



nord
west^{er}

PNW Kunden-Perspektive

Kultureller Leuchtturm mit Strahlkraft weit über Westfalen hinaus: Zwischen dem LWL-Museum für Kunst und Kultur in Münster und der Westfälischen Provinzial besteht ein enges Band.

Kunst



© LWL Museum

Ausstellungshighlight: In Kooperation mit dem Kunstmuseum Pablo Picasso Münster zeigt die Kunsthalle Kiel mit Unterstützung der Provinzial Nord Picassos berühmte Grafikfolge „Suite Vollard“.

und



© adiekoetter/shutterstock

Leuchtturm Elbphilharmonie: Die Hamburger Feuerkasse unterstützt als Classic Sponsor ausgewählte Konzerte.

Kultur



© Maxim Schulz

Liebe Leserin, lieber Leser,



schnell per WhatsApp kommunizieren, online ein Geschenk bestellen und den nächsten Beratungstermin vereinbaren – unsere Kommunikation und unser Kundenverhalten haben sich verändert. Wir sind zunehmend „hybrid“ unterwegs, analog und digital und verändern unser Kauf- und Kommunikationsverhalten situativ. Der PNW Konzern stellt sich umfassend auf diese Veränderungen ein. Unter dem Titel „PNW Kunden-Perspektive – Wir begeistern gemeinsam“ startet der Vorstand ein neues umfassendes Strategieprogramm zur Kundenbegeisterung. Alle Prozesse und Produkte werden aus der Kundenbrille heraus auf den Prüfstand gestellt.

„Wir wollen verstärkt hybride und online-affine Kunden gewinnen“ adressierte Konzernchef Dr. Wolfgang Breuer dann auch an die Ausschließlichkeitsorganisation in Münster und Lübeck. Mit vielen neuen Produktangeboten, wie zum Beispiel einer digitalen BUZ, wollen wir gezielt junge Kundinnen und Kunden von uns überzeugen. Die neue Unfallversicherung punktet mit exklusiven Leistungen, wie dem KinderKrankheitsschutz, die sehr flexibel in den Versicherungsschutz integriert werden können.

Neue Wege geht der Konzern auch mit Gründung eines digitalen Gewerbeversicherers. Die neue Konzerntochter andsafe hat insbesondere hybride und auch ausschließlich digitale Kunden im Blick, die auf traditionellem Weg nur schwer zu erreichen sind.

Gute Kontakte machen vieles möglich: Picasso goes north – durch eine von der Provinzial geförderte Kooperation zwischen dem Kunstmuseum Pablo Picasso in Münster und der Kunsthalle in Kiel kann erstmals seit 1973 wieder eine Einzelpräsentation des weltberühmten Künstlers in der Landeshauptstadt gezeigt werden. Noch ganz am Anfang ihrer Karrieren stehen die jungen Fußballer, die beim großen „Preußen-Talenttag“ zu einem von der Provinzial unterstützten Sichtungstraining voller Erwartung und mit vielen Hoffnungen in die Provinzial-Youngstars Arena in Münster kamen.

Nicht nur bei der Zusammenstellung der Themen für diese Ausgabe wird deutlich, wie umfassend und kraftvoll sich unser traditionelles Unternehmen auf die Zukunft ausrichtet. Es ist an allen Ecken und Enden viel in Bewegung. Ich freue mich, wenn wir Ihnen mit diesem nordwester einen ebenso informativen wie unterhaltsamen Überblick darüber vermitteln können.

Ihr

Jörg Brokkötter

08



Unser Konzern | Neues Kundenbegeisterungsprogramm
Die Kunden mehr begeistern, als die Konkurrenz es könnte – das ist das Ziel des neuen Programms.

Nah dran 06

- 06 Ausstellung LWL-Industriemuseum:
Alles nur geklaut?
- 06 Gewinnerin des Bernstein Awards
- 07 Spiel für Brandschutzerziehung
- 07 Dialog – Neues Diskussionsforum
- 07 Lehrmaterial für Brandschutzerziehung
- 62 Heimat-Touren
- 62 Netzwerk für Azubis
- 63 Provinzial für Berufsorientierung
- 63 Aktion Sicherheit in der Küche

Digitalisierung 08

- 08 Neues Kundenbegeisterungsprogramm
- 12 andsafe – digitaler Gewerbeversicherer
- 16 PNWneXt – Digitale Räder drehen sich
- 18 Innovationsmanagement:
Von einer Idee zur nächsten

Unser Konzern 20

- 20 Nachhaltig unterwegs
- 20 Auszeichnung für Kerstin David
- 21 Provinzial bei Kununu
- 22 Konzernprofile
- 24 Provinzialer in Westfalen-Lippe helfen
- 26 Provinzialer sammeln für Bahnhofsmision
- 27 DKMS-Typisierungsaktion
- 48 Westfälisches Wiedersehen

Produktwelt 28

- 28 Digitale BUZ
- 30 Ausgezeichnete Unfallversicherung

Vertrieb 31

- 31 Ausschließlichkeitsvertrieb im Rampenlicht
- 36 Neue Agenturleiterinnen und Agenturleiter
- 38 Prolive: Ziellinie erreicht
- 40 Leise Töne für Kreuzfahrer

Vertrieb Außendienst 42

- 42 THW in Glückstadt
- 42 Get Together in Hamm
- 43 KarriereCampus
- 43 Klima-Messe mit Provinzial-Experten

Vertrieb Sparkassen 44

- 44 Voller Energie – Sparkassentagungen
- 49 Verstärkung für Industriegeschäft
- 49 Intuitiv – S-Gesundheits-SchutzPlus

Engagement 50

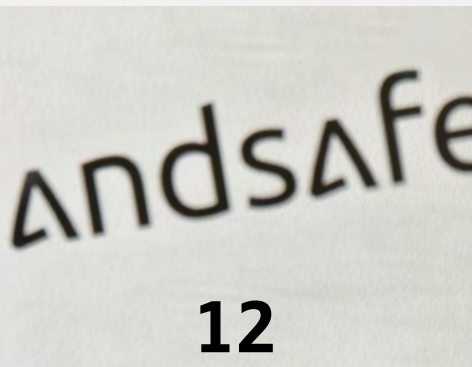
- für Westfalen**
- 50 Elektrobusse on Tour
- 52 Preußen-Talenttag

- für den Norden**
- 53 Kultursponsoring Ahrenshoop
- 54 Universum Picasso
- 56 Schülerzeitungswettbewerb
- 58 Rostocker Kunstpreis

- für Hamburg**
- 59 Premium-Partner des HSV Hamburg

- 60 Tipps und Termine

© -kl-



12

Digitalisierung |
Portfolioerweiterung
mit andsafe

**Der digitale
Gewerbeversicherer
geht an den Start.**

© -pat-



54

Engagement für den Norden | Universum Picasso
**Seit über 40 Jahren das erste Mal wieder in Kiel:
Eine Einzelpräsentation von Picasso Werken.**

© alphaspirt - Fotolia.com



Produktwelt | Digitale BUZ
Einfach! Besser! Sicher!
**Die neue digitale BUZ ist
ein attraktives Angebot
für eine junge Zielgruppe.**

28

© happyvector071 - Fotolia.com

18

Digitalisierung | Von einer Idee zur nächsten
**Innovationsmanager Christian
Gottschalk im Interview – Wie
lassen sich Innovationen managen?**



Nah dran

www.lwl.org/industriemuseum

GEKLAUT

Alles nur geklaut?

Interaktiv und am Beispiel vieler berühmter Persönlichkeiten lädt das LWL-Industriemuseum bis zum 13. Oktober gleich an mehreren Standorten zu einer Zeitreise durch 4.000 Jahre Wissensvermittlung, Spionage und Desinformation ein. Exponate wie ein antikes Scheibenrad, eine BH-Minikamera oder die Verschlüsselungsmaschine Enigma zeigen die abenteuerlichen Wege des Wissens. Als 3D-Hologramme erzählen Erfinder, Spioninnen und Whistleblower ihre Geschichten. In der „Geheimen Kammer des Wissens“ oder dem Sachverständigenlabor sind Köpfe und Tatkräfte der Besucher gefragt. ■ -tr - GRAFIK LWL/Industriemuseum



Die diesjährige Gewinnerin:
Opernsängerin Emily D'Angelo.

Ausgezeichnet

Seit 2002 wird der Leonard Bernstein Award, der von der Provinzial und der Sparkassen-Finanzgruppe gestiftet wird, an junge und talentierte Musiker vergeben. Der mit 10.000 Euro dotierte Preis soll die Karriere der vielversprechenden Talente fördern. Für viele der bisherigen Preisträger war der Award der Beginn einer Weltkarriere. Auch wenn es bereits die 18. Preisverleihung im Rahmen des Schleswig-Holstein Musik Festivals ist, so hält diese doch eine Premiere bereit, denn das erste Mal gewinnt ein Gesangstalent den begehrten Preis. Emily D'Angelo, eine aufstrebende Opernsängerin, die für ihren Mezzosopran bekannt ist, erhält im Rahmen des Preisträgerkonzertes den Award. Die Kanadierin mit italienischen Wurzeln wird am 16. August in Lübeck unter anderem Stücke von Mozart und Rossini vortragen. ■ -ch - FOTO Daniel Denino



Die Feuerwehr kommt

Feuer übt auf Kinder eine geradezu magische Faszination aus. Daher ist Brandschutzerziehung so wichtig. Die Westfälische Provinzial Versicherung hat gemeinsam mit der pädagogischen Fachstelle Brandschutzerziehung und -aufklärung vom Verband der Feuerwehren in NRW das neue Spiel „Die Feuerwehr kommt“ entwickelt. Bei dem Spiel lernen Kinder mit viel Spaß und Spannung die wichtigsten Regeln. Die Kinder schlüpfen in die Rolle der Feuerwehr. Sie müssen so schnell wie möglich von der Feuerwache zum brennenden Haus gelangen. Hierbei erfahren sie, was sie in einem Brandfall beachten müssen und wie einfach es eigentlich ist, einen Brand zu verhindern. „Wer mit Spaß und Spannung erfährt, welche Regeln zu beachten sind, für den bleibt das Gelernte besser im Gedächtnis und kann in Gefahrensituationen schnell abgerufen werden“, ist Brandassessor Mirco Schneider, Leiter der Abteilung Schadenverhütung / Risikoberatung überzeugt. Das Spiel für Kinder ab 5 Jahren und für 2 – 4 Spieler kann über das Angebot im Onlineshop www.sicherheitserziehung.shop bestellt werden. ■ -rt-



Diskutieren statt spekulieren

Der Provinzial NordWest Konzern verändert sich. Neue Organisationsabläufe, IT-Systeme, Strategieprojekte und Fusionsgespräche wecken viele Fragen. Für eine ausgiebige Diskussion bietet sich nicht immer die Gelegenheit. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Innendienst des Provinzial NordWest Konzerns können sich jetzt über ein neues Diskussionsforum miteinander austauschen. Im Forum können sie Fragen stellen und Anregungen, Ideen, aber auch Kritik zu allen dienstlichen Themen platzieren. „Diskussionsforen gehören im privaten Umfeld wie selbstverständlich dazu. Man profitiert von den Erfahrungen anderer Nutzer und kann gegebenenfalls selbst etwas zu einer Diskussion beitragen“, sagt Jörg Brokkötter, Leiter der Konzernkommunikation/Vorstandsstab. „Im dienstlichen Kontext ist der digitale Austausch noch neu für uns. Wir glauben, dass er eine sinnvolle Ergänzung zum persönlichen Dialog ist. Von einem offenen und konstruktiven Austausch können alle profitieren.“ Dialog kann von der PiP-Startseite aus geöffnet werden. Auf Wunsch können Nutzer sich per E-Mail über neue Einträge zu einem Thema informieren lassen. Die technische Basis der neuen Diskussionsplattform ist die Microsoft-Anwendung SharePoint. Im Rahmen von Mosaik werden im Konzern nach und nach moderne Microsoft-Lösungen eingeführt. ■ -lau-



Präsentierten die neuen Lehrmaterialien (v.l.): Abteilungsleiter Hauke Möller, Ilona Dudek, bis Ende 2018 im schleswig-holsteinischen Landesfeuerwehrverband für den Fachbereich Brandschutzerziehung zuständig, Jan-Rasmus Hansen, Leiter der Landesfeuerwehrschule Schleswig-Holstein, Brandschutzerzieher Klaus Rahlf's und Benno Gasa sowie stv. Leiterin der Landesfeuerwehrschule Anja Weigel. FOTO - mei-

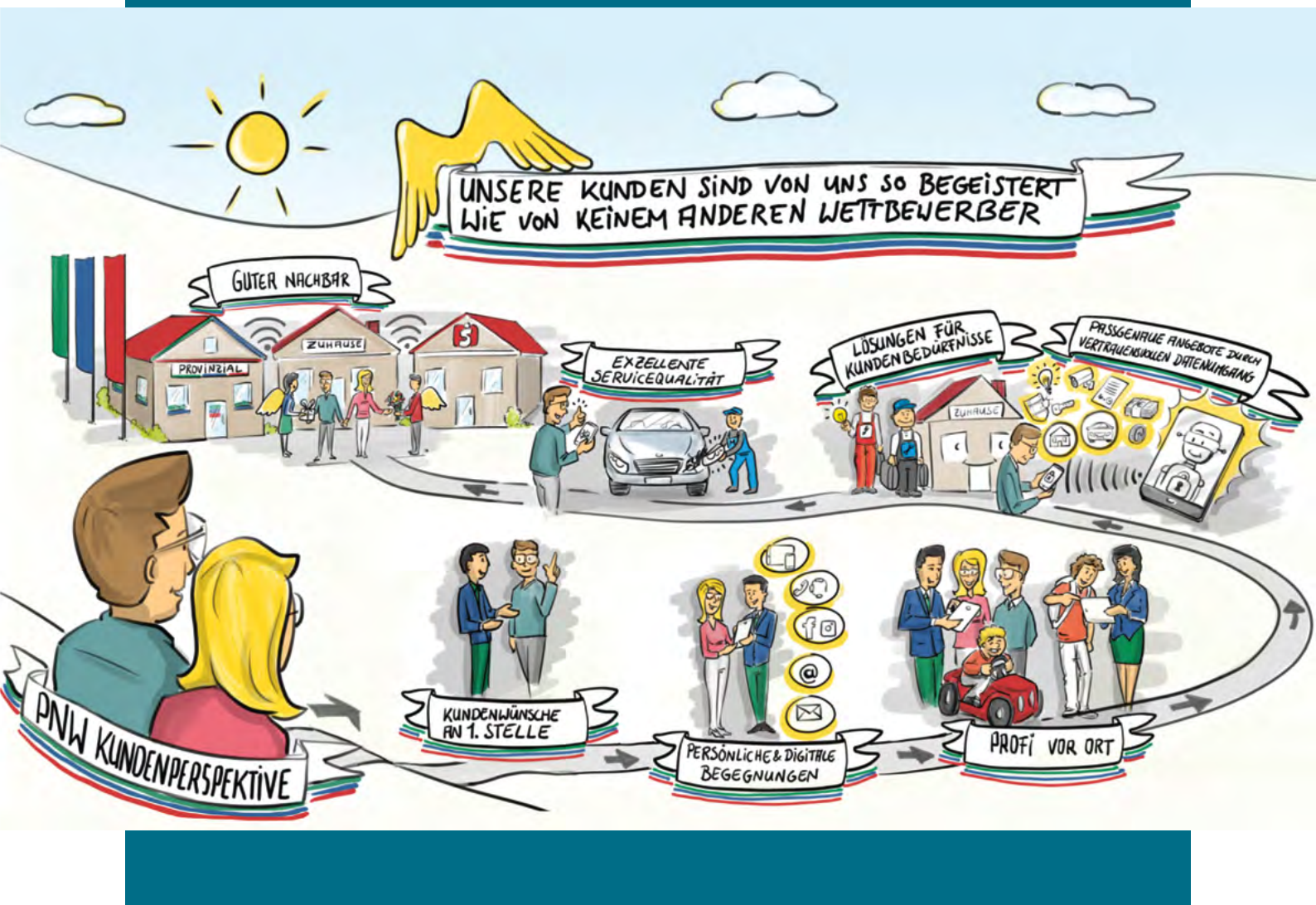
Kindgerechte Brandschutzerziehung

Im Notfall bei Feuer richtig handeln zu können, ist schon für Erwachsene eine Herausforderung – für Kinder sind die Hürden noch weitaus höher. Die Brandschutzerzieher der schleswig-holsteinischen Feuerwehren lehren Kinder daher schon früh, sorgsam mit Feuer und anderen möglichen Gefahrenquellen umzugehen und sich im Brandfall richtig zu verhalten. Um die Feuerwehren bei ihrer Aufklärungsarbeit zu unterstützen, hat die Provinzial Nord Brandkasse die Entwicklung und Produktion neuer Lehrmaterialien finanziert. Diese richten sich gezielt an die unterschiedlichen Altersgruppen der Schüler und sind somit ein wichtiges Werkzeug für eine anschauliche und kindgerechte Brandschutzerziehung in den Schulen. ■ -mei-

Die Perspektive wechseln

Auf das konzernweite Strategieprogramm „NordWest 2018“ (NW2018) folgt das Programm „PNW Kunden-Perspektive – Wir begeistern gemeinsam“. Die innere Fusion der drei regionalen Konzernunternehmen ist mit NW2018 vollzogen. Nun gilt es, den Kunden und seine Sicht stärker in den Fokus zu rücken. Mehr noch: seine Perspektive einzunehmen.

TEXT Merle Zeigerer FOTOS Thomas Klerx



„Mit unserem neuen Programm wollen wir deswegen auch mehr als nur Kundenorientierung oder einen verstärkten Fokus auf Kunden. Was wir wollen ist ein echter Perspektivwechsel.“

[Dr. Wolfgang Breuer]



Die Kundenerwartungen ändern sich rasant und es ist keineswegs banal, sich darauf als Unternehmen vollumfänglich einzustellen. Ich weiß, welche Anstrengungen wir alle in den vergangenen drei Jahren aufgebracht und nicht zuletzt NW2018 erfolgreich abgeschlossen haben“, sagt Dr. Wolfgang Breuer, Vorstandsvorsitzender des Provinzial NordWest Konzerns und Initiator des neuen Programms. „Mit ‚PNW Kunden-Perspektive‘ haben wir uns jetzt die Vision auf die Fahnen geschrieben, dass unsere Kunden von uns so begeistert sind wie von keinem anderen Wettbewerber.“

Nicht neu erfinden, aber neu leben | Die Sicht von Kunden einzunehmen, klingt erst einmal nicht neu. Schließlich stehen die Bedürfnisse der Kunden seit jeher im Mittelpunkt der Provinzial. Doch mit „PNW Kunden-Perspektive“ geht es um mehr. Es geht darum, eine Kultur zu entwickeln, bei der der Kunde noch stärker spürt, dass er bei der Provinzial an erster Stelle steht. Dieser Kulturwandel muss zum einen von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gelebt werden und zum anderen als strategisches Selbstverständnis in den Konzernstrukturen verankert sein, wie zum Beispiel einem Kundenmanagement mit Kundenreisen, Kundenlösungen für die Zukunft und einer klaren Markenpositionierung. (Details zum Programm siehe Seite 10 f.)

Was Kunden wollen: einfach, schnell, hybrid | Mit veränderten Wünschen wandelt sich auch das Verhalten und die Sicht der Menschen auf Versicherer. Geprägt von der digitalen Welt nutzen sie zunehmend online-Kanäle und sind eher bereit, ihren Versicherer zu wechseln. Einfach, schnell und auf hybriden Wegen, also persönlich und digital, mit ihrem Versicherer in Kontakt zu treten – das wünschen sich zunehmend viele Kunden. Darüber hinaus herrscht ein schärferer Wett-

bewerb unter den traditionellen, online und branchenfremden Mitbewerbern. Auch dies zeigt, wie notwendig es für den Konzern ist, die Perspektive zu wechseln und konsequent die Sicht der Kunden einzunehmen. Die Stärken der PNW als vertrauenswürdiger und fachlich kompetenter Versicherer werden künftig noch intensiver mit den Attributen Schnelligkeit und Einfachheit gemessen.

Echter Perspektivwechsel | „Wir Provinzialer leisten bereits sehr gute Arbeit. Wir sind vielfach Marktführer und haben uns das hart erarbeitet. Das wollen wir auch weiterhin bleiben und dort, wo wir es noch nicht sind, wollen wir versuchen, es zu werden. Schließlich geht es darum, den Erfolg der Provinzial NordWest nachhaltig zu sichern und damit auch Arbeitsplätze“, sagt Breuer. „Mit unserem neuen Programm wollen wir deswegen auch mehr als nur Kundenorientierung oder einen verstärkten Fokus auf Kunden. Was wir wollen ist ein echter Perspektivwechsel.“

Kraftanstrengung und Erfolg | 2018 war ein anstrengendes Jahr für alle Provinzialer, aber auch ein sehr gutes. Die PNW hat NW2018 erfolgreich abgeschlossen, sich mit PNWneXt weiter digital ausgerichtet, innovative Produkte auf den Markt gebracht, Prolive im Außendienst eingeführt, ein Analytics- und Big Data Kompetenzzentrum eingeführt – und im Nachgang von „Friederike“, den zweitgrößten Sturm aller Zeiten mit mehr als 135.000 Schäden reguliert. „Das waren echte Kraftakte, mit denen wir jedoch auch Grundlagen geschaffen haben, weitere aktuelle Herausforderungen anzugehen“, ist Breuer überzeugt. „Wenn wir weiterhin aktiv Zukunftsthemen gestalten, können wir die Herausforderungen erfolgreich meistern. ‚PNW Kunden-Perspektive‘ mit Leben füllen, also unsere Kunden zu begeistern, das können wir nur alle gemeinsam.“ ■

„PNW KUNDEN-PERSPEKTIVE“

Programmaufbau

„Unsere Kunden sind von uns so begeistert wie von keinem anderen Wettbewerber.“
Mit dieser ehrgeizigen Vision tritt das strategische Nachfolgeprogramm von NW2018
„PNW Kunden-Perspektive – Wir begeistern gemeinsam“ an. Der offizielle
Programmstart ist für das zweite Quartal geplant.



Die Vision:
**„Unsere Kunden sind von uns
so begeistert wie von keinem
anderen Wettbewerber.“**



Um den Herausforderungen des demographischen Wandels, des veränderten Kundenverhaltens und der schärferen Wettbewerbssituation zu begegnen hat der Vorstand im vergangenen Jahr entschieden, das Thema prominent in einem Strategieprogramm zu behandeln“, berichtet Programmmanager Tobias Sellheyer, der die Vorarbeiten zu diesem Programm seit Sommer vergangenen Jahres mit seinem Team organisiert hat. „Auf der Basis von Markt- und Wettbewerbsanalysen, Marktforschung, Kundenstudien und Interviews mit Führungskräften aus allen Ressorts haben wir schließlich unsere Kundenstrategie entwickelt.“ Das Programm wurde maßgeblich vom Gesamtvorstand inhaltlich gestaltet und von Dr. Wolfgang Breuer initiiert.

Programmstruktur | Die Aufplanung für das Programm wurde Anfang April gestartet. Für die sieben Handlungsfelder sind die verantwortlichen Vorstandsmitglieder benannt und

mit den strategischen Elementen die Rahmenbedingungen gesetzt. Gemeinsam mit den Sozialpartnern werden in den nächsten Wochen weitere Details abgestimmt (siehe Grafik Seite 10).

„Anders als sein Vorgänger NW2018 ist ‚PNW Kunden-Perspektive‘ kein Programm, das auf umfangreiche Strukturveränderungen abzielt“, erläutert Programmmanager Alfred Werra. „Vielmehr werden alle Projekte an einem zentralen Thema ausgerichtet sein. Konkret steht hinter allem die Frage, wie ein Perspektivwechsel hin zum Kunden gelingen kann“.

Programmmanager | Das Programmmanagement übernehmen der Hauptabteilungsleiter für Strategische Sonderaufgaben Alfred Werra (li.), der bereits NW2018 als Programmmanager verantwortlich hat, und Tobias Sellheyer (re.), Mitarbeiter der Internen Beratung, der die Vorarbeiten zum Projekt PNW Kunden-Perspektive geleitet hat. ■

TEXT Merle Zeigerer FOTO Xenia Bondarzew

Sieben strategische und Basis-Elemente sollen helfen, die Vision zu verwirklichen.

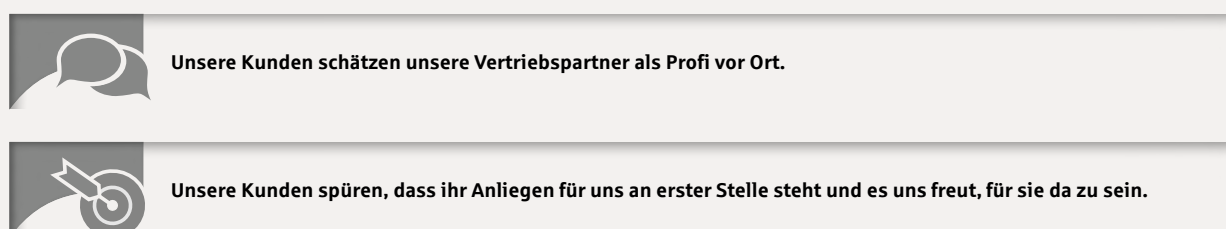
Kundenvision



Strategische-Elemente



Basis-Elemente



andsafe – von der Geschäftsidee zum digitalen Gewerbeversicherer der Provinzial | Das Thema Digitalisierung ist in der Versicherungsbranche nach wie vor in aller Munde. Mit Programmen wie PNWdigital und PNWneXt treibt die Provinzial NordWest die digitale Transformation des bestehenden Geschäftsmodells energisch voran. Durch die Gründung des digitalen Gewerbeversicherers andsafe wird nun das Portfolio des Konzerns erweitert, um insbesondere für hybride oder voll digitale besonders preissensitive Kunden, die auf traditionellem Wege und mit klassischen Produkten nur noch schwer zu erreichen sind, eine Lösung anzubieten.

andsaf

Portfolioerweiterung



TEXT Fabian Hintzler FOTOS Thomas Klerx

Im Frühjahr 2018 wurde – damals noch im Rahmen des Programms PNWdigital – geprüft, wie man mit modernen Geschäftsmodellen dem sich verändernden Kundenverhalten Rechnung tragen kann. Schließlich steigt die Zahl derer, die sich ausschließlich digital orientieren oder sich sowohl analog als auch digital („hybrid“) bewegen, auch in den Geschäftsgebieten des Konzerns kontinuierlich an.

Da im Privatkundensegment bereits mehrere Startups sowie zahlreiche Angebote von alteingesessenen Versicherern existieren, startet andsafe im Gewerbebereich. Die Anforderungen sind hier zwar komplexer, andsafe ist aber nicht einer von vielen Anbietern, sondern kann eine Vorreiterrolle einnehmen. Darüber hinaus war frühzeitig klar, dass man die bestehenden Konzernstrukturen ein Stück weit hinter sich lassen muss, um die notwendigen Strukturen und Entscheidungsspielräume zu schaffen, die der sich extrem schnell wandelnde digitale Markt erwartet. Daher wurde die Entscheidung gefällt, einen eigenständigen Risikoträger zu gründen. Der Grundstein für andsafe, den digitalen Gewerbeversicherer der Provinzial, war gelegt.

Aufbau auf der grünen Wiese. Start mit einem Produkt – weitere folgen | Dr. Christian Brandt, bisher Hauptabteilungsleiter IT-Betrieb und Christian Buschkotte, bisher Hauptabteilungsleiter im Geschäftsfeld Gewerbe, Agrar, TV/TR werden in Zukunft als Generalbevollmächtigte die Leitung von andsafe übernehmen: „Die Digitalisierung einer Organisation von Innen ist für die digitale Transformation unseres bestehenden Geschäftsmodells zwingend und auch machbar, stößt aber bei der Implementierung eines vollständig neuen, rein digitalen Geschäftsmodells hier und da an Grenzen“, so Dr. Brandt. „Schließlich lassen sich Systeme, Strukturen und Prozesse im laufenden Betrieb nur bedingt von Grund auf erneuern. Da hilft es uns, andsafe auf der ‚grünen Wiese‘ aufzubauen, um neue Wege zu gehen.“

Wenn der digitale Gewerbeversicherer im Mai an den Start geht, wird zunächst eine Betriebshaftpflichtversicherung angeboten. Diese wird, ebenso wie die weiteren zukünftigen Produkte, in einer eigenen intuitiven Antragsstrecke sowie über (online-) Makler und über Vergleichsportale vermarktet. Darüber hinaus – und an diesem Punkt unterscheidet sich die Provinzial in besonderem Maße von anderen Konzernen – sollen die Produkte von andsafe auch für die Provinzial-Vertriebe bequem verfügbar sein und sich dort in das Produktangebot einfügen. In der Entwicklung werden die Produkte laufend mit Kunden getestet, um so von vornherein dafür zu sorgen, dass sie den individuellen Bedürfnissen der Zielgruppe entsprechen. Konkret gehören hierzu unter anderem eine einheitliche Versicherungssumme für alle Schadenarten sowie ▼

„Wir können quasi täglich mit neuen Features in Produktion gehen. Dadurch erreichen wir ganz andere Entwicklungsgeschwindigkeiten.“

[Dr. Christian Brandt]



eine einheitliche Selbstbeteiligung jeweils ohne weitere Differenzierungen. Zudem werden in der Abschlussstrecke nur sehr wenige Fragen gestellt. Ein Abbruch bzw. ein Blick in die Geschäftsunterlagen soll für den potenziellen Kunden vermieden werden.

„Natürlich sind diese Vereinfachungen nicht in allen Branchen in gleichem Umfang umsetzbar. In bestimmten Betriebsarten sind die Risikoprofile schlicht zu komplex“, so Christian Buschkotte und fügt hinzu: „Das ist einer der Gründe, weswegen wir uns in allererster Linie auf kleinere Unternehmen konzentrieren, die prinzipiell in jedem Ort zu finden sind, sowie auf Gründer und auch nicht den Anspruch haben, allen Branchen eine Lösung über andsafe anzubieten.“ Dies unterscheidet andsafe auch von einer Provinzial, die bis auf wenige Ausnahmen grundsätzlich Partner für alle Gewerbekunden sein will. Trotz dieser Einschränkungen wird für andsafe ausreichend Potenzial im Markt gesehen. Der Marktanteil der Provinzial NordWest in ihrem Geschäftsgebiet beim Kleinstgewerbe liegt deutlich unter 5 Prozent und bei den Existenzgründern aktuell sogar nur bei 0,6 Prozent.

Rechenzentrum aus der Cloud | Als mit der Entwicklung von andsafe begonnen wurde, musste zunächst geklärt werden, welcher Anbieter eine entsprechende IT-Lösung zur Verfügung stellen kann. „Die Entscheidung für unseren Partner Adesso fiel, da dieser ein Versicherungskernsystem anbietet, das alle benötigten Funktionalitäten abdeckt“, berichtet Christian Brandt. „Wir führen die Module der Adesso-Lösung

zusammen und entwickeln unsere eigenen maßgeschneiderten Bereiche, wie beispielsweise die Antrags- und Schadenstrecke sowie das Kundenportal. Das Versicherungskernsystem wird durch den Anbieter kontinuierlich weiterentwickelt. Die individuell gestalteten Bereiche, die zugleich unsere nach außen sichtbaren Alleinstellungsmerkmale darstellen, werden wir in Eigenregie ausbauen. So profitieren wir einerseits vom Know-How unseres Anbieters und sind gleichzeitig in der Lage uns individuell weiterzuentwickeln.“

Auf technischer Ebene liegt zudem einer der großen Unterschiede zwischen andsafe und dem tradierten Versicherungsgeschäft darin, dass andsafe kein klassisches Rechenzentrum verwendet, sondern sämtliche erforderlichen Dienste aus der Cloud bezieht. So verfügt der digitale Gewerbeversicherer über virtuelle Rechenzentren, die sich flexibel den aktuellen Bedürfnissen anpassen und dabei stets auf dem neuesten Stand der Technik ist. Dadurch werden einerseits Kosten gespart, da nur die wirklich benötigte Technologie und Leistung bezahlt wird, andererseits spart dieses Modell Zeit. „So kann sich unsere kleine IT-Mannschaft auf die Dinge konzentrieren, die für den Kunden erlebbar sind. Wir können quasi täglich mit neuen Features in Produktion gehen“, sagt Dr. Brandt. „Dadurch erreichen wir ganz andere Entwicklungsgeschwindigkeiten.“ Im Übrigen hat der Kauf eines neuen IT-Systems auch ermöglicht, dass die Technik für andsafe ohne Belastung der Ressourcen und Budgets von Ressort 8 aufgebaut werden konnte.

„Wir bieten einfache und verständliche Produkte, die nicht nur für den Endkunden ausgesprochen attraktiv sind, sondern auch für die Berater in den Sparkassen und Provinzial Agenturen.“

[Christian Buschkotte]





Klare Schnittstellen zur Provinzial | Die Verbindung von andsafe zur Provinzial wird stets sichtbar sein, etwa bei Bilanzierung, Risikomanagement und der Vertriebswege-Kooperation. Für die Integration in den Konzern erfordert dies klare und einfache Schnittstellen, um die Vorteile bei der Entwicklung nicht einzubüßen. Daher wird der Abschluss beim Vertriebspartner über eine leicht modifizierte Antragsstrecke laufen, die derjenigen ähnelt, die auch die andsafe Kunden zu Gesicht bekommen. „Wir bieten möglichst einfache und schnell verständliche Produkte und sind überzeugt, dass diese Vereinfachungen nicht nur für den Endkunden ausgesprochen attraktiv sind, sondern auch für die Berater in den Sparkassen und den Provinzial-Agenturen“, so Christian Buschkotte.

Nach dem Marktstart wird das Produktportfolio von andsafe voraussichtlich im Herbst zunächst um eine Vermögensschadenhaftpflichtversicherung erweitert – teilweise als kombiniertes Produkt mit der Berufshaftpflichtversicherung. Anfang 2020 folgt dann mit Sach/Inhalt der nächste große Sprung auf Produktebene. Zum Jahresende wird andsafe dann über rund 25 eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verfügen. Bis dahin – und in einigen Bereichen auch darüber hinaus – werden bestimmte Funktionen von Dienstleistern aber auch aus dem Provinzial NordWest Konzern heraus wahrgenommen. „Insbesondere in hochspezialisierten Bereichen, beispiels-



Agile Arbeitsmethoden stehen bei andsafe im Vordergrund und sorgen für ständige Weiterentwicklung.

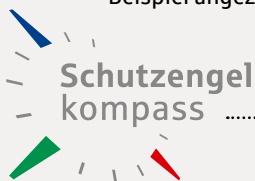
weise wenn es um Solvency II geht, werden wir sicherlich auch zukünftig auf das Know-how der Provinzial zurückgreifen“, so Christian Buschkotte. Und Christian Brandt ergänzt: „Im Endeffekt soll und wird es immer eine enge familiäre Bindung zwischen der Mutter Provinzial und der Tochter andsafe geben.“ Diese enge Verbindung zwischen den Unternehmen stellt aber auch sicher, dass es einen intensiven Know-How-Transfer zwischen den Gesellschaften zum Beispiel beim Pricing und den aktuariellen Arbeiten geben wird. ■

Digitale Räder drehen sich

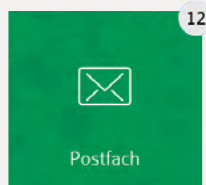
Neue Kunden gewinnen und bestehende Verbindungen stärken – die PNWnext Projekte treiben mit innovativen Prozessen, Services und Produkten die digitale Transformation voran.



➔ **SCHUTZENGEKOMPASS 2.0** | Der Schutzengelkompass hebt ab: Die neue Beratungsphilosophie für die Ausschließlichkeit steht ab Ende Mai auch online zur Verfügung. „Mit Einkommen sichern bieten wir jetzt die erste Beratungsstrecke digital an“, erklärt Christoph Bauschke, technischer Projektleiter. „Sie kann für die Beratung per Laptop oder Tablet genutzt werden und bietet Kunden und Beratern viele erlebbare Mehrwerte.“ Auch die emotionale Komponente kommt nicht zu kurz: So wird zum Beispiel angezeigt, wieviel die eigene Arbeitskraft wert ist und wie diese abgesichert werden kann. ■



➔ **NEU IM KUNDENPORTAL** | Interessante neue Funktionen gibt es ab Sommer im Kundenportal. „Unsere Vertriebspartner können über Prolive oder viele Tarifrechner Dokumente direkt in das elektronische Postfach ihrer Kunden einstellen“, erklärt Projektleiterin Julia Zieren. Neu ist auch die Option einer digitalen Antragseinwilligung: „Das vom Vertriebspartner vorbereitete Antragsdokument wird dabei nicht händisch unterschrieben, sondern per Klick aus dem elektronischen Postfach im Kundenportal heraus rechts-wirksam signiert“, so Julia Zieren. Ein neuer komfortabler Prozess und ein weiterer Baustein im Multikanal-Vertrieb. ■



➔ NEUE ONLINE-ABSCHLUSSMODULE

- **Digitale BUZ – Mit fünf Klicks zur Existenz-absicherung** | Junge Kunden zu gewinnen ist ein wichtiges strategisches Ziel. Eine Vorstudie ergab, dass bei jungen Kunden ein großes Potenzial für BU-Schutz vorhanden ist und eine hohe Bereitschaft zum Online-Abschluss besteht. Ein Team um die beiden Projektleiter Kai Schmidt-Buchholz und Felix Frank entwickelte eine online abschließbare BUZ speziell für die internet-affine Zielgruppe der 18- bis 30-jährigen. „Design und Aufbau der Abschlussstrecke haben wir den Anforderungen einer jungen Zielgruppe angepasst. Erstmals setzen wir ein Video-Ident-Verfahren ein“, erläutert Felix Frank. Mit Blick auf die Vermarktung gibt es eine vertriebliche Doppelstrategie: Die digitale BUZ wird ab Ende Mai über die Homepages als Online Abschlussmodul angeboten und kann auch für den stationären Vertrieb in den Agenturen und Sparkassen genutzt werden. (Näheres siehe Artikel Seite 28 f.)



• **Technik SchutzPlus – Neuer Schutz für Lieblingsgeräte** | Ein optimales Einstiegsprodukt für junge Kunden: „Studierende und Auszubildende haben oft einen überschaubaren Hausrat, besitzen aber wertvolle elektronische Geräte wie Smartphones oder Laptops“, erklärt Projektleiterin Kerstin Erpenbeck. In Zusammenarbeit mit ProTect bietet die Provinzial jetzt eine attraktive Versicherung speziell für alle elektronischen Geräte an. Das Online-Abschlussmodul steht über alle Unternehmens- und AD-Homepages für den Selbstabschluss und den stationären Vertrieb zur Verfügung.

WAS KANN VERSICHERT WERDEN?

- ▶ **Mobile Geräte:** Smartphone, Tablet, eBook uvm.
- ▶ **Computer und Telekommunikation:** Notebook, Spielkonsole uvm.
- ▶ **TV und Audio:** TV, Hi-Fi-Anlage uvm.
- ▶ **Haushaltsgeräte:** Backofen, Waschmaschine uvm.

DIE VORTEILE IM ÜBERBLICK

- ▶ Bequemer Onlineabschluss über die Homepages
- ▶ Versicherung gegen Elektronikschäden und Displaybruch
- ▶ Optionaler Schutz gegen Diebstahl
- ▶ Flexible und kurze Laufzeiten
- ▶ Weltweiter Schutz bei Reisen
- ▶ Freie Wahl, welche Geräte versichert werden ■



© viperagp - Fotolia.com

Von einer Idee zur nächsten

Christian Gottschalk ist seit einem Jahr Innovationsmanager bei der Provinzial NordWest. In enger Vernetzung mit internen und externen Partnern treibt der 34-jährige Betriebswirtschaftler die Entwicklung innovativer Produkt-, Dienstleistungs- und Geschäftsideen im Konzern voran.



Welchen Ansatz verfolgt der PNW Konzern? **Christian Gottschalk:** Wir verfolgen einen „Open Innovation Ansatz“, der sich durch die Öffnung des Innovationsprozesses, eine gezielte Einbindung von Kunden, Forschern, Lieferanten und Partnern in die Innovationsaktivitäten auszeichnet. Wir fördern mit mehreren Initiativen den Ausbau unserer Innovationsfähigkeit, indem wir uns aktiv nach außen vernetzen. Eine Öffnung erfolgt zum Beispiel durch die Kooperation in Innovationsnetzwerken wie dem Fraunhofer-Institut und der Beteiligung am insurHUB in Berlin oder an regionalen Initiativen wie dem Digital Hub münsterLAND, dem Innovationsforum Münsterland oder dem BarCamp Kiel. Alle Maßnahmen dienen dem Ziel, neue innovative Konzepte für Produkte, Betreuung, Services oder Schadenregulierung zu entwickeln, die aus Sicht des Kunden optimale Lösungen in einer sich schnell verändernden Welt sind.

Wie lassen sich Innovationen managen? **Christian Gottschalk:** Das Innovationsmanagement ist in der Unternehmensstrategie verankert. Ich manage den Innovationsprozess, der der Identifikation und Umsetzung chancenorientierter Themen dient. Unsere Innovationsentwicklung basiert auf einem am Design Thinking orientierten Vorgehensmodell. Unser **3E+E-Modell** besteht im Wesentlichen aus den drei Abschnitten **Entdecken, Entwickeln, Evaluieren**. Zunächst gilt es die richtigen, ungelösten Probleme durch Trend-, Wettbewerbsanalysen und durch die Einnahme der Kundenperspektive zu entdecken. Wir generieren Problemhypothesen, um für diese gezielt erste Lösungsideen entwickeln zu können. Die Ideen werden in Form von schnellen Prototypen veranschaulicht, so dass wir frühzeitig Feedback einholen können. In Abhängigkeit der Rückmeldungen und auf Basis der Evaluierung werden dann im „Digital Komitee“ die großen Investitionsentscheidungen (+E) im „Pitch-Verfahren“ getroffen.

Welche Rolle hat der Innovationsmanager dabei? **Christian Gottschalk:** Neben meiner gestalterischen Rolle organisiere und koordiniere ich die unterschiedlichen Maßnahmen und Beteiligten rund um den Innovationsprozess. Die Innovationsentwicklung lebt von Menschen, die Spaß an Teamarbeit haben und Zeit und Ideen mitbringen diese umzusetzen. Die Bildung von interdisziplinären Teams fördert durch unterschiedliche Sichtweisen auf das zu lösende Problem die notwendige Kreativität. Die Innovatoren in Fachbereichen treiben die Innovationsentwicklung überwiegend in Selbstorganisation. Ich biete durch den Innovationsprozess einen Entwicklungsrahmen und bin die Klammer einiger innovativer Themen. Organisatorisch berichte ich direkt dem Chief Digital Officer Dr. Thomas Niemöller.



Wie sieht es mit der Innovationsbereitschaft im Konzern aus? **Christian Gottschalk:** Vor dem Hintergrund des veränderten Marktumfelds, welches unter anderem auch durch viele neue Start-ups und Angebote geprägt wird, ist es für etablierte Unternehmen wichtig, neue Wege zu probieren und Bestehendes zu hinterfragen. Dieses Vorgehen ist allerdings nicht gerade in der DNA von Versicherern angelegt, die ja eher langfristiges Arbeiten gewohnt sind. Das Anspruchsniveau, die Anforderungen und Wünsche unserer Kunden ändern sich rasant. Erfahrung ist sicherlich wertvoll. Sie darf aber nicht Neues verhindern und blockieren. Um Innovationen zu generieren ist es wichtig, den Autopiloten im eigenen Kopf auch mal abzuschalten und unsicheres Terrain zu betreten. Wir machen in diesem Bereich gute Fortschritte.

Was konnte bereits umgesetzt werden, was ist als nächstes geplant? **Christian Gottschalk:** Wir wollen verstärkt als innovatives Unternehmen wahrgenommen werden und unsere Marktposition samt Markenwert festigen. Deshalb haben wir unter anderem mehrere Innovationsevents, wie den Münsteraner Hackathon „Let’s hack“, das Airstream-Event mit SAP oder die Meet-ups vom internen Innovationsnetzwerk INNOproven unterstützt. In diesem Jahr werden wir einen zweitägigen Ideenwettbewerb durchführen und erwarten über dieses Format neue Impulse für unsere Innovationskultur und die Herausforderungen von Morgen. In den Suchfeldern Immobilie und Mobilität erarbeiten wir aktuell neue konzeptionelle Ansätze. Wir platzieren gerade über gezielte Kampagnen eine Idee im frühen Entwicklungsstadium, um zu validieren, ob eine App-Idee von Kunden angenommen wird. Diese Art des Feldversuchs ist sicherlich Neuland. Wir wollen möglichst schnell überprüfen, ob sich neue Konzepte tragen. Der richtige Umgang mit potenziellen Rückschlägen durch das Nutzerfeedback und die Bereitschaft eines frühzeitigen Verwerfens von Ideen sind Teil einer gelebten Innovationskultur.

Des Weiteren haben wir serviceorientierte Themen umgesetzt, wie zum Beispiel den Fahrverbotsprüfer auf unseren Webseiten, der verunsicherten Kunden Transparenz über Dieselfahrverbote gibt. ■



PNW-NACHHALTIGKEITSKOMITEE

Nachhaltig unterwegs

Im März fand die erste Sitzung des PNW-Nachhaltigkeitskomitees statt. Das Gremium bildet einen Teil des 2018 verabschiedeten Nachhaltigkeitsprogramms und hat zum Ziel, das Nachhaltigkeitsmanagement im Konzern voranzutreiben.

Um dieses Ziel zu erreichen, arbeiten Hauptabteilungs- und Abteilungsleiter aus verschiedenen Organisationseinheiten zusammen. Koordiniert wird das Ganze von Astrid Bayer, seit Februar 2019 neue Nachhaltigkeitsbeauftragte des Konzerns. Im Mittelpunkt des ersten Treffens stand die Frage: Was bedeutet Nachhaltigkeit für die PNW? Welche Erwartungen haben wir an uns selbst und welche werden an uns gestellt?

Zur Beantwortung wird eine umfangreiche Analyse durchgeführt, mit der wesentliche Nachhaltigkeitsthemen der PNW identifiziert werden. Auf Grundlage der Ergebnisse wird das Komitee die Ableitung einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie und die Benennung wesentlicher Nachhaltigkeitsziele vornehmen.

Beim ersten Treffen dabei waren (v.l.): Matthias Jäger, Jörg Brokkötter, Christian Gottschalk, Jutta Geveler-Barroca, Axel Breuer, Dr. Norbert Winkelkötter, Dr. Fabrice Gerdes, Markus Wiemann, Dr. Katrin Peitz, Frank Bistrick, Wilhelm Beckmann, Uwe Honschopp, Michael Hein, Astrid Bayer. (Auf dem Bild fehlt: Stefan Ketelhut.) ■ -gs -FOTOS -xb/red-



HÖCHSTES ver.di-EHRENAMT AUF VERSICHERUNGSEBENE

Zeichen der Wertschätzung

Große Auszeichnung für Kerstin David: Die stellvertretende Vorsitzende des Gesamtbetriebsrat Konzern und Betriebsratsvorsitzende des Gemeinschaftsbetriebsrates am Standort Kiel übernimmt in den kommenden vier Jahren den ehrenamtlichen Vorsitz der Bundesfachgruppe Versicherungen in der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di. Damit folgt sie auf Frank Weber von der Württembergischen Versicherung in Karlsruhe, der aus persönlichen Gründen nicht für eine Wiederwahl zur Verfügung stand. Der Vorstand der Bundesfachgruppe wählte Kerstin David auf seiner konstituierenden Sitzung in Berlin am 26. März einstimmig an seine Spitze. Mit Kerstin David und

der hauptamtlich tätigen Bundesfachgruppenleiterin Martina Grundler hat ver.di im Bereich Versicherungen damit erstmals eine weibliche Doppelspitze. Der Bundesfachgruppenvorstand leistet die spezifische gewerkschaftliche Grundlagenarbeit für die ver.di Mitglieder in der Versicherungswirtschaft und wirkt bei der Branchen-, Unternehmens-, Betriebs- und Tarifpolitik mit. PNW-Vorstandsvorsitzender Dr. Wolfgang Breuer gratuliert Kerstin David zur Wahl: „Es ist auch für unseren Konzern ein Zeichen der Wertschätzung, dass Sie bei ver.di fortan eine so hochrangige ehrenamtliche Funktion auf Bundesebene übernehmen werden. Dafür wünschen wir Ihnen viel Erfolg.“ ■ -wi -FOTO privat

PNW ERHÄLT EHRliche BEWERTUNG

Hier will ich arbeiten

Kununu ist die größte Arbeitgeber-Bewertungsplattform in ganz Europa. Insgesamt haben bereits über 3 Millionen Menschen mehr als 850.000 Unternehmen bewertet. Seit kurzem gehört auch der Provinzial NordWest Konzern dazu. Eine Gruppe Auszubildender aus dem zweiten Lehrjahr hat das Projekt begleitet und die Kollegen mit allen Mitteln aus der Kommunikations-Trickkiste auf das neue Angebot aufmerksam gemacht.

Mit Messeständen, Flyern und Plakaten haben die vier Azubis Sarah Meschkat, Nadine Marker, Annica Scheper und Pia Ermann ihre Kolleginnen und Kollegen dazu motiviert ihren Arbeitgeber zu bewerten. „Wir haben nicht versucht gute Bewertungen zu sammeln, sondern ehrliche“, erklärt Pia Ermann. Denn Ziel des Auftritts bei Kununu ist es, Bewerbern ein möglichst authentisches Bild vom Unternehmen zu zeigen. Bewerten können hier alle, die berufliche Erfahrungen mit dem Konzern gemacht haben: Mitarbeiter, Auszubildende, Praktikanten, Ehemalige und Bewerber. Nach Ende der Aktion sind über 290 Bewertungen auf dem offiziellen Profil zusammengekommen. Damit ist zwar das Projekt offiziell zu Ende, Bewertungen sind aber weiterhin jederzeit möglich.

Mit einer Durchschnittsbewertung von 4,2 von 5 möglichen Sternen ist der Provinzial NordWest Konzern als Arbeitgeber besser gerankt als die Deutsche Telekom, die Allianz Deutschland oder Google. Und nicht nur das: Ganze 93 Prozent der Bewerter empfehlen die Provinzial NordWest als Arbeitgeber weiter. In die Bewertung fließen Kriterien aus 13 Kategorien ein. Dazu gehören auch Arbeitsatmosphäre, Vorgesetztenverhalten, Kollegenzusammenhalt und Work-Life-Balance. In jeder dieser Kategorien kann der Arbeitnehmer oder Bewerber



An den Messeständen in Kiel und Münster haben die Auszubildenden (Annica Scheper (v.l.), Nadine Marker, Sarah Meschkat und Pia Ermann) ihren Kolleginnen und Kollegen gezeigt, was es mit dem Arbeitgeber-Bewertungsportal auf sich hat. In Kiel bekamen sie dabei Unterstützung von ihren Azubi-Kollegen vor Ort.

zwischen einem und fünf Sternen vergeben und zu jedem Punkt auch einen Kommentar hinterlassen und damit seine Bewertung untermauern. Da an dieser Stelle alle Jobdetails freiwillig angegeben werden können und kein Name veröffentlicht wird, bleibt die Bewertung anonym.

Die Personalabteilung hat die angehenden Kauffrauen mit dem Projekt beauftragt. Die Plakate, die Flyer und die Betreuung der Messestände haben die Azubis in Absprache mit Kollegen aus Personal, Marketing und Unternehmenskommunikation eigenständig konzeptioniert und anschließend erfolgreich umgesetzt. Ausbildungsleiterin Christine Wallura ist mit dem Ergebnis zufrieden: „Klar – die Provinzial ist ein toller Arbeitgeber. Dank der tollen Arbeit der Azubis und der engagierten Bewertungen der Kolleginnen und Kollegen können sich nun auch alle Außenstehenden davon überzeugen.“ ■

TEXT & FOTO Xenia Bondarzew

kununu
TOP COMPANY
www.kununu.com
VON MITARBEITERN EMPFOHLEN!

kununu SUCHEN MENÜ KUNUNU ANMELDEN ODER ANMELDEN
Provinzial NordWest
PROVINZIAL NordWest ★★★★★ 4.19
279 Bewertungen

© STUDIO GRAND WEB - Fotolia.com © by studio - Fotolia.com

Porträtiert

VERÄNDERUNGEN – BERUFLICH WIE PRIVAT

Dr. Fabrice Gerdes – Leiter Hauptabteilung Vertriebsmanagement AO | „Unsere Geschäftsstellen als zentrale Ansprechpartner zu positionieren, und zwar unabhängig vom gewählten Kontaktkanal“, beschreibt Dr. Fabrice Gerdes sein zentrales Ziel. „Egal, ob der Kunde den Kontakt per Chat, WhatsApp, Video- oder Telekommunikation oder das persönliche Gespräch wünscht, ist die Agentur der erste Ansprechpartner.“

In Kürze wird die aktuell entstehende Hauptabteilung „Vertriebsmanagement AO“ unter seiner Leitung ihre Arbeit aufnehmen. „Die Ausschließlichkeitsorganisation wird davon profitieren, dass wir all unser Tun auf ihre Bedürfnisse fokussieren. Wir werden den Geschäftsstellen alles aus einer Hand zur Verfügung stellen, angefangen von Vertriebsstrategie und Konzepterstellung über Prozesse bis hin zu Schulungen und so den dauerhaften Erfolg des Vertriebsweges sicherstellen.“

Dr. Fabrice Gerdes weiß, wovon er spricht, liegen doch über 15 Jahre Berufserfahrung im Versicherungsvertrieb hinter ihm. Schon während seiner Studienzeit arbeitete er im Vertrieb der Hamburg-Mannheimer, war Agenturinhaber, Assistent des Direktors des Zielgruppenvertriebs und übernahm anschließend die kommissarische Leitung einer Regionaldirektion. 2010 wechselte er in die Vertriebsentwicklung der ERGO Versicherungsgruppe, wo er diverse Vertriebsprojekte mitgestaltete, unter anderem auch im Ausschließlichkeitsvertrieb.

Dr. Fabrice Gerdes kommt von der Unternehmensberatung zeb RSA GmbH in Münster, für die er seit 2013 als Berater insbesondere zu allen Fragestellungen rund um den Vertrieb und den Aufbau neuer Geschäftsmodelle tätig war. Darüber hinaus ist der 37-jährige Gründer und Geschäftsführer des Onlinemaklers „grün versichert GmbH“, der sich auf den Vertrieb nachhaltiger Versicherungslösungen spezialisiert hat. ■ -roe- FOTO privat

„Egal, ob der Kunde den Kontakt per Chat, WhatsApp, Video- oder Telekommunikation oder das persönliche Gespräch wünscht, ist die Agentur der erste Ansprechpartner.“

[Dr. Fabrice Gerdes]

„Wir stellen uns konsequent auf die Omnikanalstrategie der Sparkassen ein und haben dabei immer den Kunden im Blick.“

[Michael Schlieckmann]

Michael Schlieckmann – Leiter Hauptabteilung Vertriebsmanagement Sparkassen | Wir wollen als Provinzial an genau den Kontaktstellen in den Sparkassensystemen stattfinden,

wo der Sparkassenkunde das erwartet. Um das zu erreichen, werden wir gemeinsam mit dem angestellten Außendienst und unseren Partnern in den Sparkassen auch intensiv über bestehende und neuartige Vertriebsmodelle und -partnerschaften nachdenken“, stellt Michael Schlieckmann, der ab Mai 2019 die neue Hauptabteilung Vertriebsmanagement Sparkassen leiten wird, in Aussicht.

Über allem stehe das Ziel, die Provinzial als Wunschpartner aller Sparkassen im Geschäftsgebiet für alle Versicherungsthemen zu platzieren. „Das bedeutet, dass wir uns konsequent auf die Omnikanalstrategie der Sparkassen einstellen und dabei immer den Kunden im Blick haben, der seine Entscheidungen heute anders fällt als noch vor ein paar Jahren“, ergänzt er.

Michael Schlieckmann verfügt über viele Jahre Erfahrung im Bankenvertrieb und kennt die Herausforderungen, die insbesondere Versicherungsanbieter dort zu bewältigen haben, sehr genau. Während seiner Zeit als Referent im Sparkassenverband Westfalen-Lippe war der 46-Jährige für die Betreuung der Sparkassen mit verschiedenen Verbundunternehmen und Gremien verantwortlich. Er entwickelte hier neue Zusammenarbeitsmodelle im Verbund, gestaltete neue Marktbearbeitungsstrategien und verfügt über ein starkes Netzwerk innerhalb der Sparkassenfinanzgruppe.

Mit seinem Wechsel zur LBS Westdeutsche Landesbausparkasse lernte er die Sparkassenorganisation aus der Perspektive eines Verbundunternehmens kennen. Er hat in den vergangenen zwei Jahren parallel zur Leitung des Vertriebsmanagements einen neuen Vertriebskanal mit der Forum Direktfinanz GmbH für die Sparkassenfinanzgruppe NRW aufgebaut. ■ -roe- FOTO privat



„Großbritannien braucht die EU und die EU Großbritannien. Der Brexit ist eine Katastrophe.“

[Vorstandsmitglied Matthew Wilby]



Blickpunkt Brexit – Matthew Wilby beim NDR | PNW-Vorstandsmitglied Matthew Wilby hatte auf der Jahresauftakttagung in Lübeck bekanntgegeben, angesichts des sich anbahnenden Brexit-Chaos in seiner alten Heimat Großbritannien die deutsche Staatsbürgerschaft anzunehmen.

Dafür musste er sich auch nach 30 Jahren in Deutschland einem Einbürgerungstest unterziehen. Er nutzte einen Termin am 1. März in Heide, um noch rechtzeitig die doppelte Staatsbürgerschaft zu erlangen und den Status als EU-Bürger zu behalten. Das NDR Schleswig-Holstein Magazin berichtete und interviewte Wilby. Die NDR 1 Welle Nord lud ihn zusammen mit weiteren Gästen in die Hörfunksendung „Zur Sache“ ein.

Matthew Wilby äußerte seine Einschätzungen und Beweggründe: „Großbritannien braucht die EU und die EU Großbritannien. Der Brexit ist eine Katastrophe. Ich hatte ursprünglich damit gerechnet, dass man noch die Kurve bekommt. Ich hoffe immer noch, dass es zu einem zweiten Referendum kommt“, sagte er in der Sendung. „Alles, was mir lieb und teuer ist, habe ich mir hier aufgebaut. Ich habe nicht vor, wieder nach Großbritannien zurückzukehren. Auch deshalb will ich Sicherheit für meine eigene Situation erlangen.“ ■ -wi- FOTO - pat-



Matthew Wilby war zu Gast beim NDR, rechts Moderator Michael Frömter. Der Auftritt von Matthew Wilby wurde mit einem Musikwunsch belohnt: „Wish You were here“ von Pink Floyd.

Neu e Leitung bei OCC | Désirée Mettraux verstärkt als neue Vorsitzende die Geschäftsführung der OCC Assekuradeur GmbH. Zusammen mit Carsten Möller, der als Geschäftsführer die Bereiche Vertrieb und Marketing verantwortet, wird sie OCC führen. Die Provinzial NordWest hält eine Mehrheitsbeteiligung an dem Spezial-Versicherungsmakler, der sich auf innovative Versicherungen und Dienstleistungen für Oldtimer, hochwertige Liebhaberfahrzeuge und Premium Cars spezialisiert hat.

Die 39-jährige Versicherungsexpertin kommt aktuell von der Creadi AG, die sie 2016 mitgründete und als CEO leitete. Das Basler Insurtech-Startup ist eine Tochtergesellschaft des Lebensversicherers Pax, der einen Schwerpunkt in digitalen, auf den Kunden fokussierten, Geschäftsmodellen hat. Mettraux hat in der Versicherungsbranche verschiedene Funktionen im In- und Ausland ausgeübt. So war sie zwischen 2007 und 2012 Leiterin der Abteilung Motor- und Wasserfahrzeuge bei der Nationale Suisse in Basel. 2012 erfolgte der Wechsel zu OCC nach Lübeck, wo sie bis 2015 als Leiterin der Versicherungstechnik arbeitete. Auch nach ihrem Wechsel zu Pax blieb sie OCC als externe Beraterin erhalten.

„Ich bin sehr froh, dass wir mit Désirée Mettraux eine hochqualifizierte Kollegin mit hervorragenden Erfahrungen im Versicherungsgeschäft und im Digital Business gewinnen konnten“, so Vorstandsmitglied Stefan Richter. ■

- se - FOTO privat



„Wir sind überzeugt, dass Désirée Mettraux bei OCC zusammen mit ihren Kollegen neue Wege und Wachstumschancen eröffnen wird.“

[Vorstandsmitglied Stefan Richter]

Herzstück

TEXTE Lena Lutterbeck FOTOS Xenia Bondarzew und Provinzialer in Westfalen-Lippe helfen e.V.

Der Verein „Provinzialer in Westfalen-Lippe helfen e.V.“ ist ein wahres Herzstück der Westfälischen Provinzial geworden. Mit dem klaren Ziel vor Augen, soziale Organisationen und Projekte in Westfalen-Lippe zu fördern, schafft er es, Jahr für Jahr hohe Spenden für den guten Zweck zu sammeln.





59 Spendenübergaben, Spendeneinnahmen in einer Gesamthöhe von rund 182.000 Euro und fast 700 Mitglieder – kurzgefasst ist das die Jahresbilanz des Vereins „Provinzialer in Westfalen-Lippe helfen“. Unter den Spendenempfängern des vergangenen Jahres befinden sich zwölf Tafeln, zahlreiche ehrenamtliche Organisationen, Hospizeinrichtungen, Projekte für Wohnungslose sowie viele weitere soziale und gemeinnützige Initiativen. „Im Namen aller Empfänger danken wir jedem einzelnen, der mit seiner Spende zu diesem erfreulichen Ergebnis beigetragen hat. Das Gleiche gilt für den Vorstand, der sämtliche Beiträge und Spendensammlungen verdoppelt hat“, so Michael Eßer, Vorstandsmitglied des Vereins.

Seit der Gründung im Dezember 2014 zählt der Verein 185 getätigte Einzelspenden. Insgesamt wurden schon über eine halbe Million Euro an soziale Initiativen übergeben. So kommen die Spenden zustande: Bei den Mitgliedern handelt es sich um Mitarbeiter, Agenturleiter sowie Ehemalige der

JEDE HILFE ZÄHLT

Werden auch Sie Mitglied von „Provinzialer in Westfalen-Lippe helfen e.V.“! Der Verein freut sich über alle aktiven und ehemaligen Mitarbeiter der Westfälischen Provinzial und der Geschäftsstellen, die mit ihrer Spende helfen wollen. Sie entscheiden selbst, mit welchem Beitrag sie sich engagieren wollen. Der Mindestbeitrag beträgt 1 Euro pro Monat, auch einmalige Spenden sind möglich.

▶ Bei Interesse melden Sie sich bei:
Michael Eßer
Telefon: 0251/219-2031
E-Mail: michael.esser@provinzial.de

▶ Einzelspenden nimmt der Verein unter folgender Bankverbindung entgegen:
Mitglieds- und Spendenkonto
IBAN DE 85 4005 0150 0034 4014 22

Westfälischen Provinzial. Sie spenden jeden Monat einen selbst festgelegten Betrag von ihrem Gehalt, der anschließend vom Unternehmen verdoppelt wird. Dem Verein liegt es am Herzen, Menschen in Not zu helfen. Als lokales Traditionsunternehmen fühlt sich die Provinzial dem Gemeinwohl in seiner Region verpflichtet.

„Wir sind stolz auf die hohe Anzahl der Mitglieder und hoffen, dass unser Verein weiterhin so wächst wie bisher. Soziales Engagement gehört für uns als Beschäftigte bzw. Vermittler der Westfälischen Provinzial zum Selbstverständnis. Wir freuen uns auf weitere so schöne Aktionen, um die Menschen in unserer Region zu unterstützen und nehmen auch gerne Vorschläge entgegen, wo wir noch als Provinzialer helfen können“, freut sich Michael Eßer auf die kommenden Jahre. ■

BEGEGNEN | Die Initiative „Gelsenkirchen packt an – Warm durch die Nacht“ ist ein Projekt für Wohnungslose und andere Hilfsbedürftige. Ehrenamtliche Helfer gehen mit Bollerwagen durch die Stadt und verteilen warme Mahlzeiten, Getränke und Decken. Die aktive Hilfe steht im Fokus, doch der Austausch mit den Menschen ist den Helfern genauso wichtig. Der Verein „Provinzialer in Westfalen-Lippe helfen“ hat die Initiative mit 5.000 Euro unterstützt. Die Agenturleiter Roland Thamm (li.), Kai-Uwe Komor (3. v. li.), Wolfgang Offergeld (2. v. re.) und Andreas Kröger (re.) überreichten den Scheck an Bianca Wollbrink und Petra Bec. (Foto o.).

HELFEN | Mit einer Spende in Höhe von 3.000 Euro hat der Verein die Aktion „Sanitäter vor Ort“ in Recke unterstützt. Die Spende wurde in die Anschaffung eines Defibrillators investiert. Zwölf ehrenamtliche Helfer wurden umfassend geschult und können im Notfall Hilfe leisten. Die Geschäftsstellenleiter David (v. l.) und Andreas Sandmann sowie Vereinsvorsitzender Harald Schütz haben die Spende vor Ort übergeben (Foto Mitte re.).

SCHENKEN | Um Kindern und Jugendlichen aus den LWL-Einrichtungen zu Weihnachten eine besondere Freude zu machen, wurden im Dezember 12.000 Euro Spenden gesammelt. Auch Vorstandsmitglied Frank Neuroth half hierbei tatkräftig mit (Foto Mitte li.).

ERLEBEN | Mit den Mitarbeiter-Spenden und einer Aufstockung durch den Verein kamen insgesamt 19.000 Euro zusammen. Von den Spenden werden rund 450 Kindern und Jugendlichen aus LWL-Jugendhilfe Einrichtungen in Marl, Tecklenburg und Hamm besondere Freizeiterlebnisse ermöglicht. Matthias Löb, LWL-Direktor (4. v. l.) und Birgit Westers, LWL-Jugenddezernentin (4. v. r.) nahmen die Spenden dankend entgegen (Foto u.).



Scheckübergabe durch Kerstin David an der Wirkungsstätte der Kieler Bahnhofsmission. Über das Ergebnis freuten sich Andreas Hainke (li.), Gert Rathje und Karin Sacré (re.).

PROVINZIALER SAMMELN SEIT 25 JAHREN FÜR BAHNHOFSMISSION

Wertvolle Unterstützung

Alles kommt durch die Tür, was das Leben an Überraschungen bereithält“, umschreibt Gert Rathje den Alltag. „Immer mehr psychisch belastete Menschen, immer mehr junge Menschen in Not.“ Der langjährige Leiter der Bahnhofsmissionen in der Diakonie Altholstein sprach mit dem nordwester gern über die Bandbreite der am Kieler Hauptbahnhof geleisteten Hilfe.

Aus einem sehr positiven Anlass: Die Betriebsratsvorsitzende der Provinzial Nord, Kerstin David, konnte Anfang Februar weitere 1.521 Euro an das Team von Gert Rathje übergeben. Geld, das Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Provinzial bereits zum 25. Mal auf Initiative des Betriebsrates an den Adventssonabenden bei der traditionellen Parkplatzaktion gesammelt hatten. Autofahrern gegen einen Spenden-Obolus von mindestens drei Euro für den guten Zweck Einlass zum Unternehmens-Parkplatz zu gewähren, darum ging es erneut.



Zum Jubiläum machten sie auf die Parkplatzaktion aufmerksam (v. l. n. r.): Alexandra Schneider (Bahnhofsmission), Kerstin David, Ute Timmermann, Leben pAV-Vertragsservice, seit 25 Jahren dabei, Gert Rathje, Heinrich Deicke, Jürgen Leisner (alle Bahnhofsmission).

Einmal mehr bei Wind und Wetter in Schichten von 9 bis 15 Uhr. „Die Kolleginnen und Kollegen, die sich erneut in ihrer Freizeit freiwillig in den Dienst der guten Sache gestellt haben, haben ein herzliches Dankeschön verdient“, betont Kerstin David. „Das ist nicht selbstverständlich“, lobt auch Gert Rathje im Gespräch. Mit Tee und Süßigkeiten und tatkräftiger Unterstützung an den Aktionstagen bedanken sich die Mitarbeiter der Bahnhofsmission Jahr für Jahr für die Nachbarschaftshilfe.

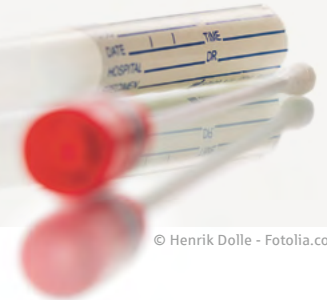
Das stolze Ergebnis in einem Vierteljahrhundert: Mehr als 40.000 Euro. Grund genug für die Kieler Nachrichten und andere Medien, zum Jubiläum über dieses nachhaltige Engagement zu berichten.

„Für viele Menschen sind wir Anlaufpunkt und geben ihnen so eine Struktur für ihren Tag“, weiß Karin Sacré. Die Rentnerin ist seit elf Jahren ehrenamtlich dabei – wie auch junge Leute, die sich neben ihrem Studium bei der Bahnhofsmission sozial engagieren. Durch regelmäßige Schulungen werden sie fit gemacht für diese Tätigkeit. Umgang mit Suchtkranken, Deeskalationstraining, Umgang mit belastenden Situationen – all dies zählt zu den Inhalten. Zu erkennen, was zu tun ist und wo man vielleicht auch einmal nein sagen und andere Institutionen hinzuziehen muss. Die Klassiker – etwa Begleitungen von Kindern, die allein reisen – gehören im Übrigen nach wie vor zum Repertoire wie auch die Unterstützung von Menschen, die nicht mehr so mobil sind wie etwa Rollifahrer oder es besonders schwer haben – wie demenzkranke Reisende. Träger der Kieler Bahnhofsmission sind die Diakonie Altholstein und der Orts Caritasverband Kiel. Sie helfen kostenlos, sind deshalb auf Spenden angewiesen und freuen sich über Nachwuchs an Ehrenamtlern. ■

TEXT Heiko Wischer FOTOS Pat Scheidemann



230 Kolleginnen und Kollegen beteiligten sich konzernweit an der Typisierungsaktion – wie hier in Kiel. In der Vergangenheit hatten sich manche Provinzialer bereits bei anderen externen Terminen registrieren lassen, die ebenfalls von „Provinzialer helfen“ und dem Unternehmen unterstützt wurden.



© Henrik Dolle - Fotolia.com

DKMS-TYPISIERUNGSAKTION

Kollegiale Hilfe

Für viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter war es an allen Konzernstandorten keine Frage: Wenn ein Kollege in Not ist, dann muss man einfach aktiv werden. So geschehen im vergangenen Dezember. Nachdem aus der Abteilung IT Data Services in Kiel die Frage an das Unternehmen und die Vereine „Provinzialer helfen“ gerichtet worden war, ob man für einen an Blutkrebs erkrankten Kollegen nicht etwas tun könne, wurden an einem Tag kurz vor Weihnachten alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zwischen 18 und 55 Jahren gebeten, sich an einer Typisierungsaktion der Deutschen Knochenmarkspenderdatei DKMS zu beteiligen.

Die Fäden liefen bei Thomas Burgmaier, Gesundheitsmanager im PNW-Konzern, zusammen, die Vorstände der Vereine „Provinzialer helfen“ in West und Nord gaben grünes Licht für am Ende 250 Typisierungen an allen Standorten und überall halfen Kollegen, die Termine durchzuführen. Die Kosten für jede einzelne Registrierung beliefen sich auf 35 Euro. Durch PiP-Nachrichten und Plakate an allen Standorten sensibilisiert, folgten viele Provinzialer den Aufrufen – und erschienen zu den vormittäglichen Terminen in Münster, Kiel und Hamburg. „Auch wenn es natürlich eher unwahrscheinlich war, einen Spender aus den eigenen Reihen zu finden, so ist es doch ein schönes Zeichen der Solidarität, dass sich so viele Kolleginnen und Kollegen dazu bereit erklärt haben“, freute sich Thomas Burgmaier über die große Resonanz. Und auch darüber, dass das Kontingent rasch ausgeschöpft wurde. Kurzfristig wurde deshalb entschieden, die Kosten für 40 zusätzliche Typisierungen zu übernehmen.

Für Heiko Heitmann, Vorsitzender des Vereins Provinzialer helfen im Norden, war eines besonders bemerkenswert: „Ich habe die Atmosphäre im ‚Spendenraum‘ als ganz toll empfunden. Alle waren sensibel darum bemüht, den Ablauf penibel einzuhalten. Nicht selten war ein Blick auf die Uhr oder das

Handy zu sehen, damit die vorgesehene Zeit des Abstrichs eingehalten werden konnte.“ Jede einzelne Registrierung sei eine Chance, ein Leben zu retten.

Josef Widura kämpft seit einem Jahr gegen den Blutkrebs. Mittlerweile konnte er eine Stammzellen-Spende erhalten und hofft nun darauf, dass sich sein Gesundheitszustand stabilisiert. „Dafür drücken wir fest die Daumen“, sagt Thomas Burgmaier – sicher im Namen aller Provinzialer.

Für den Verein „Provinzialer helfen“ im Norden war das Jahr 2018 im Übrigen ein Rekordjahr. 64.000 Euro – inklusive des doppelten Euro durch den Vorstand – konnten für soziale Zwecke zur Verfügung gestellt werden. Ein weiteres Beispiel unter vielen: Die Unterstützung des Fördervereins krebskranke Kinder e.V in Kiel. Der Tipp dafür kam aus der Agentur von Sönke Jacobsen in Kronshagen. ■ TEXT Heiko Wischer FOTOS -wi/pat-



Heiko Heitmann, Vorsitzender des Vereins „Provinzialer helfen“, und Melina Bock, Mitarbeiterin in der Provinzial Agentur Kronshagen, übergaben eine Spende in Höhe von 2.000 Euro an die Schatzmeisterin des Förderkreises für krebskranke Kinder und Jugendliche e.V. in Kiel, Meike Ehrlich (re.).

Digi BUZ: Einfach! Besser! Sicher!

JUNGE ZIELGRUPPE IM BLICK

Ende Mai wird es soweit sein: Dann beginnt für die Provinzial NordWest Lebensversicherung eine neue Ära. Mit Blick auf eine junge Zielgruppe im Alter von 18 bis 30 Jahren wird zu diesem Zeitpunkt eine digital abschließbare Berufsunfähigkeitsversicherung auf den Markt gebracht.

Info > Ihre Wünsche > Angaben zur Gesundheit > Ihre Daten > Übersicht und Antrag

Welchen **Beruf** üben Sie zurzeit aus?

Gesundheits-Krankenpfleger/in

Wie hoch ist Ihr **Bruttogehalt**?

bis 1.700 € 1.701 € bis 2.100 € 2.101 € bis 2.500 € **2.501 € bis 2.900 €** über 2.900 €

Wenn Sie Ihren Beruf nicht finden, klicken Sie bitte [hier](#).

Mit Hilfe ihres Gehältes ermitteln wir die für Sie notwendige **Basisabsicherung**. Diese deckt dann Ihren täglichen finanziellen Grundbedarf ab. Dazu gehören zum Beispiel Miete, Lebensmittel, Kleidung oder auch mal einen Kinobesuch.

Aussteuerung 5: Beruf nicht versicherbar

Aussteuerung 4: Beruf nicht gefunden

Zurück Weiter

Projektleiter für die Digitale BUZ: Kai Schmidt-Buchholz und Felix Frank.



Mit dieser Innovation ist die Provinzial NordWest Lebensversicherung Vorreiter im Versicherungsmarkt und bringt ein außerordentlich konkurrenzfähiges Produkt mit einem vollkommen neuen, digitalen Prozess auf den Markt. Projektleiter Kai Schmidt-Buchholz, Abteilungsleiter Leben Produktmanagement, beleuchtet die Ausgangslage: „Die Kundenbedürfnisse der jungen Leute haben sich gründlich verändert. Sie sind äußerst online-affin und absolut bereit, auf digitalem Weg Versicherungen abzuschließen.“ Im Markt tummeln sich zudem immer mehr Anbieter, die voll-digitale Produkte und Prozesse an den Start bringen. „Dieses Segment müssen und wollen wir bespielen“, sagt Schmidt-Buchholz, „ohne dass wir unser bewährtes Geschäftsmodell verlassen.“

Die Arbeitskraft abzusichern ist für die junge Generation existenziell. Schließlich tut sich gerade für diese Kundengruppe eine große Versorgungslücke in der gesetzlichen Rentenversicherung auf. Produktgrundlage bildet das konventionelle BU-Starter Plus Produkt für junge Leute, das bestens im Markt etabliert ist und auch bei Verbraucherschützern einen hervorragenden Ruf genießt. Es basiert auf dem Tarif „Top-BUZ“, der in einer Untersuchung der Zeitschrift Finanztest im September 2018 den zweiten Platz belegt hatte.

Viele junge Kollegen beteiligt | Der Entwicklungsprozess der digitalen BUZ war bereits vor der eigentlichen Projektumsetzung im Rahmen einer Vorstudie breit angelegt: Standortübergreifend arbeiteten mehr als 50 Kolleginnen und Kollegen, zumeist im Zielgruppenalter, in mehreren Workshops an den Anforderungen für die digitale BUZ. „Im Mittelpunkt stand immer die Frage: Was ist wichtig für die jungen Kunden und was folgt daraus für die digitale Antragsstrecke?“, berichtet Felix Frank, technischer Projektleiter IT/ITK Koordination Leben.

Zusätzlich zu der Arbeit in den Workshops wurden online-Befragungen sowie Straßeninterviews durchgeführt, um auch „außerhalb der Provinzial-Welt“ eine Einschätzung dazu zu erhalten, was junge Kunden wünschen. „Nur fünf Klicks bis zum Angebot, lautet dabei die Devise“ sagt Felix Frank. Gibt es bei einer Frage bei der Gesundheitsprüfung nicht automatisch grünes Licht, erhält der Kunde vom Vermittler vor Ort Hilfestellung.

Für die Ausschließlichkeitsorganisation, vor allem aber für die Sparkassen ist die digitale BUZ ein zukunftsfähiges Produkt zur Neukundengewinnung. Die digitale BUZ soll für die Zielgruppe durch Suchmaschinen und auf den Provinzial-Homepage gut zu finden sein. Junge Kunden der Sparkassen können durch ausgewählte Mailings auf das Thema aufmerksam gemacht werden und so direkt auf die Landingpages und Abschlussstrecken gelangen. ■

TEXT Heiko Wischer FOTO Kristin Sallmann

SCHADENSSTEUERER DES JAHRES

Der Bundesverband der Partnerwerkstätten (BVdP) zeichnete die Westfälische Provinzial Versicherung als Schadenssteuerer des Jahres 2019 aus.

Der BVdP e.V. ist die Interessenvertretung der in der Schadenssteuerung tätigen Werkstätten. Basis für die Auszeichnung ist das Ergebnis der BVdP-Stimmungs- und Konjunkturabfrage, an der führende Partnerwerkstätten in Deutschland teilnahmen. Im Rahmen der Umfrage wurden die Mitgliedsbetriebe des Bundesverbandes nach deren Zufriedenheit in den Kategorien Umsatzentwicklung, Prozesse, Konditionen und der Gesamtzufriedenheit befragt. Die Umfrage ist qualitätsgesichert, jeder Betrieb kann nur einmal teilnehmen. In allen Bereichen erreichte die Westfälische Provinzial hervorragende Ergebnisse und belegt somit insgesamt den ersten Platz in der Wertung.

„Für uns als Serviceversicherer ist ein professionelles Schadenmanagement von zentraler Bedeutung. Besonders wichtig ist uns in diesem Zusammenhang die faire und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Partnerwerkstätten“, so Stefan Richter, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Westfälischen Provinzial sowie Komposit-Vorstand beim Mutterkonzern Provinzial NordWest. Karl Pfeifer, Hauptabteilungsleiter Schaden Spezial bei der Provinzial, ergänzt: „Für uns ist es besonders wichtig, dass die Kunden in den Fachbetrieben gut aufgenommen und bedient werden. Die Zufriedenheit unserer Partner strahlt automatisch auch auf unsere Kunden ab. Insofern freut uns die Auszeichnung ganz besonders.“ ■ -fh-



**EXKLUSIVE
PROVINZIAL
LEISTUNGEN
ALS BAUSTEINE
WÄHLBAR**

- ▶ **Kinder
Krankheitsschutz**
Das Besondere:
Erleiden Kinder
schwerste Krankhei-
ten und Krankheits-
folgen wie der Verlust
des Hör-, Seh- oder
Sprechvermögens,
Pflegebedürftigkeit,
Krebserkrankungen
oder Transplanta-
tionen, dann federn
Sofortleistungen
bis zu 100.000 EUR
finanzielle Kosten ab.
- ▶ **Invalidität Plus**
Nur bei der Provin-
zial: Bereits ab einem
Invaliditätsgrad von
50 Prozent (statt
100 Prozent) wird
die Vollinvaliditäts-
summe mit einer
Progression von 600
Prozent ausgezahlt.
- ▶ **Rente Plus**
Bessere Leistungen
beim Invaliditätsgrad
und Höhe der Rente:
Bereits ab einem
Invaliditätsgrad von
35 Prozent wird die
Hälfte der vereinbar-
ten Rente ausgezahlt.
Zudem erhöht sich
die Rente bei
Pflegebedürftigkeit.



Frischer Schwung für den Fall der Fälle

DIE NEUE AUSGEZEICHNETE UNFALLVERSICHERUNG

Flexible Bausteine ersetzen kompakte Varianten, Individualisierungsmöglichkeiten machen bisherige Spezialprodukte überflüssig. In gänzlich neuer Struktur präsentiert sich das neue Unfallprodukt der Provinzial NordWest ab dem 20. Mai. Mit zahlreichen neuen und verbesserten Leistungen kann die Provinzial damit jedweden Absicherungswunsch ihrer Kunden berücksichtigen – vom kleinen Geldbeutel bis zum Premiumbereich.

**Plus
Paket**

**Assistance
Paket**

**UNFALLSCHUTZ
Leistungsbausteine
Grundschutz**

Das Tolle an unserer neuen Unfallversicherung ist, dass es alle Leistungen unserer bisherigen Produkte in sich vereint und jeder die für ihn relevanten Leistungen frei wählen kann“, sagt Produktentwickler Jörg Pralle. „Sie besteht aus frei wählbaren Modulen plus zwei zusätzlichen Paketleistungen.“ In umfassender Marktforschung und Befragungen von Vertriebspartnern wurde analysiert, was sich Kunden von ihrer Versicherung wünschen und was Wettbewerber anbieten. „Auf Basis der Ergebnisse aus zahlreichen Workshops und Arbeitskreisen zusammen mit unseren Vertriebspartnern haben wir schließlich ein Produkt konzipiert, das nach dem Baukastenprinzip funktioniert“, erläutert Pralle. „Mit der neuen variablen und leistungsstarken Unfallversicherung stößt die Provinzial in die Spitzengruppe des Marktes vor.“ Auch Franke und Bornberg haben sie bereits als „hervorragend“ (FFF) ausgezeichnet.

Grundschatz: mehr und besser | Der Grundschatz umfasst – vielfach verbessert – Leistungen wie Schmerzensgeld (ehemals Frakturleistung), Kosten für kosmetische Operationen, Bergungskosten, Rehamanagement und Familienvorsorge. Zu den wichtigsten Verbesserungen gehören jetzt etwa mitversicherte Leistungen bei Infektionen durch Schutzimpfungen, bei Unfällen durch Bewusstseinsstörungen infolge von verordneten Medikamenten sowie bei Knochenbrüchen und Sehnenrissen ohne äußere Einwirkung durch das Tragen schwerer Gegenstände.

Unfallschutz komplett: exklusiv und innovativ | Neben den notwendigen Hauptleistungen Invaliditätskapital und dem Grundschatz runden verschiedene Leistungsbausteine den Unfallschutz ab. Je nach individuellen Bedürfnissen können einzelne Leistungen wie etwa Krankenhaustagegeld, Sofort- und Todesfallleistungen sowie die Höhe der jeweiligen Versicherungssumme gewählt werden.

Mit den gänzlich neuen Bausteinen „Unfallrente Plus“, „Invalidität Plus“ und „Kinder Krankheitsschutz“ (siehe Kasten) betritt die PNW außerdem exklusives Terrain. „Diese Leistungen sind echte Alleinstellungsmerkmale. Insbesondere mit unserem Kinder Krankheitsschutz bieten wir eine echte Innovation“, erläutert Pralle. Wie bei den Einzel- und Familienversicherungen gelten die verbesserten Bedingungen auch für die Gruppen- und die Vereinsunfallversicherung sowie die Bündelprodukte der Sparkassen.

„Plus Paket“ und Assistance-Leistungen | Wer sich darüber hinaus ein höheres Schmerzensgeld bei Armbrüchen wünscht, eine zusätzliche Kostenübernahme bei medizinisch notwendigen Reha-Maßnahmen oder eine psychologische Erstbetreuung wichtig findet, der kann sich dies mit dem Baustein „Plus Paket“ erfüllen.



Das Team aus Produktentwicklung, Marktmanagement und fachlicher Projektleitung (PL): Martin Havers (v.l.), Jörg Pralle, PL Mechtild Pohlkemper, Roger Bredenbeck, Bernd Greve und Hasa Korkutovic.

Das neue Assistance Paket „Haushaltshilfeleistung nach Unfall“ kann nun jeder abschließen. Zusätzlich zu Leistungen wie Haushaltshilfe, Einkaufsservice und Winterdienst, die bislang nur die Generation 50+ abschließen konnte, enthält es auch eine ambulante Kurzzeitpflege, Kinderbetreuung samt Fahrdiensten sowie Gartenpflege. „Wir haben einfach festgestellt, dass sich die Lebenssituationen und Wünsche der Menschen in den letzten Jahren geändert haben“, sagt Pralle. Insofern sei ein flexibles Produkt, das sich jeder nach seiner jeweiligen Lebensphase zusammenstellen könne, ein richtiger und wichtiger Schritt.

Technische Umsetzung und Einführung | Mit dem neuen Produkt wird ab dem 20. Mai auch die gesamte Unfallversicherung in neue IT-Systeme überführt und damit ein weiterer Meilenstein der IT-Strategie aus NW2018 umgesetzt: Neben der Bearbeitung über das konzernweit einheitliche Bestandsystem Vivako wird es für die Vertriebspartner jetzt auch für die Gruppenunfallversicherung den Außendiensttarifrechner TWC geben. Schulungsveranstaltungen für den Innendienst und die Vertriebspartner starten Anfang Mai. Alle Kolleginnen und Kollegen im Innendienst können sich in den Beratungszentren über das neue Produkt informieren. „Eine Unfallversicherung kann im entscheidenden Moment auch Existenzen absichern“, sagt Roger Bredenbeck aus dem Marktmanagement. „Deswegen ist es uns natürlich sehr wichtig, dass wir unseren Kolleginnen und Kollegen im Vertrieb die Neuerungen und exklusiven Leistungen der Provinzial verantwortungsvoll vermitteln.“ ■

TEXT Merle Zeigerer FOTOS Xenia Bondarzew/Merle Zeigerer



„Wir stehen auf dem Spielfeld mit voller Körperspannung und wollen gewinnen, auch wenn immer mehr neue Gegenspieler mitmischen.“

[Vorstandsvorsitzender Dr. Wolfgang Breuer]

Vertrieb im Rampenlicht

Volle Kraft voraus – beim Auftakttreffen der Ausschließlichkeitsfamilie in Nord und West ging es dynamisch und zukunftsorientiert zu. Auf dem Programm: Die Highlights des laufenden Vertriebsjahres und ein ganzes Bündel voller analoger und digitaler Vertriebsmaßnahmen.

TEXT Annette Bäcker und Heiko Wischer FOTOS Thomas Klerx und Pat Scheidemann

#Hybride Kunden gewinnen

Sie sind das Gesicht der Provinzial vor Ort. Gemeinsam haben wir im letzten Jahr Treffer für Treffer verwandelt. Lassen Sie uns das auch 2019 mit vollem Einsatz tun“, adressierte Vorstandsvorsitzender Dr. Wolfgang Breuer an die Agenturleiterinnen und -leiter in Münster und Lübeck.

Der Konzernchef zog eine erste Bilanz des vergangenen Geschäftsjahres, verbunden mit einem herzlichen Dank an die Vertriebspartner: „Wir sind erfreulich über Markt gewachsen und haben mit tollen Produkten ein sehr gutes Neugeschäft in der Lebensversicherung erzielt.“ Mit Abschluss des Strategieprogramms NordWest 2018 habe man konzernintern die Kapazitäten gebündelt. „Wir können, auch bilanziell, einen Megasturm wie Friederike abfedern und lösen unsere Kundenversprechen ein.“ Matthew Wilby, Vorstand Kunden- und Vertriebsservice blickte auf die Ergebnisse in den einzelnen Sparten, die Wachstumsentwicklung der Agenturen und die anstehenden Produkteinführungen. Er bedankte sich bei den Agenturinhaberinnen und -inhabern für die guten Vertriebsleistungen und die Unterstützung in der Schadenregulierung in einem insbesondere wegen „Friederike“ außergewöhnlichen Schadenjahr.

Mit Blick auf die aktuelle Kundenentwicklung betonte Dr. Breuer, dass die Generation „Babyboomer“ umfassend bei der Provinzial vertreten sei, anders sähe es allerdings bei deren Kindern aus. Aktuelle Studien zeigten, dass die Provinzial NordWest in der Offlinewelt besser als der Wettbewerb sei. Dies müsse auch in der hybriden Welt gelingen. „Wir beherrschen die digitale Transformation.“ Verstärkt müssten auch hybride Kunden zur Provinzial finden. Dafür reiche nicht mehr nur der Weg in die Agentur aus. „Auch digitale Kunden müssen uns finden.“ Soziale Medien wie Facebook fungierten dabei nicht als Vertriebstreiber, sondern böten vor allem eine optimale Plattform zur Vernetzung in den Markt und mit den Kunden.

Der Konzernchef kündigte ein neues strategisches Groß-Programm zur Kundenbegeisterung an. (Seite 8 ff.) Ziel sei ein 360-Grad-Blick auf den Kunden. „Wir werden alle Prozesse aus der Kundenperspektive heraus überprüfen. Haben wir wirklich die Blickrichtung unserer Kunden oder möchten wir ihnen etwas vorschreiben? Unsere Kunden müssen spüren, dass es uns freut, für sie da zu sein. Wir sind der gute Nachbar und leben einen modernen Heimatbegriff. Heimat ist da, wo wir uns sozial verbunden fühlen.“ ▼

„Ich weiß, dass Sie jeden Tag mit Begeisterung für Ihre Kunden aufstehen. Vielen Dank für die gute Vertriebsleistung 2018! Mit unseren Produktinnovationen wird auch 2019 ein erfolgreiches Jahr.“

[Matthew Wilby, Vorstand Kunden- und Vertriebsservice]



#VertriebsHighlights 2019

Hintergrund © Thaut Images - Fotolia.com

▶ CHANCEN NUTZEN

01 „Wir sind die Einzigen, bei denen das Geld niemals alle wird“, brachte **Stefan Ketelhut, Hauptabteilungsleiter Leben Produktmanagement** das Alleinstellungsmerkmal der Lebensversicherung, konkret einer privaten Rentenversicherung, auf den Punkt. Nur mit einer privaten Rentenversicherung sei eine lebenslange Rente möglich. Die Provinzial NordWest Lebensversicherung gebe mit modernen und flexiblen Produkten eine überzeugende Antwort auf das Thema „Entsparen“, das in allen anderen Anlageformen zum Problem werden könne. Er appellierte, die Vertriebschancen auch im Bereich der betrieblichen Altersvorsorge aktiv zu nutzen. In Lübeck gab **Tim Karge, Leiter BD SH Nord**, einen informativen Überblick über Neuentwicklungen wie die digitale und modulare BUZ und stellte die vielfältigen unterstützenden Vertriebsmaßnahmen vor. ■

▶ TOOLS ZUM ERFOLG

02 Durch das Programm führten in Münster **Vertriebsdirektor Peter Börsch** und in Lübeck **Vertriebsdirektor Matthias Koch gemeinsam mit dem Landesdirektor für Mecklenburg-Vorpommern Thomas Kühl**. Sie blickten zurück auf die Vertriebsergebnisse des vergangenen Jahres und dankten den Agenturleitern für die gute Zusammenarbeit in den neuen VD/LD-Führungsstrukturen. Börsch appellierte, die digitalen Tools aktiv in den Agenturalltag einzubinden und für ein modernes Kundenmanagement zu nutzen. „Sie werden über die digitalen Schritte Ihrer Kunden informiert. Mit Ihrem Außendienst Cockpit können Sie die Performance Ihrer eigenen Homepage überprüfen.“ Er kündigte an, dass den Agenturen kontinuierlich weitere Tools etwa im Bereich Leadmanagement zur Verfügung gestellt würden. Im Sommer startet zudem der Rollout einer neuen Hardware in den Agenturen. ■

▶ GESCHICKT ABSICHERN

03 Die ersten Module der neuen Beratungsphilosophie, die in enger Zusammenarbeit mit den Vertriebspartnern entwickelt wurde, sind bereits im Einsatz. **Projektleiter Björn Krüger** und **Andreas Ritter** (LBD Steinfurt) und in Nord zusätzlich **Stefan Klahn** (LBD SH West) stellten die geplanten digitalen Weiterentwicklungen für 2019 vor. So wird die Beratungstrecke „Einkommen sichern“ ab Ende Mai auch in digitaler Form zur Verfügung stehen. „Wir wollen Ihren Beratungsalltag erleichtern. Mit dem Schutzengelkompass können Sie mit minimalem Zeitaufwand und sehr intuitiv handhabbar überprüfen, wie gut Ihr Gesprächspartner abgesichert ist. Im Anschluss erhält der Kunde einen detaillierten Überblick über seinen individuellen Absicherungsstand in einzelnen Bereichen mit konkreten Vorschlägen für weitere Optimierungen.“ ■

▶ AB IN DIE OFFENSIVE

04 Über drei Jahre in Folge fairster Firmenkundenversicherer mit der Note „Sehr gut“ – eine tolle Basis, um bei den Kunden in der Gewerbeversicherung zu punkten. **Christian Buschkotte, Hauptabteilungsleiter Geschäftsfeld Gewerbe**, präsentierte die attraktiven Rahmenbedingungen für das laufende Vertriebsjahr; in Lübeck war **Nils Voges (BD HH SH Süd)** mit dabei. Buschkotte erläuterte, dass mit dem Beratungsansatz „Meine Firma“ Risiken anschaulich aus der Kundenperspektive präsentiert und ein Cross-Selling deutlich erleichtert würde. ■

#Kunst der Kundenbeziehung



Als Gastreferent widmete sich Nils Hafner bei den Auftakten in Münster und Lübeck dem „Kundenbeziehungsmanagement in der Assekuranz.“ Der Professor für Kundenbeziehungsmanagement an der Universität Luzern stammt aus dem hohen Norden und hatte während seiner akademischen Anfänge in Kiel durch studentische Aushilfsjobs erste Berührungspunkte zur Provinzial.

Der 45-Jährige verdeutlichte anschaulich die Notwendigkeit, die Kunden in einem zunehmend umkämpften Markt zu begeistern. Dabei sei es entscheidend, wie sehr es gelinge, sich auf die digitalisierte Welt einzustellen und wie man zugleich das Vertrauen in die Provinzial systematisch steigern könne. Um den heutigen Erwartungen der Kunden entsprechen zu können, sei es wichtig, bei den Kunden „langfristig abschlussfördernde Gefühle“ zu erzeugen. Der Kunde stelle sich vor seiner Entscheidung für eine Dienstleistung in der Regel zwei grundlegende Fragen: Kann das Unternehmen das? Möchte ich überhaupt mit dem Unternehmen zusammenarbeiten bzw. dort Kunde sein? Dabei wähle der Kunde, welcher Zugang für ihn der richtige ist – der lokale oder der digitale. Bei margenstarken Produkten entscheide weiterhin der kompetente „menschennahe Mitarbeiter“ über die Akzeptanz bei den Kunden.

Hafner zeigte auf, dass Prozessvereinfachungen und Automatisierungen in bestimmten Bereichen des Kundenmanagements – zum Beispiel bei Beschwerden – geboten sind. Andererseits sei eine zugewandte Beratungstätigkeit weiterhin ein äußerst wichtiges Markenzeichen: „Mit Kunden empathische Gespräche in Schadenfällen zu führen“ und Zugang zu Experten zu ermöglichen sei entscheidend, um Kunden zu begeistern. ■

Mehr Wissen: Prof. Nils Hafner, „Die Kunst der Kundenbeziehung“, Haufe Verlag, 2. Auflage 2018.

Gemeinsam stark: Die Ausschließlichkeitsfamilie startete in Münster und Lübeck kraftvoll und dynamisch in die neue Saison. Neben der Vorstellung attraktiver Produktneuerungen und vieler unterstützender Vertriebsmaßnahmen gab es in den Pausen gute Gelegenheit sich mit Kollegen und Kolleginnen auszutauschen.





Mateusz Brefka



André Kraft



Theresa Fortmeier

Jung, zielstrebig und kompetent – in diesem Jahr starten 37 neue Agenturleiterinnen und Agenturleiter im gesamten Geschäftsgebiet. Der nordwester hat mit drei von ihnen darüber gesprochen, wie sie zur Provinzial gekommen sind und welche Ideen und Maßnahmen sie für die Zukunft haben.

Hoch motiviert

INTERVIEWS Lena Lutterbeck FOTOS Pat Scheidemann/privat

Mateusz Brefka leitet seit Anfang 2019 die Agentur in Krempe, Schleswig-Holstein.

Wie sind Sie zur Provinzial gekommen? Mein Vater hatte einen Kfz-Schaden. Ich habe ihn in die Provinzial-Agentur begleitet. Mein erster Kontakt zur Marke war sehr positiv. Ich bin auf die Ausbildung Kaufmann für Versicherungen und Finanzen gestoßen und habe im Sommer 2009 mein Glück bei der Provinzial versucht. Im Rahmen meiner Ausbildung im Innendienst war ich mehrere Monate im Außendienst – sogar in meiner jetzigen Agentur in Krempe.“

Welche Neuerungen setzen Sie um? „Neben vielen kleinen Projekten steht bei uns der Kundenwunsch „always online“ zu sein im Fokus. Wir stellen uns der zunehmenden Digitalisierung und haben einen WhatsApp-Service eingeführt. So können sich die Kunden rund um die Uhr bei uns melden.“

Wie war die Unterstützung durch die Provinzial? „Ich habe von Anfang an tolle Unterstützung zu allen wichtigen Fragen bekommen. Vieles lief über kurze Wege zum Beispiel per WhatsApp. Ich konnte auch abends Kontakt mit der Bezirksdirektion aufnehmen. Das war für mich eine große Erleichterung. Herzlichen Dank an alle Kollegen im Innen- und Außendienst für ihren hervorragenden Support.“

Wie haben Sie Kontakt zu Ihren Kunden aufgenommen? Alle Kunden wurden mit einem persönlichen Brief und in den lokalen Medien informiert, dass ich die Agenturleitung übernommen habe. Es gab auch Großflächenplakate. Besonders stolz bin ich auf unsere Unterstützung des TuS Krempe, den wir bei der Anschaffung von zwei Defibrillatoren bezuschusst haben. Das hat sich in der zweitkleinsten Stadt Schleswig-Holsteins sehr schnell rumgesprochen. ■

André Kraft machte nach einem Praktikum eine Ausbildung in der Agentur von Pamela von Ostrowski in Lübeck-Kücknitz. Anfang des Jahres hat er die Agentur der Hamburger Feuerkasse in Eidelstedt übernommen.

Welche Ziele haben Sie sich für das Jahr 2019 gesetzt? „Wer ein Hochhaus bauen möchte, muss mit dem Fundament anfangen. In diesem Jahr ist es mir besonders wichtig, dass ich mit meinem Team zusammenwache und eine einheitliche Arbeitsweise und effektive Strukturen festlege. Dabei müssen wir auch immer die vertrieblichen Ziele beachten. Wir haben die hybriden Kunden besonders im Blick. Wir wollen sie gezielt für uns gewinnen.“

Nutzen Sie soziale Plattformen wie Facebook? „Ich bin ein Freund moderner Arbeitsweisen. Wenn die notwendigen Voraussetzungen erfüllt sind, werden wir in den sozialen Medien präsent sein. Wir wollen unsere Zielgruppe auch online erreichen. Wir möchten genau wissen, was unsere Kunden interessiert und dazu gibt es keinen besseren Spiegel als die Onlinewelt. Wir sehen genau, was der Kunde auf unserer Internetseite anklickt, was ihn interessiert, warum er unsere Seite verlässt und welche Prozesse er wieder abbricht. Es liegt an uns, dies zu erkennen und darauf zu reagieren.“

Vor welchen Herausforderungen standen Sie bei der Agenturübernahme? „Ein guter Ablaufplan und eine abgestimmte Checkliste sind sehr wertvoll. Bei der Provinzial gibt es zur Vorbereitung auf eine Agenturleitung den Karriereplan. Dadurch habe ich ein breites Netzwerk aufgebaut und viele Hilfestellungen erhalten. Ich habe eine genaue Vorstellung bekommen, wie ich mir mein Versicherungsbüro vorstelle.“ ■



Theresa Fortmeier arbeitet seit neun Jahren bei der Westfälischen Provinzial. Sie leitet seit Anfang Februar die Geschäftsstelle in Delbrück.

Welche Veränderungen streben Sie in Ihrer Agentur an? „Viele! Die größte Veränderung liegt sogar schon hinter uns. Wir sind eine von drei Testagenturen im Rahmen des Projekts Agenturkonzept 2018+. Wir befinden uns in einer Testphase für das zukünftige konzernweite Agenturerscheinungsbild. Ziel ist es, drei verschiedene Designkonzepte zu erproben, von denen dann final ein Konzept für alle Agenturen angeboten wird. Wir haben die Fensterfronten erneuert, den Teppichboden und die gesamte Einrichtung rausgeworfen – insgesamt ein echter Schönheitsschub. Mein Team und ich haben kräftig mit angepackt. Es hat viel Spaß gemacht. Wir durften unsere Anregungen einbringen und zum Beispiel das Farbkonzept und die Deko mit aussuchen. Unser Ziel war es, eine herzliche Atmosphäre zu schaffen. Mit Erfolg – denn mit dem Ergebnis sind wir und vor allem die Kunden total glücklich.“

Welche Ziele haben Sie sich für 2019 gesetzt? „In diesem Jahr steht die Vorstellung bei den Kunden und die Bestandssicherung im Fokus. Auch wenn ich bereits sieben Jahre hier gearbeitet habe, möchte ich mich jedem als Agenturleiterin neu vorstellen. Wir freuen uns auf einen Auszubildenden, der im August zu uns kommt. Ich möchte, dass wir als Team noch weiter zusammenwachsen. Gemeinsam wollen wir ein klares Zeichen in Richtung Heimat- und Kundennähe setzen und dabei das Motto ‚Wer Neues wagt, dem wachsen Flügel‘ verfolgen.“

Wie stehen Sie zur Nutzung von Facebook in der Versicherungsbranche? „Unsere Agentur hat seit Anfang 2019 einen Facebook-Auftritt. Wir wollen unseren Kunden über Facebook von unserem Alltag in der Agentur erzählen und zeigen, welche Menschen dahinterstecken. So haben wir auch während unserer Renovierungsarbeiten fleißig Bilder gepostet, damit unsere Kunden sehen, wie wir vorankommen. Ich sehe in Facebook eine tolle Möglichkeit, die Bindung zu unseren Kunden zu stärken. Auch unter den Geschäftsleuten in Delbrück wird Facebook zum Netzwerken genutzt – so können alle profitieren.“ ■



„Es kommen immer mehr Wettbewerber auf die Landkarte. Wir haben für Sie die richtigen Tools, um auch digital im Wettbewerb ganz vorn dabei zu sein.“

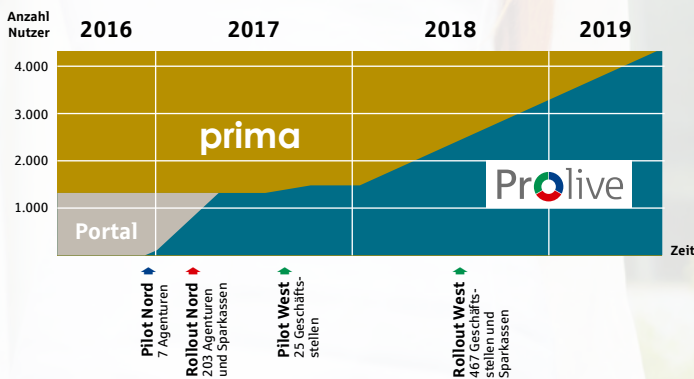
[Vorstandsvorsitzender Dr. Wolfgang Breuer]

.....



Ziellinie erreicht

In den nächsten Wochen wird ein „Kraftakt“ erfolgreich abgeschlossen, der in den letzten drei Jahren viel Energie, Einsatz und Schweiß gekostet hat. Am 6. März wurde die letzte der 644 Agenturen erfolgreich auf Prolive umgestellt: Geschäftsstelle Heßling und Donsbach in Rhede. Festgehalten wurde dies im Prolive Abschluss-Film im Provinzial-TV. Auch der Rollout in den 58 Sparkassen in Westfalen wird in den nächsten fünf Wochen abgeschlossen sein.



EINFÜHRUNG PROLIVE IN WESTFALEN

- ◆ 10,2 Mio Personen/ Partner wurden migriert
- ◆ 33,3 Mio Kontakte wurden übertragen
- ◆ 5.600 Schulungsteilnehmer aus Westfalen wurden in Münster für Prolive fit gemacht
- ◆ 565 Schulungen fanden insgesamt statt
- ◆ Mehr als 5.500 Telefonate führten die Rolloutkoordinatoren zur Vorbereitung
- ◆ 25 km LAN- und Patchkabel wurden verlegt
- ◆ 135.000 Gummibärchen und 100 kg Schokotafelchen beruhigten die Nerven der Teilnehmer



Andre Heßling (v.l.), Jörg Stiller, Dorothee Donsbach, Thomas Borchard in der Geschäftsstelle Heßling und Donsbach in Rhede.

Mehr als 4.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Agenturen, Sparkassen und im Innendienst des Konzerns arbeiten jetzt mit Prolive. Damit erreichen wir im gesamten Unternehmen ein optimiertes Teamwork, da sich alle Beteiligten auf eine gemeinsame, immer aktuelle Datenbasis und vereinheitlichte Prozesse beziehen.

Mit der Einführung von Prolive ist der Grundstein für die „Agentur der Zukunft“ gelegt:

- ▶ Die zentrale Datenbasis ist eine wichtige Voraussetzung für die großen Herausforderungen der aktuellen Digitalisierungsthemen
- ▶ Alle Programme greifen so ineinander, dass Arbeitsabläufe vernetzt sind und zu guten Vertriebsprozessen in den Agenturen führen
- ▶ Mobiles Arbeiten ist fallabschließend und ortsunabhängig möglich
- ▶ Die immer aktuellen Daten ermöglichen einen Rundumblick auf den Kunden
- ▶ Die Omnikanalfähigkeit ist gewährleistet
- ▶ Moderne IT-Security garantiert größtmögliche Sicherheit

Seit 2016 – der Einführung von Prolive im Norden – ist die Anwendung regelmäßig weiter entwickelt und an die Bedürfnisse des Vertriebs immer besser angepasst worden. Die Prolive-Releases sind auf der Grundlage des kontinuierlich gemeldeten, konstruktiven und wertvollen Feedbacks der Anwender entstanden. Sie tragen zu stetig wachsender Akzeptanz bei.

Zusammen mit den Außendienst-Vertretern werden die ermittelten Themenfelder weiterhin priorisiert, analysiert und Lösungsideen zur Optimierung entwickelt. So gibt es bereits heute vereinfachte Beratungskammern, mehr Selektionen und ein an die Bedürfnisse des Vertriebs angepasstes Vergütungscontrolling. Weitere Verbesserungen zu Partner-Dubletten, Archivierung und der elektronischen Unterschrift sind in der Entwicklung. Der nächste große Meilenstein in 2019 ist die Ausstattung aller Agenturen mit neuer Hardware. ■ TEXT Barbara Wessels

Prolive sagt Danke

Dr. Thomas Niemöller, IT-Vorstand auf der Prolive-Abschluss-Veranstaltung: „Wir können sehr stolz sein, auf das, was wir gemeinsam erreicht und geschafft haben. Ich sage ein ganz herzliches Danke an alle Beteiligten in den Geschäftsstellen, den Agenturen, der IT, dem Bereich Infrastruktur und Datenmigration, dem gesamten Einführungsmanagement und allen Beteiligten im Innendienst. Mit Prolive ist der Konzern über alle Standorte ein großes Stück zusammen gewachsen und hat sich für die Zukunft und den Wettbewerb hervorragend aufgestellt.“

Alexander Bahr, Projektleiter Prolive: „Es gibt keinen Stillstand, ein IT-System ist nie ‚fertig‘.“

Peter Börsch, Vertriebsdirektor Ausschließlichkeitsvertrieb West: „Die Umstellung auf ein neues System ist immer mit viel Mühe verbunden. Jeder Anwender muss eine Menge Neues lernen und üben. Wir sind sehr zufrieden, dass wir trotz des Flächenrollouts 2018 im Westen unsere Produktionsziele erreicht haben. Prolive unterstützt die vertrieblichen Aktivitäten und steigert unsere Wettbewerbsfähigkeit im Markt.“

Andre Stock, Projektleiter Prolive: „Das Projekt Prolive ist mit vereinten Kräften des Vertriebs, der ITK und den Fachbereichen gut gelaufen und alle Anwenderinnen und Anwender haben die Zielgerade erreicht. Wir gehen nun bestens gerüstet in die Zukunft.“

Hintergrundbild © Robert Kneschke - Fotolia.com



Leise Töne für Kreuzfahrer

Mit ihren Kompensatoren sorgt die Firma Schwingungstechnik Broneske für Ruhe und Sicherheit an Bord.

Wenn in Hamburg, Kiel oder Rostock die Kreuzfahrtschiffe einlaufen, ist eine Firma aus Schleswig-Holstein immer mit an Bord. Die Spezialisten von Schwingungstechnik Broneske aus Quickborn sorgen mit ihren Produkten dafür, dass Passagiere und Crews möglichst leise reisen können. In den Kabinen darf es mit maximal 60 Dezibel gerade mal so laut sein wie bei einem normalen Gespräch. „Wir haben uns auf elastische Lagerungen für Abgasleitungen spezialisiert. Damit sind die Leitungen sicher mit dem Schiff verbunden, übertragen jedoch kaum Vibrationen und Geräusche von den starken Motoren auf den Schiffsrumpf“, erklärt Dirk Broneske. Gemeinsam mit seinem Bruder Rüdiger führt der promovierte Ingenieur das Familienunternehmen, das sich in seinem Bereich zum Weltmarktführer entwickelt hat. 35 Mitarbeiter arbeiten heute am Standort Quickborn.

Weltmarktführer mit regionalen Wurzeln | Die Kompensatoren von SB Broneske kommen immer dann zum Einsatz, wenn Leitungen befestigt oder durch Decks oder Schotts geführt werden müssen. „Abgasleitungen können bis zu 500°C heiß werden und dehnen sich dementsprechend aus. Das müssen unsere Produkte aushalten und ausgleichen können.

Gleichzeitig müssen sie feuerfest und wasserdicht sein, damit eventuelles Feuer aus dem Maschinenraum nicht auf die anderen Decks gelangen oder Wasser eindringen kann“, beschreibt er die besonderen Herausforderungen. 1972 gründete der Vater Erwin Broneske ein eigenes Ingenieurbüro, um seine damals einzigartige Idee eines elastischen Halterungssystems für Schiffe voranzutreiben. „Damals wurden viele Schiffe noch in deutschen Werften gebaut“, erinnert er sich, „das war alles viel familiärer, man kannte sich.“ Mit zunehmendem Preisdruck zog der Schiffsbau immer weiter ostwärts. Heute werden die meisten Schiffe in Asien gefertigt. SB Broneske setzt in der Produktion jedoch weiter auf Qualität Made in Germany und arbeitet viel mit regionalen Zulieferern. „Hier haben wir das gleiche technische Verständnis und können die Qualität unserer Produkte täglich überwachen“, erklärt Dirk Broneske.

Individuelle Lösungen | Für einzelne Produkte müssen spezielle Anforderungen erfüllt werden. Nur dann erhält das Unternehmen die nötigen Zertifikate, die für einige Projekte Voraussetzung sind. Die Quickborner liefern individuelle Lösungen statt Massenwaren, denn jedes Projekt ist anders, die Abgasleitungen je nach Schiffsgröße bis zu 70 Meter lang.

Im Team treffen Erfahrung und frische Ideen aufeinander. So entstehen immer wieder innovative Produkte.



Regelmäßig sind Geschäftsführer Dirk Broneske (re.) und Agenturleiter Thomas Blaume im Gespräch, um eventuelle Haftpflichtansprüche für internationale Projekte abzusichern.



In der Fertigung prüfen Jan Hinze (li.) und Bernd Titze, ob die Schottdurchführung alle Vorgaben erfüllt.

Neun Projektingenieure und Vertriebsmitarbeiter beraten die internationalen Kunden daher eingehend, wie die Leitungen am sichersten so installiert werden, dass die maximale Lautstärke nicht überschritten wird. Außerdem soll auch an windstillen Tagen kein Passagier im Schornsteinrauch stehen. Neue Produkte entstehen zunächst als Berechnung und Zeichnung am Computer, dann am 3D-Drucker. Mit ihren Ideen, dem über die Jahre entwickelten Know-how und der ausführlichen Beratungsleistung haben die Broneskes es geschafft, sich am Markt durchzusetzen. Mit dem Einstieg der beiden Söhne 2004 und 2006 konnte das Unternehmen deutlich wachsen.

Spezielle Haftungsfragen | Der Ton im Team ist offen, familiär, man mag sich, kann aber auch gut miteinander diskutieren. „Uns ist wichtig, dass sich alle wohlfühlen und auch jeder Verantwortung übernehmen kann“, betont Dirk Broneske, „unsere Mitarbeiter sind in gewisser Weise auch unsere Kunden.“ Gern stellt das Unternehmen junge Talente ein, die sich in der Region zuhause fühlen. „Die Einarbeitung unserer Ingenieure dauert bis zu zwei Jahre, da wünschen wir uns natürlich Kontinuität“, fügt er hinzu. Gemeinsame Aktivitäten stärken das Gemeinschaftsgefühl und trotz internationalem Geschäft beschränken sich auch die Dienstreisen auf ein Minimum. Weltweit aktiv zu sein, birgt jedoch auch Risiken. „Die Krise in der Schifffahrtsbranche 2016/2017 haben wir auch gemerkt. Auch der Brexit und die politischen Spannungen

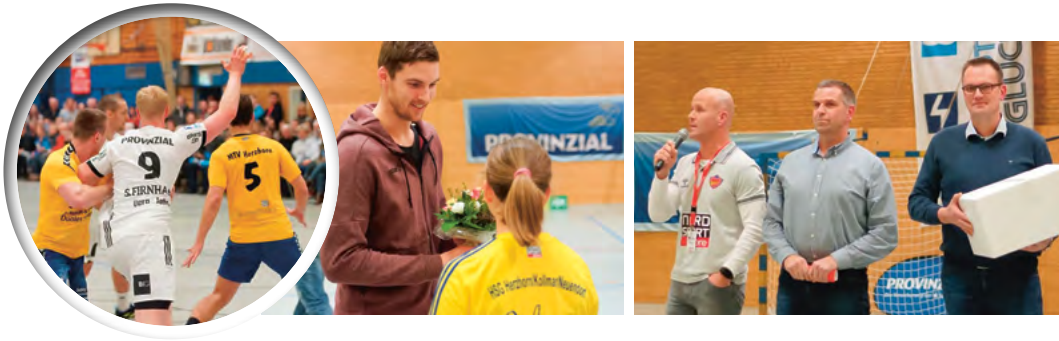
zwischen den USA und China können sich auf unser Geschäft auswirken“, erklärt Dirk Broneske.

Von Beginn an wurde das Unternehmen in Versicherungsfragen auch durch die Provinzial betreut. Thomas Blaume kennt die Firma bereits seit einigen Jahren. Seit 2016 betreut er sie als Bezirkskommissar. „Gerade in Haftungsfragen wird es immer wieder spannend, denn die sind bei Kunden in den USA oder Kanada deutlich anders als in Deutschland“, berichtet Blaume. „Um dort einen Auftrag zu erhalten, müssen wir oft auch einen Nachweis über unsere Haftpflichtversicherung erbringen und für einzelne Projekte sogar die Haftungssummen anpassen“, ergänzt Dirk Broneske. „Durch Herrn Blaume und die Rechtskollegen der Provinzial bekommen wir dafür die optimale Beratung und Unterstützung.“ ■

TEXT Beatrix Richter FOTOS Pat Scheidemann



Mit ihren elastischen Lagerungen für Abgasleitungen sind die Quickborner Weltmarktführer.



THW mit allen Stars in Glückstadt

Glückstadt | Das war ein spektakulärer Auftakt des Jubiläumsjahres: Der MTV Herzhorn feiert 2019 sein 100-jähriges Jubiläum – und bot gleich ein Event der Extraklasse. Der Oberligist des MTV Herzhorn empfing den deutschen Rekordmeister THW Kiel zu einem Freundschaftsspiel.

Mit dabei: alle Stars, die bei der Handball-WM kurz zuvor im Einsatz waren und in Glückstadt begeistert gefeiert wurden. Dem Agenturinhaber der Provinzial, Hauke Buttman, und dem Filialleiter der Sparkasse Westholstein in Glückstadt, Oliver Puls, war es gelungen, den durch die Provinzial gesponserten THW für das Gastspiel zu gewinnen. Die 650 Tickets, deren Erlös der Jugendarbeit des MTV zugutekommt, waren in kürzester Zeit restlos ausverkauft. Nicht zuletzt, da der „verlorene Sohn“ Hendrik Pekeler wieder an seine alte Wirkungsstätte zurückkehrte. Zwar nicht aktiv auf das Spielfeld – er wurde nach den WM-Strapazen geschont – aber doch, um einmal wieder in der Heimat vorbeizuschauen. Drei Jahre lang spielte er als Jugendlicher für den MTV.

Am Ende stand ein für den MTV Herzhorn achtbares Ergebnis von 19:36. Zum Anfang noch mit Blumen geehrt, gab es zum Abschluss als Belohnung für die Kieler eine Kiste Glückstädter Matjes, die Bezirkskommissar Hauke Buttman überreichte. ■ -ch - FOTOS Bernd Nissen

Der Herzhorner Sebastian Lipp im Duell mit Sebastian Firnhaber vom THW (li.). Der Oberligist zog sich gut aus der Affäre. | Hendrik Pekeler (li.) wurde bei seiner Heimkehr herzlich begrüßt – nicht nur vom Handballnachwuchs. | BK Hauke Buttman (re.) gab dem THW eine Kiste Glückstädter Matjes als Gastgeschenk mit auf den Weg. Zusammen mit Oliver Puls (Sparkasse Westholstein) und MTV-Teammanager Frank Bruhnse (li.) hatte er den THW nach Glückstadt gelotst.



Hamm | Blick zurück auf das gemeinsam Erreichte und Blick nach vorn auf die Vertriebschwerpunkte 2019: Auf Gut Kump trafen sich 75 Kolleginnen und Kollegen des angestellten Außendienstes für die Ausschließlichkeit West erstmals zu einer gemeinsamen Jahresabschlussveranstaltung.

Peter Börsch hatte Anfang vergangenen Jahres die Leitung der beiden Vertriebsdirektionen übernommen; die neue Hauptabteilung firmiert jetzt unter dem Namen Vertriebsdirektion Ausschließlichkeit West. Zu Beginn der Veranstaltung bedankte sich Börsch bei allen Anwesenden für ihr aktives Mitwirken bei der Neuausrichtung. Er hob besonders die tatkräftige Unterstützung der BD-Teams bei der Einführung von Prolive hervor. „Das war für alle Beteiligten ein großer Kraftakt. Umso bemerkenswerter, dass wir gemeinsam in nahezu allen Bereichen die hochgesteckten Vertriebsziele erreicht haben.“ Seinen Dank adressierte er auch an die ebenfalls eingeladenen Führungskräfte der weiteren Vertriebs-Hauptabteilungen. In Westfalen steuern insgesamt zehn Bezirksdirektionen aus vier Regionalzentren die Betreuung von 440 Ausschließlichkeitsagenturen. ■ -bae - FOTO Provinzial

Klima-Messe mit Provinzial-Experten



Mathias Weber begrüßte die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zur Kick-Off-Veranstaltung in Neumünster.



Andrea Möller (BK Elmshorn-Mitte) war wie die anderen Teilnehmer mit viel Elan dabei.

KarriereCampus

Neumünster | Startschuss für konzerneinheitliche Karrierewege im Rahmen des KarriereCampus: Im Hotel Altes Stahlwerk trafen sich angehende Büroleiter und Büroleiterinnen zu ihrer Kick-Off-Veranstaltung.

Mathias Weber, Leiter der Abteilung Agenturentwicklung, stimmte die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ein und beglückwünschte sie zu dem bestandenen Auswahlverfahren. „Ich freue mich, dass Sie die Komfortzone verlassen und fügte ein Kompliment hinzu: „Sie sitzen hier völlig zurecht.“ Das Programm ist reichhaltig: Fortbildungen in Prolive und Siebel, Schulung der kommunikativen Kompetenz, Kundenkontaktmanagement, Selbstorganisation, effizientes Agenturmanagement sowie Durchführung eines Praxis-Projekts.

Tim Karge, Leiter der Bezirksdirektion SH Nord betonte: „Wir möchten die Agenturen zukunftsfähig halten und es ist uns eine Herzensangelegenheit, an ihren Qualifikationen zu arbeiten.“ Zum Auftakt ging es in Workshops um Erwartungen und Zielsetzungen. Einigkeit bestand darin, dass Agenturen, Mitarbeiter sowie das Unternehmen mit der neuen Qualifizierungsmaßnahme ein wertvolles Instrument haben, die Leistungsfähigkeit und Motivation der Mitarbeiter zu steigern und zur Mitarbeiterbindung in den Agenturen befähigen. Inzwischen sind konzernweit vier Vertriebsleiter- und Büroleiter-Gruppen gestartet. ■ -wi- FOTOS -wi-

Kiel | Um Wissenswertes rund um das Thema „Klima & Energie“ drehte sich am 17. März alles in der Business Lounge der Sparkassen Arena. Jannik Seidel und Bjarne Brunkhorst aus dem Bezirkskommissariat Kiel-Mitte sowie Bezirkskommissar Marc Schweers aus Elmschenshagen informierten die Besucher an einem Messestand der Provinzial über aktuelle Versicherungsthemen.

Zudem referierte Dr. Tim Peters, Meteorologe der Provinzial NordWest, in seinem Vortrag „Stürmische Zeiten – das Gebäude schützen bei Sturm, Starkregen und Hochwasser“ über typische Unwetterschäden. Er zeigte auf, wie ein optimaler Versicherungsschutz aussieht. „Seit 2005 hat jede Region in Norddeutschland ihren Starkregen abbekommen“, so Peters. Dieses Risiko sei allgemein stark unterschätzt, denn nur 40 Prozent aller Deutschen seien ausreichend gegen Naturgefahren versichert. Während der Durchschnittsschaden bei Stürmen – wie jüngst bei „Eberhard“ – bei 1.000 Euro liege, seien es bei Elementarschäden im Mittel rund 5.000 Euro. Im Extremfall kann es sogar zu Totalschäden an Wohngebäuden kommen – so geschehen zum Beispiel Himmelfahrt 2018 in Hamburg. In Schleswig-Holstein haben aktuell nur 23 Prozent der Haushalte eine Elementarschadenversicherung abgeschlossen. „Diese Deckungslücke kann sehr teuer werden“, mahnte der Meteorologe. ■ -js- FOTOS -pat-



Jannik Seidel (mitte) und Bjarne Brunkhorst (li.) berieten die Besucher der Klima- und Energiemesse in Sachen Versicherungsschutz. | Dr. Tim Peters sensibilisierte in seinem Vortrag für das Thema Elementarschadenversicherung.

Voller Energie

ANALOG UND DIGITAL



TEXT Jennifer Krüger und Heiko Wischer FOTOS Thomas Klerx und Pat Scheidemann



Uwe Salewska



Peter Lohrmann



Thomas Kühl

Können Sie Fake News von echten Fakten unterscheiden? Uwe Salewska stellte zu Beginn der Sparkassentagung Nord in Timmendorfer Strand die Sparkassenvertriebspartner auf eine unterhaltensame Probe. Lebendige Industriegeschichte im Westen – Peter Lohrmann hatte die westfälischen Sparkassen in die alte Rohrmeisterei in Schwerte eingeladen. Klares Signal auf beiden Veranstaltungen: Die Provinzial NordWest unterstützt die Sparkassen 2019 mit vielen neuen Produkthighlights und vertriebsunterstützenden Maßnahmen. Über verschiedene Abstimmgremien erfolgt bereits im Vorfeld ein enger Schulterschluss, um den Partnern in den Sparkassen optimal in ihren Beratungsalltag passende Produkte und Verkaufsmaßnahmen zur Verfügung zu stellen.

♦ **Wertpapiersparen im Versicherungsmantel**

Bei den Sparkassen liegen aktuell Einlagen in Milliardenhöhe, allein bei den Sparkassen in Schleswig-Holstein sind es derzeit 33,1 Milliarden Euro. Ein enormes Potenzial – auf den Vertriebstagungen wurden nach dem Motto „Wertpapiersparen ist gut. Im Versicherungsmantel wird es noch besser“ attraktive Produktlösungen der Provinzial vorgestellt. Dabei werden die Vorteile einer Fondsanlage mit den steuerlichen Vorteilen einer Versicherung kombiniert. In zinslosen Zeiten bieten Wertpapiere eine gute Möglichkeit Renditen zu erzielen. Als fondsgebundene Vermögensanlage ist das GenerationenDepot Invest erfolgreich im Markt etabliert. Es bietet viele unterschiedliche Möglichkeiten: Als Instrument zum Generationenmanagement für vermögende Kunden, als Bestattungsvorsorge sowie als Geldanlagemöglichkeit. Hervorragend kann es auch für die Wiederanlage fälliger Lebensversicherungen eingesetzt werden. Hierbei kommt es ganz auf die Wünsche des jeweiligen Kunden an. Das Produkt bietet eine hohe Flexibilität, ermöglicht Steuervorteile und erfüllt den Wunsch nach Sicherheit und Rendite.

♦ **Unfallabsicherung 2019**

Mit dem neuen Unfalltarif wurden die Leistungen weiter erhöht und ein Rundumsorglos-Paket entwickelt. Zukünftig ist beispielsweise die Haushaltshilfeleistung automatisch im Baustein Privat-Schutz sowie Privat-Schutz Plus integriert. Ein Highlight des neuen Produktes ist die Invalidität Plus. Der Kunde erhält hier bei einer Invalidität ab 50 Prozent die volle Leistung. Darüber hinaus wird auch der Unfallschutz im neuen Plus-Paket durch beispielsweise eine psychologische Erstbetreuung von Verletzten und Familienangehörigen weiter optimiert sowie ein neuer Baustein Kinder Krankheitschutz angeboten.

♦ **Gewerbeoffensive 2.0 – „Einfach zu mehr Ertrag“**

Über drei Jahre in Folge fairster Firmenkundenversicherer mit der Note „Sehr gut“ – eine tolle Basis, um bei den Kunden in der Gewerbeversicherung zu punkten. Unterstützt wird dieses durch ein qualitativ hochwertiges Konzept zur Neukundengewinnung, einer Maßnahmenbroschüre und innovativen Produkten wie zum Beispiel die neue D&O-Versicherung und die Cyberversicherung. Thomas Kühl, LD Mecklenburg-Vorpommern: „Ich bin mir sicher: Das wird ein Riesenerfolg.“

♦ **D&O-Versicherung**

Mit einer D&O-Versicherung schützt der Gesellschafter beziehungsweise Geschäftsführer eines Unternehmens sein Privatmögen. Bei den neuen Bedingungen bietet die Provinzial dem Kunden viele Mehrleistungen. Zum Beispiel steht die Versicherungssumme insgesamt pro Jahr zwei Mal zur Verfügung und unter bestimmten Voraussetzungen entfällt der Eigenschadenabzug für den Firmeninhaber. Darüber hinaus kann ein Arbeitgeber bei dem neuen Produkt Schadensersatzansprüche gegen Ansprüche einer versicherten Person (beispielsweise bei Gehaltszahlungen) über die Provinzial absichern.

♦ **K-Flottengeschäft**

Ein Geschäftsbereich mit sehr guten Entwicklungsmöglichkeiten: Die Provinzial NordWest ist in diesem Bereich sehr gut gewachsen und punktet mit schnellen Reaktionszeiten, kurzen Durchlaufzeiten und einer hohen Flexibilität. Die Größen der versicherten Flotten bewegen sich zwischen 25 und knapp 12.000 Fahrzeugen. Die Sparkassen verfügen über sehr gute Verbindungen zu ihren Firmenkunden. Die Provinzial NordWest bietet sich hier als Partner für optimalen Versicherungsschutz an. ▼

© morokey - Fotolia.com



„Wir bieten Ihnen in 2019 viele attraktive Produktneuerungen, analog und digital. So können Sie die Chancen des Marktes nutzen und mit einem von uns bereitgestellten automatisierten Bestandsmanagement ihre Ertragskraft weiter steigern.“

[Peter Lohrmann, Hauptabteilungsleiter Vertrieb Sparkassen West]



S-BESTANDSMANAGEMENT 2.0

- ▶ Häufige Kontakte stärken Kundenzufriedenheit
- ▶ Kontinuierliche Bestandsarbeit fördert Ertragswachstum
- ▶ Clevere IT-Unterstützung sichert Cross- und Up-Selling

Mit einem automatisierten Bestandsmanagement Kundenverbindungen sichern und ausbauen – dieses Thema stand im Fokus der Vertriebstagungen. Nach einer sehr erfolgreichen Pilotphase mit ausgewählten Sparkassen in Nord und West steht den Sparkassen ab Ende Mai eine neue in OSPlus_neo integrierte Dialogseite für ihr individuelles Bestandsmanagement zur Verfügung.

„Sobald eine Vorversicherung in einer Bündelsparte besteht, startet automatisch eine Bestandsanwendung. Diese bietet einen schnellen Überblick über bündelfähige Versicherungen und zeigt nicht versicherte Sparten und Vertragsverlängerungsmöglichkeiten an“, erläutert Matthias Nowotny, der als technischer Projektleiter das Projekt zum Bestandsmanagement leitete.

Aktuelle Befragungen von Sparkassenkunden haben gezeigt, dass Mehrvertragskunden signifikant loyaler sind und häufige Kontakte die Kundenzufriedenheit steigern. Die Dialogseite ist sehr intuitiv gestaltet. Zur Einführung werden Web-Based-Trainings, Trainingskonzepte sowie zusätzliche Beraterunterlagen angeboten.

Und noch ein Plus: Zufriedene Versicherungskunden der Sparkassen nutzen auch gerne weitere Sparkassen- und Verbundprodukte. ■

„Bei uns gibt es keine Fake News. Wir versprechen nichts, was wir nicht halten können und überzeugen mit attraktiven Produktlösungen.“

[Uwe Salewska, Hauptabteilungsleiter Vertrieb Sparkassen Nord]





INDUSTRIEGESCHICHTE LIVE

Die Tagung der westfälischen Sparkassen fand an einem besonderen Ort statt – in der alten Rohrmeisterei in Schwerte.

Ulrich Bartscher, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Schwerte, richtete ein Grußwort an die Tagungsteilnehmer und gab einen interessanten Einblick in die Geschichte des Industriedenkmal. So wurde der erste Bauabschnitt der früheren Pumpstation bereits im Jahr 1890 in Betrieb genommen. Gemauerte Rundbögen, gusseiserne Sprossenfenster und das ziegelrote Mauerwerk erzeugen eine besondere Atmosphäre. Das heutige Industriedenkmal wird von der gemeinnützigen Bürgerstiftung Rohrmeisterei betrieben und dient als beliebtes Kulturzentrum für Schwerte und die Region. Auch der Ruhrradweg zu den Industriedenkmalern (Radrevier.Ruhr) führt an der Rohrmeisterei vorbei. ■

© Rohrmeisterei Schwerte





Dr. Wolfgang Breuer kürte den „Alterspräsidenten“ Heinz Bischof, gemeinsam mit Wilhelm Beckmann und Beatrice von Brauchitsch (v.l.n.r.).

Westfälisches Wiedersehen

Zum 19. Mal veranstaltete die Westfälische Provinzial Versicherung in diesem Jahr ihr Pensionärstreffen. Über 240 ehemalige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kamen zu dem Wiedersehen in die Münsteraner Direktion.

Vorstandsvorsitzender Dr. Wolfgang Breuer, Generalbevollmächtigte Beatrice von Brauchitsch und Betriebsratsvorsitzender Wilhelm Beckmann hießen die ehemaligen Kolleginnen und Kollegen willkommen und kürten auch in diesem Jahr wieder den sogenannten „Alterspräsidenten“. Der 94-jährige Heinz Bischof nahm einen Blumenstrauß als Geste des Dankes für die lange Verbundenheit zum Unternehmen stellvertretend für alle ehemaligen Kolleginnen und Kollegen entgegen. Nach der Ehrung blieb noch genügend Zeit, sich bei Kaffee und Kuchen über die Erinnerungen an die gemeinsame Zeit bei der Provinzial auszutauschen. ■

-xb - FOTO Tanja Heller

Die besten Schülerzeitungen Westfalens

Zum 21. Mal suchte die Kulturstiftung der Westfälischen Provinzial die besten Schülerzeitungen in Westfalen. Eine Jury aus Medienexperten und Kulturverantwortlichen bewertete die Zeitungen von Grund- und weiterführenden Schulen. Die Jurymitglieder bewerteten den optischen, den inhaltlichen und den Gesamteindruck.

Bei den Grundschulen gewann der „Spickzettel“ der St. Martini-Schule in Greven. Die Nachwuchsredakteure dürfen sich über einen Ausflug in das Abenteuermuseum Odysseum in Köln freuen. Bei den weiterführenden Schulen überzeugte die Redaktion der Anne-Frank-Gesamtschule Havixbeck mit ihrem „Habicht“. Die jungen Redakteure können bei einer

Redaktionsrallye den Redakteuren der Westfälischen Nachrichten, der Antenne Münster und des Westfalenspiegels über die Schulter schauen.

Neben den jeweiligen Gewinnern und Platzierten kürte die Jury einen Gewinner in der Kategorie „Bestes Layout“. Hier siegte die „Bärenstarke Schülerzeitung“ des Grundschulverbands Sythen-Lavesum. Thomas Tenkamp, Leiter der Kulturstiftung, freute sich besonders über die hohe Zahl an eingegangenen Schülerzeitungen: „Vor dem Hintergrund, dass immer mehr Schulen zusammengelegt werden oder schließen, ist die gestiegene Teilnehmeranzahl besonders erfreulich.“ Insgesamt nahmen 50 Schülerzeitungen am Wettbewerb teil. ■

-lm - FOTO -lm-



Die Jury kürte die besten Schülerzeitungen Westfalens: Fabian Hintzler, Pressereferent, Stefan Nottmeier, Chefredakteur des Radiosenders Antenne Münster, Thomas Tenkamp, Geschäftsführer der Kulturstiftung, Jörg Brokkötter, Pressesprecher und Norbert Tiemann, Chefredakteur der Westfälischen Nachrichten (v.l.n.r.).

Verstärkung ...

... für das Industriegeschäft – Joint Venture mit MRH Trowe | Um den Sparkassen für besonders makleraffine Kunden sowie der AO und den Sparkassen für das sogenannte Ventilgeschäft eine besonders qualifizierte Lösung zur Verfügung zu stellen, hat der Provinzial NordWest Konzern mit der Maklergruppe MRH Trowe (Mesterheide Rockel Hirz Trowe) den neuen Makler MRH Trowe NordWest GmbH gegründet. MRH Trowe gehört zu den führenden Industriemaklern in Deutschland. Der Provinzial NordWest Konzern hält eine Minderheitsbeteiligung an dem neu gegründeten Unternehmen.

Mit der MRH Trowe NordWest GmbH steht in einer ersten Stufe den makleraffinen Industriekunden der Sparkassen ein hochspezialisiertes Makler-Team mit umfassender und anerkannter Expertise im Industriegeschäft zur Verfügung. Dem Joint Venture war eine intensive Pilotphase vorausgegangen. „Die Ergebnisse waren vielversprechend. Sowohl die Firmenkundenberater der Sparkassen als auch die Firmenkunden selbst bewerteten das Angebot sehr positiv“, erläutert Rainer Schönberger. Der neu gegründete Makler agiert eigenständig und unabhängig und hat seinen Sitz am WHYIT Campus in Münster.

Aktuell laufen Gespräche und Arbeiten mit der Ausschließlichkeitsorganisation der WPV, damit in einem weiteren Schritt die MRH Trowe NordWest GmbH auch der Ausschließlichkeitsorganisation zur Verfügung steht und dort das Ventilgeschäft in bestimmten Segmenten bedienen kann. ■ -roe- FOTO -xb-



Mocup iPad
© odrulesog - Fotolia.com

Intuitiv – von der Beratung bis zum Abschluss

S-Gesundheits-SchutzPlus nun auch über OSPlus_neo | Das Interesse der Deutschen an einer Beratung zur Gesundheitsvorsorge ist hoch und die Bereitschaft zum Abschluss wächst. Mit dem Sparkassen-Gesundheits-SchutzPlus (S-GSPlus) liegen UKV und Sparkassen somit voll im Trend, werden doch hier die Kunden quasi zu Privatpatienten. Zusätzlich zu OSPlus-Portal bietet die UKV nun das wichtige Beratungsthema „Gesundheitsschutz“ auch in einer schlanken Version über OSPlus_neo an.

Jannik Boomgaren, Fachkoordination Vertrieb, betont: „Mit dem S-GSPlus verfügen die Sparkassen, neben unseren Produkten S-Privat-Schutz und S-Privat-SchutzPlus, über eine weitere standardisierte und effiziente Beratungsplattform in OSPlus_neo. Über eine anschauliche Oberfläche ist sie einfach und konsequent intuitiv zu bedienen – und zwar von der Beratung bis zum Abschluss.“

S-GSPlus bietet den Rundum-Versicherungsschutz mit den Bausteinen ZahnPRIVAT in den Varianten Optimal und Premium, Vorsorge PRIVAT, NaturPRIVAT sowie Klinik PRIVAT/1 und 2 und richtet sich an gesetzlich Krankenversicherte. ■ -roe-



Freuen sich über die neue Kooperation (v.l.): Ralph Rockel, Vorstand MRH Trowe AG, Rainer Schönberger, Geschäftsfeld Industrie/Maklervertrieb Industrie Provinzial NordWest, Marko Wunsch, Managing Director MRH Trowe NordWest GmbH.

Immer sicher unterwegs

Von Diesel- auf Elektroantrieb umsteigen – das klingt im ersten Moment einfach. Für ein Verkehrsunternehmen wie die Stadtwerke Münster erfordert dieser Wechsel jedoch komplexe Änderungen der Arbeitsabläufe und eine Anpassung der baulichen Infrastruktur. Die Abteilung Schadenverhütung / Risikoberatung der Provinzial NordWest begleitet diesen Prozess seit vier Jahren und unterstützt ihren Kunden intensiv beim technischen Risikomanagement.

TEXT Bernd Große-Scharmarn und Dr. Georg Scholzen FOTOS Thomas Klerx

Engagement
für Westfalen



Die Risikoingenieure
Dipl.-Ing. (FH) Bernd
Große-Schermann (li.)
und Dr. Georg Scholzen
begutachten die
Schaltanlage der
Gleichspannung.



In Münster starteten 2015 die ersten fünf Elektrobusse. Sie haben sich von Prototypen zu serienreifen Fahrzeugen entwickelt. Zuvor mussten viele Details geklärt werden, wie die Beantragung von Fördergeldern, das Gewinnen von Projektpartnern aus Forschung und Wirtschaft, das Planen der Ladeinfrastruktur und Mitarbeiter-Schulungen. Seit 2012 arbeiten die Stadtwerke Münster und die Schadenverhütungsexperten der Provinzial vertrauensvoll zusammen. „Anlass war der Großbrand in einem Busdepot. Unsere Empfehlungen zur Risikominimierung wurden dankbar angenommen und umgesetzt“, schildert Dr. Georg Scholzen, Dipl. Chemiker der Abteilung Schadenverhütung / Risikoberatung. „Eine Win-Win-Situation; von unseren Erfahrungswerten mit der neuen Technologie profitieren auch weitere Busunternehmen.“

Statt eines komplexen Dieselmotors im Heck befinden sich bei E-Bussen kleinere Elektromotoren in den Radnaben oder an der Antriebsachse. Ein Getriebe ist überflüssig. Der eingesparte Platz wird von den Batterien belegt. Hinzu kommt Technik wie ein Batterie-Lademanagement. Für den Betrieb sind spezielle Schulungen für die Arbeit an Hochvolt-Systemen unerlässlich. Auch zum korrekten Verhalten bei Unfällen muss geschult werden. Die Gefahr durch möglicherweise beschädigte Lithium-Akkus ist nicht zu unterschätzen.

Durch eine kleinere Anzahl weniger beweglicher Teile sinkt der Wartungsaufwand. Eine besondere Herausforderung: Im Mischbetrieb mit Dieselnüssen muss die Werkstatt alte und neue Welten beherrschen. Bei den E-Bussen wird zudem genauso oft auf dem Dach wie unter dem Fahrzeug gearbeitet. Neben entsprechenden Dacharbeitsplätzen werden traditionelle Hebebühnen benötigt. Das Stromnetz auf dem Betriebs- hof muss für das Laden von mehreren E-Bussen ausgelegt sein. Die Stadtwerke Münster haben hier den Vorteil, dass sie nicht nur als Verkehrsunternehmen, sondern auch als Energieversorger tätig sind.

Das eingespielte Verfahren zwischen einer Verkehrsleitstelle und der Werkstatt bei technischen Problemen auf der Linie steht ebenfalls auf dem Prüfstand. Solange die E-Bus-Anzahl klein ist und die Fahrer nur selten einen der Busse bedienen, bleibt eine Unsicherheit nicht aus. „Schaffe ich es noch zur nächsten Zwischenladung?“ ist nur eine Frage, die die Verkehrsmeister in der Leitstelle per Funk hören.

Neben den komplexen Fragen der Verkehrsplanung und Verkehrsleitung stellen sich bauordnungsrechtliche Fragen. Werden die Elektrobusse in den Abstellhallen nur geparkt, ist keine Nutzungsänderung erkennbar. Anders sieht es mit dem

Laden der Busse in den Hallen aus. „Behördliche Auflagen zur Nutzung der Abstellhallen durch E-Busse sind nicht bekannt. Wir empfehlen den Betreibern die Feuerwehr und den Gebäudeversicherer mit in die Planung einzubeziehen“, erklärt Scholzen. Eine Begehung mit der Feuerwehr nach Fertigstellung der Ladeinfrastruktur ist sinnvoll. So sind die Einsatzkräfte im Brandfall bereits über die neuen Gefahren informiert.

Bisher stand das Risiko eines Busbrandes, der ausgehend vom Motorraum auf die eng abgestellten Busse in den Abstellhallen übergreifen kann, im Vordergrund. Durch die Umrüstung auf Elektroantrieb sind Gefahren neu zu bewerten. „Sowohl aus Schadenereignissen als auch durch Brandsimulationsrechnungen wissen wir, wie gefährlich Busbrände sind. Dabei besteht die Brandlast insbesondere aus den Innenraummaterialien, die zum Teil leicht entzündlich sind“, so Scholzen. „Neu einzuschätzen ist die Brandgefahr, die vom batteriebetriebenen Antrieb eines Busses und der Ladeinfrastruktur ausgeht.“

Immer wieder tauchen teils spektakuläre Schadenmeldungen im Zusammenhang mit Lithium-Ionen-Akkumulatoren in den Medien auf. Entscheidend für einen sicheren Betrieb von Batterien dieser Größenordnung ist das Batteriemangementssystem. Dabei wird der Batteriezustand online im Leitsystem der Stadtwerke und vom Hersteller überwacht, um in kritischen Zuständen direkt gegensteuern zu können.

Ein besonderes Risiko stellen verunfallte Elektrobusse dar. Eine Beschädigung der Batterie ist nicht immer äußerlich erkennbar. E-Busse, die in einen Unfall verwickelt worden sind, dürfen nicht einfach in die Abstellhallen oder ohne Prüfung in die Werkstatt gefahren werden. Ein Abstellplatz im Freien mit Sicherheitsabstand zu anderen Gebäuden ist die beste Lösung. Darüber hinaus ist ein Havarie-Managementkonzept (betriebs-sicheres Abstellen von Bussen) mit dem Hersteller zu entwickeln, das eine sichere Lagerung der havarierten Li-Akkus gewährleistet, zum Beispiel durch die Lagerung in geschlossenen Metallbehältern, die mit Sand oder Wasser gefüllt werden können.

„Bei der Modernisierung der Busflotte darf die Erneuerung der elektrischen Anlagen nicht vergessen werden. Sowohl für die Trafostation als auch für die Schnellladeeinrichtung sind besondere Blitz-/Überspannungsschutzgeräte vorzusehen“, erläutert Elektroingenieur Bernd Große-Schermann aus der Abteilung Schadenverhütung/Risikoberatung der Provinzial. An exponierten Lagen ist ferner der äußere Blitzschutz durch eine ausreichende Blitzschutzanlage sicherzustellen.

Durch die frühzeitige Einbindung der Schadenverhütungsingenieure konnte eine umfangreiche Risikobewertung vorgenommen und Hinweise zur Schadenverhütung gegeben werden, die zum störungsarmen Betrieb beitragen. Die Informationen aus erster Hand sind für die Versicherungswirtschaft von zentraler Bedeutung, wenn neue Technologien Einzug in den Alltag finden und gleichzeitig versichert werden sollen. Bei Berücksichtigung der genannten Punkte ist von keiner Risikohöherung durch den Einsatz von Elektrobusen auszugehen. Die Eintrittswahrscheinlichkeit eines Brandes durch den Elektromotor wird aus heutiger Sicht sogar geringer eingeschätzt. Ob dies so bleibt, werden weitere Erfahrungen mit dem Einsatz von E-Bussen und der technischen Entwicklung am Markt zeigen. Die Stadtwerke Münster haben seit Oktober 2018 fünf weitere E-Busse mit neuen Akkus und einer Reichweite von 120 Kilometern angeschafft. ■

Manjalo Wagner (Mitte) mit seinem Vater und Opa.



„Ich will Fußballprofi werden“, schwärmt Manjalo Wagner, U13-Spieler vom SV Teutonia Coerde. Diesem Traum kamen 100 Nachwuchsspieler Ende März beim Preußen-Talenttag ein kleines Stück näher, darunter auch der zwölfjährige Manjalo. Zum ersten Mal fand mit Unterstützung der Westfälischen Provinzial ein öffentliches Sichtungstraining in der PROVINZIAL YOUNGSTARS ARENA statt.

Der erste Schritt zum Profi

Talente aus der Region hatten die Chance, ihr Können unter Beweis zu stellen. Spieler aus den Jahrgängen 2006 bis 2009, die in einem Fußballverein angemeldet sind, konnten sich für den Talenttag bewerben. „Die Resonanz war riesig, wir hatten insgesamt 200 Bewerbungen und haben

deshalb von 80 auf 100 Teilnehmerplätze aufgestockt“, freuen sich die Organisatoren und Jugendtrainer Thomas Indlekofer und Lorenz Danzer über das große Interesse. Da die Konkurrenz in der Region durch umliegende Vereine wie Borussia Dortmund oder Schalke 04 recht hoch ist, möchte der SCP den



Engagement für Westfalen



Preußens Jugendtrainer organisierten das Training und bewerteten die Nachwuchsspieler.

Nachwuchs gerne stärker aktiv fördern. So kam es dazu, dass die Nachwuchsabteilung den Talenttag ins Leben rief, bei dem die Jungs in Gruppen eingeteilt wurden und mehrere Trainingseinheiten durchliefen. Die Jugendtrainer betreuten die Gruppen und bewerteten sie mit einem Scouting-Bogen. Der Verein legt vor allem Wert auf Bewegungstalent und Spielfreude, aber auch Skills wie Teamfähigkeit sind wichtig.

Manjalo spielt seit sieben Jahren Fußball und steht bei seinem Verein im Tor. Der Tag war für ihn besonders spannend,

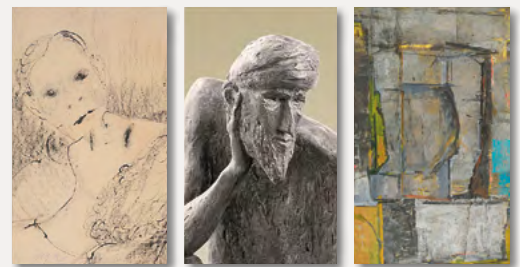
denn Maximilian Schulze Niehues, Torwart von Preußens Profimannschaft, trainierte bei den Torhütern mit. Das war für ihn trotzdem kein Grund zur Aufregung – er hat einfach so gespielt wie bei jedem anderen Training auch. Für Manjalo ist das Fußballspielen mehr als nur ein Hobby: Mit dreimal Training pro Woche und einem Spiel am Wochenende investiert er viel Zeit und Kraft in den Sport und nutzt es als Ausgleich zur Schule. Dabei hat er seinen eigenen kleinen Fanclub, seine Eltern und sein Opa sind immer dabei. Von ihnen bekommt er viel Unterstützung, aber auch Freiheiten: Er soll selbst entscheiden, welchen Stellenwert der Fußball in seinem Leben einnimmt, erzählt seine Mutter stolz.

Die Trainer sind sich einig, dass der Talenttag ein voller Erfolg war: „Wir haben viele Talente gesehen, die echtes Potenzial haben“, so Thomas Indlekofer. Nachdem sich die Trainer beraten haben, erfahren die Spieler zeitnah, ob sie im nächsten Schritt zum Mannschaftstraining eingeladen werden.

■ TEXT & FOTOS Lena Lutterbeck

► KULTURSPONSORING IN AHRENSHOOP

Engagement für den Norden



Thomas Kühl, LD Mecklenburg-Vorpommern, ließ sich von der Leiterin Marion Schael über die in Ahrenshoop ausgestellten Werke der Klassischen Moderne informieren.

Respekt und Wiederhall: Jo Jastram im Dialog mit seinen Künstlerfreunden Kate Diehn-Bitt und Johannes Müller lautet der Titel einer von der Provinzial Nord Brandkasse geförderten Ausstellung in Ahrenshoop. Im Mittelpunkt der Ausstellung im Kunstmuseum des Ostseebades steht das Werk Jo Jastrams (1928 – 2011). Der prominente norddeutsche Bildhauer wäre im vergangenen Herbst 90 Jahre alt geworden. Jastram ist in Rostock geboren, hat über viele Jahre dort gearbeitet und im öffentlichen Raum der Hansestadt prägnante künstlerische Spuren hinterlassen. Auch mit Ahrenshoop war er sehr verbunden. Zwei Persönlichkeiten, die wie er zur Rostocker Szene gehörten, regten ihn indessen künstlerisch besonders an: Kate Diehn-Bitt und Johannes Müller. Die Ausstellung ist noch bis zum 1. September zu sehen. ■ -wi- FOTOS Kunstmuseum Ahrenshoop



Engagement
für den Norden

Universum Picasso

Noch bis zum 30. Juni ist ein Hauptwerk des grafischen Schaffens Pablo Picassos in der Kieler Kunsthalle zu sehen: Die Suite Vollard, ein Schlüsselwerk zum Verständnis von Picassos Arbeiten und zugleich einer der weltweit raren vollständigen Sätze der berühmten Grafikfolge aus dem Kunstmuseum Pablo Picasso in Münster. Die Provinzial war am Zustandekommen der Ausstellung maßgeblich beteiligt. So kann zum ersten Mal seit 1973 wieder eine Einzelpräsentation des weltberühmten Künstlers in der schleswig-holsteinischen Landeshauptstadt gezeigt werden.

Matthew Wilby, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Provinzial Nord Brandkasse und Vorstandsmitglied der Westfälischen Provinzial, freut sich über die Zusammenarbeit und darüber, dass die Westfälische Provinzial als Mitstifter und Förderer des Kunstmuseum Pablo Picasso in Münster den Impuls für diese besondere Ausstellung geben konnte – und die Provinzial Nord Brandkasse eine wichtige finanzielle Unterstützung. Bei der feierlichen Ausstellungseröffnung Ende März vor 200 Gästen betonte Wilby, dass sich die Provinzial als Öffentlicher Versicherer aus voller Überzeugung für gemeinnützige Zwecke engagiere, auch sehr gern für kulturelle Themen im Geschäftsbereich. „Das tun wir im Rahmen regionaler Kunst- und Kulturveranstaltungen wie dem Rostocker Kunstpreis. Aber auch, wenn es – wie jetzt in Kiel – um die Präsentation von Werken international renommierter Künstler wie Pablo Picasso geht.“ Zum kulturellen Engagement gehöre auch, dass die Provinzial Nord Brandkasse immer



DIE SUITE VOLLARD



Die Suite Vollard gilt auch deshalb als zentrales Werk im Schaffen Picassos, weil sie Einblicke in das Bezugssystem seines Daseins bietet. Der Künstler reflektiert ausführlich seine Rolle und Bedeutung für die Kunstgeschichte. Er widmet sich ausführlich der Beziehung des Künstlers, in Gestalt des Bildhauers, zu seinem – weiblichen – Modell sowie zum eigenen Werk und nimmt unter anderem den Stierkampf in eine Reihe von Blättern auf. Grundlage der in jeder Hinsicht vielschichtigen Folge ist die elementare Verknüpfung von Liebe, Sexualität, Gewalt und Kunst.

„Die Suite Vollard gilt als eine Art visuelles Tagebuch, in dem sich der Künstler immer wieder seinen zentralen Themen widmet.“

[Dr. Annette Weisner, Kuratorin der Ausstellung]

Benannt ist die zwischen 1930 und 1937 entstandene Grafikfolge nach Picassos frühem Förderer, dem Kunsthändler Ambroise Vollard, der eine zentrale Figur im Pariser Kunstleben war. Die Grafikfolge ist nur 313 Mal produziert worden und kam 1950 in den Handel, meist jedoch nicht als geschlossene Folge, sondern in Form von Einzelblättern. Nur wenige Museen weltweit verfügen über eine vollständige Suite Vollard, darunter das Museum of Modern Art in New York, das British Museum in London und in Deutschland das Museum Ludwig in Köln sowie das Museum Pablo Picasso in Münster.



Sie sprachen bei der Ausstellungseröffnung: (v. l. n. r.) Alexander Gaude (Kunstmuseum Pablo Picasso), Dr. Annette Weisner, Dr. Anette Hüscher (Kunsthalle zu Kiel), Matthew Wilby.

wieder Werke aus ihrer 900 Werke umfassenden umfangreichen Kunstsammlung als Dauerleihgaben zur Verfügung stelle – der Kunsthalle zu Kiel beispielsweise Werke von Bjørn Nørgaard, Gottfried Brockmann oder Peter Nagel. Die Direktorin der Kunsthalle zu Kiel, Dr. Anette Hüscher, bedankte sich dafür, dass die Provinzial den Impuls zur Zusammenarbeit mit dem Kunstmuseum Pablo Picasso gegeben hatte „sowie für die großzügige Förderung der Ausstellung.“ ■ TEXT Heiko Wischer FOTOS Pat Scheidemann

Führungen durch die Ausstellung „Universum Picasso: Die Suite Vollard“ finden mittwochs um 18:00 Uhr sowie jeweils sonntags um 11:30 Uhr und 16:00 Uhr statt.

Am Sonntag, 05. Mai, 16:00 Uhr gibt es eine Sonderführung von Norbert Weber, Leiter der Kunstsammlung der Provinzial Nord, unter dem Titel „Alles auf Zucker! Picasso und sein Drucker Roger Lacourière“.

Rekordverdächtig



In diesem Jahr gab es so viele Einsendungen beim Schülerzeitungswettbewerb wie noch nie: Insgesamt 45 Grund- und weiterführende Schulen aus Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern nahmen am 5. Schülerzeitungswettbewerb der Provinzial Nord Brandkasse teil. Mit kreativen Layouts, ansprechenden Artikeln und vielen Ideen, denen man das Herzblut der jungen Redakteure anmerkte, überzeugten einige Schulen die Jury ganz besonders. Auf die vordersten Plätze warteten spannende Preise mit journalistischem Bezug, die das Üben von Recherchearbeit und Interviews sowie besondere Bilder ermöglichten und natürlich auch eine Abwechslung zum Schulalltag boten. Milena Göde und Heiko Wischer aus der Konzernkommunikation in Kiel begleiteten die Redaktionen vor Ort.

1. Platz MV „Stichling“: Bundesliga-Luft schnuppern in Schwerin | Hautnah dran sein an den Stars – das konnten fünf Schüler des Friderico-Francisceum Gymnasium zu Bad Doberan beim Heimspiel des deutschen Volleyballrekordmeisters der Damen, SSC Palmberg Schwerin gegen VCO Berlin. Kimberly Drewniok, Denise Hanke und Coach Felix Koslowski nahmen sich noch auf dem Spielfeld die Zeit, die Fragen der angehenden Abiturienten zu beantworten und hatten sichtlich Spaß etwas andere Fragen als normalerweise zu beantworten. Weniger um Spieltaktik und sportliche Ziele ging es dem Quintett aus Bad Doberan als um Fragen zum sportlichen und schulischen Werdegang und nach der Vereinbarkeit von Privatleben und Leistungssport, Studium und Beruf. So fanden sie auch heraus, dass die Teamsprache wegen der vielen internationalen Stars Englisch ist. ■

1. Platz SH „FRED“: Zebras hautnah | Aus Presseperspektive hinter die Kulissen des THW Kiel schauen, konnte die „FREDaktion“ des Bernstorff-Gymnasium aus Satrup. Nach einer Führung durch die Sparskassenarena ging es ganz nah ran an die Platte, auf der die Zebras 60 Minuten lang ein spannendes Spiel im EHF-Cup ablieferten. Direkt im Anschluss hieß es für die Redakteure selber Gas geben, denn es ging direkt in die Mixed-Zone und wer beliebte Spieler wie Rune Dahmke ins Interview bekommen möchte, muss schnell sein. Ohne Scheu und mit gezücktem Smartphone, das sowohl gekonnt für O-Töne als auch für Erinnerungsbilder eingesetzt wurde, ging es auf die Spieler zu. Auch der große Wunsch der Nachwuchsjournalisten, Steffen Weinhold als ehemaligen SG Flensburg-Handewitt Spieler zu interviewen, ging in Erfüllung. So konnten die Flensburger Schüler nun auch ihren Leiter der Schülerzeitungs-AG, der passionierter THW-Fan ist, besser verstehen: „Meine Tochter ist nun auch THW-Fan! Danke dafür!“ ■

2. Platz „BPM – Best Pupils Magazine“: Ein Besuch im Storchennest | Die Schülerzeitung des Landförderzentrum Hören und Kommunikation reiste aus Schleswig an, um das Trainingslager vom Zweitligisten Holstein Kiel zu besuchen. „Hallo und Herzlich Willkommen zum Interview. Ich bin heute Ihr Interviewer“, so stiegen die großartig vorbereiteten Nachwuchsjournalisten mutig in ihr erstes Gespräch mit Fußballprofi Dominik Schmidt ein. Kreative Fragen zauberten nicht nur Schmidt immer wieder ein Lächeln ins Gesicht, auch seine Antworten sorgten für gute Stimmung bei allen Beteiligten. Nach Gratulationen für den frischgebackenen Vater entlockten die Redakteure dem Profi so unter anderem seinen persönlichen Werdegang, seine Lieblings-App und dass er ganz klar im „Team Hund“ und eher kein Katzen-Fan ist. ■ TEXT Milena Göde

Engagement für den Norden



Die Schülerzeitungsredaktion „Stichling“ begleitet von Heiko Wischer (re.) löste den 1. Preis bei den Volleyballdamen des SSC Palmberg Schwerin ein. Nach dem Spiel interviewten die Nachwuchsredakteure Spielerin Denise Hanke (li.).



Zebra und ehemaliger SG Flensburg-Handewitt Spieler Steffen Weinhold (re.) konnte durch seine Begeisterung für beide Vereine zwischen den Fanlagern aus Flensburg und Kiel eine Brücke schlagen.

Auch Hein Daddel beglückwünschte die Redaktion der Schülerzeitung FRED, die ihren 1. Preis von Susan Sandvoß (1. v.l.) und Milena Göde (2. v.l.) aus der Konzernkommunikation überreicht bekamen.



KSV-Verteidiger Dominik Schmidt stellte sich den Fragen der Schülerinnen und Schüler und löste mit seinem authentischen Auftreten Begeisterung aus.



► 13. ROSTOCKER KUNSTPREIS

Bildsprache mit poetischem Zauber

Kathrin Harder heißt die Gewinnerin des 13. Rostocker Kunstpreises, der dieses Mal für das Genre Malerei ausgeschrieben wurde. Matthew Wilby, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Provinzial Nord Brandkasse, verkündete den Jury-Entscheid und überreichte der Künstlerin die durch die Provinzial mit 10.000 Euro dotierte Auszeichnung in der Kunsthalle der Hansestadt.

80 Bewerberinnen und Bewerber hatten ihre Arbeiten eingereicht – fünf Künstlerinnen wurden aus diesem Kreis für den von der Hansestadt Rostock und der Kulturstiftung Rostock gemeinsam verliehenen Preis nominiert und zur Preisverleihung eingeladen.

Ihre Werke wurden für einige Wochen in der Kunsthalle ausgestellt. „Ich freue mich sehr“, reagierte die frischgebacke-

ne Preisträgerin sichtlich bewegt. Sie arbeitet und lebt mit ihrer Familie in der Nähe von Berlin und hat seit 2018 einen Lehrauftrag an der Uni Greifswald. Ihre Vita weist ein Studium der Malerei und Grafik an den Hochschulen Berlin-Weißensee und an der Hochschule für Bildende Künste in Dresden auf. In ihrer Laudatio auf die Preisträgerin begründete Jury-Mitglied Dr. Merete Cobarg, Leiterin der Kunstsammlung Neubrandenburg, die Entscheidung für Kathrin Harder. „Ihre Werke zeigen, dass die Ausdruckskraft der Malerei auch in der Gegenwart weiterentwickelt werden kann. Sie hat eine besondere Bildsprache mit einem poetischen Zauber durch die offene Form entwickelt, in der die Malerei eine bemerkenswerte Symbiose mit der Zeichnung eingeht. Das hat am Ende den Ausschlag gegeben, ihr den Kunstpreis zu verleihen.“



Im Gespräch mit der Künstlerin vor ihren Bildern: Thomas Kühl, Landesdirektor Mecklenburg-Vorpommern, und Matthew Wilby.

AUSSTELLUNG IN KIEL AB DEM 21. MAI

In Kiel werden die Werke Kathrin Harders ab dem 21. Mai im Foyer der Hauptverwaltung zu sehen sein. „Es ist mittlerweile eine schöne Tradition entstanden, Kunst an unseren beiden Standorten in dem uns verbindenden Ostseeraum zu zeigen“, schlug Matthew Wilby in seiner Rede in der Kunsthalle Rostock den Bogen nach Schleswig-Holstein. Er gab zudem bekannt, dass die Provinzial den renommierten Preis auch im Jahr 2019 wieder unterstützen wird. Ziel des Rostocker Kunstpreises ist es, Künstler, die in Mecklenburg-Vorpommern leben oder deren Werk einen Bezug zur Region hat, zu würdigen. Sowohl der Finanzminister des Landes Mecklenburg-Vorpommern, Mathias Brodtkorb, als auch die Kulturamtsleiterin der Hansestadt Rostock, Dr. Michaela Selling, hoben das langjährige Engagement der Provinzial hervor. Der Vorsitzende der Kulturstiftung Rostock, Professor Dr. Wolfgang Methling sprach von einer „großartigen Leistung“, den Preis seit 2006 zu fördern. ■

TEXT Heiko Wischer FOTOS Thomas Ulrich

Engagement für Hamburg



Interview auf dem Spielfeld: Hallenmoderator Finn-Ole Martins (li.) mit HFK-Landesdirektor Stephan Lintzen und HSV-Präsident Marc Evermann.

► **HAMBURGER FEUERKASSE** ◄

Neuer Premium Partner beim HSV Hamburg

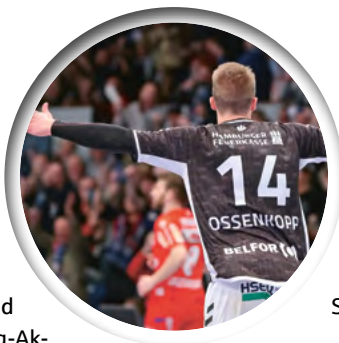
Seit dem Pflichtspielstart ins Jahr 2019 und dem Heimmatch gegen den TSV Balingen-Weilstedten am 10. Februar ist die Hamburger Feuerkasse als Premium Partner und offizieller Versicherungspartner beim Handball-Zweitligisten HSV Hamburg an Bord.

„Mit diesem Schritt erweitern wir unsere ansonsten primär auf die Kulturförderung und Schadenprävention konzentrierten Sponsoring-Aktivitäten auch auf den Sport“, erläutert Stephan Lintzen, Landesdirektor der Hamburger Feuerkasse, das neue Engagement. „Der Handball Sport Verein Hamburg hat uns mit seiner Philosophie, in der Zweiten Bundesliga auf junge Spieler zu setzen, überzeugt. Wir freuen uns auf attraktiven Sport und sind davon überzeugt, dass sich der Verein nach dem Aufstieg in der Liga etablieren wird. Wir sind getreu unseres Mottos ‚Da für HH‘ nun auch sehr gern beim HSV Hamburg präsent.“

Marc Evermann, Präsident des HSV Hamburg, sieht in dem Zugewinn des neuen Sponsors ein gutes Omen. „Die Hamburger Feuerkasse ist ein Begriff in der Hansestadt, ein echtes Traditionsunternehmen mit einem hervorragenden Ruf und stark mit der Stadt und den hier lebenden Menschen verbunden.“

Dass das erste Spiel gegen den Spitzenreiter Balingen-Weilstedten am Ende mit 23:28 verloren ging, tat der guten Stimmung in der mit knapp 3.600 Zuschauern ausverkauften Sporthalle Hamburg keinen Abbruch. Im Interview mit dem Hallenmoderator hatte Landesdirektor Stephan Lintzen kurz vor Spielbeginn die Gelegenheit, über die HFK, ihre Sponsoring-Aktivitäten und die Verbundenheit mit der Hansestadt Hamburg zu informieren.

Der Name Hamburger Feuerkasse ist nunmehr auf den Trikots über den Rückennummern platziert. Die Heimspiele trägt der HSV Hamburg zumeist in der Sporthalle Hamburg aus,



Spitzenspiele auch in der Barclay Card Arena. Auf LED-Werbebanden wird die Hamburger Feuerkasse während der Heimpartien ebenso präsent sein wie durch Veröffentlichungen in den Hallenmagazinen zu den Spieldagen und auf Social Media Kanälen des Vereins. Die Hamburger Feuerkasse hat zudem die Möglichkeit, zu Veranstaltungen im Sponsorenkreis einzuladen.

Der Provinzial NordWest Konzern ist an anderen Standorten teilweise seit Jahrzehnten im Sportsponsoring aktiv. So unterstützt die Provinzial bereits seit Ende der 70er Jahre den Deutschen Handballrekordmeister THW Kiel und den Fußball-Zweitligisten Holstein Kiel. Gesponsert werden auch der Traditionsverein Preußen Münster, der Deutsche Volleyballrekordmeister der Damen, SSC Palmberg Schwerin sowie hochkarätige Reitsportereignisse. ■

TEXT Heiko Wischer FOTOS HSV Hamburg



Stephan Lintzen (li.) und Marc Evermann bei der Präsentation des HFK-Logos auf dem HSV-Trikot.



1. bis 30. Mai

© Kurverwaltung Binz/Christian Thiele

Ostseebad Binz

VILLEN AM MEER

Einen ganzen Monat widmet das Ostseebad Binz seiner Bäderarchitektur und lädt Besucher und Einheimische zu Vorträgen, Führungen und vielen Aktionen in den weißen Villen am Meer ein. Start ist das traditionelle Anbaden in historischen Kostümen am 1. Mai. Unter dem Titel „Binzer Zaunkönige“ zeigen wenige Tage später verschiedene Kleinkünstler ihr Können in den Vorgärten des Ostseebades.

Infos: www.ostseebad-binz.de



18. und 19. Mai

© Holstenhallen Neumünster GmbH

Neumünster

LEIDENSCHAFT FÜR ALTES BLECH

Bei den Klassiker-Tagen Schleswig-Holstein schlagen die Herzen der Oldtimerfans höher. In und um die Holstenhallen präsentieren rund 120 Aussteller sowie eine lebendige Oldtimer-Szene ihre liebevoll gepflegten Autos, Motorräder und Lkws aus vergangenen Zeiten. Ein besonderer Hingucker wird der frisch restaurierte, cremeweiße Auburn Speedster sein, mit dem Pierce Brosnan als Remington Steele in der gleichnamigen 80er-Jahre-Serie unterwegs war.

Infos: www.ktsh.de



1. Sonntag im Monat

© vencav - fotolia.com

Coesfeld

EIN KROKODIL IN DER EISENBahn

Lauter Kuriositäten zeigt das Eisenbahnmuseum „Alter Bahnhof“ Lette: Kitsch und Kunst machen deutlich, welche Faszination die stählernen Rösser von jeher auf Groß und Klein ausübten und es immer noch tun. Beantwortet wird auch die Frage: Wie transportiert man eigentlich ein Krokodil in der Eisenbahn?

Infos: www.bahnhof-lette.de



14. bis 16. Juni

© Thomas Panzau / Gudrun Garke

Hamburg

STAMP – Street Art Festival

Zum Abschluss der altonale21 verwandelt STAMP, das internationale Festival der Straßenkünste, ein Wochenende lang öffentlichen Raum in Bühnen. An zehn Spielorten zeigen Künstler aus Deutschland, Europa und der ganzen Welt in Parks, auf Straßen und Plätzen ihr Können in den Bereichen Theater, Paradenkunst, Musik, Hip-Hop und Urban Art – immer in Interaktion mit den Räumen und Menschen, die sie umgeben.

Infos: www.altonale.de/stamp

Tipps & Termine

1. bis 5. Mai
Usedom radelt an
www.kaiserbaeder-auf-usedom.de

3. bis 5. Mai
Töpfermarkt
Kirchenplatz Warnemünde

3. Mai
International Ocean Film Tour
Ozeaneum Stralsund

4. und 5. Mai
Leinen- und Handwerkermarkt,
Burgsteinfurt

10. bis 12. Mai
Hafengeburtstag Hamburg

11. bis 19. Mai
2. Tecklenburger Kulturwoche

15. Mai
Bei den Seenotrettern, Infozentrum
DGzRS, Rostock-Warnemünde

17. bis 19. Mai
Westfälischer Hansetag, Warendorf

18. Mai
Lange Nacht der Museen, Hamburg

18. und 19. Mai
Greven maIT bunt

19. Mai
Entdeckungstour im Grenztaalmoor
Treffpunkt: Jugendhaus Alte
Molkerei, Bad Sülze

19. Mai
14. Museumsfest, Norderstedt

23. Mai
Feste der kleinen Wichte
Planten un Blumen, Hamburg

25. und 26. Mai
Kleinkunstfestival, Pinneberg

26. Mai
Schafschurfest mit
Spinnwettbewerb, Hopsten

31. Mai bis 2. Juni
Hafenfest, Kreativkai, Münster

Bis 2. Juni
Ausstellung „Klassisch!“
Falkenhof Museum, Rheine

6. Juni
Radtour auf dem Kunstpfad
Ahrenshoop, Start am
Kunstmuseum Ahrenshoop

7. bis 10. Juni
39. Int. Motorrad-Veteranen-
Rallye, Ibbenbüren

8. Juni
Führung „Naturzauber“
Baumwipfelpfad Prora

12. Juni
Im Reich des „Moorochsen“
Müritz-Nationalpark, Roggentin

29. Juni
Slampoetry trifft Arbeiter &
Bauernstaat, Bansin

1. Juli
Waldolympiade,
Baumwipfelpfad Prora

Tipps & Termine zusammengestellt
von Beatrix Richter

Kiel

22. bis 30. Juni

125. KIELER WOCHE

Eine Regatta mit 20 Seglern bildete 1882 den Grundstein für die Kieler Woche. Ihren Namen erhielt sie zwei Jahre später durch einen Journalisten und hat sich mit einigen Unterbrechungen während der Kriegs- und Nachkriegszeit zu einem der größten Segelevents weltweit entwickelt. Heute lockt auch das große Sommerfest mit Kleinkunst, rund 400 kostenlosen Konzerten und internationaler Küche jedes Jahr rund drei Millionen Besucher an.

Infos: www.kieler-woche.de



Nah dran



Museumsleiter Thomas Albers (li.) und Stiftungspräsident Eckhard Uhlenberg freuten sich über die enorm große Nachfrage.



Engagement für beste Bildung

Bereits zum fünften Mal finden die Heimat-Touren der NRW-Stiftung statt. In diesem Jahr wird unter anderem das rock'n'popmuseum in Gronau angesteuert.

„Seitdem stehen die Schulklassen bei uns Schlange“, freut sich Geschäftsführer Thomas Albers. Die NRW-Stiftung übernimmt im Rahmen der Heimat-Touren die Fahrtkosten von Schulklassen zu dem jeweiligen Zielort. Ob mit Guide oder Audio-Guide – die Besucher lernen einiges über die Entwicklung der Rock- und Popmusik, aber auch über Jazz und Soul. Eckhard Uhlenberg, Präsident der NRW-Stiftung, informierte darüber, dass die Heimat-Touren bereits für über 4.400 Schul-

klassen die Fahrtkosten der Ausflüge übernommen haben. Wulf Bödeker sprach im Namen von Schulministerin und Schirmherrin Yvonne Gebauer der NRW-Stiftung ein großes Lob aus, ist doch Schule weit mehr als das Lernen im Klassenzimmer. An vielen außerschulischen Lernorten gelinge auf diese Weise beste Bildung. Umso höher sei das Engagement sowohl der Stiftung als auch der Sponsoren zu werten. Zu den Sponsoren zählt seit nunmehr vier Jahren auch die Westfälische Provinzial mit jeweils 12.500 Euro. ■ - red - FOTOS Judith Buethe

Infos für interessierte Schulen sowie das Online-Formular sind unter www.nrw-stiftung.de zu finden.

Ein Netzwerk für Azubis

PiNN – das steht für Provinzialer im Nachwuchs-Netzwerk. Zur Förderung des Netzwerkes zwischen Innen- und Außendienst-Azubis fand bereits der erste Teil der PiNN-Tage statt.

Diese lösen die Patentage ab. An drei Tagen nutzten insgesamt 82 Außendienst-Azubis die Chance, bei ihren zwölf Azubikollegen im Innendienst über die Schulter zu schauen. Nach der Begrüßung durch die Ausbilder Eugen Husch und Daniel Westhues stellten die Innendienst-Azubis an ihren Arbeitsplätzen ihre tägliche Arbeit vor und beantworteten viele Fragen. Nachmittags absolvierten alle Azubis eine Rallye durch die Direktion und lernten verschiedene Leistungsabteilungen sowie den

Vertragsservice und das Dokumentenmanagement kennen. Zwischen April und Juni folgen dann die Gegenbesuche in den Geschäftsstellen. „Das gibt einen guten Einblick in die Geschäftsstellen-Arbeit“, so der Auszubildende Christian Walters, der zusammen mit seiner Mitazubildenden Julia Wiewer die Organisation der PiNN-Tage übernommen hat. „Ich bin schon gespannt auf die Arbeit im direkten Kontakt mit den Kunden vor Ort“. Was die PiNN-Tage bringen? „Man bekommt einen viel besseren Einblick und die Zusammenarbeit mit unseren Kolleginnen und Kollegen wird dadurch noch mehr gefördert“, ist Christian Walters von dem Programm überzeugt. ■ -Im-



Auszubildender und Organisator der PiNN-Tage Christian Walters (Bild li.) zeigte den Azubis aus dem Außendienst seine tägliche Arbeit. | Der Austausch stand bei den PiNN-Tagen an oberster Stelle. FOTOS Eugen Husch

Provinzialer begeistern

Aus der Praxis für die Berufsorientierung | Es ist bereits gelebte Tradition: im Zweijahrestakt seit 2009 findet die Berufsmesse an der Käthe-Kollwitz-Schule in Kiel für Oberstufenschüler mit 50 Ausstellern statt. Hans-Jürgen Theede, Abteilungsleiter Ausschließlichkeit Nord und seit Beginn ehrenamtlicher Organisator der Berufsmesse, freut sich in diesem Jahr besonders über die gute Resonanz am Provinzial Stand.

„Wir haben in Absprache mit der Personalabteilung das Team, das vor Ort allen Interessierten Rede und Antwort gestanden hat, aus Innen- und Außendienstmitarbeitern zusammengestellt und erstmalig eine Vorstellung der Beteiligten auf Facebook und Instagram gepostet. Dort gab es Vorschläge für Fragen und Themen, die es den Oberstufenschülern erleichtern sollten, ein Gespräch zu beginnen“, erläutert Theede die Vorbereitungen zur Messe. Auch die jungen Provinzialer konnten das gute Feedback bestätigen und berichteten von sehr vielen Besuchern in den vier Stunden am Provinzial Stand sowie regem Interesse an Informationen rund um die Themen Praktika, Ausbildung und duales Studium. „Das Infoangebot der Provinzial war so gefragt wie noch nie“, stellt Theede zufrieden fest. ■ -mg- FOTO -mg-



Mocup Handy © Marco Scisetti - Fotolia.com

Auch auf Instagram beantwortete das Team der Provinzial Fragen: Finja Hansen (v.l.), Yannick Raudzus, Annika Klose und Bezirksleiterin BD SH West Natalia Muszal.

Wenn es in der Küche brennt



Kennen Sie Menschen, die beim Umgang mit dem Elektroherd etwas fahrlässig sind und Schlimmeres gerade noch verhindert werden konnte? Etwa die Hälfte aller Küchenbrände entsteht auf dem Herd. Häufig wird der Herd aus Platzmangel oder Bequemlichkeit als Ablagefläche missbraucht. Wird dann der Herd versehentlich eingeschaltet, wird es brandgefährlich. Viel zu häufig lassen wir uns beim Kochen ablenken. Es klingelt an der Haustür oder Kinder benötigen Betreuung. Doch Aufmerksamkeit lässt sich selten teilen, das gilt beim Kochen genauso wie beim Autofahren. Hinzu kommt, dass Menschen mit zunehmendem Lebensalter vergesslicher werden können.

Die Provinzial NordWest hat mit ihrer Aufklärungskampagne, bestehend aus Film und begleitender Broschüre, das Thema aufgegriffen. Neu hinzugekommen sind drei Postkartenmotive. Sie machen auf die Gefahren in der Küche aufmerksam und liegen bei Ausstellungen aus. Auch bei Feuerwehrfesten oder Kundenbesuchen können sie verteilt werden. Film und Broschüre können Sie auf den Homepages anschauen, die Postkarten finden Sie im Bestellportal. ■ -rt-

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.baecker@provinzial.de

Heiko Wischer - wi -
stellv. Chefredaktion
0431-603 2904

heiko.wischer@provinzial.de
Sophienblatt 33, 24114 Kiel

Redaktion

Xenia Bondarzew - xb -
Milena Göde - mg -
Jennifer Krüger - jk -
(Schlussredaktion)
Lina Meyer - lm -
Susan Sandvoss - san -
Dr. Merle Zeigerer - mz -

Mitarbeiter dieser Ausgabe

Fabian Hintzler - fh -
Christian Huet - ch -
Meike Langkafel - mei -
Ute Laumann - lau -
Lena Lutterbeck - ll -
Beatrix Richter - tr -
Doris Röckinghausen - roe -
Gabriele Settele - gs -
Ralf Tornau - rt -
Jessica Steuer - js -

Fotografie

Thomas Klerx - kl -
Pat Scheidemann - pat -

Titelmotiv

© Sylvie Thenard - Fotolia.com

Redaktionsbeirat

Wilhelm Beckmann, Frank Bistrick,
Peter Elbrecht, Thomas Fey,
Dr. Knud Hell, Eyup Koc, Ulrike
Krauthammer, Peter Lohrmann,
Björn Lüdemann, André Marotz,
Kai-Uwe Riemer, Tobias Sellheyer,
Lutz Schlüssen, Kai Schmidt-
Buchholz, Ralf Tornau

Gestaltung

Saga Werbeagentur GmbH
Albrecht-Thaer-Straße 10
48147 Münster

Druck

Thiekötter Druck GmbH & Co. KG



Gesamtauflage 11.700 Exemplare

Redaktionsschluss

für den nächsten nordwester
15. Juni 2019

E-Mail nordwester@provinzial.de

April, April, der macht, was er will:

Sonne, Wolken,
Gewitter, Starkregen –
Wussten Sie, dass die
Fallgeschwindigkeit
von Regentropfen bei
einem Wolkenbruch
bis zu **28 km/h**
erreichen kann?

4 Fakten



74 Prozent
der deutschen Haushalte
nutzen das Internet
fast jeden Tag.

Und weg ist es!

In den drei Stadtstaaten Berlin, Bremen
und Hamburg werden mit Blick auf die
Einwohnerzahl prozentual die meisten
Fahrräder gestohlen. Nach Polizeiangaben
kamen hier auf 100.000 Einwohner mehr
als 800 gestohlene Fahrräder.



Gibt es Frühlingsgefühle wirklich?

Ja, denn die zunehmende Lichteinwirkung
führt zu hormonellen Veränderungen.
Der Beweis: Bei Dating-Portalen steigen
die Registrierungen im Vergleich zum
Herbst im Frühjahr um 11 bis 17 Prozent.