



J A H R E

# Mein Geld

A N L E G E R M A G A Z I N

01 | 2024

JANUAR | FEBRUAR | MÄRZ  
30. JAHRGANG

D 6,00 EUR | A 6,70 EUR  
CH 9,00 CHF | LUX 6,90 EUR

**FNG-Siegel 2024**

7 Gewinner im Portrait



**Patriarch**

20 Jahre und kein  
bisschen müde

**Im Interview mit  
Norman Wirth**

Die Verbraucherzentralen  
sind auf ganz dünnem Eis

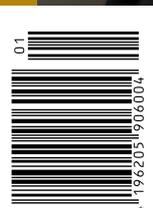
**Guided Content PKV**

Private Zahnzusatzversiche-  
rung im steigenden Trend

**TITELSTORY**

## „Wir gehen das Leben der Kunden mit“

MICHAEL SCHILLINGER, VORSTANDSMITGLIED DER  
INTER VERSICHERUNGSGRUPPE



01  
4 19 82 05 19 06 00 4



Michael Schillinger  
Vorstandsmitglied der  
INTER Versicherungsgruppe

## INTERVIEW

# „Wir gehen das Leben der Kunden mit“

**In Zeiten der Unsicherheit und der Veränderung ist es für Versicherer wichtiger denn je, nah an ihren Kunden zu sein. Wir haben mit INTER-Vertriebsvorstand Michael Schillinger über die speziellen Bedürfnisse von Zielgruppen, einen modernen Markenauftritt und über aktuelle Branchenentwicklungen gesprochen**

**Sie haben einen neuen Markenauftritt. Welche Ziele haben Sie dabei verfolgt und wie haben Sie sie umgesetzt?**

**MICHAEL SCHILLINGER:** Für jedes Unternehmen ist es elementar, sich wandelnden Marktbedingungen anzupassen und das eigene Geschäft zu optimieren. Dazu zählt insbesondere auch das, was für Kunden und Geschäftspartner, aber auch für die Mitarbeiter primär sichtbar ist: das eigene Markenbild. Die Einführung eines neuen Markenbildes war eine strategische Entscheidung, die auf einer Weiterentwicklung unserer Unternehmensidentität basiert. Unser Ziel dabei war es, unsere Werte, unser Leistungsangebot und unsere Positionierung klarer und zeitgemäßer zu kommunizieren. Es dient dazu, die INTER für alle Zielgruppen attraktiver zu machen und die Wahrnehmung unserer Marke zu stärken.

**Inwieweit wollen Sie sich von Ihren Mitbewerbern damit unterscheiden?**

**MICHAEL SCHILLINGER:** Der Kunde steht für uns im Mittelpunkt – und genau das drückt unser neues Markenbild unter anderem aus. Seine Perspektive verstehen wir durch unser Kundenbeziehungsmanagement immer besser. Gemeinsam sind wir mit unseren Kunden auf dem Weg: Wir lernen aus ihrem Alltag, ihren kritischen Situationen, ihren Lebensphasen. Unser internes Versprechen formuliert, was sie erwarten dürfen: „INTER. Geht mein Leben mit.“ Wir sind nachhaltige Begleiter, die Kunden in jeder Situation, bei jeder Veränderung zur Seite stehen. Dafür sind wir in Bewegung, begegnen unserem Kunden aktiv und auf Augenhöhe – mit dem Ziel, ihm ein Leben in Sicherheit zu ermöglichen. »

**Lesen Sie weiter auf Seite 8**

**Sie haben schon seit vielen Jahren Ärzte als Ihre Zielgruppe definiert. Was steckt dahinter und warum wollen Sie sich in Zukunft weiter fokussieren?**

**MICHAEL SCHILLINGER:** Die Vorteile der Zielgruppenfokussierung liegen ganz klar in den Bereichen der professionellen Beratung und der gezielten Akquise. Beispielsweise kommen im Rahmen der Beratung oder auch im Leistungsfall immer wieder zielgruppenspezifische Fragestellungen auf. Wir greifen diese Bedürfnisse und Wünsche in der Produktentwicklung auf, indem wir Partner aus unseren Vertrieben als Sprachrohr der Kunden einbinden. Wir beraten entlang des Lebenszyklus und somit auch beispielsweise bei einer Praxisgründung in Form von Gewerbeversicherungen. Das heißt, in der Kommunikation spezialisieren wir uns auf Ärzte und Handwerker. Dies schließt nicht aus, dass wir weiterhin Gewerbekunden bedienen.

**Können Sie uns ein, zwei Beispiele über besondere Leistungen geben, die Sie für diese Zielgruppe anbieten?**

**MICHAEL SCHILLINGER:** Zunächst einmal profitieren Ärzte und Zahnärzte davon, dass wir das Ohr sehr nahe an ihnen und ihren Bedürfnissen haben. Wir nehmen diese Sorgen und Nöte sehr ernst und versuchen, wo immer es möglich ist, Lösungen zu finden. Unser eigens gegründeter Ärzte-Beirat unterstützt uns dabei sehr – in ihm sind unter anderem praktizierende Ärztebeirat verschiedener Fachrichtungen vertreten. Konkret spiegeln sich die Erfahrungen, die wir sammeln, natürlich auch in unseren

„Im Rahmen der Beratung oder auch im Leistungsfall kommen immer wieder zielgruppenspezifische Fragestellungen auf. Wir greifen diese Bedürfnisse und Wünsche in der Produktentwicklung auf“



„Ärzte und Zahnärzte profitieren davon, dass wir das Ohr sehr nahe an ihnen und ihren Bedürfnissen haben. Wir nehmen diese Sorgen und Nöte sehr ernst und versuchen, wo immer es möglich ist, Lösungen zu finden“



Produkten wider: Zahnärzte können beispielsweise wählen, ob die eigene Zahnbehandlung mitversichert ist oder nicht. Hintergrund: Der Zahnarzt behandelt normalerweise seine Familie kostenfrei und es fallen keine Kosten für Zahnbehandlungen an. Zusätzlich ist es gängige Praxis, dass sich Ärzte im Kollegenkreis gegenseitig ohne Honorar behandeln. Dann wünscht der Zahnarzt aber auch, dass diese Leistungen in seinem Tarif nicht versichert werden müssen und damit nicht eingepreist sind.

**Wie beurteilen Sie den aktuellen Markt zu den Themen private Krankenversicherung, Lebensversicherung und Komposit? Was hat sich verändert?**

**MICHAEL SCHILLINGER:** Das ist natürlich sehr schwierig in wenigen Sätzen zusammenzufassen. Klar ist, dass die zunehmend sichtbaren Folgen des Klimawandels, der Finanzierungsbedarf für die Transformation hin zu einer nachhaltigen Wirtschaft und Gesellschaft sowie die fortschreitende Alterung unserer Bevölkerung riesige Herausforderungen für uns alle sind. Hinzu kommt die technische Disruption, beispielsweise durch Entwicklungen wie Künstliche Intelligenz. Wir als Branche müssen in der Lage sein, neue Technologien sinnvoll zu integrieren, um wettbewerbsfähig zu sein. Das betrifft in Summe alle Versicherungsbereiche – manche früher, manche etwas später. Aber auch Themen wie die enorme und immer weiter voranschreitende Regulatorik und ein verändertes Kundenverhalten – Stichwort digitale Interaktion – stellen uns vor große Herausforderungen. Fakt ist: Die Versicherungsbranche steht vor einer dynamischen Zukunft, die eine hohe Anpassungsfähigkeit und kontinuierliche Innovation erfordert, um den wachsenden Herausforderungen gerecht zu werden. Unternehmen, die in der Lage sind, diese Herausforderungen zu bewältigen und Chancen zu nutzen, werden in der Lage sein, langfristig erfolgreich zu sein. »

Anzeige Bild: © www.shutterstock.com / Dean Drabot, © Mein Geld Medien



◀ Die INTER setzt auf stationären Vertrieb – ganz gleich, ob im Vertriebsweg der freien Vermittler oder im Bereich der Ausschließlichkeitsvermittler

**Fachkräftemangel ist in aller Munde, wie gehen Sie damit um und welche Lösungsansätze haben Sie dazu gefunden?**

**MICHAEL SCHILLINGER:** Die INTER setzt von jeher stark auf den eigenen Nachwuchs und in die Ausbildung von eigenen Fachkräften zum Beispiel als Kaufleute für Versicherungen und Finanzanlagen, aber auch als Fachinformatiker sowie mit dualen Studienplätzen auf den Gebieten BWL und Informatik. Im Vertrieb haben wir in 2023 begonnen, ein neues innovatives Vergütungsmodell für unsere Ausschließlichkeitsorganisation auszurollen. Wir versprechen uns davon, insbesondere auch hochqualifizierte Nachwuchskräfte außerhalb der Versicherungsbranche für unseren Vertrieb zu begeistern. Mit unserer Betriebsvereinbarung zur Mobilarbeit haben wir im Jahr 2022 für unsere Belegschaft ein sehr attraktives Angebot geschaffen, um Berufs- und Privatleben besser in Einklang bringen zu können.

**Die Beratung von Medizinern gilt in der Versicherungsbranche als nicht ganz einfach. Auf welche Unterstützung der INTER können Makler zählen?**

**MICHAEL SCHILLINGER:** Zuerst: Wer mit uns zusammenarbeitet und sich die Beratung von Ärztinnen und Ärzten auf die Fahnen geschrieben hat, der wird nicht alleine gelassen und von uns bestmöglich und mit einem attraktiven Mix unterstützt: Wir bieten eine exzellente Produktpalette, mit der entlang des Lebenszyklus beraten werden kann. Wir haben Spezialisten in der Maklerbetreuung explizit für die Beratung von Ärzten und Zahnärzten.

Seine Zielgruppe zu kennen, zu wissen, was sie bewegt und benötigt, ist für eine erfolgreiche Beratung essenziell. Über unser INTER MaklerPortal bieten wir zahlreiche Online-Seminare zu Produkten, Vertriebsansätzen oder gesetzlichen Rahmenbedingungen an. Innerhalb der zertifizierten Weiterbildungen können Maklerinnen und Makler so beispielsweise etwas über die mentale Gesundheit von Medizinerinnen oder deren Liquiditätssicherung lernen. Mit dem nötigen Wissen können sie dann Ärzte umfassend beraten. Zudem stellen wir ihnen Beratungsvideos zur Verfügung, auf die sie im Kundengespräch zurückgreifen können.

**Sie bekennen sich zum stationären Vertrieb, was sind die Hintergründe dazu und wie kamen Sie zu dieser Erkenntnis?**

**MICHAEL SCHILLINGER:** Grundsätzlich sind wir der Überzeugung, dass eine fundierte, kundenorientierte Beratung am besten durch den stationären Vertrieb erfolgt. Ganz gleich, ob im Vertriebsweg der freien Vermittler oder im Bereich der Ausschließlichkeitsvermittler. Für diese haben wir mit unserem neuen Karrieremodell die Grundlagen verbessert. Dahinter verbergen sich mehrere Komponenten. Wir wollen einen neuen Weg gehen, der von der reinen Provisionsgewährung weg geht hin zu einer Bewertung der vertrieblichen Gesamtleistung. Das heißt, wir schauen nicht nur um die Neukundengewinnung, sondern auch um die Cross-Selling-Quote und die Bestandsentwicklung. Der Vertriebspartner braucht außerdem eine gewisse Grundsicherheit, um seinen Geschäftsbetrieb zu führen. Wir wollen gerade auch junge Menschen mit unserem Karrieremodell in Stufe 1 bei der Existenzgründung unterstützen. »



„Wir haben Spezialisten in der Maklerbetreuung explizit für die Beratung von Ärzten und Zahnärzten“

Anzeige Bild: © www.shutterstock.com / Ground Picture; © Mein Geld Medien



**ZUR PERSON**

Michael Schillinger ist verheiratet und wurde am 4. Januar 1967 in Mannheim geboren.

Nach dem Besuch der Grundschule und des Feudenheim-Gymnasiums in Mannheim absolvierte er seinen Wehrdienst.

Nach seiner Ausbildung zum Versicherungskaufmann studierte er an der VWA Mannheim BWL. Nach verschiedenen Positionen im Vertrieb übernahm Michael Schillinger

1994 die stellvertretende Gruppenleitung im damaligen Bereich Personal Außendienst.

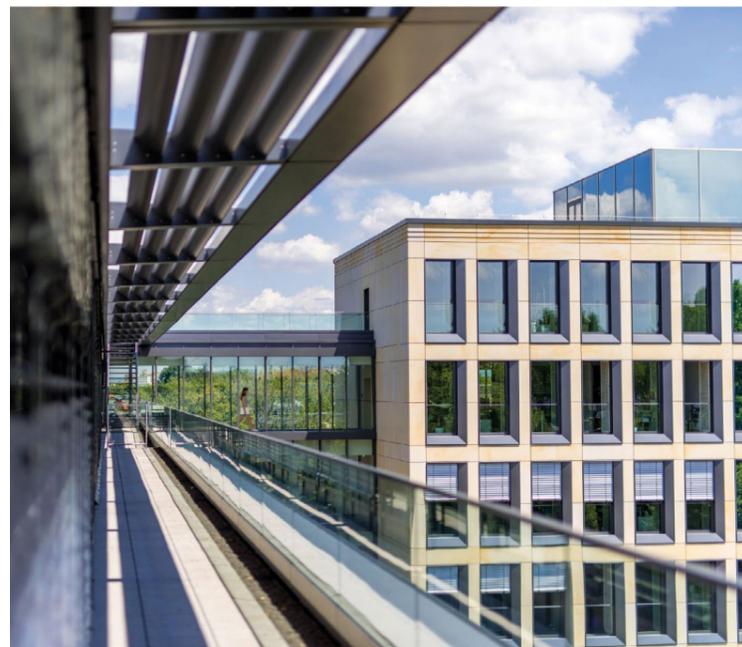
Es folgten zahlreiche weitere Führungspositionen im Vertrieb.

2007 übernahm er die Abteilungsleitung Organisation Vertrieb (heute: Vertriebsmanagement) und erhielt Gesamtprokura. 2014 wechselte Michael Schillinger in den Vorstand. Aufsichtsratsmandate besitzt er unter anderem bei der BKM Bausparkasse Mainz AG.

**Das duale Krankenversicherungssystem ist einmalig auf der Welt, welche Rolle übernimmt die PKV und ist die zukunftsträchtig?**

**MICHAEL SCHILLINGER:** Zentral ist aus unserer Sicht, dass sich das duale System zwischen PKV und GKV in Deutschland bewährt hat. Nicht zuletzt bei der Bewältigung der Pandemie hat sich unser Gesundheitssystem – auch im internationalen Vergleich mit anderen Ländern – als sehr robust behauptet. GKV und PKV haben darüber hinaus in den vergangenen Jahren in Partnerschaft beim Aufbau von Anwendungen der Telematikinfrastruktur zusammengewirkt – zum Vorteil der Leistungserbringer und der Patienten. Hier sehen wir noch großes Potenzial. Weiterhin offen ist dagegen die Reform der Gebührenordnung für Ärzte – kurz GoÄ –, die nicht mehr ganz zeitgemäß ist. Wir als PKV hoffen hier auf eine baldige Einigung mit der Bundesärztekammer.

↓ Hell und modern: Die INTER-Gebäude in der Mannheimer Oststadt



**Was sind Ihre Ziele im Jahr 2024?**

**MICHAEL SCHILLINGER:** Zunächst einmal hoffen wir mit Blick auf das aktuelle Weltgeschehen, dass wir 2024 wieder in ruhigeres Fahrwasser gelangen, die unsäglichen Kriege endlich ein Ende finden und die Menschen in unserem Land wieder glücklicher und zufriedener werden. Als Unternehmen wollen wir unseren kleinen Teil dazu beitragen – in dem wir das Vertrauen, dass unsere Kunden in uns bei ihrer Unterschrift gesetzt haben, jeden Tag, bei jedem Kontakt, bei jedem einzelnen Fall rechtfertigen. Dafür werden wir weiter investieren und unsere Mitarbeiter im Betrieb wie im Vertrieb mehr denn je schulen. Funktionierende IT-Prozesse und ein für unsere Kunden erlebbarer Kundenservice sind die Basis. Wir müssen die grundlegenden Dinge richtig machen, denn was nützen beispielsweise eine schicke App oder ein moderner Außenauftritt, wenn der Kunde zu lange auf die Erstattung seiner Rechnungen warten muss und deshalb seinen Unmut in sozialen Medien, im Bekanntenkreis oder wo auch immer kundtut? Deshalb: Sitzen die Basics, dann greifen auch wichtige Elemente wie eine Kunden-App oder ein zeitgemäßer Außenauftritt. An diesen Punkten wollen und werden wir 2024 weiter fokussiert arbeiten.

**Vielen Dank für das Gespräch, Herr Schillinger.**

Anzeige Bild: © INTER Versicherungsgruppe; © Mein Geld Medien

DIE INTER ALS ZIELGRUPPENVERSICHERER

## Spezielle Angebote für Ärzte und Handwerker

Als unabhängiger Versicherungskonzern bietet die INTER eine umfassende Produktpalette für Privat- und Gewerbekunden an. Bei der Absicherung der Kunden verfolgt sie einen Ansatz, der alle Lebensbereiche einschließt. Viele Produkte sind speziell auf die Bedürfnisse von Ärzten und Handwerkern zugeschnitten. Die Vorteile der Spezialisierung auf eine bestimmte Zielgruppe liegen in den Bereichen der professionellen Beratung und der gezielten Akquise.

### EIN BEISPIEL: DIE PRAXISAUSFALLVERSICHERUNG DER INTER

In Deutschland gibt es rund 100 000 Arztpraxen. Die meisten davon werden als Einzelpraxen geführt. Das heißt: Fällt der Praxisinhaber wegen Krankheit oder Unfall aus,

wird es schwer und teuer, die Praxis überhaupt am Laufen zu halten. Grundsätzlich ist das finanzielle Risiko des Praxisinhabers unter zwei Gesichtspunkten zu betrachten. Auf der einen Seite werden ihm nach einer gewissen Zeit die Einnahmen teilweise oder sogar ganz wegbrechen. Auf der anderen Seite laufen seine fixen Kosten weiter.

#### Einkommenssicherung

Nicht nur bei niedergelassenen Ärzten, aber insbesondere bei ihnen, sollte die Einkommenssicherung für den Fall einer längeren Krankheit im Rahmen einer Krankentagegeldversicherung erfolgen. Ein wichtiger und sinnvoller Schutz, über den in der Regel allerdings nur die Sicherung des Netto-Einkommens gewährleistet werden kann. Die fortlaufenden Kosten wie Personalkosten, Mieten, Leasingraten für Geräte

oder sonstige Verbindlichkeiten bei einem Kreditinstitut können über diese Form der Absicherung nur bedingt abgedeckt werden.

#### Fortlaufende Kosten absichern

Zur vollständigen Sicherung der Liquidität muss also die Lücke der fortlaufenden Kosten geschlossen werden. Hierzu bietet sich eine Praxisausfallversicherung an. Wie eine Krankentagegeldversicherung bietet das neue Produkt Schutz bei krankheits- und unfallbedingter Arbeitsunfähigkeit des versicherten Praxisinhabers.

Die Praxisausfallversicherung der INTER wurde kürzlich vom Deutschen Institut für Service-Qualität (DISQ) zum Versicherungsprodukt des Jahres 2023 gewählt. An der Auswertung war neben Prof. Dr. Matthias Beenen von der Fachhochschule Dortmund auch Constantin Papaspyratos, Chefökonom beim Bund der Versicherten, beteiligt.

### ÄRZTEBEIRAT DER INTER: DAS OHR NAH AN DER ZIELGRUPPE

Ärztinnen und Ärzte, die INTER-Kunden sind, genießen durch den Ärztebeirat eine einzigartige Interessenvertretung. Die Mitglieder des Beirats sind berufsständisch hoch engagierte Ärzte und Zahnärzte aus allen Bundesländern, die in unterschiedlichen Berufsfeldern der ambulanten und stationären Versorgung ihren Beruf mit Leidenschaft und Begeisterung leben. Zur Aufgabe des Beirats gehört unter anderem das Beraten und Informieren des INTER-Vorstands zu politisch relevanten Entscheidungen. Er

**inter**  
VERSICHERUNGSGRUPPE

Mit i wie **idealer Partner.**  
**INTER für Ärzte.**

INTER für Makler -  
Mit i wie informieren:  
[makler.inter.de](https://makler.inter.de)

teilt Stimmungen und Wünsche der Ärzteschaft mit und vermittelt allgemeine Trends und Erkenntnisse. Dies können zum Beispiel Empfehlungen für die Vertriebsstrategie sein oder die Modifizierung und Entwicklung moderner Versicherungsprodukte. •

**INTER**



› Seine Zielgruppe zu kennen, zu wissen, was sie bewegt und benötigt, ist für eine erfolgreiche Beratung essenziell

Anzeige Bild: © INTER Versicherungsgruppe; © www.shutterstock.com/PV productions



◀ Neben der umfassenden Produktpalette bietet die INTER auch verschiedene Gesundheitservices für ihre Kunden

KOOPERATIONEN UND GESUNDHEITSSERVICES

## Die INTER – mehr als nur „Leistungserstatter“

Die INTER Versicherungsgruppe bietet mit ihrer Produktpalette einen umfassenden privaten Krankenversicherungsschutz für alle Bedürfnisse. Mehr und mehr versteht sich das Unternehmen allerdings als Dienstleister für seine Versichertengemeinschaft und ergänzt den Versicherungsschutz durch ein umfangreiches zusätzliches Angebot an Dienstleistungen rund um das Thema Gesundheit. Dazu arbeitet man mit verschiedenen Kooperationspartnern zusammen.

### GESUNDHEITSSERVICES – GESUND WERDEN UND GESUND BLEIBEN

Das Unternehmen bietet nicht alles an Gesundheitservices an, was der Markt hergibt. Der Fokus wird auf den konkreten Nutzen für die Kunden gelegt – und das mit

dem Schwerpunkt, gesund zu bleiben und, wenn es einen schon erwischt hat, schnell wieder gesund zu werden. Dabei achtet man sowohl auf die Qualität aus Kundensicht, aber hat genauso die Kostenseite im Blick. Alle Gesundheitservices sind für die versicherten Kunden der INTER kostenlos. Die bisherige Resonanz der Kunden ist sehr positiv.

### WAS BIETET DIE INTER?

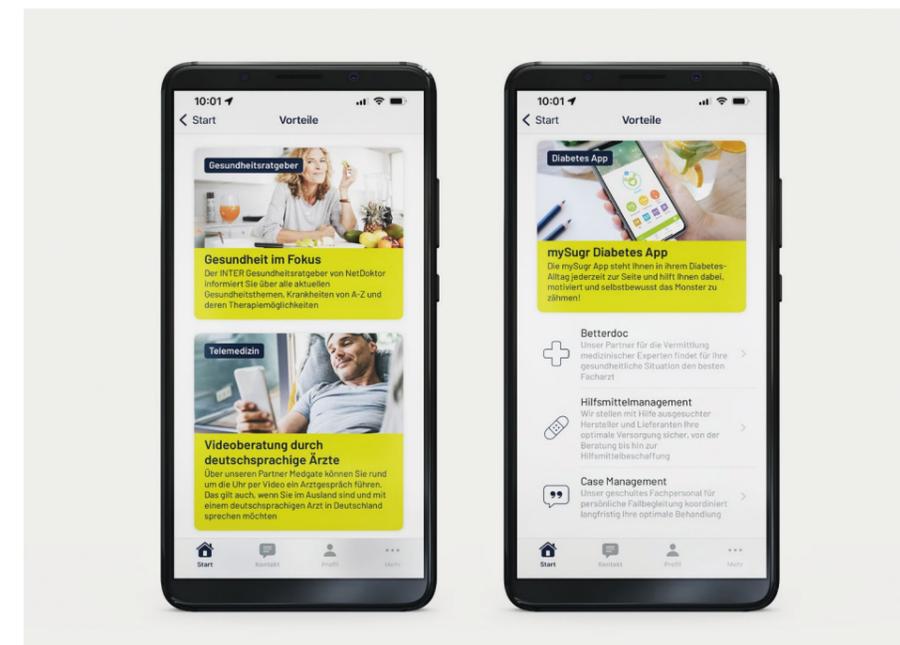
Mit dem Service **Betterdoc** können INTER-Versicherte bequem von zuhause aus ärztliche Beratungen in Anspruch nehmen und so direkt den optimalen Facharzt für ihre individuelle Situation finden. Auch kann man sich hier eine Zweitmeinung einholen. Mit dem Service **Medgate** kann man sogar per

Videotelefonie mit einem kompetenten Arzt sprechen. Das individuelle **Case-Management** begleitet jene INTER-Kunden, die etwa einen Unfall oder Schlaganfall hatten. Für den Versicherten wird alles um die Behandlung herum von der richtigen Klinik bis zur notwendigen Reha, wenn nötig auch mit den Angehörigen, organisiert. Auch das **Hilfsmittelmanagement** befreit den Versicherten von vielen organisatorischen Belastungen. Das geht von Kooperationsverträgen mit Hilfsmittelherstellern über die Wahl der richtigen Hilfsmittel bis hin zur persönlichen Betreuung bei der Nutzung des Hilfsmittels.

In der **Bluthochdruck-App Manoa** können INTER-Versicherte ihre Blutdruckwerte überwachen und ihre Medikamenteneinnahme planen. Weiter bietet die INTER

einen **Expertenchat zu Morbus Parkinson**. Tinnitus-Patienten können mit der App **Tinnitracks** einen chronischen Tinnitus behandeln und im Laufe der Zeit erträglicher machen. In Zeiten von Arzneimittel-Lieferengpässen ist das **Arzneimittelmanagement** ein zunehmend wichtiger Servicebaustein. Der Privatversicherte hat (vertragsabhängig) die Vorteile, dass freiverkäufliche Arzneimittel erstattet werden und das Privatrezept länger als vier Wochen gültig ist (ausgenommen Spezialverordnungen). Zusätzlich besteht die Wahlfreiheit zwischen Generika und Originalarzneimittel und bei Lieferengpässen wird ein wirkstoffgleicher Import erstattet. Mit dem Kooperationspartner Roche Diabetes Care bietet die INTER ihren Versicherten mit **Diabetes** die kostenlose Nutzung der App mySugr PRO.

• INTER



Anzeige Bild: © www.shutterstock.com / Ground Picture

**i** Die Services können ganz einfach über die App Meine INTER abgerufen werden.

NACHHALTIGKEIT BEI DER INTER

# Grün, sozial und vieles mehr ...

Mit ihrer Nachhaltigkeitsstrategie und den damit korrespondierenden Nachhaltigkeitsaktivitäten verankert die INTER Nachhaltigkeit als Leitmotiv im Unternehmen. Dies schafft die Voraussetzung dafür, dass die INTER ihre Geschäftsaktivitäten zukunftsorientiert und auf einer ökonomisch-ethischen Basis steuert und hierbei ihrer unternehmerischen Verantwortung für die Gesellschaft, die Mitarbeiter, die Umwelt und das wirtschaftliche Umfeld gerecht wird. Im Einklang mit der Geschäftsstrategie, den Unternehmenszielen und den Marktwerten schafft die INTER einen Mehrwert für die Umwelt, für die Mitarbeiter und für die Kunden.

↳ Für jeden abgeschlossenen Neuvertrag pflanzt die bessergrün GmbH einen Baum



## VERSICHERUNGSBRANCHE WILL NACHHALTIG SEIN

Die Versicherungswirtschaft hat sich Anfang 2021 klar positioniert. Das Ziel: Die Versicherer bis 2025 erkennbar nachhaltiger machen. In dieser Positionierung bekennen sich die Versicherer zu den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen (SDGs) und zu den Zielen des Pariser Klimaschutzabkommens. Sie unterstützen das Ziel eines klimaneutralen Europas bis 2050, den Green Deal und die deutschen Klimaschutzvorhaben. Sie sind entschlossen, die Förderung von Nachhaltigkeit in ihren unmittelbaren Geschäftsprozessen, bei den Kapitalanlagen, der Versicherung von Risiken und der Produktgestaltung als integralen Bestandteil ihres Handelns weiter auszubauen. Auch die INTER steht hinter dieser Positionierung und setzt diese gezielt um.

## EIN BAUM FÜR JEDEN NEUVERTRAG

Beim Thema Nachhaltigkeit denken die meisten Menschen zunächst an die Umwelt. Ein passendes Beispiel hierfür sind unsere Wälder, die nicht nur als die grüne Lunge Deutschlands fungieren, sondern auch einen bedeutenden Beitrag als Klimaregulator leisten. Leider befinden sich viele Wälder in einem besorgniserregenden Zustand, und ihre Aufforstung ist daher wichtiger denn je. Ein Ziel, dem sich die bessergrün GmbH verschrieben hat und hinter das sich die INTER als Anteilseigner und Partner stellt. Ihr Versprechen: Ein Baum für jeden Neuvertrag! Es fanden mehrere große Baumpflanzaktionen statt, etwa Wiederaufforstungen im

Harz, im Bergischen Land und im schleswig-holsteinischen Nindorf. Diese Baumpflanzaktionen finanzieren sich dabei durch eine Lizenzgebühr, die jeder Partner pro Neuvertrag bezahlt. Außerdem verpflichten sich die Partner, die Beiträge der Kunden ausschließlich in nachhaltige Kapitalanlagen zu investieren. Mit der Variante bessergrün haben Kunden die Möglichkeit, ihre Risiken sinnvoll abzusichern und gleichzeitig direkt zum Umweltschutz beizutragen.

## EIN NACHHALTIGER MARKTPLATZ AUCH FÜR VERSICHERUNGSPRODUKTE

Neben Versicherungsprodukten werden auf dem Marktplatz bessergrün Öko-Strom, Öko-Gas sowie E-Auto-Sharing angeboten. Die INTER-Kunden können hier die fondsgebundene Rentenversicherung INTER Mein Leben® Privatrente, die Photovoltaikversicherung, die Jagdhaftpflichtversicherung und die Krankenzusatzversicherungen INTER QualiMed Z® Ambulant, Stationär und Zahn abschließen.

## AUSBILDUNGS-ASS BELOHNT NACHHALTIGES ENGAGEMENT FÜR AZUBIS

Einen weiteren wichtigen Teilbereich in Sachen Nachhaltigkeit stellt das soziale Engagement dar. Eine gute (Aus-)Bildung ist der Schlüssel zu einem erfolgreichen Berufsleben. Gut ausgebildete Menschen stärken die Wirtschaft und Gesellschaft. Aus diesem Grund ist die INTER selbst als Ausbildungsbetrieb aktiv und engagiert sich für eine qualitativ hochwertige Ausbildung in Deutschland. Unter der Schirmherrschaft



↳ Strahlende Preisträger beim Ausbildungs-Ass: Die Verleihung fand in diesem Jahr gemeinsam mit Staatssekretär Michael Kellner (Mitte) im Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz statt

des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz ehrt die INTER mit dem Ausbildungs-Ass seit mittlerweile 27 Jahren gemeinsam mit den Wirtschaftsjuvenoren Deutschland, den Junioren des Handwerks und dem „handwerk magazin“ Betriebe und Initiativen, die sich besonders engagiert und nachhaltig um ihre Auszubildenden kümmern. Bevor im feierlichen Ambiente jedoch die Preisträger aus ganz Deutschland gekürt werden können, steht die alljährliche Arbeit der Jury an. Diese wählt aus allen bundesweiten Bewerbungen die kreativsten Ausbildungskonzepte in den Kategorien „Industrie, Handel und Dienstleistung“, „Handwerk“ und „Ausbildungsinitiativen“ aus. Dazu gibt es feste Kriterien, sodass sowohl der kleine Betrieb um die Ecke als auch der Weltkonzern miteinander konkurrieren können. •  
**INTER**

Anzeige Bild: © WID/Christian Schneider; © www.shutterstock.com / simona pilolla 2



^ In der App „Meine INTER“ finden Kunden an einer Stelle alles rund um Ihre Versicherungen

IT 360 GRAD

## INTER Versicherungsgruppe – mit moderner IT fit für die Zukunft

Die IT-Infrastruktur ist ein entscheidender Baustein, um erfolgreich im Markt zu agieren. Die INTER Versicherungsgruppe hat das früh erkannt und in den vergangenen zwei Jahren diese sowie weitere Bereiche ihrer IT auf neue Beine gestellt.

### NEUE RECHENZENTREN, NEUE HARDWARE, DEUTLICHE STÄRKUNG DER IT SECURITY

Zentrales Element des Großprojekts neue IT-Infrastruktur war der Umzug der

Rechenzentren, mit dem auch Vorgaben der BaFin sowie IT-Richtlinien für die Versicherungswirtschaft umgesetzt wurden. Das Unternehmen erneuerte dabei unter anderem die komplette Hardware, etwa alle Server. Ebenso wurde eine zentrale Cybersecurity-Lösung implementiert. Und: Durch die Anbindung an den zentralen Internet-Knoten Frankfurt sind die Internet-Leitungen stabiler, die Bandbreiten höher, was produktives Agieren in der hybriden Arbeitswelt der INTER wesentlich unterstützt – und das an allen deutschen Standorten.

### KUNDEN-APP AUFGEWERTET, DIGITALE ANGEBOTE FÜR MAKLER GESTÄRKT

Auch an ihrem zentralen digitalen Touchpoint hat die INTER gearbeitet: Die App „Meine INTER“ bekam eine Reihe neuer Funktionen der Kundenzufriedenheit und im Sinne der Wettbewerbsfähigkeit. Gestärkt hat das Unternehmen außerdem die digitale Zusammenarbeit mit ihren Maklern. Über das INTER MaklerPortal gibt es nun zahlreiche Online-Seminare zu Produkten, Vertriebsansätzen oder gesetzlichen Rahmenbedingungen.

### NEUE SYSTEMWELT: BESTANDSVERWALTUNG UND PRODUKTENTWICKLUNG OPTIMIERT

Ein weiteres Großprojekt im Bereich IT beschäftigt die INTER aktuell – genauer gesagt der vorläufige Abschluss. Nach mehreren Jahren intensiver Vorarbeiten steht 2024 der Wechsel vom bisherigen Host-System in eine neue Systemwelt an. Diese wird es künftig ermöglichen, bestehende Bestandsdaten nicht nur besser zu verwalten – vielmehr wird es durch die systematische

Verknüpfung entsprechender Teilsysteme auch möglich sein, in Sachen Produktentwicklung noch effizienter zu agieren.

### NEUE ORGANISATION: IT-FACHKARRIERE GEPUSHT

Zu guter Letzt hat die INTER ihren IT-Bereich organisatorisch für die Zukunft aufgestellt. Einzelne Bereiche, etwa jener der Software-Entwicklung, wurden gestärkt. Die neue IT-Organisation ermöglicht es, dass sich Mitarbeiter besser als zuvor fachlich entwickeln können. Somit verfügen diese bei der INTER nun über die Perspektive einer Fachkarriere im IT-Bereich – ebenfalls wichtig für künftige Mitarbeiter; Talenten bietet das Unternehmen nun beste Entwicklungschancen in der IT. Und: Auch bestehende Mitarbeiter, die bislang nicht in der IT tätig waren, erhalten dank eines neu erarbeiteten „Entwicklungsplans 3.0“ neue Perspektiven. Solchen Quereinsteigern ermöglicht die INTER eine zweite Karriere im Unternehmen, unter anderem durch ein mit dem Partner SAP erarbeitetes Qualifizierungsprogramm.

•  
INTER

Anzeige Bild: © INTER Versicherungsgruppe

KREATIV AM PULS DER ZEIT

# Neuer Markenauftritt der INTER und neue Innovationswerkstatt

„Aus Leidenschaft für ein sicheres Leben“ – inspiriert von diesem Mission Statement wurde der INTER-Markenauftritt 2023 komplett überarbeitet. Das neue Markenbild unterstützt die Unternehmensstrategie, die den Kunden noch stärker in den Fokus rückt. Entlang der Markenwerte „menschlich, engagiert, begeisternd.“ begleitet das Unternehmen das Leben seiner Kunden und steht ihnen in jeder Situation mit Herz und Verstand zur Seite.



## NEUER MARKENAUFTRITT – KUNDEN- FOKUSSIERUNG ALS MARKENKERN

Kundenfokussierung heißt für die INTER, die Themen zu kennen, die ihre Kunden bewegen. Als hilfsbereiter Unterstützer sind die Mitarbeitenden im Innen- und Außendienst „da“, wenn sie gebraucht werden. Unaufdringlich und professionell. Durch in Jahrzehnten erworbenes Fachwissen über die Lebens- und Arbeitswelten der Zielgruppen berät und betreut die INTER ihre Kunden mit einem umfassenden Blick. Sie denkt in Lösungen statt „nur“ in Produkten – in ganzheitlicher Beratung und mit effektiver Unterstützung.

## NEUER MARKENAUFTRITT – NEUE FARBEN, NEUE GRAFIK, KONSTANTES LOGO

Bei der Neuentwicklung des Markenbildes hat die INTER einige Kernelemente neu gedacht. Ein kreisförmiger Fokus, der aus dem INTER-Punkt entwickelt wurde, inszeniert den Kunden als zentrales Element im Denken und Handeln der INTER. Das Logo blieb in der Form gleich, wird aber jetzt ausschließlich in der 2D-Variante genutzt, im sogenannten Flat Design. Verläufe und 3D-Effekte gehören der Vergangenheit an. Die Farbwelt wurde ebenfalls aktualisiert. Das traditionelle Blau ist jetzt dunkler und verleiht der Marke mit dem Farbton „Cosmic

Dark“ noch mehr Seriosität. Der Farbton „Starlight White“ sorgt für Ausgleich und Sachlichkeit, während der Farbton „Aurora Yellowgreen“ Akzente und Kontraste setzt. Der klare, moderne visuelle Auftritt überzeugt besonders in digitalen Medien.

## NEUE INNOVATIONSWERKSTATT !IBASE

Am Anfang jeder Innovation steht eine Idee. Und gute Ideen entstehen, wenn Personen mit unterschiedlichen Erfahrungen und Fähigkeiten zusammenkommen und sich austauschen. Die Innovationswerkstatt der INTER „i!base“ in der Mannheimer Augustaanlage bietet Raum für diesen Austausch und unterstützt Workshops oder Projekte in vielfältiger Art und Weise.

Ziel war es, einen Ort zu schaffen, an dem Teams sich von ihren regulären Arbeitsplätzen entfernen können, um neue Perspektiven zu gewinnen und an dem Experimentieren und kreatives Denken aktiv

gefördert werden kann. Innovation und kultureller Wandel sind entscheidend, um in einem sich schnell verändernden Markt relevant zu bleiben. Eine innovative Kultur fördert die Kreativität und Eigeninitiative der Mitarbeitenden und verbessert die Anpassungsfähigkeit des Unternehmens. Rund 770 Buchungen der einzelnen Arbeitsbereiche seit dem Start der i!base im Jahr 2021 sprechen für sich.

## INTER



Anzeige Bild: © INTER Versicherungsgruppe

◀ Die i!base der INTER – optimale Räume für Teamwork, Workshops und hybride Meetings

› Die INTER ist stolz auf ihre Markenbotschafterin und Olympiasiegerin Malaika Mihambo



RICHTIG WEIT GESPRUNGEN

# Olympiasiegerin Malaika Mihambo unterstützt die INTER seit Jahren als Markenbotschafterin

Alles begann 2019, kurz bevor Malaika Mihambo mit dem Gewinn des Titels als Weltmeisterin im Weitsprung im katarischen Doha zu einem Star der internationalen Leichtathletik avancierte. INTER-Marketing- und Vertriebsvorstand Michael Schillinger hatte vom ersten Augenblick an Sympathien für die ambitionierte Sportlerin aus Heidelberg. Kein Wunder, war Schillinger doch selbst einmal aktiver Leichtathlet. Schnell war man sich über eine Partnerschaft einig. Seitdem ist Malaika Mihambo offizielle Markenbotschafterin der INTER Versicherungsgruppe. Das Unternehmen ist stolz, ihre erfolgreiche Laufbahn so lange zu begleiten.

**A PERFECT MATCH**

Malaika Mihambo ist nicht nur ein Star in der Weitsprunggrube, sondern überzeugt auch jenseits des Sports durch ihr großes soziales Engagement. Mit empathischen Gedanken zu aktuellen Themen unserer Zeit sorgt sie immer wieder für Aufmerksamkeit. Und das harmoniert hervorragend mit den INTER-Markenwerten „menschlich, engagiert, begeisternd.“ „Das ist sozusagen wie Topf auf Deckel und ergänzt sich perfekt“, sagt Michael Schillinger. „Malaika Mihambo steht für dieselben Werte wie wir und verkörpert sie durch ihr Handeln, ihr Auftreten und ihre Person. Ich freue

› Signierstunde auf einem internen Event, an dem auch Vorstand Michael Schillinger teilnahm



mich sehr, dass ein Weltstar wie sie unsere Wertebasis teilt und sie mit uns lebt.“ Auch Malaika Mihambo fühlt sich bei der INTER Versicherungsgruppe gut aufgehoben: „Ich finde es schön, mit einem Unternehmen verbunden zu sein, dem die Menschlichkeit sehr wichtig ist. Damit kann ich mich sehr gut identifizieren, es passt zu meinem eigenen sozialen Engagement. Und vielleicht funktioniert das mit der INTER und mir genau deshalb so gut.“

**NAHBAR, MIT GROSSER STRAHLKRAFT**

Als Markenbotschafterin unterstützt Malaika Mihambo die Außenwirkung der INTER. Doch gerade auch nach innen spürt man die große Strahlkraft der Ausnahmesportlerin. Ihre Besuche und Reden bei internen Events sind immer besondere Highlights für die Mitarbeiter und sehr gut besucht. Das liegt auch daran, dass Malaika Mihambos Einschätzungen die Mitarbeiter bei ihrer täglichen Arbeit motiviert. „Als Profisportlerin braucht es Leidenschaft und Engagement für das, was man tut“, weiß Malaika Mihambo, „und das erlebe ich auch bei der INTER. Auch hier sind Menschen mit vollem Engagement bei der Sache, mit Leidenschaft und Herz. Sie treten für andere ein, die gerade durch eine schwere Zeit gehen.“

In Mannheim und deutschlandweit kann sich Malaika Mihambo der Unterstützung durch ihre rund 1500 begeisterten INTER-Fans bei jedem Wettkampf sicher sein. **INTER**



↳ Malaika Mihambo ist auch vor der INTER-Direktion in Mannheim sportlich unterwegs

**ZUR PERSON**

Die gebürtige Heidelbergerin **Malaika Mihambo** ist spätestens seit dem Gewinn einer olympischen Goldmedaille und zweier Weltmeistertitel im Weitsprung einer größeren Öffentlichkeit bekannt.

**Wichtige Karriere-Highlights**

**2019**  
Weltmeisterin in Doha

**2021**  
Olympiasiegerin in Tokio

**2022**  
Weltmeisterin in Oregon

**2022**  
Vize-Europameisterin in München

**2019, 2020, 2021**  
Sportlerin des Jahres



## OFFENE INVESTMENTFONDS

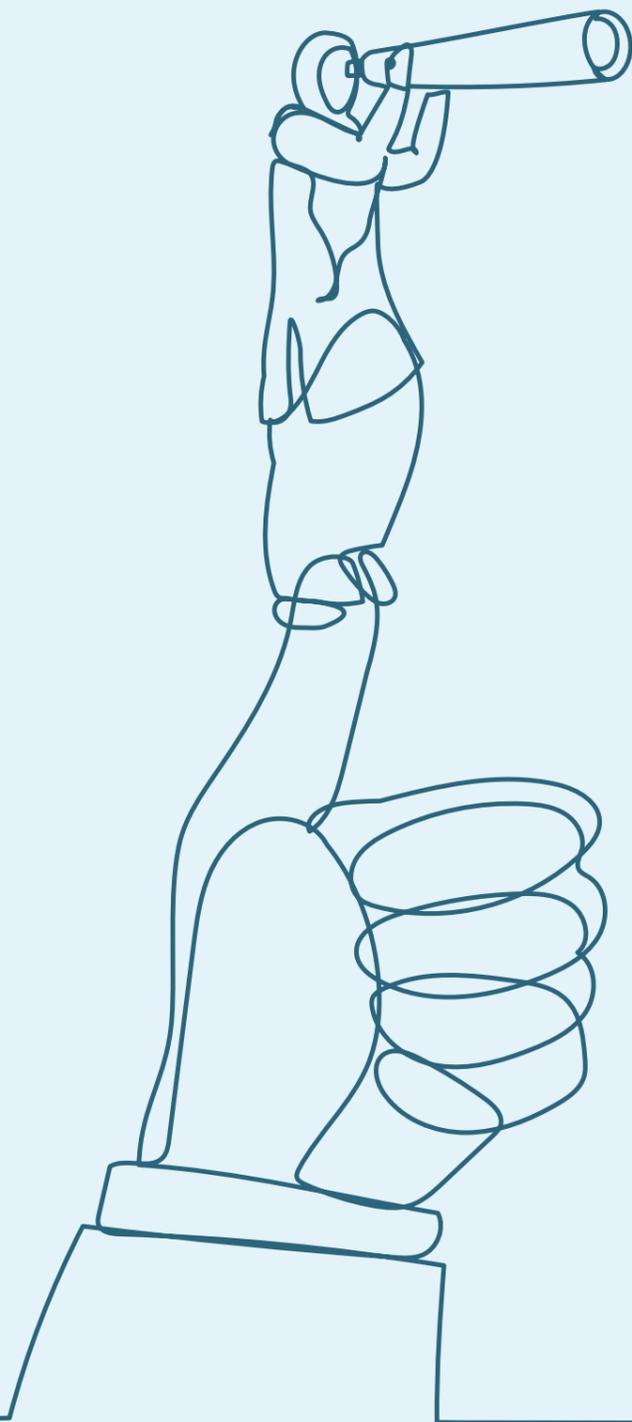
# Finanzjahr 2024: Experten erwarten positive Entwicklung der Börsenkurse

Die Grundstimmung der meisten Finanzmarkt-Analysten für 2024 ist positiv, insbesondere für den US-Aktienmarkt. Das Finanzhaus Goldman Sachs hat seine Prognose gerade erst nach oben korrigiert. Für den US-Aktienindex S&P 500 wird ein Anstieg bis Jahresende von rund 6,6 Prozent auf 5100 Punkte erwartet. Ähnlich sieht es für den Dax aus, dem ein Anstieg bis Jahresende auf über 17 000 oder 18 600 Punkte (Plus von 11 %, so die Erwartung von CMC Markets) prognostiziert wird. Für die „Wirtschaftswoche“ könnte 2024 das „beste Aktienjahr seit 2019“ werden.

Stichwort Inflation und Zinsentwicklung. Die meisten Analysten gehen von einem Rückgang der Inflation aus und in der Folge von sinkenden Zinsen. Die Zentralbanken werden deshalb voraussichtlich die Leitzinsen senken. Für die Wirtschaft bedeutet dies günstigere Kredite, was sich positiv auf die Konjunktur und Börsenkurse auswirkt. Die fünf Wirtschaftsweisen sprechen von einer „Aufhellung der Weltkonjunktur“. Dazu dürften auch Innovationen, etwa neue Geschäftsmodelle im Rahmen der Künstlichen Intelligenz sowie in der Medizinforschung beitragen. Allerdings dürfen auch die aktuellen (und möglicherweise auch künftigen) Konfliktherde wie der russische Angriffskrieg auf die Ukraine nicht außer Acht gelassen werden. Die US-Präsidentenwahl im November dürfte nur für eine kurzfristige Zurückhaltung sorgen, die Wahlentscheidung, egal, wie sie ausfalle, könnte dann jedoch noch einmal einen Hochlauf möglich machen, so US-Börsenlegende Larry Williams.

Neben den Aktienmärkten sehen die Experten aber auch konstant gute Renditen für Anleihen. „Bis Jahresende erwarten wir hohe einstellige Renditen bei Aktien und Anleihen“, so Ulrich Stephan, Chefstrategie der Deutschen Bank. •

MEIN GELD



## SACHWERTANLAGEN | IMMOBILIEN

# Sachwertanlagen – investieren mit Köpfchen

Das Invest in Sachwertanlagen kann schon eine gute Idee sein. Doch was ist, wenn man den Verstand ausschaltet, der eigenen Sammelleidenschaft nachgibt und sein Geld in exotische Sachwerte steckt? Kunstwerke oder Autos aus den guten alten Zeiten liegen im Trend – ein Mercedes Roadster aus den 60ern wird mit über einer Millionen Euro gehandelt – sicher eine gute Sachwertanlage. Man kann auch Handtaschen, Autogrammkarten, Uhren oder gebrauchte Sneaker etwa von Basketballstar Michael Jordan an Land ziehen, die werden immerhin mit 200.000 Euro gehandelt. Auch exotische Zierfische sind in Sachen Wertsteigerung ganz oben und in manchen Kreisen sehr beliebt – nur geht es da in Sachen Wildfang immer mit rechten Dingen zu? Diese Sachwertanlagen können exorbitant im Wert steigen, man kann aber genauso gut auch komplett hereinfallen – wer kann hier seriöse Renditen vorhersagen? Da empfehlen wir nach wie vor die konservative Sachwertanlage, gemanagt von seriösen und hochprofessionellen Managern – damit ist man immer auf der sicheren Seite. Investieren mit Köpfchen ist angesagt. Ob Aktienfonds, Immobilienfonds, Edelmetalle, national oder international, risikofreudig oder eher konservativ – in der aktuellen Ausgabe von „Mein Geld“ gibt es fundierte Informationen und erfolgreiche Partner, die Ihnen helfen, aus Ihrem Vermögen einfach mehr zu machen. •

**MEIN GELD**



MAKLER | FINANZDIENSTLEISTER

## Auch Makler wollen betreut sein

Der Makler ist eigentlich der Kümmerer. Ob Neuvertrag, Schadensbearbeitung, individuelle Beratung, Kontakt zur Versicherung – der Kunde ist beim Makler ein wenig in Watte gebettet. Doch welche Bedürfnisse hat der Makler? Sein wichtigster Kontakt ist der zu den einzelnen Gesellschaften, denen er die Kunden vermittelt hat. Hier möchte der Makler gerne rundum und qualifiziert betreut werden. Dafür sind die Maklerbetreuer zuständig, die dem Makler einen guten Draht durch den oft bürokratischen Dschungel einer Versicherungsgesellschaft bieten sollten. Der Maklerbetreuer sollte qualifizierte Entscheidungsbefugnisse haben, das kürzt manche Prozesse deutlich ab. Kein Makler möchte in irgendwelchen Telefonwarteschleifen sitzen und dann doch wieder den falschen Ansprechpartner haben. In komplizierten Kundenbeziehungen ist eine schnelle Erreichbarkeit des Maklerbetreuers wichtig, oft müssen kurzfristig Fragen geklärt werden. Viele Gesellschaften haben mittlerweile verstanden, dass Maklerbetreuer eine wichtige und verantwortungsvolle Funktion haben und diese entsprechend ausgestattet. Das schafft letztlich Kundenzufriedenheit auf allen Ebenen und ist damit gut fürs Geschäft. Die wenigen Gesellschaften, die hier noch Nachholbedarf haben, sollten dringend aktiv werden – ansonsten weiß der Makler, wo er seine Kunden zukünftig nicht hinschicken wird. •

MEIN GELD



VERSICHERUNG

## Die Bedeutung einer professionellen Finanzberatung in der Versicherungsindustrie

Für viele Menschen in Deutschland ist eine kompetente Finanzberatung von entscheidender Bedeutung, um die eigenen finanziellen Ziele zu erreichen und langfristige finanzielle Sicherheit zu gewährleisten. In diesem umfassenden Artikel erfahren Sie, warum eine professionelle Finanzberatung so wichtig ist, wie Sie den richtigen Finanzberater für Ihre Bedürfnisse finden und welche Vorteile Sie durch eine fundierte Finanzberatung erlangen können.

**Lesen Sie weiter auf Seite 106**



## DIE BEDEUTUNG VON FINANZBERATUNG IN DEUTSCHLAND

Die Finanzwelt in Deutschland ist von Natur aus komplex und anspruchsvoll. Ständig wechselnde wirtschaftliche Bedingungen, eine Vielzahl von **Investmentmöglichkeiten, Versicherungsprodukten und Steuergesetzen** machen es für Einzelpersonen und Familien schwierig, ihre finanziellen Ziele zu erreichen und ihre langfristige finanzielle Sicherheit zu gewährleisten. In dieser Situation spielt für viele Menschen eine professionelle Finanzberatung eine entscheidende Rolle.

**Eine qualifizierte Finanzberatung ist ein strukturierter Prozess.**

Das Ziel: Die finanzielle Situation einer Person oder Familie zu analysieren und maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln, um finanzielle Ziele zu erreichen. Dies kann Investitionen, Versicherungen, Altersvorsorge, Steuerplanung und vieles mehr umfassen. Das Ziel besteht darin, einen individuellen Finanzplan zu erstellen. Dieser sollte auf die spezifischen Bedürfnisse und Ziele des Kunden zugeschnitten sein.

## VORTEILE EINER PROFESSIONELLEN FINANZBERATUNG

### 1. Individuelle Beratung und maßgeschneiderte Lösungen

Eine professionelle Finanzberatung in Deutschland bietet maßgeschneiderte Lösungen, die auf die individuellen finanziellen Ziele und Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind. Der Finanzberater berücksichtigt Faktoren wie die aktuelle finanzielle Situation, die Risikobereitschaft und die langfristigen Pläne. Anhand dessen wird ein auf den Kunden abgestimmter Finanzplan erstellt.

## Für viele Menschen spielt eine professionelle Finanzberatung eine entscheidende Rolle

Bild: © www.shutterstock.com / patpichaya



### 2. Expertenwissen und aktuelle Informationen

Qualifizierte Finanzberater verfügen über tiefgreifendes Fachwissen in den Bereichen Investmentstrategien, Versicherungsprodukte, Steuergesetze und Vermögensplanung. Sie halten sich kontinuierlich über Entwicklungen in der Finanzwelt auf dem Laufenden und können ihren Kunden wertvolle Einblicke und Ratschläge bieten.

### 3. Risikomanagement und Vermögensschutz

Die Minimierung finanzieller Risiken und der Schutz des Vermögens vor unerwarteten Ereignissen sind zentrale Aufgaben eines qualifizierten Finanzberaters. Dies geschieht durch eine diversifizierte Anlagestrategie und die Auswahl geeigneter Investmentprodukte.

### 4. Steueroptimierung

In Deutschland sind Steuern ein wichtiger Aspekt der Finanzplanung. Ein erfahrener Finanzberater kann Ihnen helfen, legale Möglichkeiten zum Thema Steuerersparnis zu finden.

### 5. Fazit

In Deutschland ist professionelle Finanzberatung von entscheidender Bedeutung, um Ihre finanziellen Ziele zu erreichen und Ihr Vermögen zu schützen. Ein erfahrener und qualifizierter Berater ist unabdingbar. •

**MEIN GELD**



KUNST | GALERIEN

## Art Cologne 2023 – kürzere Laufzeit, mehr Besucher und Rekordverkäufe

Die Art Cologne gibt Gas. Hatte man nach der Pandemiepause schon zwei erfolgreiche Veranstaltungen hingelegt, konnten Art-Cologne-Chef Daniel Hug und sein Team 2023 neue Rekorde vermelden. Mit 170 Ausstellern aus 29 Ländern knüpfte die Messe, die Mitte November stattfand, an ihre Form und Stärke von vor der Pandemie an. Werke der klassischen Moderne bis zu zeitgenössischer Kunst waren in Köln vertreten, die Kunstliebhaber hatten in diesem Jahr richtig Lust auf die Messe. Obwohl die Messezeit um einen Tag verkürzt war, kamen mit 45.000 Besuchern aus 69 Ländern mehr Besucher als in den beiden Jahren zuvor in die Kölner Messehallen. Hochkarätige Gäste aus den USA, aus Österreich und der Schweiz fanden ebenso den Weg nach Köln wie Besucherinnen und Besucher aus den Beneluxstaaten und Deutschland. Auch mit den Umsätzen waren Galeristen und Messeleitung durchweg zufrieden.

Lesen Sie weiter auf Seite 144

Bild: © Koelnmesse GmbH, Oliver Wachenfeld



LIFESTYLE

## Von Wiener Torten und andere Genüssen

An der Wiener Ringstraße reihen sich die Luxushotels aneinander – ein Besuch des traditionsreichen Imperials und des neu eröffneten The Amauris

Als Gourmetreisender liebt man Gegensätze – Grand Hotel versus neues Designhotel. Doch ehrlich gesagt, warum vergleichen, wenn man beides erleben kann? Ein Wochenende in Wien im Imperial Hotel und im The Amauris und dazu noch die Entdeckung eines wunderbaren neuen kleinen Weinrestaurants.

Lesen Sie weiter auf Seite 152

Bild: © Hotel Imperial/Matthias Hamel