ort weiter gesichert wird und damit natürlich auch die Arbeitsplätze in den Regionen des Geschäftsbereites.

**Also ist die Fusion auch aus vertrieblicher Sicht sinnvoll?** | **Dr. Markus Hofmann:** Auch die Versicherungsbranche befindet sich im Wandel. Neue Wettbewerber und die Digitalisierung, aber auch die sich permanent ändernden Rahmenbedingungen verschärfen letztendlich den Wettbewerb. Die Fusion der beiden Versicherungsgruppen erfolgt aus einer Position der Stärke. In ihren jeweiligen Geschäftsgebieten sind sie oft sogar Marktführer. Gemessen an den Beiträgen entsteht ein Top 10 Versicherer und sogar der größte Kompositversicherer unter den öffentlichen Versicherern. Und wenn zwei große Versicherer Doppelinvestitionen vermeiden können, dann wird es letztendlich auch den Produkten und dem Vertrieb zugutekommen. Zudem haben wir durch die Fusion die Möglichkeit, uns noch konsequenter an den Bedürfnissen unserer Vertriebswege auszurichten. Insofern ist die Fusion auch aus vertrieblicher Sicht sinnvoll.

**Kommen wir zu den Zielen, die Sie für 2020 gesetzt haben.** | **Dr. Markus Hofmann:** Bereits auf unseren Jahresauftagtagungen 2020 haben wir die konsequente Anwendung der ganzheitlichen Beratung, das Vorantreiben der Digitalisierung an der Kundenschnittstelle und auch das Thema Neukundengewinnung als erklärte Ziele für dieses Jahr positioniert. Hierbei geht es darum, unsere Bestände systematisch weiter zu entwickeln und damit Wachstum und Einkommen für den Außendienst und unser Unternehmen zu sichern. Und über allem steht der Kunde, der durch aktives Kundenmanagement mit der Zielsetzung, unsere Kunden noch mehr zu begeistern als bisher, in den Mittelpunkt gestellt wird. Insgesamt versuchen wir, trotz Covid-19, in vertriebliche Normalität zurückzukommen und unseren Plan für 2020 möglichst zu erreichen.

**Wie lautet das Fazit Ihrer ersten Zeit im Provinzial NordWest Konzern?** | **Dr. Markus Hofmann:** Ich bin ganz toll aufgenommen worden und dafür ausgesprochen dankbar! Die Provinzial Kolleginnen und Kollegen arbeiten mit viel Engagement und guten Ideen. Erste schon im Januar geführte Gespräche mit Kunden und Vertriebspartnern haben gezeigt, was unsere Kunden an uns schätzen. Die Nähe, die Betreuungsqualität aber auch das Produktangebot. Insofern ziehe ich ein positives Fazit und freue mich auf die Zukunft.

**Zum Abschluss eine persönliche Frage. Was macht ein gebürtiger „Schwabe“, wenn mal nicht die Arbeit ganz oben auf dem Zettel steht?** | **Dr. Markus Hofmann:** Ich habe viel Freude an Kirchenmusik, bin Jäger und ansonsten verbringe ich manches Wochenende als Pferdeknecht. Meine Kinder sind begeisterte Turnierreiter und wie das dann so ist, muss der Papa in der Freizeit viel und oft als Pferdeknecht dabei sein. ■



## Neuer ÖRAG-Tarif zum 50. Geburtstag

**S**ein nunmehr 50 Jahren ist die ÖRAG Rechtsschutzversicherung Partner der Sparkassen-Finanzgruppe. Zum Jubiläum bringt sie einen neuen Tarif auf den Markt, der mit vielen Leistungsverbesserungen bei durchweg wettbewerbsfähigen Prämien punktet.

„Mit unserem Jubiläums-Tarif stellen wir uns den gestiegenen Anforderungen des Rechtsschutz-Marktes und der Kunden“, erläutert Jörg Tomalak-Plönzke. „Viele Leistungsverbesserungen, fünf attraktive Garantien und absolut wettbewerbsfähige Prämien stehen den Kunden nun zur Verfügung“, so der Vorstandsvorsitzende des Düsseldorfer Unternehmens weiter. Highlight des neuen Tarifes ist der neu entwickelte Rundum-Schutz PLUS. „Unsere Privat-Kombi aus Privat-, Verkehrs-, Haus- und Wohnungs- sowie Berufs-Rechtsschutz ist am Markt erfolgreich etabliert. Diesem Rundum-Schutz haben wir für Kunden, die noch mehr rechtliche Sicherheit wünschen, den Rundum-Schutz PLUS zur Seite gestellt. Mit dieser Mehrleistung sind auch sonst nicht versicherte Fälle bis zu 1.000 Euro abgedeckt, so zum Beispiel das Erstellen eines Testaments oder die Prüfung eines Arbeitsvertrags“, erklärt Tomalak-Plönzke. Weitere Neuerung: Kunden der ÖRAG können nach Abschluss des neuen Tarifs ihre Selbstbeteiligung reduzieren, wenn sie sich in einem konkreten Rechtsschutzfall für einen von MEINRECHT, dem telefonischen Service der ÖRAG, empfohlenen Anwalt entscheiden. In diesem Fall verringert sich die Selbstbeteiligung um 150 Euro. ■

TEXT Doris Röckinghausen FOTO Örag



„Mit unserem Jubiläums-Tarif stellen wir uns den gestiegenen Anforderungen des Rechtsschutz-Marktes und der Kunden.“

[Jörg Tomalak-Plönzke]

## WESENTLICHE PRODUKTNEUERUNGEN

### Allgemeine Leistungen

- ▶ Straf-Rechtsschutz auch für Vorsatzvergehen im Privatbereich
- ▶ Erweiterter Rechtsschutz im Familien- und Erbrecht (bis 1.000 Euro)
- ▶ Erweiterter Rechtsschutz im Betreuungsrecht (bis 1.000 Euro)
- ▶ Verwaltungs-Rechtsschutz bereits im vorgerichtlichen Verfahren
- ▶ Studienplatzklagen (ein Verfahren pro Kalenderjahr)
- ▶ Rechtsschutz als Arbeitgeber von Pflegepersonal
- ▶ Cyber-Rechtsschutz
- ▶ Sozial-Rechtsschutz auch im Verkehrs-Rechtsschutz
- ▶ Park- und Halteverstöße mitversichert (wenn Punkte drohen)
- ▶ Erweiterungen des Leistungskatalogs bei Hilfs- und Nebengeschäften im Firmenbereich
- ▶ Neue Tarifstruktur im Firmenvertrags-Rechtsschutz

### Der neue Rundum-Schutz PLUS

Für sonst nicht versicherte private Angelegenheiten werden für einen Fall im Jahr Anwaltskosten bis zu 1.000 Euro übernommen.

### SB-Bonus

Wenn sich der Kunde bei einem Rechtsschutzfall für eine von der ÖRAG empfohlene Kanzlei entscheidet, reduziert sich seine Selbstbeteiligung um 150 Euro.

### Umfangreiche Garantien

- ▶ **Zufriedenheits-Garantie:** Wir sind überzeugt von der Qualität der von uns empfohlenen Rechtsanwaltskanzleien. Sollte der Kunde dennoch mit unserer Empfehlung einmal nicht zufrieden sein, kann er zu einem Anwalt seiner Wahl wechseln. In diesem Fall tragen wir einmalig anfallende Mehrkosten bis zu 1.000 Euro.
- ▶ **Leistungs-Garantie:** Für ÖRAG-Bestandskunden gelten bei Umstellung auf den Tarif 2020 alle Leistungen aus vorherigen Tarifen uneingeschränkt weiter.
- ▶ **Vorversicherung-Garantie:** Damit der Kunde bei einem Versicherungswechsel zur ÖRAG keine Nachteile hat, sind die Leistungen des Vorversicherers drei Jahre mitversichert.
- ▶ **Vertraglichkeits-Garantie:** Nach bereits drei Jahren Vertragslaufzeit sind alle vorvertraglichen Schäden versichert.
- ▶ **Nachversicherungs-Garantie:** Ändert sich zum bestehenden Rechtsschutzvertrag das Risiko Ihres Kunden oder das einer mitversicherten Person, sind die neuen Risiken bis zu sechs Monate nachversicherbar.



# Echt clever

TEXT Heiko Wischer FOTOS Pat Scheidemann (l.), Thomas Klerx (u.)



Zufrieden mit dem Ergebnis (v.l.n.r.):  
Johannes Heßling  
(IT/ITK), Simon  
Böinghoff (Pro-  
duktentwicklung  
Privatkunden),  
Luisa Lewe  
(Marktmanagement  
Privatkunden)  
und Alexander  
Jünger (IT/ITK).

Der Fahrzeugscheinscan bedeutet das Ende von langwieriger, manueller Datenerfassung. Davon profitieren Vertriebspartner und jetzt auch Kunden beim Antragsprozess für den Abschluss einer Kraftfahrtversicherung. Bereits seit 2018 können Fahrzeugscheine eingescannt werden. Seit Kurzem wird eine neue Technologie zur Digitalisierung genutzt, die die Abteilung IT/ITK Aktivitäten/Dokumente einführt.

In der in Eigenregie erstellten technischen Lösung wurde eine Künstliche Intelligenz entwickelt und eingesetzt. „Das Ergebnis unserer Entwicklungsarbeit war so gut, dass wir den bisher für den Fahrzeugscheinscan eingesetzten externen Dienstleister abgelöst haben“, berichtet Johannes Heßling aus der Abteilung IT/ITK Aktivitäten/Dokumente.

Es zeigte sich, dass die Provinzial Eigenentwicklung nicht nur ein Drittel der Rechenzeit benötigt und somit die gesamte Prozesslaufzeit im Tarifrechner beschleunigte. Auch die Qualität der Ergebnisse war deutlich besser als bei dem externen Dienstleister.

So lag die durchschnittliche Verarbeitungszeit pro Bild bei nur 2,5 Sekunden. Die von der Abteilung IT/ITK entwickelte Software ermöglicht es, strukturierte Dokumente anhand von

Fotos zu digitalisieren. „Alles, was hierzu notwendig ist, ist eine hinreichend große Menge von Beispieldaten, anhand derer die Struktur der Dokumente und des Textes erlernt werden können“, erklärt Johannes Heßling. Die Fahrzeugdaten aus dem Fahrzeugschein werden für die Beitragsberechnung und Antragsstellung benötigt. Das sind beispielsweise die Hersteller- und Typschlüsselnummer sowie die 17-stellige Fahrzeug-Identifikationsnummer.

Nach dem Abfotografieren und Hochladen des Fahrzeugscheins liest die KI-Anwendung diese tarifierungsrelevanten Daten automatisch aus und überträgt sie in den Tarifierungs Web Client (TWC), das Angebots- und Antragstool für den Außendienst. Der Fahrzeugscheinscan wird in den Systemen Prolive, OSPlus und Makler NordWest zur Verfügung gestellt. Außerdem können seit März 2020 jetzt auch Provinzialkunden in den Online-Abschlussmodulen auf den Homepages der Konzerngesellschaften diesen Service nutzen. „Wir haben bislang sehr gute Rückmeldungen von externen Kunden und Vertriebspartnern erhalten“, berichten Luisa Lewe und Ronja Ernst aus dem Marktmanagement Privatkunden in Münster und Kiel über eine erfolgreiche Einführung der neuen Provinzial Technologie.

Die Entwicklung derartiger KI-Systeme ist für den Konzern eine Investition in die Zukunft. Das aufgebaute Know-how sowie einzelne Komponenten werden bereits in verschiedenen anderen Projekten – zum Beispiel zur Intentionserkennung – angewendet. ■



# Seminar 2.0

Um auch in Corona-Zeiten ein attraktives Seminarprogramm anzubieten, hat sich die Abteilung Personal- und Organisationsentwicklung etwas einfallen lassen. Sie stellte ein attraktives Angebot von Online-Seminaren auf die Beine.

TEXT Annette Bäcker FOTOS Thomas Klerx

**U**nter dem Motto „So viel Sicherheit wie nötig, so viel Normalität wie möglich“ wollten wir auch in Corona-Zeiten, in denen viele Mitarbeitende im Homeoffice tätig sind, im Themenbereich Beruf und Familie ein ansprechendes Angebot bereithalten“, erklärt Katharina Hunze. Die Abteilung Personal- und Organisationsentwicklung gleiste Ende März ein virtuelles Angebot auf. Auf der Agenda standen aktuelle Themen wie zum Beispiel „Home-Schooling“, „Eltern sein – Paar bleiben“, oder „Isoliert arbeiten, vernetzt bleiben“.

Bis zu 20 Mitarbeitende konnten an den Seminaren, die als Webkonferenz durchgeführt wurden, teilnehmen. „Wir

wollten mit den Vorträgen ganz praktische Tipps vermitteln, um einen Umgang mit der Krise als Familie, Paar oder Single zu finden“, erläutert Katharina Hunze. Für die virtuelle Umsetzung dieser Seminare wurde das Tool Avaya Webkonferenz genutzt und zugleich auf seine Eignung für das Format hin überprüft. „Während Gestik und Mimik bei interaktiven Vorträgen von großer Bedeutung sind, haben wir hier auf das gesprochene Wort vertraut, unterstützt durch eine virtuelle Präsentation. Für den gegenseitigen Austausch haben wir die Chatfunktion des Tools genutzt. Dank der aktiven Mitarbeit und dem Verständnis der Teilnehmenden und Referierenden war es ein gelungenes Format“, bilanziert Wiebke Wohlers.



In Zeiten des Lockdowns stand auch der Seminarbetrieb still und die Präsenzveranstaltungen mussten entfallen. „Wir haben uns Ende März daher auch entschieden, ein Seminar aus dem Bereich Verhaltens- und Methodentraining als Webinar anzubieten“, erklärt Wiebke Wohlers. Über das Weiterbildungsportal PEPO wurden bei allen Teilnehmenden, die das Seminar gebucht haben, ihr Interesse für ein Online-Seminar abgefragt. „Wir erhielten ausschließlich positive Rückmeldungen und haben seitdem drei erfolgreiche Webinare durchgeführt. Die Themen drehen sich um den Gewinn von Verhandlungssicherheit und die Erhöhung der Konfliktkompetenz. Der Aufbau der Webinare war identisch gestaltet: jeweils sechs Live-Sessions à 2,5 bis 4 Stunden innerhalb eines Zeitraums von acht Tagen. Dieses Format ersetzte die ursprünglich geplanten zwei Seminarstage mit Übernachtung sowie An- und Abreise.“

Das gewählte Webinarformat erlaubte es, dass Referenten und Teilnehmende sich sehen und in unterschiedlichen digitalen Räumen agieren konnten. „Die Arbeit in Kleingrup-

pen, das Vorstellen der Ergebnisse sowie das Zusammenkommen im Plenum – alles Erforderliche ließ sich gut in das Webinar übertragen“, so Wiebke Wohlers. Technische Funktionen wie Chats oder ein Whiteboard bereicherten die Kommunikation zusätzlich. Vorbestellte Getränke und Plätzchen gab es natürlich nicht, aber jeder konnte sich in seinem Homeoffice individuell einrichten. „Technische Schwierigkeiten konnten wir vor der ersten Live-Session beheben. Die Teilnehmenden konnten sich zudem eine halbe Stunde vor Beginn des Seminars bereits anmelden und mit der Software vertraut machen. Wir hatten hier eine sehr gute Unterstützung von Seiten unserer hausinternen EDV“, erläutert Katharina Hunze und ihre Kollegin Wiebke Wohlers ergänzt: „Die positiven Rückmeldungen der Teilnehmenden nehmen wir mit in die zukünftige Seminargestaltung. Es ist gut vorstellbar, dass wir unser Angebot an Präsenzveranstaltungen um Webinare erweitern. Unser Anspruch bleibt bestehen: Inhalt und Medium müssen gut zusammenpassen. Wir haben zu den neuen Formaten viele positive Rückmeldungen erhalten. Vielen Dank an alle, die dies mit uns ausprobiert haben!“ ■



**„Die Arbeit in Kleingruppen, das Vorstellen der Ergebnisse sowie das Zusammenkommen im Plenum – alles Erforderliche ließ sich gut in das Webinar übertragen.“**

[Wiebke Wohlers | Personal- und Organisationsentwicklung]



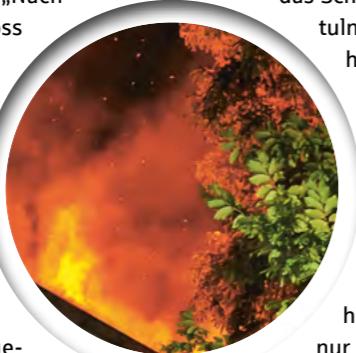
Schulalltag in Corona-Zeiten ist alles andere als einfach. Für Kinder und Lehrende der Sebastian-Grundschule im münsterländischen Nottuln kam Ende Mai noch ein Schulbrand hinzu. Die Provinzial agierte sehr schnell und koordinierte mit allen Beteiligten vor Ort das weitere Vorgehen. So konnte der Schulbetrieb bereits nach zehn Tagen wieder aufgenommen werden.

## Wenn die Schule brennt

TEXT Annette Bäcker FOTOS Provinzial

In den Morgenstunden des 23. Mai entdeckte ein Nachbarjunge das Feuer. Seine Eltern informierten sofort die Feuerwehr. In dem Gebäudetrakt der Grundschule befindet sich auch eine alte Hausmeisterwohnung, die frei vermietet ist. „Zum Glück ereignete sich der Brand an einem schulfreien Samstag. Die Mieter wurden geweckt und konnten das Gebäude unversehrt verlassen“ erläutert Georg Steinhoff. Er betreut als Sachverständiger von Seiten der Provinzial den Schaden.

Zunächst sah es so aus, als ob die Feuerwehr den Brand schnell unter Kontrolle bekommen könnte. „Nach einer erneuten Durchzündung im Dachgeschoss musste aber ein Großalarm ausgelöst werden. Vier Feuerwehren aus dem gesamten Kreisgebiet rückten zur Unterstützung an. Alle Glutnester im Dachbereich mussten freigelegt werden. Die Feuerwehr forderte einen Bagger an, der dann nach und nach die Dachkonstruktion abgetragen hat“, erläutert Georg Steinhoff. Mit vereinten Kräften gelang es so, ein Übergreifen des Feuers auf andere Gebäudeteile zu verhindern. Aber das Obergeschoss des Gebäudetraktes wurde komplett zerstört.



Durch das abgedeckte Dach konnte das Löschwasser zudem in alle Gebäudebereiche eindringen. Das Dach der Grundschule war vor zwei Jahren energetisch saniert worden. „Dabei wurden Dämmplatten mit einer eingebauten Dämmschicht verbaut. Das Löschwasser rutschte an dem glattem Material herunter und konnte nur schwer etwas ausrichten“, berichtet Steinhoff. Die Lösch- und Abrissarbeiten dauerten bis in die Nachtstunden des 23. Mai. Die Provinzial erwartet einen Schaden in Höhe von bis zu 800.000 Euro. Zur Brand-

ursache, wahrscheinlich ein durch eine nicht fachgerechte Entsorgung von Grillkohle verursachter Brand im Mülltonnen-Bereich, gibt es aktuell noch weitere Untersuchungen.

Auf Initiative der Provinzial fand bereits drei Tage nach dem Brand ein Treffen mit allen Beteiligten statt. „Statiker, Brandsanierer, Chemiker ... alle für eine schnelle Sanierung erforderlichen Gewerke trafen sich zu einem gemeinsamen Termin vor Ort. Auch die Gemeinde Nottuln unterstützte nach Kräften. So konnte zum Beispiel für den Zeitraum der Sanierung das Schulinventar direkt in eine Halle vor Ort in Nottuln ausgelagert werden“, berichtet Georg Steinhoff. „Da lief jedes Rädchen ineinander, deshalb hat alles auch so schnell funktioniert.“ „Unser Ziel als Provinzial ist es, im Schadenfall optimal zu unterstützen und die erforderlichen Maßnahmen schnellstmöglich einzuleiten“, ergänzt Wolfgang Henkes, Abteilungsleiter Sach Sachverständige.

Durch die gute Vernetzung und das hohe Engagement aller Beteiligten konnte nach nur zehn Tagen der Schulbetrieb in einem bereits sanierten Teilgebäude der Schule fortgeführt werden.

Bürgermeisterin Manuela Mahnke begrüßte die Schülerinnen und Schüler am ersten Schultag nach dem Brand. Sie dankte der Provinzial und den weiteren Beteiligten für ihren großen persönlichen Einsatz. Alle hätten kraftvoll an einem Strang gezogen. Manuela Mahnke freute sich zusammen mit den Eltern, dass durch dieses koordinierte und schnelle Vorgehen ein Umziehen der Kinder in ein anderes Gebäude, in durch die Corona-Pandemie bereits sehr unruhigen Zeiten, vermieden werden konnte. ■



# Nachhaltige Verpflegung

Die Verpflegung von über 1.000 Menschen täglich bedeutet Verantwortung – für die Menschen, für die Region und für die Umwelt. Die Köchinnen und Köche des Betriebsrestaurants West sind sich dieser Verantwortung bewusst und ergreifen in ihrer täglichen Arbeit zahlreiche Maßnahmen, um zu einer lebenswerten Zukunft unserer Gesellschaft beizutragen. Der nordwester wirft einen Blick in die Küche.

TEXT Lena Lutterbeck FOTOS Thomas Klerv



Durch die Umstellung von Tiefkühlware auf frische Produkte spart das Betriebsrestaurant West im Jahr allein ca. 34 Tonnen CO<sub>2</sub> ein.

Nach einer Analyse der Tellerrückläufe hat das Betriebsrestaurant entschieden, die Portionen bei Rind- und Schweinefleisch um 10 Gramm pro Portion zu verkleinern. Das spart konzernweit circa 9 Tonnen CO<sub>2</sub> und 5 Millionen Liter Wasser ein.



Ville Lammi (l.) und Rene Köcher (r.) treiben das Thema Nachhaltige Verpflegung im Betriebsrestaurant voran.

**„Aktuell sind wir im Dialog mit unseren Lieferanten und prüfen, welche Möglichkeiten sich bieten, um uns im Bereich Bio und Fair Trade noch besser aufzustellen.“**

[Ville Lammi | Leiter des Betriebsrestaurants West]

Wir nehmen das Thema nachhaltige Verpflegung sehr ernst und streben viele Veränderungen in diesem Bereich an, um ökologischen, sozialen und ökonomischen Aspekten gerecht zu werden. Doch das ist nicht von heute auf morgen getan – es ist ein stetiger Prozess“, sagt Ville Lammi, Leiter des Betriebsrestaurants West. Auf diesem Weg hat das Team vor Kurzem eine wichtige Etappe erreicht, denn sie haben die Zertifizierung „Nachhaltige Gastronomie“ vom Verein Greentable e.V. erhalten. Das ist ein gemeinnütziger Verein, der sich für mehr Nachhaltigkeit in der Gastronomie einsetzt und mehrfach durch den deutschen Nachhaltigkeitsrat ausgezeichnet wurde. Zusätzlich strebt das Betriebsrestaurant an, das bereits vorhandene „Job&Fit“-Siegel mit dem Zusatzzertifikat „Nachhaltige Verpflegung“ von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) zu erweitern – aktuell läuft die Überprüfung. Um diese Ziele zu erreichen, muss das Betriebsrestaurant verschiedene Kriterien erfüllen und setzt bereits viele Maßnahmen um.

**Vermeidung von Abfällen** | Das Betriebsrestaurant achtet vermehrt darauf, die Abfälle so gering wie möglich zu halten und unnötige Abfälle zu verhindern. Um das zu erreichen, verzichtet das Küchenteam unter anderem auf vermeidbare Umverpackungen, setzt in der Produktion möglichst große Gebinde ein und hat in der Gemeinschaftsverpflegung Selbstbedienungskonzepte eingeführt, wodurch Abfälle durch kleine

Portionsverpackungen vermieden werden. Darüber hinaus garen die Köche zunächst nur einen Teil der kalkulierten Speisen vor. Der restliche Teil wird nach Bedarf während der Ausgabezeit nachgekocht – dadurch werden im Jahr viele Tonnen an unnötigen Lebensmittelabfällen gespart. Der organische Abfall wird in einer Biogasanlage verwertet.

**Nachhaltiger Einkauf** | Das Betriebsrestaurant achtet auf kurze Lieferketten und Anfahrtswege und eine gut geplante Logistik. Dadurch wird nicht nur die Umwelt entlastet, sondern auch kleinere, ortsansässige Betriebe werden unterstützt und die Region gestärkt.

Die Gemeinschaftsverpflegung des Betriebsrestaurants hat in den letzten Jahren bereits viele Dinge optimiert, um eine nachhaltige Versorgung zu gewährleisten. Doch nach wie vor strebt das Küchenteam weitere Verbesserungen und Maßnahmen an. „Aktuell sind wir im Dialog mit unseren Lieferanten und prüfen, welche Möglichkeiten sich bieten, um uns im Bereich Bio und Fair Trade noch besser aufzustellen. Für die angestrebten Zertifizierungen prüfen wir, welche Maßnahmen wir noch ergreifen müssen, um diese zu erreichen. Wir verfolgen das Ziel, auch weiterhin unsere Bemühungen fortzusetzen und immer ein Stück nachhaltiger zu werden“, sagt Ville Lammi. Auch die Mitarbeiter und Besucher des Betriebsrestaurants haben jederzeit die Möglichkeit, dem Betriebsrestaurant Feedback zu geben und sie mit Anregungen zu unterstützen. ■



Der Lieferant für Fisch und Meeresfrüchte ist Deutsche See. Dieser Anbieter vertreibt Waren aus nachhaltigem Fischfang mit dem MSC-Siegel, mit dem umweltgerechtes und verantwortungsvolles Fischereimanagement belohnt wird. Das Unternehmen wurde 2010 mit dem deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet.



Die Milchprodukte wie Kuhmilch oder Joghurt bezieht das Betriebsrestaurant vom Milchhof Große-Kintrup direkt aus Münster. | Die Eier stammen vom Wolbecker Mühlenhof Beitelhoff – ein früherer Mühlenbetrieb, der mittlerweile zu den wichtigsten Produktions- und Handelsbetrieben für Eier- und Geflügelspezialitäten im Münsterland gehört. | Auch bei den Gewürzen achtet das Betriebsrestaurant auf einen nachhaltigen Einkauf. Seit 2019 bezieht es diese über den Bio-Anbieter Lebensbaum, der nachhaltig wirtschaftet und qualitativ hochwertige und geschmackvolle Produkte herstellt.



Um täglich frisches Obst und Gemüse kümmert sich Manns Frischесervice. Der Lieferant bezieht saisonales und regionales Gemüse, sodass die Landwirte vor Ort unterstützt werden und die Umwelt geschont wird.



# Wegbegleiter

Rund 500 Nachwuchs-Schutzen gel sind aktuell im Konzern in der Ausbildung. Ob Ausbildung oder duales Studium, ob Versicherungswesen, Wirtschaftsinformatik, Büromanagement, Marketing oder Koch: Die Möglichkeiten im Konzern sind vielfältig. Hinter diesem Konzept stecken jede Menge helfende Hände – unter anderem natürlich die Ausbilder selber. Die Ausbilderinnen und Ausbilder begleiten die Azubis auf ihrem Weg durch den Konzern. Zwei von ihnen trafen wir zu einem Interview. Frank Schoo absolvierte selbst seine Ausbildung bei der Provinzial und ist Ausbilder im Vertragsservice Münster. Annika Anders ist ebenfalls ehemalige Auszubildende der Provinzial und begleitet nun Azubis im Schadenmanagement Kiel.

TEXT Lina Meyer FOTOS Lena Lutterbeck, privat (v.l.)



## Interview mit

..... FRANK SCHOO .....

**W**arum haben Sie sich dazu entschieden, Ausbilder zu werden? | Ich bin bereits seit 1991 bei der Provinzial und direkt nach der Ausbildung in den Bereich Haftpflicht gekommen. Dort arbeitete ich schon als Ausbilder, was mir super gefallen hat. Mein bisheriger Werdegang war durch viele Projekte geprägt. Nach 27 Jahren hatte ich für mich das Gefühl, dass eine Veränderung notwendig ist. Dann sah ich die Ausschreibung und dachte sofort: „Das ist was für mich!“. Entweder mache ich es jetzt oder nie. Die Stelle sprach mich direkt an, da es eine Kombination aus meiner Heimatsparte und Wissensvermittlung war. Ich wollte mich auf was Neues und was Spannendes einlassen, aber mit einer gewissen Sicherheit.



**Welche Vorgaben mussten Sie erfüllen?** | Ich hatte mich als Ausbilder in Haftpflicht beworben, somit war die Fachlichkeit gegeben. Es kamen Aufgaben wie Schulungen durchführen, Gespräche mit Azubis oder Schulungen koordinieren und erstellen hinzu. All das wurde aber durch die anderen hervorragenden Ausbilder kompetent begleitet und somit kam ich in das ganze Thema schnell rein.

**Was macht die Aufgabe für Sie so interessant?** | Die Arbeit mit den jungen Menschen gefällt mir sehr und die Kollegen sind toll. Dadurch, dass die Azubis, die wir hier begleiten, immer wieder wechseln, kommen auch immer wieder neue und spannende Herausforderungen und der bisherige „Alltagstrott“ ist Geschichte. Sehr wichtig für mich ist es, mein Wissen mit Begeisterung weiterzugeben und zu vermitteln, damit die Azubis viel mitnehmen und sie den Abschnitt mit einem guten Gefühl verlassen.

**Was ist Ihr persönliches Highlight aus Ihrer bisherigen Zeit als Ausbilder?** | Die ersten Außendienst-Schulungen waren echt eine Herausforderung. Vor allem, da ich die Schulung komplett alleine durchgeführt habe. Der mich begleitende Trainer wurde damals in der Nacht zuvor Vater. Auch diesen Sprung in das kalte Wasser habe ich gut überstanden und bin daran gewachsen. Positiv finde ich auch, dass bei der heutigen Ausbildung sehr viel mit den Azubis außerhalb der Provinzial gemacht wird (Innovations Projekt, Soziale Projekte, Elternnachmittag etc.), somit entstehen auch gute Kontakte mit ihnen.

**Seit Anfang März hat Corona auch uns fest im Griff – wie betreuen Sie Ihre Azubis in dieser Zeit?** | Das läuft ausgezeichnet. Wir haben derzeit keine Azubis im ersten Lehrjahr und alle Azubis, die bei uns im Bereich sind, machen Homeoffice und derzeit einen Tag in der Direktion. Wir haben sie gut vorbereitet, mit den sehr guten technischen Gegebenheiten (Mail, Sametime, Telefon) ist das kein Problem. Ich vermisste aber den persönlichen Kontakt in der Direktion. ■

## Interview mit

..... ANNIKA ANDERS .....

**W**arum haben Sie sich dazu entschieden, Ausbilderin zu werden? | Ich entschied mich für den Job als Ausbilderin, weil ich meine Erfahrungen weitergeben möchte. In meiner eigenen Ausbildung habe ich sehr viel gelernt, mich persönlich weiterentwickelt und hatte selbst tolle Ausbilder. Die Ausbildung bedeutet für mich nicht nur die Vermittlung von Fachwissen, sondern auch von Kompetenzen. Ich möchte für die Auszubildenden eine Wegbegleiterin sein und ihnen auch die Chance geben, sich zu entwickeln.

**Welche Vorgaben mussten Sie erfüllen?** | Der Ausbilderschein war für die Bewerbung erforderlich. Vorab gibt es keine Schulungen. Jedoch finden zahlreiche Schulungen statt, wenn man benannter Ausbilder ist. Diese sind sehr abwechslungsreich und hilfreich. Auch hier bekommt man die Chance, sich stetig fortzubilden und Erfahrungen zu sammeln.

**Was macht die Aufgabe für Sie so interessant?** | Es bietet Abwechslung, viele Möglichkeiten und ist eine Chance, Verantwortung zu übernehmen. Es finden auch standortübergreifende Projekte und regelmäßiger Austausch mit den Kollegen in Hamburg und Münster statt. Man bekommt die Möglichkeit, in Projekten und Prozessen mitzuarbeiten. Man arbeitet eng mit den Azubis und auch mit der Personalabteilung zusammen.

**Was ist Ihr persönliches Highlight aus Ihrer bisherigen Zeit als Ausbilderin?** | Die schönen Momente sind die positiven Feedbacks der Auszubildenden. Es spiegelt sich in diesen Gesprächen wider, dass man es schafft, seine Erfahrungen weiterzugeben. Es sind die offenen, kritischen und ehrlichen Gespräche mit ihnen, die einem zeigen, dass es eine sehr wichtige und verantwortungsvolle Aufgabe ist – in vielen Hinsichten. Es ist schön zu sehen, wie über den Ausbildungsabschnitt eine Weiterentwicklung stattfindet.

**Seit Anfang März hat Corona auch uns fest im Griff – wie betreuen Sie Ihre Azubis in dieser Zeit?** | Wir haben in der Zeit die Chance des Homeoffice genutzt. Durch die gute Vernetzung durch Sametime, Telefon und WebKo war das problemlos möglich. ■



# Herzensgut

Eine Stammzellenspende kann einem Leukämiepatienten das Leben retten.

Die Spende erfolgt meist über Stammzellen aus dem Blut des Spenders, so wie bereits bei einigen Provinzialern, darunter zuletzt Mareike Schwegmann und Alexander Biefel.

TEXT Doris Röckinghausen FOTOS Thomas Klerx

**S**oll ich ein Foto von Dir machen?“ hatte die Krankenschwester Alexander Biefel (Personalservices/Technik) gefragt, als er Ende Mai im DKMS-Zentrum in Köln mit beiden Armen an die Filteranlage angeschlossen und schachmatt gesetzt war. „Die Atmosphäre war von Anfang an locker und ich habe mich dort gut und sicher aufgehoben gefühlt“, beschreibt er die Zeit an der Maschine. „Dass die Zeitspanne für die Spende von zwei bis fünf Stunden voll ausgeschöpft wurde, lag daran, dass die Medikamente zur Steigerung der Stammzellenproduktion bei mir nicht voll angeschlagen haben. Aber auch das war dank ausgezeichneter Filme und guter Gespräche kein Problem.“

Er sei an dem Tag mit 47 Jahren der mit Abstand älteste Spender gewesen, wundert er sich. „Die meisten waren deutlich jünger als 30 Jahre“, schätzt Alexander Biefel und freut sich, dass sich nun auch sein 17-jähriger Sohn typisieren lassen möchte. Viele Menschen scheutn seiner Ansicht nach vielleicht vor einer Spende zurück, weil sie annehmen, das Mark würde einem Knochen entnommen. Das sei aber nur noch ganz selten der Fall.

**Ganze Azubi-Gruppe ließ sich typisieren** | Mareike Schwegmann (Sach/Schadenmanagement) gehört zu den jüngeren Spendern. Zusammen mit ihrer Azubi-Gruppe hatte sich die damalige Auszubildende im Rahmen einer Typisie-



Die Provinzialer Alexander Biefel und Mareike Schwegmann haben mit Erfolg Stammzellen gespendet.

rungsaktion in der Provinzial Ende 2018 bei der DKMS gemeinnützige GmbH (ehemalige Deutsche Knochenmarkspenderdatei) registrieren lassen. Sie hatten an dem Infogespräch der DKMS teilgenommen: „Wir bekamen jeweils zwei Wattestäbchen, mit dem wir den Mundinnenraum eine Minute entlangfahren sollten, und das war es dann auch schon. Ein paar Tage später erhielt ich den Bescheid, dass ich registriert bin.“

Die Suche nach den passenden Stammzellen gleicht der Suche nach der Nadel im Heuhaufen. Kurz vor Weihnachten 2019 erhielt Mareike Schwegmann telefonisch die Nachricht der DKMS, dass ihre Werte mit denen eines Krebspatienten weitestgehend übereinstimmen und sie somit als Spenderin in Frage kommt. Nach einer weiteren Bestätigung der gesundheitlichen Daten durch ihren Hausarzt kam ein paar Wochen später Ende März die Information, dass ihre Werte tatsächlich zu den gesuchten passen und die Spende im April stattfinden soll.

**Nervosität schnell gewichen** | „Nach einer umfangreichen Voruntersuchung mit einem großem Blutbild und Ultraschall in Köln bekam ich Spritzen mit nach Hause. Damit mein Körper möglichst viele Stammzellen produzieren konnte, begann ich fünf Tage vor dem festgesetzten Spendentermin, mir morgens und abends jeweils eine Spritze in den Bauch zu setzen. Bei der ersten Spritze war meine Mutter dabei, denn ich war ehrlich gesagt ziemlich nervös. Es hat gut geklappt und war dann kein Problem mehr. Die Nebenwirkungen beschränkten sich bei mir auf Rückenschmerzen an den ersten beiden Tagen. Aber das hatten die Ärzte vorausgesagt und mir dafür Schmerzmittel mitgegeben.“

Die letzte Spritze setzte sich die 21-Jährige am Montagmorgen, zwei Stunden vor der Spende. Zusammen mit ihrer Schwester war sie bereits am Sonntag nach Köln gereist. Für eine zusätzliche Begleitperson bezahlt die DKMS sowohl die Hotelübernachtung als auch das Frühstück. Bei der eigentlichen Entnahme war sie dann aber doch auf sich allein gestellt, da Begleitpersonen in Corona-Zeiten nicht zugelassen sind. Das war aber okay für sie: „Die Leute dort sind super nett und waren immer zur Stelle – auch wenn ich zum Beispiel beim Tablet die Seite wechseln wollte. Die Entnahme tat nicht weh, das einzige Lästige war der Mundschutz, den ich die ganze Zeit tragen musste.“

Weil sie sich nach ebenfalls fünf Stunden an den Maschinen schlapp und müde fühlte, nutzten die beiden Schwestern die Möglichkeit, eine weitere Nacht im Hotel zu bleiben. „Am

nächsten Morgen erst habe ich richtig realisiert, dass ich tatsächlich jemandem meine Stammzellen gespendet habe. Und wirklich stolz und glücklich bin ich, seitdem ich erfahren habe, wem ich vielleicht das Leben gerettet habe – es ist eine männliche Person, über 30 Jahre, wohnhaft in Deutschland.“

**DKMS – Professionell und wertschätzend** | Auch Alexander Biefel weiß inzwischen Genaueres zum Empfänger: „Es ist ein Mann in Belgien. Nach einem Jahr erfahre ich, ob er mit meinem Knochenmark gesund geworden ist, so sieht es das belgische Gesetz vor.“ Beeindruckt hat den Personalier die durchgängig professionelle wertschätzende Arbeit der DKMS: „Damit das kostbare Gut möglichst sicher und zügig die Empfänger erreicht, machen sich Mitarbeiter der DKMS damit auf den Weg und liefern es persönlich bei den behandelnden Ärzten ab – egal, ob in Los Angeles, Singapur oder in Brüssel.“

Wenn alles gut geht, dürfen die beiden Kollegen irgendwann Kontakt zu den hoffentlich gesunden Leukämiepatienten aufnehmen – zunächst anonym und, wenn beide Seiten das möchten, auch persönlich. Beiden liegt am Herzen, dass viele weitere Kolleginnen und Kollegen in der Provinzial motiviert werden, sich registrieren zu lassen. Bei der Stammzellenspende ist es wichtig, dass möglichst viele Gewebemarkale übereinstimmen, um Abstoßungsreaktionen zu vermeiden. Und nur etwa 30 Prozent der Blutkrebspatienten finden innerhalb der Familie einen geeigneten Spender. „Mit einer Stammzellenspende ist es so einfach, ein Leben zu retten“, betont Mareike Schwegmann und ihr Lächeln zeigt, dass diese Vorstellung sie nach wie vor glücklich macht. ■

## PROVINZIAL UNTERSTÜTZT DKMS

In der Personalabteilung der Provinzial laufen die Fäden zusammen. In der Vergangenheit haben an den verschiedenen Konzernstandorten immer mal wieder Kolleginnen und Kollegen Stammzellen gespendet. Die Provinzial stellt die Mitarbeiter grundsätzlich für die Stammzelltransplantation frei – einen Tag für die Voruntersuchung, zwei Tage für die Entnahme. Der Arbeitgeber kann sich die Lohnfortzahlung von der DKMS erstatten lassen. Darauf verzichtet die Provinzial aber komplett und unterstützt so die eigenen Mitarbeiter und die DKMS in ihrem Bemühen, Leben zu retten.

➔ [www.dkms.de](http://www.dkms.de)



# Trend Homecooking

Abstandsregeln, Hygienevorschriften, Maskenpflicht, Schließung von Bildungseinrichtungen im Reise-, Sport- und Freizeitbereich: Denken wir an Corona, kommen uns oft erst die negativen Auswirkungen für Gesundheit, Wirtschaft, Gesellschaft und für uns persönlich in den Sinn. Aber jede Krise birgt auch Chancen und kann Dinge zum Positiven verändern. Die Digitalisierung hat einen ordentlichen Schub bekommen, Unternehmen haben neue Geschäftsmodelle für sich entdeckt, es war mal Zeit den Keller aufzuräumen, wir sind ein wenig solidarischer geworden ... und stehen wieder mehr am Herd. TEXT Magdalena Edich FOTO Lena Lutterbeck



**ZUTÄTEN**  
(für 2 Personen)  
250 g Gnocchi  
Pfeffer / Salz  
1/2 Zwiebel  
1/2 Zucchini  
150 g Kirschtomaten  
250 g Champignons  
1/2 EL Rapsöl  
75 g Ziegenfrischkäse  
1/4 Bund Schnittlauch

## VEGETARISCHE GNOCCHI-PFANNE MIT BUNTEM GEMÜSE – SO GEHT'S:

Gnocchi nach Packungsanweisung in Salzwasser zubereiten und gut abtropfen lassen. Zwiebel schälen und klein schneiden. Zucchini waschen und in Würfel schneiden. Kirschtomaten und Champignons waschen und beziehungsweise putzen und vierteln. Öl in einer Pfanne erhitzen und Zwiebel, Zucchini und Champignons anschwitzen. Gnocchi und Kirschtomaten zufügen und dann den Frischkäse unterrühren. Mit Salz und Pfeffer würzen. Schnittlauch waschen, trocken schütteln, in Röllchen schneiden und über die Gnocchi-Pfanne streuen.

## DO-IT-YOURSELF ..... statt Pizza-Dienst

### WAS ESSE ICH?

Für viele, vor allem Berufstätige, gehören Kantinenessen, Fast Food, Fertiggerichte oder Restaurantbesuche zu den gängigen Mitteln der Essensbeschaffung. Dann kam Corona, die Betriebskantinen mussten schließen, genauso wie die Imbisse und Restaurants. Logische Konsequenz: mehr selber kochen. Für manch einen mag das eine Herausforderung gewesen sein. Wie kann ich aus wenigen einfachen Zutaten schnell eine leckere Mahlzeit zubereiten? Und gerne darf es auch gesund sein. Zu Anfang vielleicht gar nicht so leicht umzusetzen, denn wir erinnern uns an leere Regale: Mehl, Zucker, Nudeln und Hefe – schon lange nicht mehr gesehen. Wie gut, dass uns die Medien zu Hilfe kamen und vermehrt Rezepte für die schnelle Umsetzung im Alltag boten.

*Do it yourself – auch beim Kochen eine gute Alternative.*

Probleme erfordern kreative Lösungen. Und so hat der ein oder andere vielleicht gerade den Spaß am Kochen für sich entdeckt. Aus dem im Mai 2020 veröffentlichten Ernährungsreport des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft\* geht hervor, dass zu Corona-Zeiten

30 Prozent der Befragten öfter als vor der Krise selbst Speisen zubereiten. So essen auch 28 Prozent häufiger gemeinsam mit den Mitgliedern ihres Haushalts und 21 Prozent kochen sogar häufiger gemeinsam. Diese positive Entwicklung ist überraschend, hätte man zunächst doch meinen können, dass Lieferdienste in der Krise einen wahren Boom erleben. Allerdings geben nur 8 Prozent der Befragten an, diesen Service häufiger als zuvor in Anspruch zu nehmen. Ein weiterer positiver Effekt der Pandemie ist die gestiegene Bedeutung der Landwirtschaft und damit die gewachsene Wertschätzung für die regionale Erzeugung von Lebensmitteln – das sagen 39 Prozent der Befragten, und zwar besonders Jugendliche und junge Erwachsene.

## EIN CORONA-TREND ..... der *hoffentlich lange hält*

Dass sich Homecooking auch nach Corona als positiver Trend in unserem Alltag hält, hofft auch Oliver Windau aus unserem Provinzial Betriebsrestaurant in Münster: „Es ist gar nicht so schwer, sich zu Hause eine leckere und gesunde Mahlzeit zuzubereiten – auch in kurzer Zeit. Nur Mut, mal was Neues auszuprobieren und je öfter man zu Hause vor dem Herd steht, desto schneller wird es zur Gewohnheit und zu einem schönen Alltagsritual. Außerdem profitiert so die ganze Familie.“ Mit einem freundlichen Gruß aus der Küche hat uns Lina Wippermann, Auszubildende zur Köchin aus dem 2. Lehrjahr, noch ein einfaches, leckeres und gesundes Gericht verraten (s.l.).

*Viel Spaß beim Nachkochen!*



### 6 TIPPS FÜR HOMECOOKING

**01** **Mit Grundnahrungsmitteln experimentieren** | Kartoffeln immer nur zu kochen, kann auf Dauer langweilig werden. Püree, Wedges, Bratkartoffeln, Gratin, Puffer, Klöße: Durch unterschiedliche Zubereitungsarten bleibt ein und dasselbe Produkt spannend.

**02** **Frisches Gemüse so oft wie möglich verwenden** | Wer sich mit gesunden Lebensmitteln ernährt statt mit Fast Food, verspürt weniger Drang zum Naschen.

**03** **Gerichte in größeren Mengen herstellen** | ... und am nächsten Tag noch einmal essen oder für einen anderen Tag einfrieren. Das spart Zeit.

**04** **Kinder mit einbeziehen** | Durch das Erlernen von Koch- und Backgrundlagen können Kinder kulinarische Künste besser wertschätzen und sind beim Essen selber weniger wählerisch. Je mehr sie in den Kochprozess einbezogen werden, desto eher werden sie neue Lebensmittel ausprobieren.

**05** **Inspiration aus den Medien holen** | Kochbücher, Webseiten und Apps haben sich gerade in Corona-Zeiten oft auf schnelle Rezepte spezialisiert.

**06** **Kochen als therapeutisches oder meditatives Mittel verstehen** | Die Konzentration auf ein Rezept kann Sorgen oder Ängste in den Hintergrund treten lassen. Stress wird reduziert. Durch den Gebrauch aller fünf Sinne ist man wirklich im Hier und Jetzt.

\*Das Meinungsforschungsinstitut ifsoa befragte im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) von Dezember 2019 bis Januar 2020 rund 1.000 Bundesbürgerinnen und -bürger ab 14 Jahren telefonisch zu ihren Ess- und Einkaufsgewohnheiten. Zusätzlich fand im April 2020 eine weitere repräsentative Befragung von 1.000 Personen statt, in der der Einfluss der Corona-Krise auf ihr Einkaufs-, Koch- und Essverhalten erhoben wurde.

© Zamurovic - Adobe Stock/Strandperle

# Sommer 2020

... RAUS UND MACHEN



Fahrradfahren, draußen essen und Sterne gucken. Das Motto in 2020 lautet: Runter vom Sofa und ab nach draußen, in die Natur vor der Haustür. Von wegen Langeweile! In diesem Sommer nehmen auch die Provinzialerinnen und Provinziale besonders die heimische Region ins Visier, wie unsere Blitzumfrage unter den Azubis des ersten Lehrjahres ergab.

Radtour durch die heimische Natur mit Familie und Freunden, sommerliche Getränke und Picknick am Wasser.  
[Fabian Pels | Heiden]

Kanutour auf Lippe, Ems und Möhnesee.  
[Hendrik Goldstein | Lippetal]

Geplante Reiseziele mit landestypischen Spezialitäten und Getränken in den eigenen Garten holen, dazu typische Musik und Dekoration.  
[Hannah Weber | Greven]

Bei uns gibt es so viele Obstplantagen, wo man herrlich alleine, zu zweit oder mit mehreren Leuten (auch für kleine Kinder geeignet) die leckersten Beeren pflücken kann, von Erd- über Him- bis zu Blaubeeren.  
[Hasan Ahmad | Kiel]

Einen Reiseführer kaufen, in den Sightseeing-Bus setzen und die heimatliche Stadt neu und vielleicht ganz anders kennenlernen.  
[Lea Tönnies | Schwentinental]

Bollerwagentour durch zum Beispiel die Boomberge zum Pizza- und Nudelstand. Mit Getränken und Musikbox im Bollerwagen machen die insgesamt zehn Kilometer richtig Laune.  
[Kiara Specht | Harsewinkel]



© JobRad

## → AUF INS MIKROABENTEUER

Wer den Adrenalinspiegel anheizen möchte, organisiert sich ein sogenanntes Mikroabenteuer oder stürzt sich unter Anleitung von zum Beispiel Christo Foerster hinein. Der Motivationscoach verpasst der neuen Lust am Draußensein den besonderen Kick: „Abenteuer ist eine Sache der eigenen Einstellung und beginnt mit dem Verlassen der eigenen Komfortzone. Ihr braucht dazu weder Geld noch Urlaubstage, nur die Lust, Neues zu entdecken. Herausforderungen können dabei sein, einen Fluss zu durchqueren, unter freiem Himmel Essen zuzubereiten oder ohne Zelt zu übernachten“, sagt er und stellt klar: „Entscheidend ist der Weg, aber ein Wanderausflug allein ist noch kein Abenteuer.“

Seine Outdoor-Erlebnisse funktionieren allesamt ohne Anreise und mit mindestens einer Übernachtung im Freien. Die Teilnehmer, ob allein, zu zweit oder als Gruppchen, machen sich freitags von zuhause aus auf den Weg. Zwischendurch holen sie den Coach aufs Handy, um weitere Aufgaben zu hören, wie zum Beispiel baut ein Floss, findet verlassene Orte, bereitet euren Tee aus Wald- und Wiesenkräutern. „Da kann es passieren, dass der Schlamm aus dem Fluss als Sonnencremehersatz herhalten muss, ein Dauerregen zum Campieren unter der Brücke zwingt oder aber, dass du beim Aufwachen als erstes den glitzernden Tautropfen am Grashalm erblickst. Jede Herausforderung ist willkommen und jedes Erfolgserlebnis macht glücklich“, sagt Buchautor Foerster unter anderem im Podcast „Frei raus“. ■

→ [www.christofoerster.com](http://www.christofoerster.com)



© Fabian (l.) und Jo Graetz (r.) - Adobe Stock/Strandperle

## → BUNTES KINDERFERIENPROGRAMM



Mikroabenteuer erleben auch die Provinzial-Minis beim Kinderferienprogramm. Nina Bauer und Katharina Hunze aus der Abteilung Personalentwicklung haben im Rahmen der Vereinbarkeit von Beruf und Familie ein buntes Angebot auf die Beine gestellt, in dem jede Menge Spaß und Spannung steckt. Nina Bauer erläutert: „Um die Gesundheit aller Kinder zu gewährleisten, hat jeder Ferienanbieter individuelle Hygienekonzepte entwickelt. Vor allem die Reitferien auf den Ponyhöfen sowie die Segelkurse auf dem Münsteraner Aasee sind bei den Kindern sehr beliebt, genauso wie Musical-Workshops und Naturerlebnisse, zum Beispiel das Tipi-Camp.“ ■ TEXTE Doris Röckinghausen

© Personalbericht 2018 / Seite 32



# Alles Gute :)



Für eine Folge von Provinzial TV stand Susanne Lindemann (li.) anlässlich des 100-jährigen Jubiläums des Lebensversicherers im Norden 2018 vor der Kamera. FOTO Provinzial. | Anfang März interessierter Besucher der Kunstaustellung im Foyer in Kiel: Hans-Jürgen Theede (o.). FOTO Pat Scheidemann

Alle seit März in Ruhestand oder Langzeiturlaub gegangenen Provinziale erhalten im kommenden Jahr eine Einladung zum Betriebsfest und haben dann die Gelegenheit, einander und die noch aktiven Kolleginnen und Kollegen doch noch einmal in großer Runde zu sehen.

„Ich war überwältigt, wer alles an mich gedacht hat. Da flossen auch ein paar Tränen“, erinnert sich Susanne Lindemann. An ihrem letzten Bürotag im Mai kamen viele Weggefährten – jeweils einzeln – vorbei, um Tschüss zu sagen – unter Wahrung der Abstandsregeln. Ihr erging es wie anderen frischgebackenen Ruheständlern auch. Statt größerer Feiern hieß es leise in den Ruhestand verabschieden.



**„Die Arbeit in der Vertriebsunterstützung hat mir immer sehr gelegen.“**

[Susanne Lindemann]

**A**m 01.08.1972 hatte **Susanne Lindemann** noch am alten Unternehmenssitz, dem „ersten Hochhaus“ in Kiel, angefangen, nach einem Kurzschuljahr, das es damals noch gab. Die vergleichsweise gute Bezahlung („Ein Mitschüler hatte bereits einen Ausbildungsvertrag bei einem anderen Versicherer in der Tasche und erzählte mir, dass er 350 Mark bekommt“) motivierte. Doch auch die Aufgaben gefielen ihr schnell. „Ich war durchgängig in der Vertriebsunterstützung tätig und das hat mir immer sehr gelegen.“

Als „Leben“-Allrounderin wird sie Generationen von Provinzialern in Erinnerung bleiben. Auf ihre Expertise als Altersvorsorge-Beraterin – auch bei hausinternen Infoveranstaltungen war stets Verlass.

Auf den Ruhestand mit 63 Jahren freut sie sich. „Mein Mann ist schon seit elf Jahren in Rente und wegen des Homeoffice hat er mich plötzlich dauernd gesehen. Diesen Eingewöhnungsprozess habe ich schon mal erfolgreich geschafft“, lacht sie. Neben gemeinsamen Reisen innerhalb Deutschlands und Skandinaviens wird sie ihrem Hobby Tennis spielen weiter intensiv nachgehen und sich noch ein Ehrenamt zulegen.

**D**ie Begeisterung für den Sport teilt der gleichaltrige **Hans-Jürgen Theede**. Für ihn gingen Ende März 44 Jahre bei der Provinzial – nur unterbrochen durch ein Studium der Versicherungsbetriebswirtschaft – in Köln zu Ende. Familiär war er „vorbelastet.“ „Mein Vater hatte 1936 bei der Landesbrandkasse gelernt, kam nach Kriegsgefangenschaft wieder bei der Provinzial unter und blieb bis zu seinem Ruhestand 1981 der Firma treu. In den 70er Jahren war er Personalratsvorsitzender.“

Schon der erste Job nach der Ausbildung bei der Provinzial brachte Hans-Jürgen Theede mit dem Außendienst in Kontakt – in der damaligen Bezirksdirektion Vertrieb in Bad Oldesloe als Bezirksleiter. Viele interessante Stationen folgten. Unter anderem die Sachgebietsleitung für Marketing und Verkaufsförderung, als Leiter der IT-Koordination und als Projektmanager im Einführungsmanagement für das Projekt ZweiEinhalf. Seine letzte Führungsaufgabe nahm er in der Vertriebsdirektion Nord in Kiel wahr.

Geplant hatte er Abschiedsfeiern sowohl in Kiel als auch in Münster. „Nach den notwendigen Absagen bekam ich sehr

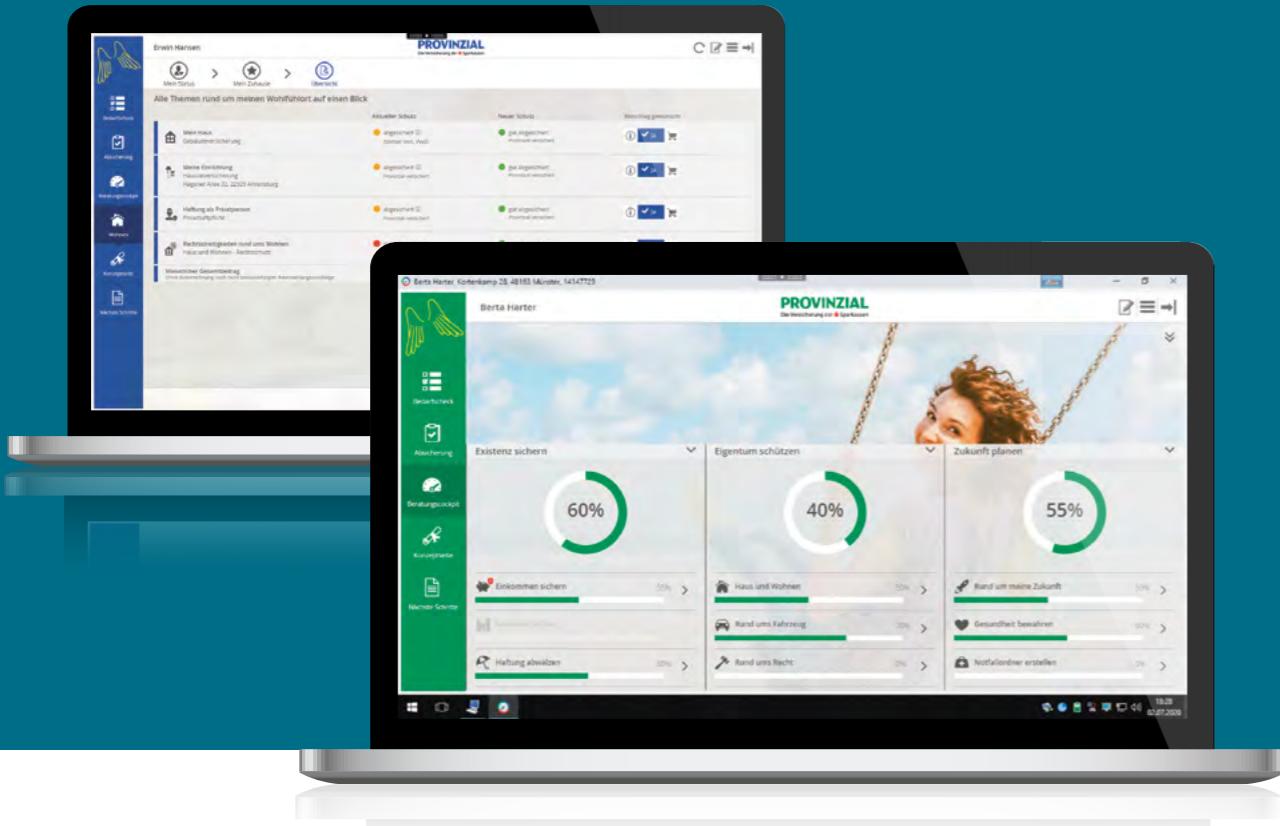
wertschätzende Mails und Briefe. Das hat mich sehr berührt. Schließlich habe ich immer gern für das Unternehmen und mit meinen Kolleginnen und Kollegen zusammengearbeitet“, meint Hans-Jürgen Theede. Mit seiner Frau möchte er mit dem Wohnmobil Europa und „noch einige Länder der Welt“ bereisen sowie ehrenamtlich wie schon seit 2009 für Kieler Oberstufenschüler eine große Berufsmesse organisieren. ■

TEXT Heiko Wischer FOTOS Privat (u.l./u.r.)



**„Ich habe immer gern für das Unternehmen gearbeitet.“**

[Hans-Jürgen Theede]



## ► SCHUTZENGELKOMPASS

# Alles drin

**D**er Schutzenkompass (SEK) ist die ganzheitliche Beratungswelt für Agenturen. Er hat die individuelle Lebenssituation der Kundinnen und Kunden im Blick. Das Beratungs- und Bedarfsanalysetool beinhaltet jetzt auch die Erstellung eines persönlichen Absicherungskonzeptes mit integrierter Preisermittlung.

Der sogenannte Einkaufsprozess wurde im Rahmen von PNWneXt entwickelt. „Der Außendienst kann jetzt direkt aus dem Schutzenkompass für jeden Kunden ein persönliches Absicherungskonzept mit einer integrierten Preisermittlung erstellen“, erläutert Projektleiter Sebastian Narkun. „Über eine IT-Schnittstelle ist der SEK nicht nur mit Prolive, sondern auch mit den Tarifrechnern verbunden“, ergänzt Christoph Bauschke. Er treibt ebenfalls als Projektleiter im Rahmen von PNWneXt die kontinuierliche Weiterentwicklung des Schutzenkompasses voran. Viele neue Themen sind bereits in der Pipeline, wie zum Beispiel die Unterstützung in der täglichen Terminvorbereitung und dem Neuordnungsgeschäft.

Neun Themenfelder und vier Beratungsstrecken stehen aktuell für die Beratung mit dem Schutzenkompass zur Verfügung: Einkommen sichern, Rund um meine Zukunft, Familie schützen sowie Haus und Wohnen. Provinzialverträge werden automatisch mitberücksichtigt. Fremdverträge sind integriert

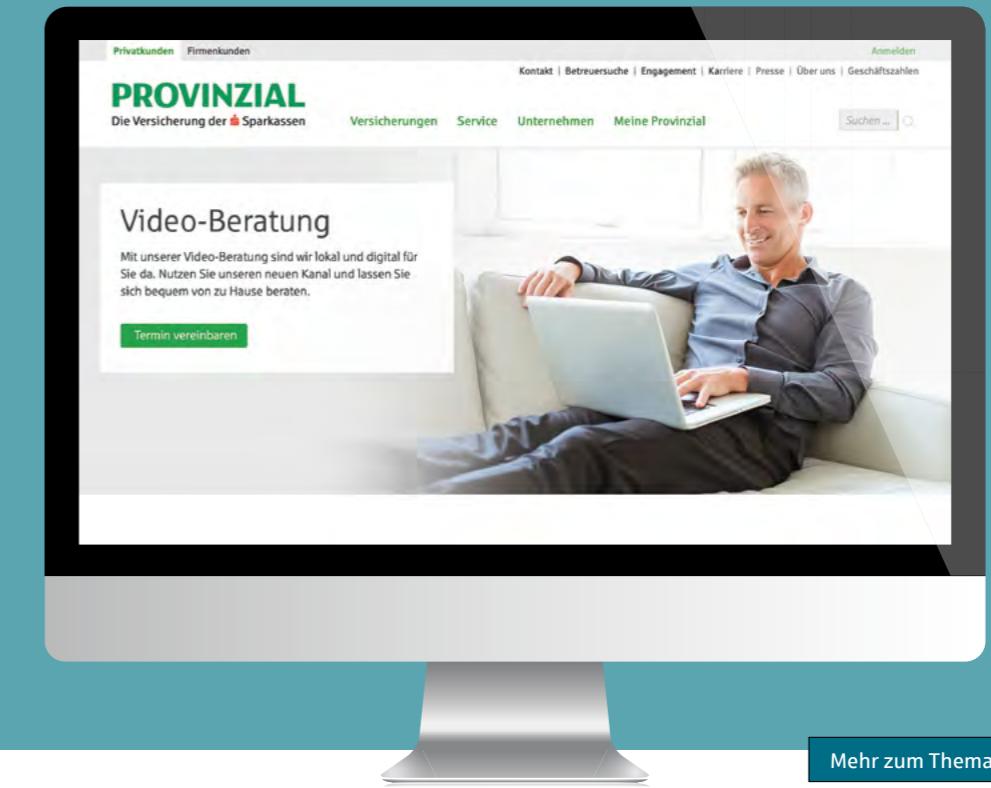
bar und können mit weiteren Informationen hinterlegt werden. Neben dem persönlichen Bedarfscheck und der individuellen Beratung kann der Berater eine Konzeptseite erstellen. Die integrierte Preisermittlung macht die Erstellung kinderleicht.

„Die Konzeptseite ist sehr übersichtlich und praxisnah aufgebaut. Ampelfarben in Haus und Wohnen, Balkengrafiken in Einkommen sichern, Familie schützen und Rund um meine Zukunft, machen die Darstellung anschaulich und leicht zu verstehen“, erklärt Sebastian Narkun. Die Vorschläge können im Laufe eines Beratungsgesprächs schnell und einfach angepasst oder auch komplett ausgetauscht werden. Der Berater oder die Beraterin kann so sehr flexibel auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse eingehen. „Der SEK eignet sich auch gut zur digitalen Beratung per Tablet oder im Rahmen einer Videoberatung“, erläutert Christoph Bauschke. ■

TEXT Annette Bäcker

„Die Konzeptseite ist sehr übersichtlich und praxisnah aufgebaut und der Berater oder die Beraterin kann sehr flexibel auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse eingehen.“

[Sebastian Narkun | Projektleiter]



Mehr zum Thema PIP

## ► VIDEOKOMMUNIKATION UND -BERATUNG

# Skype for Business

**D**igitaler Besuch | Digitale Kommunikations- und Beratungsangebote gewinnen nicht nur in Corona-Zeiten weiter an Bedeutung. Seit April können die Agenturen „Skype for Business“ für eine Videokommunikation und -beratung ihrer Kundinnen und Kunden nutzen.

Die Einführung der Videokommunikation wurde von einem umfangreichen Maßnahmen- und Informationspaket für die Agenturen begleitet. Von Erklärvideos zur Nutzung und Anwendung der Technologie über Gesprächsleitfäden bis hin zu Mustermails für die Kundinnen und Kunden mit den erforderlichen technischen Hinweisen stehen in PIP alle wichtigen Informationen sehr übersichtlich zur Verfügung.

„Wir möchten die Handhabung für unsere Agenturen so komfortabel und einfach wie möglich gestalten“, erläutert Linda Benölken aus der Abteilung Einführungs- und Informationsmanagement Ausschließlichkeit, die den Rollout koordinierte. Die Agenturen haben die Möglichkeit, ihren Bildschirm mit den Kundinnen und Kunden zu teilen und per Video mit ihnen zu telefonieren. Eine Videokommunikation ersetzt natürlich nicht das direkte Gespräch von Mensch zu Mensch. Wenn der Kunde es wünscht und die Zeiten es erfordern, kann ein „digitaler Besuch“ im heimischen Wohnzimmer aber eine geeignete Alternative sein. ■

Der Rollout konnte Ende April sehr schnell erfolgen, da die Grundlagen für die Nutzung einer Videokommunikation bereits im Digitalisierungsprojekt „Videokommunikation“ geprüft und beschrieben worden waren. „Mit der Unterstützung von Kollegen wie Sebastian Beck und Reinhard Haverkamp aus der IT sowie der Abteilung Agenturprozesse konnte das Thema jetzt schnell umgesetzt werden“, erläutert Linda Benölken. Dabei versteht sich die aktuell bereitgestellte Lösung als Übergangsangebot. An einem weiteren Zielbild wird gearbeitet.

„Mittlerweile haben bereits weit über 300 und damit mehr als die Hälfte aller Agenturen die Ausstattung erhalten“, bilanziert Daniela Böseler, Abteilungsleiterin Einführungs- und Informationsmanagement AO.

Die Agenturen können ihre Kundinnen und Kunden aktiv zu einem virtuellen Beratungstermin einladen. Darüber hinaus können sie das Thema Videoberatung als neuen Kommunikationskanal auch umfassend in ihre eigenen Homepages einbinden. Ist der Kunde auf der Homepage seiner Agentur, wird er dann mit wenigen Klicks zu einer Beratungsanfrage geführt. Zum Start des Rollouts wurde auch umfangreicher Content für die Social Media-Kanäle der Agenturen über den Themenpool zur Verfügung gestellt. ■



## @provinzial4u

Wie sind unsere Kundinnen und Kunden in diesen Zeiten unterwegs und auf welchen Kanälen möchten sie kontaktiert werden? Der nordwester fragte vor Ort bei Agenturleiter Karl Günther Redemann aus Harsewinkel nach.

**K**ommunikationskanäle verändern sich, digitale Kontaktangebote werden wichtiger. Wie sieht das bei Ihnen in der Praxis aus? | **Karl Günther Redemann:** Bei der Kontaktaufnahme von Kundenseite gewinnen digitale Kanäle wie Webseiten oder WhatsApp zunehmend an Relevanz. Briefpost und Fax spielen mittlerweile eine nachrangige Rolle. Der Kunde entscheidet, auf welchem Weg er uns kontaktiert. Wir stehen ihm auf seinem Wunschkanal zur Verfügung. Diese Strategie nehmen wir aktiv auf und fragen unsere Kundinnen und Kunden. Wie möchten Sie unsere Dienstleistungen erleben? Wollen Sie bei Bedarf zu uns kommen oder schicken Sie uns WhatsApp Nachrichten? Möchten Sie feste Ansprechpartner, die gezielt und regelmäßig Ihre und unsere Themen begleiten? Wie soll ausschnittlose Beratung für Sie aussehen? Dokumente vorwiegend digital oder sollen wir einen Baum fällen? Egal auf welchem Kanal ein Kontakt erfolgt: Wir fragen immer, nach dem „Warum?“. EVB für den neuen Kombi? Kommt da vielleicht Familienzuwachs ins Haus? Wer zahlt die Kfz-Finanzierung bei langer Krankheit? Jeder Kontakt führt zu einem Netz von Fragen, die wir auf dem Kanal des Kunden stellen.

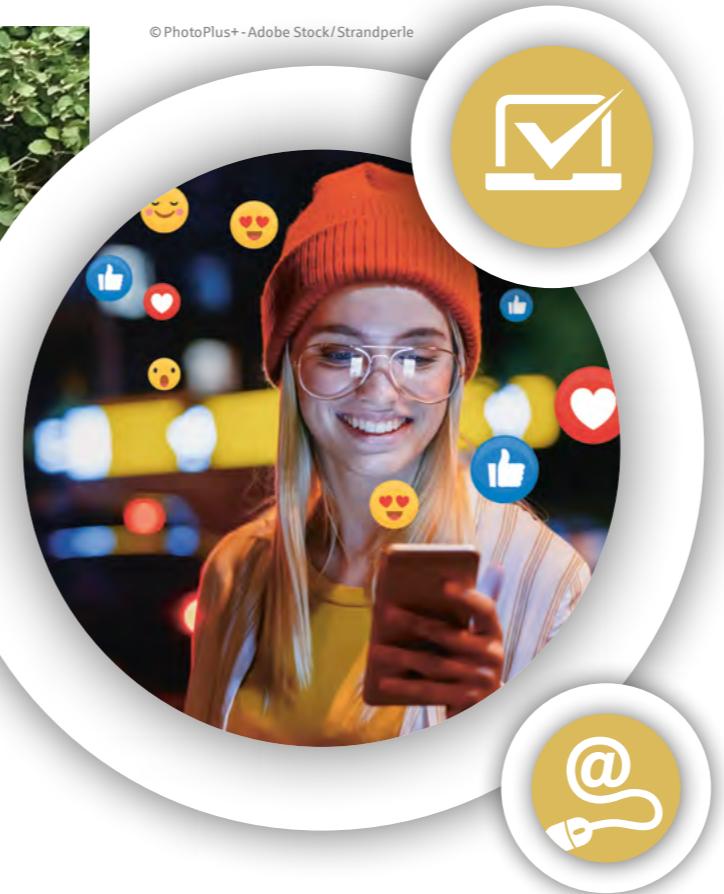
**Lokal und digital: Wie geht das bei Ihnen zusammen?** | **Karl Günther Redemann:** Unsere Kunden möchten unsere Services sehen und spüren. Dieses Spüren machen wir auf unseren

Social Media-Kanälen auch digital erlebbar: Zum Beispiel mit einer virtuellen Fotoreise durch unsere Geschäftsstelle, die über Facebook @provinzial4u oder google angetreten werden kann. Espresso oder Cappuccino gibt es immer, derzeit natürlich mit „Lockdown-Distanz“, bei uns im Büro. Aktuell offerieren wir auf Facebook auch verschiedene Informationsangebote mit Blick auf die Corona-Pandemie:

- ▶ unter #Corona#Selbstständig#Wastun?
- ▶ oder #Corona#KurzarbeitWasnun?

können sich alle Interessierten zu unverbindlichen Beratungsgeträgen anmelden. Social Media, Telefon, Chat, Video? Das Nutzen digitaler Angebote ist für uns überhaupt keine Altersfrage. Von Kundenseite und auch aus familiärer Erfahrung kann ich da klar gegenhalten; fast niemand liebt und nutzt sein iPad so wie meine 84-jährige Schwiegermutter. Sie sagt immer ganz nett: Wie cool, dass mein Telefon immer weiß, wo ihr seid oder ich gerade bin ...

**Nicht nur mit Blick auf Corona ein wichtiges Angebot. Sie beraten Ihre Kundinnen und Kunden auch per Video?** | **Karl Günther Redemann:** Beratung per Video (und natürlich auch per Telefon) gehört – nicht nur in Corona-Zeiten mit den damit verbundenen Lockdowns – zu unserem Angebot. Das Thema Videoberatung haben wir prominent auch auf unserer



Homepage platziert. Wir betreuen deutschlandweit unter anderem ein großes IT-Haus und seine Mitarbeitenden und führen Videoberatungen unter anderem im Bereich der bAV, Gruppenunfall und Dienstreise-KV durch. Mit der jetzigen IT ist das allerdings primär Screensharing mit Videotelefonie. Das muss sich zügig entwickeln, da die Provinzial bei diesem Thema aktuell noch eher per Traktor und nicht mit dem Porsche unterwegs ist.

**Im Rahmen ihrer Beratungen nutzen Sie den Schutzenkelkompass (SEK)?** | **Karl Günther Redemann:** Jeder im Team, also Telefonie, Empfang und Beratung nutzt bei uns den SEK. Er ist optimal für eine ganzheitliche Kundenbetreuung geeignet, in der jeder im Team seine Rolle gefunden hat. Und: Über unseren Facebook-Kanal @provinzial4u kann sich jeder ganz gezielt zu verschiedenen Angeboten anmelden. Die SEK Beratungswelt ist optisch sehr ansprechend und sehr gut für eine digitale Beratung geeignet. Die Performance etwa bei einer Videoberatung per Laptop ist allerdings noch deutlich ausbaufähig.

**Ihre Devise ist also „Konstant ist nur der Wandel“ ... | Karl Günther Redemann:** Auf alle Fälle, die dynamische Entwicklung im Agenturbereich wird sich in den nächsten Jahren beschleunigt fortsetzen. Als uneingeschränkter Optimist macht es immer Sinn, Neues anzugehen und zu entdecken und mit Spaß anzugehen. Frei nach meiner Devise: „Einfach mal anfangen, es könnte gut werden!“ ■

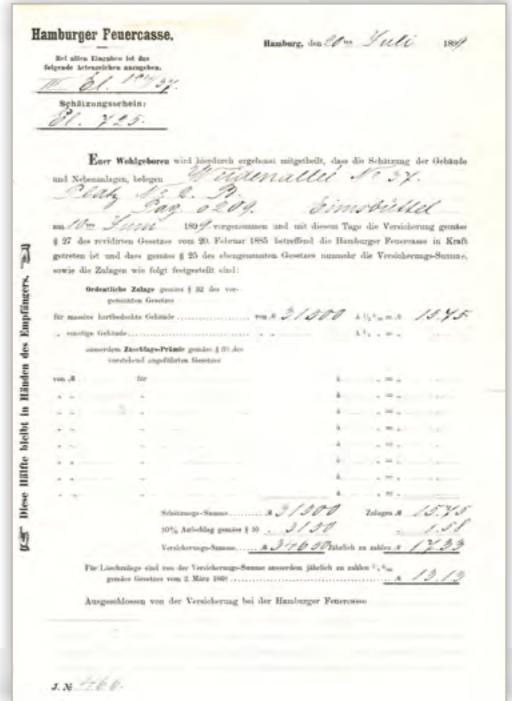
**DAS GESPRÄCH FÜHRTE** Annette Bäcker **FOTO** Provinzial Redemann

## Historische Post

**Hamburg** | So nette Post erreicht einen Versicherer nicht alle Tage: „Beim Sichten alter Brief-Schätze unserer vor 30 Jahren verstorbenen Eltern entdeckten wir einen Brief der ‚Hamburger Feuerkasse‘ vom 20. Juli 1899 an ‚Euer Wohlgeborenen Herrn Paul Kahlke, unseren Groß-Onkel. Diesen alten Brief in den Papiercontainer zu befördern fiel uns zu schwer. Hätten Sie für dieses 121 Jahre alte Exemplar noch ein Plätzchen in Ihrem Archiv? „Es würde uns sehr freuen“, schrieben Gisela und Paul Argendorf aus Hamburg jetzt an die „Geschäftsleitung der Hamburger Feuerkasse.“

Beim Dankeschön-Anruf unsererseits war von Paul Argendorf zu erfahren, dass das Ehepaar seit 50 Jahren seine Eigentumswohnung in Hamburg-Niendorf bei der Hamburger Feuerkasse versichert hat. Der 82-Jährige hat noch lebhafte Erinnerungen an den verstorbenen Großonkel Paul.

Die Versicherungssumme für das „Gebäude und die Nebenanlagen“ in der Weidenallee in Eimsbüttel wurde in dem „Schätzungsschein“ auf 34.650 Mark taxiert, die Jahresprämie auf 17,33 Mark zuzüglich 13,13 Mark Löschzulage. Seit 1817 galt Versicherungspflicht für alle Hamburger Gebäude – die Hamburger Feuerkasse erhielt dadurch eine Monopolstellung. Zu diesem Zeitpunkt sind die meisten Gebäude ohnehin bereits bei ihr versichert. Seit 1892 war die Feuerkasse dann im gesamten hamburgischen Staatsgebiet tätig. 1900 waren 28.101 Gebäude bei der Feuerkasse im boomenden Hamburg versichert, darunter auch das von Paul Kahlke. Ihren Neubau in der Kurze Mühren hatte die HFK 1894 bezogen – er kostete stolze 344.000 Mark. ■ TEXT Heiko Wischer





Das Team freut sich über die neue Adresse in Ratzeburg (v.l.n.r.): David Reichelt, Nadja Dürkop, Vivian Koch, Susanne Andrjewski, Marcel Porath und Sönke Brüdersdorf.



# Topmodern

Sönke Brüdersdorf startet mit seinem Team an neuem Standort durch – „Der Gedanke hatte sich mit der Zeit entwickelt“, erinnert sich Sönke Brüdersdorf. „Etwas Eigenes zu haben und noch einmal ganz andere Möglichkeiten für Kunden und Mitarbeiter zu schaffen, das war meine Motivation für den Umzug.“

TEXT Heiko Wischer FOTO Pat Scheidemann

**A**ls den langjährigen Ratzeburger Agenturinhaber dann im Sommer 2018 ein passendes Angebot erreichte, stand der Entschluss fest: Nach fast 20 Jahren würde er die gemieteten Räumlichkeiten unweit des Marktplatzes in der Kreisstadt kündigen, um an noch markanterer Stelle ein paar hundert Meter entfernt sein Domizil aufzuschlagen.

Wer sich dem Zentrum der 14.000-Einwohner-Stadt in malerischer Umgebung, am Großen Ratzeburger See und vorbei an dem im Gelton gehaltenen historischen Rathaus, nähert, dem fällt das schneeweisse Gebäude an der belebten Kreuzung sofort auf. Ein Haus mit langer Historie, Baujahr 1800. Durch die Jahrhunderte diente es den unterschiedlichsten Zwecken, zuletzt beherbergte es die Geschäftsräume eines großen Immobilienmaklers mit zusätzlichen Wohnungen. Und es wurde bereits – wie sollte es anders sein – von der Agentur Brüdersdorf versichert.

„Auch an unserer alten Adresse hatten wir uns immer sehr wohl gefühlt, der Kirchenkreis war ein toller Vermieter“, beschreibt der 49-jährige die ganz spezielle Verbundenheit und Nähe in Ratzeburg. „Damals war es ein Sprung ins kalte Wasser. Ich hatte nur drei Tage Bedenkzeit und habe meine Entscheidung, von Kiel nach Ratzeburg zu gehen, wirklich zu keinem Zeitpunkt bereut.“ Der Bezirkskommissar agiert seit 2001 mit immer größerem Erfolg mit seinem stetig vergrößerten Team als Versicherungspartner für das Herzogtum Lauenburg. Die Agentur betreut circa 10.000 Kunden und



verfügt neben dem Privatkundengeschäft über besonders starke Standbeine im kommunalen und gewerblichen Geschäft.

**Perfekte Arbeitsbedingungen |** 2008 kam noch die Übernahme der Agentur in Mölln hinzu, an beiden Standorten beschäftigt Sönke Brüdersdorf heute zwölf Angestellte und möchte noch weiter expandieren. „Der Fachkräftemangel sorgt allerdings dafür, dass dies eine echte Herausforderung ist und wir noch auf der Suche sind – trotz attraktiver Möglichkeiten bei uns“, sagt Sönke Brüdersdorf. „Wir freuen uns sehr auf Bewerbungen von jungen Kolleginnen und Kollegen, die Spaß an der Kundenberatung haben und ihre eigene Karriere gestalten wollen. Der Außenstoss bietet hier dafür allerbeste Voraussetzungen.“

In dem neuen Domizil im völlig entkernten und komplett neugestalteten Gebäudeinneren möchte er perfekte, „coole“ Arbeitsbedingungen schaffen – eben auch schon für die „nächste Generation“. „Das Gebäude soll hier noch ganz lange Provinzial Standort bleiben“, wünscht sich der Bezirkskommissar. Vom Erdgeschoss bis unter den neuen Dachstuhl finden sich Büroarbeitsplätze und Besprechungsräume mit modernster Multimediaausstattung, sehr gut eingepasst in ein gemütliches Ambiente mit Lounge-Charakter. So lässt sich die Anmutung beschreiben, die dem neuen, 2019 gestarteten Agenturerscheinungsbild im PNW-Konzern entspricht, das im Norden bisher nicht nur von Marc Schweers in Kiel-Elmschenhagen, sondern auch in Ratzeburg umgesetzt wird. ▼



**Familiäre Rückendeckung** | Heute lässt sich nur noch erahnen, wie umfangreich die alte Villa behutsam und liebevoll umgebaut wurde. Entkernung, neue Böden, neue Decken, neue Elektrik und neue sanitäre moderne Einrichtungen – hier ist fast kein Stein auf dem alten geblieben. „Es war aber nicht nur anstrengend, sondern hat auch wahnsinnig viel Spaß gemacht – weil mein Vater (Bild oben) fast immer auf der Baustelle war und für alle Ansprechpartner und Kümmerer war. Ohne ihn hätte das nicht so geklappt. Ich bin ihm unendlich dankbar – und wir hatten trotz der vielen Arbeit eine richtig gute Zeit“, betont Sönke Brüdersdorf.

Der Start am neuen Standort fiel allerdings ausgerechnet in den Zeitraum, der durch Corona für besonders extreme Herausforderungen sorgte. Sönke Brüdersdorf konnte Ende März am Tag des endgültigen Umzuges nicht selbst vor Ort mit eingreifen, da er kurzfristig eine Zwangspause einlegen musste. „Meine Frau ist in Ratzeburg niedergelassene Ärztin. Nachdem ein Patient positiv getestet wurde, musste unsere Familie, obwohl ohne Symptome und mit negativen Befunden, vorsorglich zehn Tage in Quarantäne. Ich war aber über das Telefon, Handy und WhatsApp immer in Kontakt zu meinem Team und allen relevanten Firmen und Partnern.“



**„Ich bin mir sicher, dass wir wieder gute Ergebnisse erzielen werden.“**

[Sönke Brüdersdorf]

**Seit 04. Mai wieder komplett geöffnet** | Die geplanten öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen zur Eröffnung waren bereits zuvor notgedrungen gestrichen worden. „Mein Team hat unsere Kunden durchgehend betreut und bestmöglich unterstützt – insbesondere auch vor dem Hintergrund geschlossener Bürotüren. Es galt, die notwendigen Maßnahmen sensibel und mit Augenmaß zu planen und kein unnötiges Risiko einzugehen. Der Außendienst hat hauptsächlich aus dem Homeoffice heraus agiert, der Kontakt der Mitarbeiter untereinander wurde so weit wie möglich begrenzt“, berichtet Sönke Brüdersdorf über die turbulente jüngere Vergangenheit.

Das vom Unternehmen geschnürte Maßnahmenpaket zur Erleichterung der Vertriebsarbeit sei hilfreich. Positiv für die agenturinternen Abstimmungsprozesse und die Kundenbetreuung von zu Hause aus sei auch, dass nun „Drive“ in die Digitalisierung der Agenturen komme. „Jeder hat vermutlich begriffen, wie wichtig es ist, hier handlungsfähig zu sein – und dies nicht nur zu Corona-Zeiten“, so Sönke Brüdersdorf.

Schnell galt es, in den neuen Räumen bestmöglich die Hygienevorschriften umzusetzen, nachdem klar war, dass wiedereröffnet werden kann. Die anfängliche Unsicherheit, was der Shutdown für geschäftliche Auswirkungen haben wird, ist bei Sönke Brüdersdorf wieder einer allgemeinen Zuversicht gewichen – auch wenn der Publikumsverkehr in seinen Agenturen noch nicht wieder den Vor-Corona-Stand erreicht hat: „Ich bin mir sicher, dass wir auch aus dieser Krise kommen und wieder gute Ergebnisse erzielen werden. Allerdings kommt dies nicht von alleine – wir müssen gemeinsam mit dem Unternehmen schon jetzt alles dafür tun, dass dies auch so passieren kann. Andere Unternehmen und Vertriebe schlafen eben auch nicht.“ ■





© vallerato - Adobe Stock/Strandperle

◆ OCC STARTETE ONLINEMESSE ◆

## Classics to Click

**D**igitale Premiere: OCC Assekuradeur veranstaltete im Juni die erste Onlinemesse für Auto-Klassiker im deutschsprachigen Raum. Die Classics to Click öffnete mit einem umfangreichen Live-Programm und renommierten Ausstellern ihre Tore und war im Anschluss für Old- und Youngtimer mit einem virtuellen Foyer und virtuellen Ständen drei Wochen rund um die Uhr zugänglich.

Mit einem umfangreichen Live-Programm und digitalen Messeständen bot die OCC Assekuradeur GmbH eine digitale Leistungsschau rund um das Thema klassische Fahrzeuge. Der Lübecker Spezialist für Oldtimer-Versicherungen konnte hochkarätige Aussteller wie die BMW Group Classic und den TÜV SÜD für die Messe gewinnen.

Désirée Mettraux (o.), Vorsitzende der OCC-Geschäftsführung: „Mit Classics to Click wollen wir demonstrieren, dass die Oldtimer-Community auch in so einer großen Krise, in der seit Monaten fast alle Szeneveranstaltungen ausgefallen sind, zusammenhält und zusammen bleibt – und sehr wohl in der Lage ist, dieses analoge Produkt auch digital zu entdecken.“

Und die Resonanz zeigt, dass die Szene bereit ist. In den ersten beiden Wochen haben sich rund 5.000 Nutzer für die Messe angemeldet und die digitalen Messehallen und -stände erkundet. Vor allem die Live-Vorträge haben die Besucher interessiert, aber auch die 360° Sonderschau und die 24 Messestände



wurden häufig angesteuert. Wir wissen jetzt schon, dass wir dieses Event wiederholen werden“, zeigt sich Désirée Mettraux zufrieden. Echtes Messe-Feeling, das man aber bequem vom Wohnzimmer aus genießen kann, erwartete die Besucher. Auch unterwegs mit dem Smartphone oder Tablet war die Teilnahme an der Veranstaltung möglich.

Am 19. Juni konnten Besucher online in Echtzeit mit renommierten Ausstellern am digitalen Messestand in Kontakt treten und mit anderen Teilnehmern per Chat und virtuellen Räumen kommunizieren. Es gab Live-Einblicke in Oldtimer-Werkstätten und für Messegäste die Möglichkeit, einen Fahrzeug-Gutachter direkt zu befragen. Dazu lockten spannende Gewinnspiele und weitere innovative Interaktionsmöglichkeiten, die OCC auf der Website [www.classics-to-click.de](http://www.classics-to-click.de) bekannt gab.

Classics to Click hatte drei Wochen lang durchgehend geöffnet. Zeitlich begrenzt waren nur die Live-Vorträge per Video und die Chat-Betreuung der Stände. Der Eintritt zu Classics to Click war für Besucher frei.

Für Aussteller war die Onlinemesse Classics to Click die große Chance, sich auch in Corona-Zeiten einer oldtimerbegeisterten Community zu präsentieren. Mit dabei waren der Deutsche Oldtimer Club (DOC) und das Oldtimer-Netzwerk, die größte deutsche Facebook-Community für klassische Liebhaberfahrzeuge (15.000 Mitglieder). ■

TEXT Heiko Wischer FOTO privat



Die Sparkasse Attendorn-Lennestadt-Kirchhundem erzielt zum zweiten Mal in Folge den Gesamtsieg im Westfalen-Wettbewerb und freut sich über die erhaltene Trophäe.

◆ SPARKASSE ATTENDORN-LENNESTADT-KIRCHHUNDEM ◆

## Titel erfolgreich verteidigt



**E**ine tolle Leistung: Die Sparkasse Attendorn-Lennestadt-Kirchhundem ist das zweite Jahr in Folge Gesamtsieger im Westfalen-Wettbewerb.

Im Juni waren Peter Lohrmann (re.), Hauptabteilungsleiter Vertrieb Sparkassen West, und Sebastian Sieler, Leiter der zuständigen Provinzial Regionaldirektion, in der Sparkassen-Geschäftsstelle in Altenhundem zu Besuch. Im Gepäck hatten sie die Trophäe für den Gesamtsieger im Westfalen-Wettbewerb. Damit wird alljährlich die Sparkasse mit dem erfolgreichsten Provinzial Versicherungsgeschäft in ganz Westfalen ausgezeichnet.

Die Sparkasse Attendorn-Lennestadt-Kirchhundem liegt in der Gesamtwertung für 2018 und 2019 auf Platz 1 und ist damit erfolgreicher Titelverteidiger. „Dass es überhaupt einen Titelverteidiger gibt, ist die Ausnahme und nicht die Regel“, sagte Peter Lohrmann und überbrachte Grüße vom Vertriebsvorstand Dr. Markus Hofmann. Dreimal hintereinander habe noch keine Sparkasse den Titel geholt. Aber auf der Trophäe sei noch Platz für einen dritten Titel. Die „Mission Titelverteidigung“ hat also begonnen.

Diese Spitzenleistung ist für den Vorstand der Sparkasse das Ergebnis erstklassiger Teamarbeit: „Unsere Beraterinnen und Berater haben in allen drei Kundensegmenten auf ganzer Linie überzeugt. Der Bedarf zur Absicherung von Lebensrisiken ist hoch, und offenbar haben unsere Beschäftigten die rich-

tigen Lösungen angeboten. Das Team von Vertriebsspezialisten rund um Mario Heidschötter hat sie darin tatkräftig unterstützt“, sagte Bernd Schablowski, der als Vorstandsmitglied das Versicherungsgeschäft der Sparkasse verantwortet.

Der Vorstandsvorsitzende Heinz-Jörg Reichmann dankte den Kundinnen und Kunden, die diesen Erfolg erst möglich gemacht haben: „Unsere Kundschaft weiß, dass es bei uns Finanz- und Vorsorgeprodukte aus einer Hand gibt. Und sie bringt uns so viel Vertrauen entgegen, dass die Sparkasse zunehmend zum ersten Ansprechpartner bei der Absicherung von Lebensrisiken wird. Darauf sind wir sehr stolz.“

Jetzt geht es in die dritte Runde und wir hoffen, gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden auch im kommenden Jahr den Titel zu holen“, sagte der Sparkassen-Chef. ■

TEXT Redaktion FOTO Sparkasse Attendorn-Lennestadt-Kirchhundem

**„Dass es überhaupt einen Titelverteidiger gibt, ist die Ausnahme und nicht die Regel.“**

[Peter Lohrmann | Hauptabteilungsleiter Vertrieb Sparkassen West]

# Besuchermagnet

Es ist ein wahrlich spektakuläres Bauwerk auf Stralsunds Hafeninsel: Das Ozeaneum. Bundeskanzlerin Angela Merkel weihte den zu diesem Zeitpunkt größten vom Bund geförderten Museumsneubau im Juli 2008 ein. Die Provinzial ist seitdem Versicherer des eindrucksvollen Ensembles.



Ein Lokaltermin der besonderen Art: Generalagent Dany Baenz betreut das Ozeaneum für die Provinzial, rechts die Presse-sprecherin des Museums, Diana Meyen.



**E**s besteht aus vier Gebäudeteilen, die an von Wasser umspülte Steine erinnern und durch ein lichtdurchflutetes Foyer aus Glas miteinander verbunden sind. Das Hafenpanorama der UNESCO-Welterbestadt Stralsund ist seitdem um einen zeitgenössischen Akzent und Besuchermagneten ersten Ranges reicher. Jahr für Jahr lockt das bereits 2010 als Europas Museum des Jahres ausgezeichnete Haus in der Hansestadt mehr als eine halbe Million Besucher an. Die Stiftung Deutsches Meeressmuseum Stralsund mit ihren vier Standorten – Ozeaneum, Meeressmuseum, Nautineum und Natureum – zählt Jahr für Jahr zusammen um die 800.000 Gäste. Damit ist man deutschlandweit Spitzenreiter in der Beliebtheitsrangliste der Naturkundemuseen. Im Ozeaneum gehen in der touristischen Hochsaison im Sommer bis zu 8.000 Besucher tagtäglich auf die europaweit einzigartige Reise durch die Unterwasserwelt der nördlichen Meere.

**Vom Ozeaneum begeistert |** Von der Einrichtung begeistert ist auch Dany Baenz, der das Objekt seit Jahresbeginn betreut. Die Provinzial ist als Gebäudeversicherer und für Teile des Inventars auch als Inhaltsversicherer tätig. Der Inhaber der Generalagenturen in Greifswald-Stadt und Torgelow übernahm die Aufgabe von Thomas Fey aus dem Geschäftsfeld Institutionen aus der Kieler Hauptverwaltung, der mittlerweile in den Ruhestand gegangen ist.

„Mit meiner Familie bin ich schon sehr oft als Besucher hier gewesen“, sagt der gebürtige Greifswalder, der auch die übrigen Standorte – insbesondere das Meeressmuseum in der Altstadt – seit Jahrzehnten kennt. „Ich bin sehr stolz, dass man mir diesen Kunden anvertraut hat“, freut sich Dany Baenz. „Ich erlebe den Kontakt zum Ozeaneum als sehr angenehm und konstruktiv.“ „Die Zusammenarbeit klappt reibungslos“, bestätigt die Presse-sprecherin des Museums, Diana Meyen. „Wir fühlen uns bei der Provinzial sehr gut aufgehoben. Das bezieht sich zum Beispiel auf die Schadenregulierung, die bei einem Leitungswasserschaden im Bürogebäude schon einmal hervorragend geklappt hat, aber auch auf wertvolle Hinweise zum Risikomanagement, die wir erhalten haben.“

**Re-Start mit gebremstem Schaum |** So viel zeichnet sich bereits ab: Coronabedingt werden die in den Vorjahren erreichten Besucherzahlen 2020 stark einbrechen. Das Museum finanziert sich zu über 80 Prozent aus Eintrittsgeldern. Daher ist auch die Stiftung Deutsches Meeressmuseum auf finanzielle Hilfen der öffentlichen Hand angewiesen, um die Einbußen abzufedern. Dennoch ist man im Ozeaneum natürlich froh, dass der Betrieb überhaupt wieder aufgenommen werden konnte. Seit dem Re-Start kann dies nur mit gebremstem Schaum geschehen. Schulklassen etwa konnten noch nicht

wiederkommen und das Ferienprogramm für Familien musste gestrichen werden. „Aufgrund der Abstandsregeln, die wir selbstverständlich einhalten, können wir momentan etwa 1.200 Besucher am Tag hereinlassen“, sagt Diana Meyen. Dabei ist das Interesse offenkundig ungebrochen. Die Corona-Auflagen schrecken offenbar nicht ab. Bewölkter Himmel, kein klassisches Strandwetter: Am Tag unseres Besuches Mitte Juni stehen die Menschen geduldig in der Warteschlange, darunter viele Familien mit Kindern. Eine Notbesetzung hatte während des Shutdowns die Infrastruktur aufrechterhalten – und sorgte dafür, dass die 50 Aquarien gepflegt und die Tiere regelmäßig gefüttert wurden, darunter die Hauptattraktionen – die Humboldt-Pinguine auf der Dachterrasse des Ozeaneums.

**Blickfang Walskelette |** Beim Betreten des Museums bilden die drei riesige originale Walskelette den ersten Blickfang. Über eine freitragende Rolltreppe, die mit 34 Metern so lang wie ein Blauwal ist, gelangt man in die Ausstellungen. Die Entdeckungstour im Ostseeaquarium beginnt mit dem Stralsunder Hafenbecken. Durch die Bodengewässer und Seegraswiesen vorbei an der Kreideküste und durch die Schären Skandinaviens ist die vielfältige Fauna und Flora des Meeres zu erleben. Das größte Aquarium fasst 2,6 Mio. Liter. Über dem detailgetreuen Nachbau eines elf Meter langen Schiffswracks schwimmen Makrelenschwärme, zwei Ammenhaie und verschiedene Rochenarten. Im Konzept der Ausstellungsmacher sind die Tiere in den Aquarien die lebendige Ergänzung zu den fünf Ausstellungen, die zahlreiche seltene Originale und von der hauseigenen Präparation gefertigte Tiere und Pflanzen zeigen.

**Umweltaspekte im Fokus |** Es gibt eine 200-fach vergrößerte Planktonwolke, ein Ostsee-Relief zum Anfassen und aufwendig gestaltete typische Lebensräume in großen, dreieckigen Vitrinen. Die gemeinsam mit dem Konsortium Deutsche Meeresforschung, dem WWF und anderen Partnern entwickelte Ausstellung „Erforschung und Nutzung der Meere“ zeigt eine fiktive Tauchfahrt bis in die Tiefsee sowie Originalexponate und Schwerpunkte der deutschen Meeresforschung. Kritische Aspekte wie die Überfischung der Meere oder die immense Belastung durch Plastikmüll werden ebenso dargestellt wie die „Lärmverschmutzung“ in den Ozeanen, die als Sonderthema vorgestellt wird. Der Rundgang endet in der eindrucksvollen Ausstellung „1:1 Riesen der Meere“, die in Kooperation mit Greenpeace entstand. Über die gesamte Raumhöhe schweben Nachbildungen von Walen in Originalgröße. Das größte Exponat ist ein Blauwal mit einer Länge von 26 Metern. Auf Liegen können die Besucher quasi „vom Meeresgrund aus“ eine Multimediashow erleben, die die Besonderheiten, aber auch die Gefährdung der Wale eindrucksvoll vermittelt.

Für Touristen und Einheimische bietet das Ozeaneum jede Menge Abwechslung und ist auf jeden Fall einen Besuch wert. Mit etwas Glück lässt sich auch Pinguindame Alexandra beim Schwimmen und Tauchen oder an Land auf der Dachterrasse beobachten. Sie hat eine prominente Patin: Bundeskanzlerin Merkel. ■ TEXT Heiko Wischer FOTOS Pat Scheidemann



# Beflügelte Krimis

Wenn Kundenberater Frank Reimer als Krimiautor nach Feierabend Onno Frerichs beisteht, den Mörder des kleinen Coop zu finden, ist er als Theo Brohmer in einer anderen Welt unterwegs.

TEXT Doris Röckinghausen FOTOS Verlag Edition Krimi (Cover), Myriam Reimer (Porträt), Provinzial (u.)

**M**ein Job bei der Provinzial ist oft Inspiration. Ich bin gerne ein Engel. Es gefällt mir, den Menschen aus Notsituationen heraus zu helfen oder dafür zu sorgen, dass sie gar nicht erst hineinschlittern“, sagt Frank Reimer und schlägt die Brücke zu seinem besonderen Hobby, dem Schreiben von Kriminalromanen: „Über die Jahre lernt man da so manchen Kunden oder auch Kollegen ziemlich gut kennen. Da sind ein paar echt kauzige Typen dabei, wie zum Beispiel der Herr, der immer einen Klappstuhl für seinen Hund mitbrachte, damit dieser auf Augenhöhe mit dabei sein konnte.“ Da kann er sich ein Grinsen nicht verkneifen.

**Ein Meter Agatha Christie** | Das Geschichtenerzählen ist Frank Reimer scheinbar in die Wiege gelegt. „Meine Mutter sagt, dass ich schon als Kind beim Legospielern gerne in eigene Welten abgetaucht bin und dabei fortwährend selbst Erfundenes vor mich hin gebrabbelt habe.“ Als er 15 Jahre alt war, vermachte ihm die Mutter einen Meter Kriminalliteratur, die meisten sind Romane der britischen Queen of Crime, Agatha Christie. 2009 beteiligte sich Frank Reimer an ersten Schreibwettbewerben – festes Thema, feste Zeichenzahl: „Mein Beitrag ‚Ostfriesische Gastfreundschaft‘ gefiel so gut, sodass ich noch einen zweiten Beitrag einreichen durfte. Das Geschenk eines Tages“ behandelt eines meiner Lieblingsthemen, die Zeitreise. So habe ich meinen Verlag kennengelernt. In der Edition Krimi arbeitet ein junges innovatives Team, wo ich mich nun gut aufgehoben fühle.“

In seiner Freizeit durchstreift der kreative Provinzialer, wenn er nicht gerade schreibt, liest oder Hörbücher hört, den Teutoburger Wald. Dort wird er bei der Suche nach Tat- und Fundorten für seine Bielefeld-Kurzgeschichten fündig. Sämtliche Fernsehkanäle hat Frank Reimer übrigens aus seinem Leben verbannt: „Das sind Zeitkiller, sie langweilen mich.“

**Ich könnte ihn umbringen** | Als Theo Brohmer veröffentlichte er 2018 mit „Elektra“ seinen ersten eigenen Kriminalroman. „Die Idee dazu reifte, als 2013 ein Freund in der Wut auf



seinen Chef mir zurief ‚Ich könnte ihn umbringen‘. Daraufhin habe ich ihm gesagt, ‚das klingt gut, lass uns das aufschreiben und eine Geschichte draus machen‘. Nach hundert Seiten verlor der Freund das Interesse. Mir gefielen aber das Setting in Ostfriesland und die schrägen Charaktere, sie sind mir wie gute Nachbarn ans Herz gewachsen, und deshalb blieb ich dran.“ Auf die Mordmethode habe ihn wiederum ein Kunde gebracht: „Als Gas-Wasser-Installateur mit großer Phantasie hat er mich hervorragend zu den technischen Details beraten.“

Einen Einblick in die Geschichte liefert der Klappendeckel: Onno Frerichs, Briefträger in Ölbenfehn, macht auf seiner Tour einen grauenommen Fund. Er findet die 93-jährige Hilde Meents tot unter der Dusche. Was er anfangs für einen Unfall hält, entpuppt sich als eiskalter Mord. Dieses Mal wird Onno nicht eher Ruhe geben, bis er den Täter gefunden hat. Denn noch immer nagt an ihm, dass man vor 30 Jahren den bestialischen Mord an seinem kleinen Freund Coop nicht aufklären konnte. Zusammen mit seiner Schwester Anna, die gelegentlich Ahnungen hat, und seinem Onkel Albert ermittelt er in dieser Mordsache. Ihr Gegner ist nicht nur der Täter selbst, sondern auch die Polizei!

**Mit Lehmkulgel und Zwille** | Der Kriminalroman ist als Trilogie angelegt. Frank Reimer erläutert: „Der grausame Mord an Coop, als sie im Moor mit Lehmkulgen und Zwillen gespielt hatten, überspannt die drei Teile wie eine Brücke. Onno gründet eine Detektei und lässt auch Onkel Albert, den ich übrigens äußerlich und vom Typ her einem befreundeten Kunden nachempfunden habe, und Observator Olgay für sich arbeiten. Der erste Band erscheint in einer Neuauflage jetzt im August 2020 in der edition krimi. Der zweite Band befindet sich gerade im Korrektorat und wird im Frühjahr 2021 erscheinen und am dritten Band schreibe ich gerade, voraussichtlicher Erscheinungszeitpunkt Frühjahr 2022.“

Wie schafft er es, in allen drei Bänden die Spannung zu halten, dass die Figuren authentisch bleiben und am Schluss

eine Logik deutlich wird? „Zunächst mal hilft mir die Musik, wenn ich schreibe, höre ich sehr gerne symphonische Film-musiken. Für die Arbeit an sich habe ich mir ein System mit Karteikarten angelegt. Und auf den Karten sind Stichpunkte zu Szenen und Ideen festgehalten, die für die Geschichte und ihre Auflösung erforderlich sind. Dazu gibt es ein Organigramm, sodass ich immer weiß, wie ich die Karten legen und was wann passieren muss“, verrät der Bielefelder Krimiautor.

► **Einen Vorgeschmack gibt's unter [www.edition-krimi.de/leseprobe-theo-brohmer-elektra](http://www.edition-krimi.de/leseprobe-theo-brohmer-elektra)**

**Ich liebe Schokolade** | Und schließlich – wer ist Theo Brohmer? „Es handelt sich dabei um den Rohstoff meines Lieblingsgenussmittels“, lacht der leidenschaftliche Botaniker. „Theobroma ist der botanische Name, komplett theobroma cacao. Ja, ich gestehe, ich liebe Schokolade.“ ■



## STECKBRIEF

- Theo Brohmer/Frank Reimer
- Kundenberater und Büroleiter in Ausbildung bei Marco Beste in Spenze
- verheiratet, zwei Kinder
- leidenschaftlicher Botaniker und Wanderer
- Lieblingsfarbe grün

Eingespieltes Team in Spenze – Frank Reimer, GL Marco Beste, Michaela Drees (v.l.).



# Brandgefährlich

TEXT Ralf Tornau und Bernd Große-Scharmann  
FOTOS Institut für Schadenverhütung und Schadenforschung der öffentlichen Versicherer e.V.



In vielen Bereichen des täglichen Lebens nutzen wir akkubetriebene Geräte. Ob beim Smartphone, dem Notebook, Elektrofahrrad oder der Heckenschere: Die Energie kommt aus dem Lithium-Ionen-Akkus. Die Lithium-Technologie ermöglicht bei relativ kompakter Bauweise eine hohe Leistung und Energiedichte. Diese positive Eigenschaft geht allerdings, bei unsachgemäßer Handhabung, mit einem erhöhten Brandrisiko einher.

**D**as Institut für Schadenverhütung und Schadenforschung der öffentlichen Versicherer e.V. in Kiel (IFS) hat in seinem Brandversuchsräum drei Szenarien nachgestellt, die zeigen, was passieren kann, wenn sich in Geräten verbaute Akkus unkontrolliert erhitzen. Die Protagonisten der Schadenverhütungsfilme sind eine E-Zigarette, ein Notebook und ein akkubetriebenes Skateboard, auch Hoverboard genannt.

„Technische Mängel, beispielsweise auf Grund von Produktionsfehlern, oder ein unsachgemäßer Umgang, wie die Verwendung eines falschen Ladegerätes, können zu Defekten führen. Die im Akku gespeicherte Energie kann dann unkontrolliert in Form von Hitze freigesetzt werden. Dieser sich selbst verstärkende Prozess wird auch als ‚thermisches Durchgehen‘ („thermal runaway“) bezeichnet. Dabei geht der Akku in einer heftigen Reaktion in Flammen auf und entzündet brennbares Material in seiner Umgebung“, erklärt Brandassessor Mirco Schneider, Leiter der Abteilung Schadenverhütung/Risikoberatung im Provinzial NordWest Konzern.

Aber keine Panik: Bei sachgerechter Handhabung gemäß der Bedienungsanleitung geht von Lithium-Ionen-Akkus kein außergewöhnliches Brandrisiko aus. Je nach Hersteller dürfen Akkus nur in einem begrenzten Temperaturbereich benutzt und aufbewahrt werden. So sind hohe Temperaturen, wie sie beispielsweise im Sommer im Inneren eines abgestellten Autos auftreten, unbedingt zu vermeiden. Die Ingenieure der Abteilung Schadenverhütung/Risikoberatung geben folgende Empfehlungen: Lassen Sie das Smartphone, Navigationsgerät oder den Pedelec-Akkus im Sommer nicht im Auto liegen. Neben hohen Temperaturen kann insbesondere das Aufladen bei kalten Temperaturen zu gefährlichen Situationen führen. Lithium-Ionen-Akkus müssen frostfrei gelagert werden. Vor dem Laden sollte sich der Akku auf Raumtemperatur „akklimatisiert“ haben. Laden und lagern Sie Akkus im Winter nicht in einer unbeheizten Garage.



Drei neue Filme und eine begleitende Broschüre mit weiteren hilfreichen Tipps finden Sie unter:  
[> Brandgefahr Lithium-Akkus](http://www.provinzial-online.de/brandschutz)  
[> Brandgefahr Lithium-Akkus](http://www.provinzial.de/brandschutz)  
[> Brandgefahr Lithium-Akkus](http://www.hamburger-feuerkasse.de)

Stöße und Beschädigungen, beispielsweise durch einen Sturz, können zu einem Kurzschluss im Inneren des Akkus führen. Auch wenn das Gerät nach dem Herunterfallen weiterhin funktioniert, könnte der Akku Schaden genommen haben. Überprüfen Sie nach einem Sturz insbesondere den Akku auf sichtbare Beschädigungen, denn dann darf der Akku nicht weiterverwendet werden. Lassen sich keine Schäden erkennen, ist beim nächsten Ladevorgang auf ungewohnte Geräusche, Geruch oder Hitzeentwicklung zu achten. Verhält sich der Akku anders als gewohnt, ist der Ladevorgang sofort zu stoppen und der Akku ins Freie zu bringen.

Durch die Installationspflicht sind bereits viele Räume mit Rauchwarnmeldern ausgestattet. Die Provinzial NordWest empfiehlt, in allen Räumen, in denen Lithium-Ionen-Akkus geladen werden, Rauchwarnmelder zu installieren. Für entfernte Bereiche, wie den Keller oder die Garage, sind funkvernetzte Rauchwarnmelder besonders vorteilhaft. Denn schlägt ein Rauchwarnmelder Alarm, schlagen alle Alarm. ■



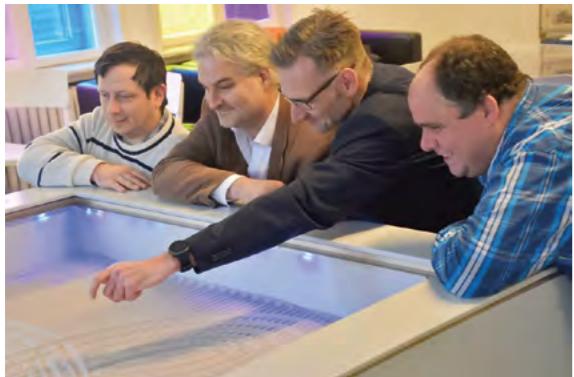


**Engagement  
für den Norden**

► PHÄNOMENTA IN FLENSBURG

## Von der Idee zum Exponat

**D**ie Phänomenta in Flensburg ist um ein attraktives neues Ausstellungsstück erweitert: Der Sandplotter lädt die Besucher des Science Centers nun zum Ausprobieren und Staunen ein. Das computergesteuerte „Zeichengerät“, gibt einer Metallkugel Befehle, die dann durch einen Magneten bewegt wird und so Muster in eine Sandfläche malt. Die Besucher können aus verschiedenen Motiven wählen und Größe und Ausrichtung einstellen. So entstehen Bilder, die sowohl Klein als auch Groß begeistern.



Der Sandplotter lädt die Besucher des Science Centers zum Ausprobieren und Staunen ein.

„Unsere Besucher sind fasziniert. Sie lassen sich regelrecht von der im Sand fahrenden Kugel hypnotisieren und sehen die kleinen Makel, die wir sehen, gar nicht“, sagt Martin Panusch, der den Sandplotter zusammen mit seinen zwei Kollegen entwickelt hat, die im sogenannten „Phänomenta-Space“ arbeiten. Seit vier Jahren betreibt die Phänomenta das Space – ein Digital- und Technik-Werkstattraum, in dem Themen rund um Technik, Handwerk, Elektronik und Programmierung erlebbar gemacht werden.

Das lockt nicht nur Kinder und Jugendliche, sondern zum Beispiel auch Firmengruppen und ganze Familien. Neben einem vielfältigen Kursprogramm werden im Space Schul-AGs und Forscher-Clubs angeboten. „Hier geht es darum, Kinder und Jugendliche für Technik zu begeistern und sie dabei zu unterstützen, kreative Ideen zu entwickeln und umzusetzen“, erläutert Panusch. Bereits im Oktober 2018 entstand die Idee zum Sandplotter. Nach einer längeren Planungsphase ging es in die Realisation. In der Werkstatt der Phänomenta begann dann der Bau des Ausstellungsstücks. In der Entwicklung eines neuen Ausstellungsstücks – von der Idee bis zur Fertigstellung – steckt viel Zeit und Arbeit.

Schritt für Schritt erhielt der Sandplotter weitere Funktionen bis zum offiziellen Testlauf am 21. Januar. Zusammen mit Achim Englert, Geschäftsführer der Phänomenta, und Tim Karge, Leiter der Bezirksdirektion Schleswig-Holstein Nord, präsentierten die drei Entwickler des Sandplotters Willy Stern, Nikolaj Goncher und Martin Panusch stolz die rollende Kugel der Presse. „Wir hoffen, dass der Sandplotter viele Besucher erfreuen wird und werden das Gerät und seine Software stetig weiterentwickeln, damit es immer ein wenig besser wird“, freut sich Martin Panusch über den Erfolg des Neuzuwachs. Die Provinzial Nord Brandkasse unterstützt als langjähriger Förderer jährlich mit 12.500 Euro die Phänomenta, die seit vielen Jahren rund 70.000 Besucher pro Jahr auf spielerische Weise für Naturwissenschaft und Technik begeistert. ■

TEXT Milena Göde FOTO Phänomenta



Mirco Schneider, Leiter der Abteilung Schadenverhütung/Risikoberatung der Provinzial NordWest, und „Zuhause sicher“-Geschäftsführerin Carolin Hackemack.

Kunden der Provinzial NordWest, die alle polizeilichen Empfehlungen umgesetzt haben, erhalten neben der Präventionsplakette auch einen zehnprozentigen Beitragsnachlass in der Hausratversicherung. Weitere Informationen zum Thema unter [www.zuhause-sicher.de](http://www.zuhause-sicher.de)

► JETZT AUCH IM NORDEN

## Zuhause sicher

**E**twa alle vier Minuten wird in Deutschland in ein Haus oder eine Wohnung eingebrochen. Innerhalb weniger Sekunden können Einbrecher ein ungesichertes Fenster oder eine schlecht gesicherte Tür aufhebeln – nur mit einem Schraubendreher ausgerüstet. Denn einbruchhemmende Maßnahmen sind in vielen Haushalten nicht vorhanden. Umfassende Unterstützung bietet hier das Netzwerk „Zuhause sicher“. Seit Anfang des Jahres sind auch die Provinzial Nord Brandkasse und Hamburger Feuerkasse Mitglied im Netzwerk.

Hohe Einbruchzahlen bei einer geringen Aufklärungsquote führten 2005 dazu, dass sich Vertreter von Polizei, Handwerk, Industrie und Versicherung – darunter auch die Westfälische Provinzial – zum Netzwerk „Zuhause sicher“ zusammenschlossen. Die immer noch verbreitete Meinung „Warum Einbruch-

schutz? Ich bin doch versichert!“ wird spätestens nach einem erfolgten Einbruch relativiert. „Zwar ersetzt die Versicherung in der Regel den versicherten Schaden, doch der Verlust materieller Werte ist oft nicht das größte Problem für Einbruchopfer. Es ist die nachfolgende Angst“, erklärt Mirco Schneider, Leiter der Konzern-Abteilung Schadenverhütung/Risikoberatung.

Viele Betroffene rüsten erst nach einem Einbruch auf die geeignete Sicherheitstechnik um. Besser sei es, sich frühzeitig um mögliche Schwachstellen zu kümmern, so Schneider weiter. „Als öffentlicher Versicherer sieht sich die Provinzial NordWest in der Verantwortung, über Präventionsmöglichkeiten zu informieren und engagiert sich daher nun konzernweit im Netzwerk.“

„Zuhause sicher“-Geschäftsführerin Carolin Hackemack beantwortete dem nordwester Redaktionsteam drei Fragen:

### Was ist das Besondere am Netzwerk „Zuhause sicher“?

Es verbindet gesellschaftliche Akteure aus öffentlich-rechtlichen Institutionen und privatwirtschaftlichen Unternehmen, die ihre Kompetenzen bündeln und sich gemeinsam für die Stärkung der Kriminalprävention in der Bevölkerung einsetzen. Unser Netzwerk stellt eine bundesweit einmalige Gemeinschaft dar, bei der Ratsuchende vom Erfahrungsschatz vieler Sicherheitsberater aus den Bereichen Versicherung, Polizei, Handwerk und Industrie profitieren.

### Wie begegnen Sie der Behauptung „Einbrecher kommen überall rein, wenn sie wollen“?

Etwa 80 Prozent der Einbrecher sind Gelegenheitstreter, die einfaches Werkzeug wie Schraubendreher nutzen. Standardfenster und -türen können sie innerhalb weniger Sekunden aufbrechen. Sichert man mögliche Einstiegsquellen so weit, dass sie mit diesen Arbeitsweisen in wenigen Minuten nicht überwunden werden können, bringt man diese Täter vom Einbruch ab.

### Was empfehlen Sie Interessierten, die ihr Zuhause sicherer machen möchten?

Der erste Schritt sollte zur kriminalpolizeilichen Beratungsstelle ihrer Polizei führen. Dort erhalten sie wichtige Verhaltenstipps, produktneutrale Informationen und die für ihr Zuhause geeigneten Sicherungsempfehlungen. Im zweiten Schritt können durch das LKA anerkannte Unternehmen die Empfehlungen umsetzen. Wurden alle Schwachstellen beseitigt, überreicht das Netzwerk „Zuhause Sicher“ im dritten Schritt eine Präventionsplakette als sichtbares Zeichen der Sicherungsmaßnahmen.

TEXT Meike Langkafel FOTO Thomas Klerx

© Memoangeles - Adobe Stock/Strandperle



## Engagement für den Norden

### let it beeeee ...

Bundesweit wurde wieder monatlang getüftelt – bei der Software Challenge, dem Programmierwettbewerb der Uni Kiel. Hive hieß in diesem Jahr die Herausforderung, bei der 52 Schulteams miteinander gewetteifert und ihre virtuellen Akteure ins Rennen geschickt haben. In dem Spiel sind virtuelle Insekten unterwegs und treten gegen eine Bienenkönigin an. Auch in diesem Jahr zählte die Provinzial Nord Brandkasse zu den Unterstützern des IT-Nachwuchs-Events.

**D**as Finale konnte am 12. Juni coronabedingt nicht wie in den Vorjahren im Kieler Citti-Park öffentlich vor Publikum ausgetragen werden, sondern lief ausschließlich online ab. Die Top Acht aus Deutschland, die sich für die Endrunde qualifiziert hatten, präsentierten aus dem Homeoffice ihre strategischen Schachzüge.

Die Nase vorn hatte schließlich in einem schleswig-holsteinischen Finale das Team der Hermann-Tast-Schule aus Husum vor der Oberschule zum Dom aus Lübeck.

Den professionellen Rahmen bot das in Kiel bereits zum dritten Mal ausgetragene Waterkant-Festival der digitalen Start-up-Szene. Das virtuelle Kräftemessen wurde als Livestream übertragen, moderiert von Radiomoderator York Lange, bekannt auch als Stadionsprecher von Holstein Kiel.

Herausragende Schülerinnen und Schüler können sich im Rahmen der Software Challenge für Stipendien an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel und an der Fachhochschule Wedel empfehlen. Die Idee hinter dem Wettbewerb: Die Begeisterung von Schülerinnen und Schülern für die Informatik soll entfacht und gefördert werden, um sie für ein Studium zu motivieren.

Ohne Unterstützung aus der Wirtschaft wäre dies in hoher fachlichen Qualität nicht durchzuführen. Alle Schüler-Teams werden kontinuierlich von wissenschaftlichen Hilfskräften des Instituts für Informatik begleitet – unter anderem dafür benötigt die Universität Sponsoren.

Seit sechs Jahren zählt auch die Provinzial Nord Brandkasse zu den Förderern – um sich gemeinnützig im Bildungsbereich zu engagieren, aber natürlich auch, um die Chance zu nutzen, auf die interessanten Karrieremöglichkeiten in der IT der Provinzial NordWest hinzuweisen und die Mög-

lichkeiten eines dualen Studiums zu platzieren. In diesem Jahr nicht auf der Bühne vor Publikum, sondern per Videobotschaft. Heiko Wischer aus der Konzernkommunikation nahm diese Chance für die Provinzial wahr, wie auch andere Sponsoren des Wettbewerbs. ■

TEXT - wi - FOTOS Karin Jordt (o.), Marilena Schmitz (u.)



In diesem Jahr stieg ein rein virtuelles Finale. Hive hieß das Spiel, in dem sich alles um eine Bienenkönigin drehte. Im Vorjahr fand das Finale noch im Kieler Citti Park statt. Das war dieses Mal coronabedingt nicht möglich.



Schüler während der Verkehrssicherheitsschulung „Pass auf: Toter Winkel“, Hanerau-Hademarschen 2018. FOTO Pat Scheidemann

## Sattelfest geht online

**D**ie Aktion „Sattelfest“ in Schleswig-Holstein (SH) und Mecklenburg-Vorpommern (MV) konnte aufgrund der Pandemie nur sehr eingeschränkt durchgeführt werden. „Die theoretischen Radfahrausbildungen fanden nur abgespeckt statt, die praktischen Fahrprüfungen an den Schulen fielen fast flächendeckend aus. Digitale Angebote sollen nun die entstandenen Lücken schließen“, berichtet Elisabeth Pier, Geschäftsführerin der Landesverkehrswacht SH.

Die Verkehrswacht hatte deshalb über den Fachverlag der Deutschen Verkehrswacht für den Rest des Schuljahres 2019/2020 ihr Onlineportal kostenfrei geöffnet. [www.radfahrausbildung-zuhause.de](http://www.radfahrausbildung-zuhause.de)

Damit gibt es ausführliches Informationsmaterial und auch Lehrvideos für Viertklässler und begleitende Eltern für die Radfahrausbildung zuhause. Für das kommende Schuljahr ist die „Sattelfest“ Auftaktveranstaltung für den 3. September an der Grundschule in Drelsdorf in Nordfriesland in Schleswig-Holstein geplant.

Außerdem wird die Verkehrssicherheitsaktion „Pass auf: Toter Winkel“, die ebenfalls auf dem Programm der Grundschulabschlussklassen steht, auf Initiative der Landesverkehrswacht SH im kommenden Schuljahr zusätzlich auch für Fünftklässler angeboten, um die ausfallenden Lehrstunden zu kompensieren.

In den vorherigen Jahren legten insgesamt etwa 27.000 Viertklässler ihre Fahrradprüfungen in SH erfolgreich ab. Für die Aktionen „Sattelfest“ und „Pass auf: Toter Winkel“ ist die Provinzial seit vielen Jahren Hauptsponsor.

Über das Portal können sich Schüler über einen angeforderten Code einloggen und lernen. „Alle Fragebogen-Tests

werden ausgewertet, zu nicht korrekt beantworteten Fragen gibt es Erklärungen“, berichtet Pier. „Es geht um die Sicherheit unserer Kinder im Straßenverkehr. Wir möchten den Eltern über das Portal Unterstützung für die Radfahrausbildung ihrer Kinder geben und hoffen, dass sich im neuen Schuljahr viele 4. und 5. Klassen zu den Schulungen ‚Toter Winkel‘ anmelden“, so Pier. Das Lernportal kann auch im kommenden Schuljahr weiter genutzt werden, allerdings ist der Zugang dann nur mit Erwerb des Arbeitsheftes (Kosten 3,95 €) möglich. ■

TEXT Susan Sandvoss

Den Fahrradpass erhält jedes Kind für die bestandene Fahrradprüfung. FOTO Landesverkehrswacht SH.

Viertklässler vor ihrer praktischen Fahrprüfung in Bad Segberg, 2019  
FOTO Susan Sandvoss





## München

### zeitlos

### DEUTSCHES MUSEUM

Im Deutschen Museum gibt es viel zu entdecken – sowohl vor Ort als auch digital. Ob digitale Rundgänge, Führungen, Virtual Reality Projekte, Podcast oder Blog: Hier ist für jeden etwas dabei und das Museum kann wunderbar von zuhause aus entdeckt werden. Neben Onlinevorträgen, zum Beispiel von der Sternwarte, können auch verschiedene Experimente zuhause nachgemacht werden und versprechen Spannung für Groß und Klein.

**Infos:** [www.deutsches-museum.de](http://www.deutsches-museum.de)

© VG Bild-Kunst, Bonn 2020

## Tipps & Termine

Tipps & Termine zusammengestellt von Lina Meyer

### LOUVRE

Viele Reisen fallen in diesem Jahr aus – doch wie wäre es mit einer digitalen Reise, zum Beispiel nach Paris? Dort steht das größte Museum der Welt, der Louvre. Insgesamt sind dort 300.000 Exponate zu sehen. Es lohnt sich jedoch auch ein Besuch der Homepage. Schauen Sie sich Videos zu Werken an, laden Sie sich die Louvre-App herunter oder entdecken Sie das Museum auf virtuellen Touren.

**Infos:** [www.louvre.fr](http://www.louvre.fr)

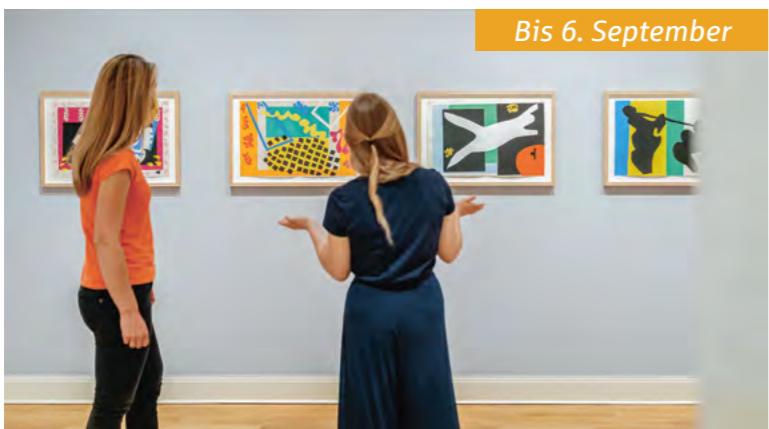


Paris

## Münster

**SIMPLY THE BEST** – die aktuelle Ausstellung im Kunstmuseum Pablo Picasso Museum Münster vereint Werke der vier großen Künstler Pablo Picasso, Georges Bracque, Marc Chagall und Henri Matisse. Suite Vollard, Grafiken aus Vermischung von Realem und Traumhaften, Linolschnitte: Die Ausstellung zeigt die bedeutendsten und schönsten Werke des Museums und ist zugleich ein Rückblick auf die nun zwanzigjährige Museumsgeschichte.

**Infos:** [www.kunstmuseum-picasso-muenster.de](http://www.kunstmuseum-picasso-muenster.de)



Bis 6. September

© Christoph Steinweg

### BASTELN MIT DER MAUS

Spiel und Spaß mit der Maus: Ob Spiele, Ausmalbilder oder Basteltipps – mit der Maus macht alles gleich noch mehr Spaß! Natürlich gibt es mit ihr auf der Homepage noch sehr viel mehr zu entdecken. Da ist für jeden etwas dabei. Basteltipps und vieles mehr finden Sie hier:

**Infos:** [www.wdrmaus.de/spiel-und-spass/](http://www.wdrmaus.de/spiel-und-spass/)



## Münster

Bis 10. Januar 2021

Bruder Klaus Kapelle © DanielSpitzer

### NATURKUNDEMUSEUM

#### »Das Münsterland bei Nacht«

Hierbei handelt es sich um eine Bilderausstellung im LWL-Museum für Naturkunde in Münster. Auf 18 großformatigen Fotografien des Astrofotografen Daniel Spitzer erleben Sie auf beeindruckende Weise das Münsterland bei Nacht – zum Beispiel eine Mondfinsternis am Waldhügelsee oder die Renaissanceburg in Lüdinghausen.

**Infos:** <https://www.lwl-naturkundemuseum-muenster.de/de/naturkundemuseum/ausstellungen/das-munsterland-bei-nacht/>



Bis 2. September

## Hamburg

### OPEN ART

Ab in den Urlaub auf dem Übersee boulevard in Hamburg Gehen Sie mit der OPEN ART Ausstellung „Fernweh“ mit dem Luftfahrtfotografen Dietmar Plath auf Reisen. Zu sehen sind 50 großformatige Fotografien von Reisen um die ganze Welt: Flugzeuge, Lost Places und spektakuläre Momenten aus Nah und Fern. Die Ausstellung kann rund um die Uhr und zum ersten Mal auch digital besucht werden und ist kostenfrei.

**Infos:** [www.ueberseequartier-nord.de](http://www.ueberseequartier-nord.de)



© Felix Broede  
Ab Mitte Juni

## MeckPomm

### FESTSPIELE

Auch den Festspielen Mecklenburg-Vorpommern machte Corona ein Strich durch die Rechnung. An einem Alternativprogramm wird jedoch gearbeitet: Stattdessen soll es viele kleinere Konzerte quer durchs Land geben. Diese stehen unter dem Motto „30 – mal anders“, denn das Festival feiert in diesem Jahr sein 30-jähriges Jubiläum. Die Konzertreihe startete Mitte Juni.

**Infos:** [www.festspiele-mv.de](http://www.festspiele-mv.de)



## Ehrensache

**Stephan Lintzen engagiert sich für weitere vier Jahre ehrenamtlich in wichtiger Rolle für die Handelskammer Hamburg.** | Der Landesdirektor der Hamburger Feuerkasse wurde im April erneut ins Plenum der traditionsreichen Einrichtung gewählt, zusammen mit fünf weiteren Führungskräften als Vertreter der Finanz- und Versicherungswirtschaft Hamburgs. Darüber hinaus gehört Lintzen auch erstmals dem einflussreichen Finanzausschuss der Kammer sowie dem Ausschuss für Finanzwirtschaft an, den Clemens Vatter von der Signal Iduna, Ex-Lebensversicherungsvorstand der Provinzial Nord-West, leitet. Die Selbstverwaltung der Wirtschaft in der Hansestadt repräsentiert 160.000 Unternehmen. Das Plenum der Kammer wählte den Theater-Unternehmer und Hotelier Professor Norbert Aust zum Präsidenten. Die Führung der Hamburger Handelskammer wird komplett vom Wahlbündnis „Starke Wirtschaft Hamburg“ gestellt. ■-wi- FOTO HFK



Christian Eichhorn (li.) und Dr. Jan Heinisch (re.) stellvertretender bzw. Vorsitzender des Verbandes der Feuerwehren in NRW trafen sich zum Gespräch mit Brandassessor Mirco Schneider (2.v.l.), Abteilungsleiter Schadenverhütung/Risikoberatung im Provinzial NordWest Konzern und Stefan Weber, Abteilungsleiter Schadenverhütung/Risikoberatung der Provinzial Rheinland. FOTO Christoph Schöneborn

## Trauer um Dr. Knud Hell

Am 12. Mai 2020 ist Dr. Knud Hell im Alter von 52 Jahren in Kiel verstorben. Nur wenige Wochen zuvor hatte er von seiner schweren Erkrankung erfahren. | „Wir sind alle zutiefst geschockt und voller Trauer. Mit Knud Hell verlieren wir einen fachlich hochkompetenten, überaus engagierten und liebenswerten Kollegen, der eine große Lücke hinterlässt. Unser Mitgefühl gilt seiner Frau und seinen beiden Söhnen“, reagierte Konzernchef Dr. Wolfgang Breuer mit Bestürzung. „Wir verabschieden uns von Dr. Knud Hell und werden ihn nicht vergessen.“

Mit Begeisterung war Dr. Knud Hell in den Wochen und Monaten vor seinem plötzlichen Tod an seine neue Aufgabe herangegangen – den Aufbau der Provinzial Vertriebsgesellschaft in Rostock. Zuvor leitete er mehrere Jahre die Abteilung Verkauf/Training am Standort Kiel.

Seine Karriere bei der Provinzial hatte Dr. Hell 2010 begonnen, nachdem er nach Jurastudium und Promotion an der Uni Kiel zwei Jahre als Rechtsanwalt gearbeitet und danach in die Versicherungswirtschaft gewechselt hatte. Nach verschiedenen Stationen bei der Allianz, übernahm Dr. Hell bei der Provinzial Führungspositionen im Vertrieb, so seit 2011 die Leitung der damaligen Vertriebsdirektion Nord. Dem Redaktionsbeirat Nord des nordwesten gehörte er ein Jahrzehnt als wertvoller Gesprächspartner und Impulsgeber an. ■-wi- FOTO -pat-



## Alles im Koffer

**Die Provinzial in Westfalen und im Rheinland stattete jede Kommune in Nordrhein-Westfalen in den letzten vier Jahren mit einem Brandschutzkoffer aus. Die 396 Koffer sind vollgepackt mit kindgerechten Lern- und Infomaterialien für eine praxisnahe Brandschutzerziehung.**

Mithilfe des Koffers, der von außen einer Werkzeugbox ähnelt, erfahren die Kinder alles über den sicheren Umgang mit Feuer. Sie üben, sich im Notfall richtig zu verhalten. Jede Übergabe war mit einer Schulungsveranstaltung für die in der Brandschutzerziehung tätigen Feuerwehrangehörigen verbunden. „Wir freuen uns sehr, wie begeistert die Brandschutzerzieherinnen und -zieher von diesem neuen Arbeitsinstrument berichteten. Ein Erfolgsgarant war die frühzeitige Einbindung von Feuerwehr-Praktikern in der Entwicklungsphase“, bilanziert Brandassessor Mirco Schneider, Leiter der Abteilung Schadenverhütung/Risikoberatung im Provinzial NordWest Konzern. „Wir möchten allen Feuerwehren eine zeitgemäße Basisausstattung zur Verfügung stellen und sind sehr froh über die Zusammenarbeit mit der Provinzial“, resümiert Dr. Jan Heinisch, Vorsitzender des Verbandes der Feuerwehren in NRW. Die traditionelle Zusammenarbeit mit den Feuerwehren besteht bereits seit weit über einhundert Jahren. Neu war die Fokussierung auf ein gemeinsames Projekt im Rheinland und in Westfalen. ■-rt-



Rosa Maria Pfeifer, Beisitzerin des Vereins „Provinzialer in Westfalen-Lippe helfen e.V.“ überreichte den Scheck mit dem nötigen Mindestabstand an Dr. Paul-Josef Patt, Vorsitzender der Universitätsgesellschaft und Barbara Kolany-Raiser, Geschäftsstellenleiterin der Universitätsgesellschaft Münster e.V.

## Corona-Notfonds für Studierende

**Die Corona-Krise trifft Studierende besonders hart, denn viele haben ihre Nebenjobs verloren, mit denen sie ihr Studium finanzieren. Um die Studierenden finanziell zu unterstützen, spendete der Verein „Provinzialer in Westfalen-Lippe helfen e.V.“ 10.000 Euro für den Corona-Notfond der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.**

Die Miete bezahlen, die Lebenskosten finanzieren und sonstige Fixkosten decken – viele Studierende haben coronabedingt ihre Nebenjobs verloren und sind in existentielle Not geraten. Daher hat die Westfälische Wilhelms-Universität Münster gemeinsam mit der Stiftung WWU, der Universitätsgesellschaft Münster e.V. und dem Allgemeinen Studierendenausschuss (AStA) Mitte April den Corona-Notfond gegründet und zu Spenden für die Studierenden aufgerufen.

„Als regional verankertes Unternehmen fühlen wir uns eng mit der Universität Münster verbunden. Es ist uns ein großes Anliegen, die Wissenschaft und den akademischen Nachwuchs in Münster zu fördern – wir dürfen nicht zulassen, dass Studierende ihr Studium abbrechen müssen, weil sie es sich aufgrund von Corona nicht mehr leisten können. Wir freuen uns, dass wir mit unserer Spende ein Stück dazu beitragen, das zu verhindern“, sagt

TEXT Lena Lutterbeck FOTO Peter Leßmann

## PROVINCIAL NordWest

**Herausgeber**  
Provinzial NordWest Holding AG  
Provinzial-Allee 1, 48131 Münster

Jörg Brokkötter (verantwortlich)  
0251-219 3005  
joerg.brokkotter@provinzial.de

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

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

**Fertigstellung dieser Ausgabe**  
20.07.2020

**Redaktion**  
Anja Carstens - ac-  
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-  
Meike Langkafel - ml-  
Annica Scheper - as-  
Ralf Tornau - rt-

**Fotografie**  
Thomas Klerx - kl-  
Pat Scheidemann - pat-

**Titillustration**  
© Maksim M -  
Adobe Stock/Strandperle

**Redaktionsbeirat**  
Wilhelm Beckmann, Frank Bistrick,  
Oliver Bubenheim, Peter Elbrecht,  
Eyup Koc, Peter Lohrmann,  
Inga Hultberg, Britta Mumm,  
Kai-Uwe Riemer, Tobias Sellheyer,  
Lutz Schlünsen, Kai Schmidt-Buchholz, Ralf Tornau,  
Christine Wallura, Mathias Weber

**Gestaltung**  
Saga Werbeagentur GmbH  
48147 Münster  
saga-werbeagentur.de

**Druck**  
Thiekötter Druck GmbH & Co. KG



**Gesamtauflage Print**  
5.000 Exemplare

**Redaktionsschluss**  
für den nächsten nordwesten  
15. Oktober 2020

**E-Mail** nordwester@provinzial.de

# **Ob Vacation oder Staycation ...**

**Das nordwester Team  
wünscht allen Leserinnen  
und Lesern einen  
schönen, hoffentlich  
entspannten, Sommer.**

