



Das Magazin zum  
Jahresfinanzbericht  
2013



# Nähe

---

**Ausgerechnet Zehdenick** Ein Arzt zum Anfassen

**Die Zellen der Empathie** Über die Magie des Mitgefühls

**Gefangen im Netz** Eine (selbst-)kritische Bestandsaufnahme



## Inhalt

- 3 Editorial
- 4 Vertrauensbank der Heilberufe  
Kompetent, partnerschaftlich, nah
- 6 Nähe bedeutet für mich ...  
Fünf Statements zum Thema Verbundenheit
- 10 Die Zellen der Empathie  
Über die Magie des Mitgefühls
- 12 Ausgerechnet Zehdenick  
Ein Arzt zum Anfassen
- 16 Probier's mal mit Gemütlichkeit  
Cocooning hält Einzug ins Arbeitsleben
- 18 Gefangen im Netz?  
Eine (selbst-)kritische Bestandsaufnahme
- 20 „Du sprichst wie ich, also bist du wie ich“  
Interview mit der Kommunikationsexpertin Pamela Steen
- 23 Von nah und fern  
Überraschendes zu einem großen Thema
- 24 Highlights 2013  
Das Jahr der apoBank
- 30 Standorte  
Die apoBank vor Ort

liebe Leserinnen und Leser,

die Fotografie ist eine große Leidenschaft von mir. In der Freizeit bin ich deshalb oft auf der Suche nach spannenden Motiven, ausdrucksstarken Bildern und überraschenden Momenten.

Auf dem Display meiner Kamera kann ich meist nur erahnen, wie gut ein Bild geworden ist. Wirklich spannend wird es, wenn ich das Foto später von Nahem betrachte. Aus der Nähe lassen sich alle feinen Details aufspüren. Nur aus der Nähe sieht man Dinge, die sonst verborgen bleiben, und staunt über Kleinigkeiten, die man sonst übersieht.

Es ist die Nähe, die es uns ermöglicht, Dinge besser zu verstehen und Zusammenhänge zu erkennen. Sie schafft Verbundenheit und Vertrauen.

Für uns als Bank im Gesundheitswesen ist Nähe elementar. Sie prägt unsere Beziehung zu unseren Mitgliedern und Kunden: Indem wir ihr Umfeld verstehen und ihre Bedürfnisse im Detail kennen, können wir unsere Heilberufler optimal unterstützen und ihnen ein vertrauensvoller Partner auf Augenhöhe sein.

2013 haben wir uns dem Thema Nähe intensiv gewidmet: Wir haben ein neues Betreuungskonzept eingeführt, mit dem wir unsere Kunden heute ganz individuell und entsprechend ihrer jeweiligen Lebensphase beraten. Darüber hinaus haben wir die Weichen gestellt, um mit neuen Beratungsbüros an Universitätskliniken und Universitäten in der Nähe unserer Kunden zu sein.

Auch mit unserem Magazin möchten wir in diesem Jahr näher hinschauen. Warum sehnt sich der Mensch nach Nähe? Weshalb können wir mit anderen Menschen mitfühlen und ihnen nachempfinden? Und wie verändert sich Nähe – etwa in Zeiten von sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter & Co?

Wir laden auch Sie ein, näher hinzuschauen und zu sehen, welche Menschen hinter der apoBank stehen. Werfen Sie einen Blick auf unser Multipicture auf Seite 4 und lernen Sie uns und unsere Vision näher kennen!

Ihr



Herbert Pfennig  
Sprecher des Vorstands, Deutsche Apotheker- und Ärztebank



# NÄHE

2387 MITARBEITER

77 STANDORTE

1 BANK



# Vertrauensbank der Heilberufe

mit gesundem Wachstum und klaren Prinzipien

Das ist unser zentraler Anspruch, dem wir in jeder Beziehung gerecht werden wollen.

Wir wissen, vertrauensvolle Beziehungen entstehen durch Nähe. Und Nähe macht uns aus:

Wir sind nah an unseren Kunden und Mitgliedern. Denn wir pflegen eine lebenslange Partnerschaft mit ihnen. Ihre Interessen stellen wir in den Mittelpunkt – und deshalb können wir ihren Bedürfnissen so gut gerecht werden.

Wir sind nah am Gesundheitsmarkt. Denn wir kennen dessen Herausforderungen seit mehr als 100 Jahren. Veränderungen und Trends erkennen wir sofort – und deshalb können wir unsere Kunden kompetent beraten.

Und: Nähe kennzeichnet auch unser Miteinander in der apoBank. Denn Vertrauensbank zu werden heißt auch, den Austausch miteinander zu suchen, um unseren Kunden und Mitgliedern die bestmögliche Leistung zu bieten.

# Nähe bedeutet für mich ...

In einem Punkt waren sich die Menschen auf der Straße einig, als sie zum Thema befragt wurden: Das Gefühl von Nähe schafft Verbundenheit.



Umfrage & Fotos: Peter Schaffrath

Das Thema Nähe beschäftigt den Fotografen Peter Schaffrath schon von Berufs wegen. Beim Blick durch die Kamera kommt er den porträtierten Menschen auf eine besondere Art und Weise sehr nahe.



Fußball ist für mich Nähe. Man ist ja nicht einfach ein Zuschauer – man ist Teil einer großen Familie und es sind „unsere“ Jungs, die da auf dem Platz für „unseren“ Verein kämpfen. Das habe ich bei einem Auswärtsspiel in Wolfsburg hautnah erlebt: Da stand unser verletzter Kapitän Lumpi das ganze Spiel über bei uns im Fanblock – direkt neben mir. Das macht die Fortuna so besonders und deshalb ist das mein Verein.

**Wolfgang Baum**, 53 Jahre



Seit ich hier in Deutschland lebe, fühle ich mich meinen türkischen Wurzeln viel näher als früher. Ich hätte nie gedacht, dass es mir so ergeht. Aber vielleicht ist es das Heimweh? Wenn mich das mal wieder so richtig packt, gehe ich zu meinem Lieblingsrestaurant bei mir um die Ecke. Das macht einen Baklava, der ist fast so gut wie der von Mama. Dann bin ich meiner Heimat für einen Moment ganz nah!

**Levent Kara**, 40 Jahre



Für mich ist die Nähe zu meinem Freund im Moment super wichtig! Wir sind frisch verliebt und verbringen eigentlich jede freie Minute miteinander. Als mein Freund letztens wegen seiner Ausbildung auf einem Lehrgang war und wir uns vier Wochen nicht sehen konnten, haben wir uns über Facebook oder WhatsApp geschrieben. Trotzdem war ich froh, als er endlich wieder bei mir war.

**Julia Brands**, 18 Jahre





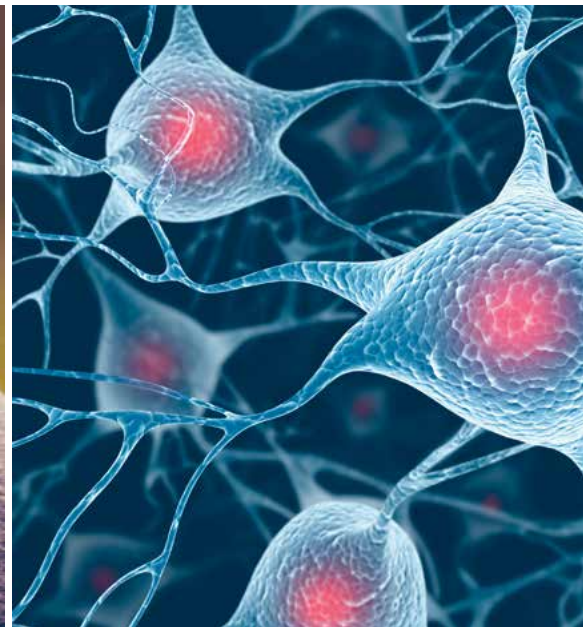
Als Berufsfeuerwehrmann bin ich auch im Rettungsdienst tätig. An diesen Tagen komme ich wildfremden Menschen von einer Sekunde auf die andere sehr nah. Denn ich erlebe sie in teils extremen Lebenssituationen. Bei Brandeinsätzen ist die Nähe zu meinen Kollegen entscheidend. Ohne blindes Vertrauen kann man diesen Job nicht machen. Ich weiß noch, als ich meinen Kollegen aus einem Raum ziehen musste, während er versuchte, den Brand zu löschen, und die Flammen über unsere Köpfe schlugen. Ein anderes Mal kriecht man gemeinsam über den Fußboden, ohne etwas zu sehen, und ist froh, dass der Kollege in der Nähe ist.

**Axel Könen**, 49 Jahre



Mein Job ist es, Mädchen und jungen Frauen, die weder Schulabschluss noch Ausbildung haben, dennoch eine Perspektive zu geben. Ich helfe ihnen dabei, Bewerbungen zu schreiben, sich bei Unternehmen vorzustellen, eigene Stärken zu entdecken – an sich zu glauben eben. Nähe zu diesen jungen Frauen herzustellen ist gleichbedeutend damit, ihr Vertrauen zu gewinnen. Das ist nicht immer leicht. Aber wenn ich es einmal geschafft habe, bleiben sie mir noch lange verbunden. Das merke ich manchmal sogar noch Jahre später, wenn ich zu Weihnachten ein kleines Geschenk bekomme. Für mich ein Zeichen, dass sie verstanden haben, dass es sich lohnt, Nähe zuzulassen.

**Meike Höfel**, 48 Jahre



# Die Zellen der Empathie

Warum können wir uns überhaupt in andere hineinversetzen? Die wissenschaftliche Antwort hierauf haben Mediziner bereits gefunden: Es sind die so genannten Spiegelneuronen. Dank dieser Nervenzellen im Gehirn können wir anderen Personen nahe sein. Wir verstehen deren Schmerz oder Glück. Ein Einblick in unser mitfühlendes Gehirn.

Autorin: Birgit Gehrmann

**E**ine aufsehenerregende Erkenntnis der jüngeren Neurowissenschaft beginnt mit einer Rosine – und wird, wie so oft im Leben, zufällig entdeckt. Dabei wollten die Wissenschaftler der Universität Parma im August 1990 eigentlich nur erforschen, wie Handlungen im Gehirn von Affen geplant und anschließend umgesetzt werden. Doch sie entdeckten neue Nervenzellen, deren Existenz man bis dato nur erahnt hatte.

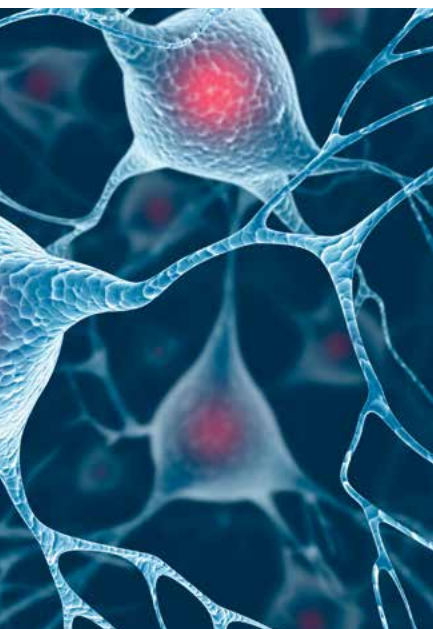
Zunächst lief jedoch alles, wie es Giacomo Rizzolatti und sein Forscherteam erwarteten: Greifen die Tiere nach einer Rosine, können die Wissenschaftler entsprechende Hirnströme messen. Doch dann passierte etwas Erstaunliches: Einer der Forscher fasste nach der Rosine. Und obwohl der Affe nur ruhig dasaß und dem Forscher zusah, „feuerten“ im Gehirn des Tieres die gleichen Nervenzellen, die schon zuvor aktiv waren.

Das Team ging von einem Fehler aus, versuchte, diesen auszuschließen, doch am Ende stand fest: Es war kein Fehler. Denn Hirnareale, die für die Handlungen der Affen zuständig sind, sind auch aktiv, wenn sie die Handlung nur beobachten. Längst ist bewiesen, dass dies auch für das Gehirn des Menschen gilt. Diese Nervenzellen haben einen Namen bekommen: Spiegelneuronen.

Experten wie Professor Christian Keysers sind sich ziemlich sicher: Spiegelneuronen befähigen uns, Nähe im Sinne von Empathie zu empfinden. Keysers arbeitete als Post-Doktorand bei Rizzolatti und erforscht die Nervenzellen seit nunmehr 14 Jahren. Der von den Zeitungen zum „Spiegelprinz“ erkorene Forscher fand heraus, dass Gehirnareale, die für unsere Emotionen verantwortlich sind, ähnliche Zellen zu haben scheinen. Aufgrund von Spiegelneuronen schämen

wir uns, wenn wir Peinlichkeiten bei anderen beobachten. Wir können nachvollziehen, wie weh es tut, wenn jemand vor unseren Augen stürzt, ohne selbst hinfallen zu müssen. Wir können das Glücksgefühl von Olympiasiegern nachempfinden, wenn wir sie mit Freudentränen in den Augen auf dem Siegerpodest sehen. „Die Spiegelneuronen sind sozusagen die Brücke zwischen den Menschen. Dank ihnen kann ich mit anderen mitfühlen“, erklärt Keysers. Diese Nervenzellen tragen wesentlich dazu bei, dass wir Menschen soziale Wesen sind – sie verbinden uns mit unseren Mitmenschen.

Neurologisch betrachtet geschieht Folgendes: Für jede Handlung – etwa das Greifen nach einer Rosine – werden verschiedene Hirnareale benötigt. Greife ich selbst, arbeiten in diesen Gebieten sowohl die so genannten höheren als auch niederen



Nervenzellen. Schauen Sie beim Greifen zu, sind nur die höheren aktiv – die niederen, die direkt unsere Muskeln ansteuern, nicht. Das heißt, beim reinen Zuschauen wird lediglich der Befehl „Greifen!“ nicht an die Muskeln gesendet.

Die Fähigkeit, sich in das Handeln und die Gefühle anderer hineinzuversetzen, besitzt demnach jeder. Kritiker bezweifeln jedoch, dass allein bestimmte Nervenzellen für diese Fähigkeit verantwortlich sind. Ihr Hauptargument: Wer sich jedem Menschen so nahe fühlt wie sich selbst, könne anderen weder Schmerzen noch Schaden zufügen.

Hierzu hat Professor Dr. Tania Singer, Direktorin des Leipziger Max-Planck-Instituts für Kognitions- und Neurowissenschaften, Erstaunliches herausgefunden: Hat eine Versuchsperson negative Erfahrungen mit jemandem gemacht, feuern die Spiegelneuronen weniger als üblich, wenn sie zusehen, wie dieser Person Schaden zugefügt wird. Es ist also möglich, das empathische Gehirn zu steuern und damit auch zu trainieren.

Erfahrungen sind für das Spiegelverhalten noch in einer anderen Hinsicht von Bedeutung: Sie lehren uns, eine – wie Keyzers sie nennt – detaillierte Empathie zu empfinden. Ein Beispiel: War jemand noch nie beim Zahnarzt, kann er dank Spiegelneuronen am verzerrten Gesicht eines Patienten

dennoch dessen Schmerz nachempfinden. Doch erst, wer die Zahnarterfahrung selbst gemacht hat, hat ein detailliertes Wissen über genau diesen Schmerz – wie er sich anfühlt oder wie stark er ist. Das Einfühlungsvermögen wird differenzierter.

Erst die Erfahrungen im Laufe unseres Lebens lassen uns mehr oder weniger Empathie für andere empfinden. Eine Basisempathie hat dank Spiegelneuronen hingegen jeder, davon ist Keyzers überzeugt. Auch davon, dass Spiegelneuronen uns befähigen, mit anderen mitzufühlen. Denn all seine Versuche bestätigen diese Theorie. Ein tatsächlicher Beweis fehlt jedoch noch. „Den können wir erst erbringen, wenn wir Hirnareale ausschalten. Aber das ist extrem schwierig“, gibt er zu. Hier ist in den nächsten Jahren noch viel Forschungsarbeit zu leisten. In 20 bis 30 Jahren werden viele seiner und andere Hypothesen bestätigt sein, da ist sich Keyzers sicher. Und wer weiß, vielleicht auch dann wieder per Zufall. ■

### Buchtipps

Christian Keyzers: Unser empathisches Gehirn: Warum wir verstehen, was andere fühlen; aus dem Englischen von Hainer Kober; C. Bertelsmann Verlag



Joachim Bauer: Warum ich fühle, was du fühlst – Intuitive Kommunikation und das Geheimnis der Spiegelneurone; Heyne Verlag



Giacomo Rizzolatti, Corrado Sinigaglia: Empathie und Spiegelneuronen. Die biologische Basis des Mitgefühls; Suhrkamp Verlag GmbH & Co. KG





# Ausgerechnet Zehdenick

Landarzt in einer Gegend, die als unterversorgt gilt – für viele Mediziner ist das beileibe keine schöne Vorstellung. Anders für Stefan Höhne: Er liebt die brandenburgische Provinz und den Ort, an dem ein interessantes Aufgabenfeld auf ihn wartet und jeder jeden kennt. Hier ist er seinen Patienten noch nahe.

Autorin: Birgit Gehrmann

**W**arum in aller Welt Zehdenick? Ein 15.000-Seelen-Ort in Brandenburg. Viel Wasser, jede Menge Felder und Wald. Auf der Fahrt vom 80 Kilometer entfernten Berlin sind nur selten Menschen auf den Straßen zu sehen. Warum also lässt sich ein Arzt aus Berlin ausgerechnet dort nieder, während viele seiner Kollegen die ländlichen Regionen meiden?

Stefan Höhne, 40 Jahre, gebürtiger Berliner, Allgemeinmediziner und seit 2010 der Landarzt von Zehdenick, muss bei dieser Frage nicht lange überlegen: „Medizin zu betreiben ist hier viel interessanter als in der Stadt. Da ist alles sehr anonym. Deshalb bin ich lieber Landarzt.“

Höhne hat in seiner Ausbildung beides kennengelernt: das Studium an der Berliner Charité, später Anstellungen in Krankenhäusern in Brandenburg und Berlin, dann die Weiterbildung zum Allgemeinmediziner in Zehdenick. In der Praxis, die er 2010 übernommen hat. „Ich wusste ganz genau, was es bedeutet, Landarzt zu sein.“ Zumindest, was das Medizinische betrifft. Denn auf manch eine ländliche Begebenheit war Höhne zu Beginn noch nicht eingestellt. „Bei einigen sehr abgelegenen Höfen, die nur über holprige Feldwege zu erreichen sind, hatte ich mit meinem Auto Probleme.“ Der Wagen setzte bei großen Schlaglöchern auf. Höhne hat umgerüstet und fährt heute einen geländegängigen SUV. Selbst wenn er zu einem Jagdunfall gerufen wird, ist er heute bestens gewappnet.

Medizinisch gesehen bedeutet Landarzt in Zehdenick zu sein, einerseits in einer Region zu praktizieren, die in Bezug auf die Arztdichte als „drohend unterversorgt“ eingestuft wird. Weite Wege zurückzulegen ist keine Seltenheit – sei es zu Hausbesuchen in Klein-Mutz oder zum Bankberater in Potsdam. Andererseits bringt es aber auch Nähe mit sich. Höhne hat einen engen Bezug zu seinen Patienten. Er kennt meist deren Familie, die berufliche Situation und damit einhergehende Belastungen. „Im Angelsächsischen heißt es ‚family medicine‘ und sie hilft, bestimmte Krankheitsverläufe zu erkennen. Die familiären und beruflichen Hintergründe spielen eben bei der Anamnese eine wichtige Rolle“, erklärt Höhne.

Auch sei die ärztliche Tätigkeit vielschichtiger als in der Großstadt. „Ich kann meine Patienten nicht mal eben zum Kardiologen um die Ecke schicken oder zum HNO nebenan.“ Höhne bietet für einen Allgemeinmediziner deshalb ein größeres Spektrum an Diagnostik als üblich: Für die Sonographie, das Belastungs- oder das Langzeit-EKG sowie Langzeit-Blutdruckmessungen oder zur Spirometrie müssen seine Patienten nur einen Raum weiter gehen und nicht 40 bis 60 Kilometer fahren. Diese Ausstattung war Höhne wichtig – für die Behandlung seiner Patienten, aber auch für sich, weil es seinem Praxiskonzept entspricht und ihm ermöglicht, sich weiterzuentwickeln.

## „Medizin zu betreiben ist hier viel interessanter als in der Stadt. Da ist alles sehr anonym. Deshalb bin ich lieber Landarzt.“

Für die Finanzierung dieses Konzepts ließ sich Höhne verschiedene Angebote rechnen. „Aber die meisten Bankberater haben einfach nicht verstanden, worum es bei Ärzten geht und dass ich mit meinem Konzept sehr bald Geld verdienen werde“, sagt er und schüttelt noch heute ungläubig den Kopf. Als junger Arzt ohne viel Eigenkapital habe er bei anderen Kreditinstituten keine Chance gehabt. „Deshalb bin ich zur apoBank gegangen. Hier muss man nicht seinen Beruf erklären, sondern geht gleich zur Projektplanung über, anstatt in der Anamnese hängen zu bleiben.“ Höhne hat dieses Wissen um seinen Beruf sehr zu schätzen gelernt. „Als Gründer musste ich mich um so viele Dinge wie Urkunden, KV und Zulassung kümmern. So war ich – zumindest was das Finanzielle angeht – gut betreut. Ich wurde in meinen Planungen nicht beschnitten und erhielt sogar noch Hinweise, wie ich etwas besser machen könnte.“

Schließlich musste Höhne jede Menge planen und neu strukturieren. Gerade als Landarzt ist er auf ein gut funktionierendes Team und einen engen Austausch untereinander angewiesen. Ansonsten wären 8.000 Patientenkontakte pro Quartal auch nicht zu schaffen. „Wir haben die Abläufe optimiert und Strukturen geschaffen, so dass wir uns gegenseitig viel abnehmen“, sagt Höhne. Selbst bei Hausbesuchen begleitet ihn in der Regel eine seiner drei Arzthelferinnen. Während sie Blutdruck misst und Zuckerwerte bestimmt, hat er Zeit, mit seinen Patienten und deren Angehörigen zu reden. So kann er auch mit ihnen die Pflegesituation besprechen oder einen Rat geben. „Um als Mediziner Nähe zu einem Menschen aufzubauen, muss man sich auch Zeit nehmen können.“

Zeit ist ein Punkt, bei dem gerade ein Landarzt schnell an seine Grenzen stößt. „Ich habe dreimal überlegt, ob ich zu Hause bleibe, wenn ich krank war. Denn ich wusste, dann stehen die Patienten vor verschlossener Tür oder die paar Kollegen müssen meine Patienten auch noch

übernehmen.“ Seit verganginem September ist diese Situation etwas entspannter. Er konnte sein Team um zwei Assistenzärzte erweitern, mit deren Hilfe er das hohe Arbeitsaufkommen stemmt und dabei noch Zeit für jeden einzelnen Patienten hat.

Inzwischen ist das Verhältnis zwischen Höhne und seinen Patienten so eng, dass er manchmal sogar die Rolle des Seelsorgers übernehmen muss und ihnen ihre kleinen Sünden vergeben soll. „Manche erwarten von mir die Absolution, um so weitermachen zu können wie bisher. Ich höre dann: ‚Herr Doktor, das mit dem fettigen Essen ist doch gar nicht so schlimm bei mir, oder?‘ Da muss man schon großes Fingerspitzengefühl entwickeln, damit man die Menschen erreicht“, sagt er. Und Höhne ist auch da, wenn seine Patienten über ihre beruflichen oder familiären Probleme reden wollen. „Wir haben hier viele Berufspendler. Über diese hohen Belastungen, etwa die langen Fahrten zur Arbeit, wollen einige auch mit mir reden.“

Höhne ist auch Berufspendler, allerdings muss er keine sehr langen Fahrten auf sich nehmen. Da die Residenzpflicht aufgehoben wurde, lebt er rund 30 Kilometer von seiner Praxis entfernt. Das sei eine gute Distanz, sagt er. Sonst würden sich Berufliches und Privates zu stark vermischen und er könnte nicht abschalten. „Das entzieht einem zu viel Energie. Nur wenn ich in der Freizeit genügend Distanz habe, kann ich in der Sprechstunde die Nähe zulassen, die für meinen Beruf so dringend nötig ist. So, wie es jetzt ist, ist es perfekt.“

Es wäre naheliegend gewesen, wenn der Ur-Berliner seine Berufung in „seiner Stadt“ gefunden hätte. Aber einer unter vielen Ärzten in der Großstadt zu sein, das kann er sich nicht mehr vorstellen. Für Höhne war deshalb ausgerechnet Zehdenick ein Glücksfall. Er zieht dem Naheliegenden die emotionale Nähe vor: auf dem Land – mit viel Wasser, jeder Menge Feldern und Wald. ■



Die Praxis Höhne (oben) liegt im Zentrum von Zehdenick. In dem denkmalgeschützten Haus empfangen Stefan Höhne (unten) und sein Team die Patienten.



# Probier's mal mit Gemütlichkeit

Es ist noch gar nicht so lange her, da galten öffentliche Einrichtungen und Gebäude als gestaltungsresistente Orte. Nüchterne Flure und funktionales Mobiliar verbreiteten aseptischen Charme und signalisierten: Komm mir nicht zu nahe! Doch allmählich setzen auch Bürgerämter, Unternehmen und Dienststellen auf mehr Behaglichkeit und Kommunikation – zum Wohle von Mitarbeitern und Besuchern, aber auch im Interesse des jeweiligen Arbeitgebers.

Autorin: Cornelia Dörries



Bürräume von Google in Dublin.



**D**schungel-Eingang, Coffee Lounges an jeder Ecke, Bowlingbahn, Kicker und Fitnessstudio für die Mitarbeiter: Die weltweiten Büros des Internetriesen Google sind eine Spielwiese für jeden Innenarchitekten. Doch hinter der bunten Fassade steckt ein knallharter Businessplan. Frei nach dem Motto: Wer sich wohlfühlt, kommt gern zur Arbeit und leistet mehr. Allein im letzten Quartal 2013 setzten die gut 50.000 Mitarbeiter von Google rund 17 Milliarden US-Dollar um. Es waren Vorreiter wie Google, die bewiesen, dass sich Behaglichkeit und Leistungsbereitschaft keineswegs ausschließen.

### Cocooning am Arbeitsplatz

Google, 1998 gegründet, ist eines der wenigen New-Economy-Unternehmen der ersten Welle, die sich bis heute gehalten haben – und weiter im Rekordtempo expandieren. Wendet man den Blick nach Deutschland, existiert von den einstigen Höhenfliegern des eingestellten Neuen Marktes faktisch kaum noch eins. Doch geblieben sind auch hierzulande knuffige Sitzkissen, bunte Wandfarben, gemütliche Konferenzzonen und der obligatorische Tischkicker. Mit ihrem informellen Einrichtungsstil nahmen die Start-ups jene Trendwende vorweg, die später auch die Bürohochhäuser und Konzernzentralen der etablierten Old Economy in Deutschland veränderte. Noch bis vor wenigen Jahren verortete die Innenarchitektur das urmenschliche Bedürfnis nach Räumen für Nähe, Vertrautheit und Intimität ausschließlich in der Privatheit der eigenen Wohnung. Doch längst richten auch alteingesessene Industriebetriebe und Mittelständler ihre Büros behaglicher ein. Selbst der Besuch beim Bürgeramt zur Verlängerung des Reisepasses ist in vielen deutschen Städten längst kein architektonischer Spießrutenlauf mehr.

Vorbei scheinen damit die Zeiten, als der Mensch rein auf seine Rolle als Kunde, Mitarbeiter oder Antragsteller reduziert wurde. Streng funktional

einggerichtete Räumlichkeiten mit ihren abwaschbaren Oberflächen, neutralen Farben und unpersönlichen Modulföbeln werden allmählich von Gestaltungsprinzipien überformt, die den Menschen und seine kommunikativen Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellen.

Ob Firmenzentrale oder Bürohaus, Klinik oder öffentliche Einrichtung – überall dort, wo Menschen sich heute ernst- und angenommen fühlen sollen, wo Austausch stattfindet und das Vertrauensverhältnis von entscheidender Bedeutung ist, wird Wert auf eine entsprechende Innenarchitektur gelegt.

Zurückzuführen ist dieses Umdenken auf einen Trend, der gemeinhin als „Cocooning“ bezeichnet wird. Ein Begriff, den die US-amerikanische Lebensstilforscherin Faith Popcorn bereits in den 1980er-Jahren prägte. Sie beschrieb damit das zunehmende Bedürfnis der Menschen nach Rückzug, Vertrautheit und Geborgenheit mitten in der rasanten Dynamik der Globalisierung. In einer Welt, die täglich komplexer und unüberschaubarer wird, suchen Menschen nach Räumen, in denen sie nicht nur Zuflucht vor den Zumutungen einer riskanten und unsteten Außenwelt finden, sondern auch Nähe, Halt und Ruhe. Im ursprünglichen Sinn auf den Rückzug in die Sphäre des Privaten bezogen, bewirkte diese Suche nach geschützten Räumen und Geborgenheit zunächst ein bis dahin unbekanntes breites gesellschaftliches Interesse an Fragen des Wohnens, der Innenarchitektur und der Einrichtung für das eigene Zuhause. Eine neue Generation tauschte die steife altfränkische Wohnzeile mit Esstisch, Anrichte und Polstergarnitur gegen moderne und fließende Wohnlandschaften mit ausladenden Sofas und Wohlfühlmöbeln in hochwertigem Design.

Und vielleicht zum ersten Mal in der Geschichte der Innenarchitektur blieb dieser Trend nicht auf das Private

beschränkt, sondern führte zu einem Spill-over: Zunächst traten nur in Start-ups, später auch in Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen die gestalterischen Attribute des Privaten mit ihrer sinnlichen Haptik, ihren warmen und anheimelnden Farben und behaglichen, weichen Materialien auf. Der Grund: Die Unternehmen erkannten die Bedeutung einer Umgebung, die nicht mehr nur funktionalen, wirtschaftlichen oder logistischen Kriterien genügt, sondern auf die grundlegenden menschlichen Erwartungen und Bedürfnisse nach Schutz, Nähe und Vertrautheit Rücksicht nimmt.

### Nüchternheit adé

Behaglich ausgepolsterte Kommunikationsbereiche gehören heute ebenso zu den zeitgenössischen Inszenierungen der Arbeitswelt wie der Tischkicker im Pausenraum. Eine nicht unwichtige Rolle spielt dabei auch die moderne Technik: Für effiziente Arbeitsabläufe sind mittlerweile keine raumgreifenden, lärmigen Büromaschinen mehr erforderlich – Kopierer, Drucker und lästige Kabelstränge sterben im Zeitalter der drahtlosen Digitalisierung aus.

Dennoch wird aus dem Büro kein zweites Wohnzimmer. Auch nicht bei Google. Wenn die Grenzen zwischen heimeliger Privatheit und nüchtern-funktionaler Erwerbswelt nicht völlig verschwimmen sollen, kann eine gute Innenarchitektur dafür sorgen, dass die Aufenthaltsqualität im Büro noch von der Behaglichkeit der eigenen vier Wände zu unterscheiden ist. So lassen sich mittels Farb- und Einrichtungskonzepten die Werte und das Selbstverständnis von Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen in eine Raumgestaltung übersetzen, die sowohl den jeweiligen repräsentativen Anforderungen als auch den subjektiven Bedürfnissen derer entspricht, die sich dort als Mitarbeiter, Klienten oder Besucher aufhalten. Denn sie wollen als Menschen wahrgenommen werden. ■

# Gefangen im Netz?

Pünktlich zum Zehnjährigen von Facebook ist es Zeit für eine (selbst-)kritische Bestandsaufnahme. Was haben uns die sozialen Netzwerke bis dato gebracht? Sind wir uns wirklich näher gekommen?

Autor: Florian Flicke

„Genug“, schreien die Macher der Website „stopphubbing.com“ in das weltweite Netz. Ihnen reicht es, dass sie ihr Essen nicht mehr genießen können und nicht mehr mit ihrem Gegenüber ins Gespräch kommen, weil diese oder dieser ständig aufs Smartphone-Display schaut, statt den Blickkontakt zu halten. „Phubbing“ haben sie diesen Akt der sozialen Ignoranz getauft und suchen nun – ironischerweise per Website und Beschwerde-E-Mails – Verbündete im Kampf gegen die permanente digitale Präsenz, die in ihren Augen mehr persönliche Bande zerschlägt als Kontakte knüpfen hilft.

Glaubt man den Zahlen auf stopphubbing.com, leben die ärgsten Phubber in New York, Los Angeles, London, Paris und Hongkong. Doch wir Deutsche holen gewaltig auf. 26 Millionen Bundesbürger nutzten 2013 die Dienste von Facebook. Weitere Millionen Menschen hierzulande twittern, laden Fotos bei Instagram hoch oder tauschen Restaurant- oder Clubtipps via Foursquare aus.

Berufliche Kontaktbörsen wie Xing oder LinkedIn spielen Nebenrollen im Konzert der sozialen Netzwerke: Den meisten Deutschen geht es auf digitalen Plattformen um die reine Freizeitbeschäftigung. Dies belegt unter anderem eine Umfrage des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet. Demnach halten 90 Prozent

der Befragten über das Netz Kontakt zu ihren Freunden. Für knapp 60 Prozent ist die Funktion „Chatten“ in sozialen Netzwerken wichtig.

Klingt nicht gerade nach Abschottung. Warum also die ganze Aufregung der „Stopphubbing“-Aktivisten und die Warnung renommierter Wissenschaftler vor der „digitalen Demenz“ ganzer Jahrgänge? Professor Dr. Manfred Spitzer, Ärztlicher Direktor der Psychiatrischen Universitätsklinik in Ulm, ist davon überzeugt, dass ein mehrstündiger Internetkonsum am Tag gerade bei Kindern und Jugendlichen schädlich ist. „Hierfür gibt es mittlerweile eine ganze Reihe von Belegen. Etwa die erschreckenden Zahlen zur Computer- und Internetsucht bei jungen Menschen. Und auch Publikationen in medizinischen Fachblättern zu den Risiken und Nebenwirkungen des Internets bei Kindern und Jugendlichen im Sinne von Bewegungsarmut und damit verbundenem Übergewicht bis hin zu geringerer Empathiefähigkeit, Vereinsamung, Schlaflosigkeit und Depression“, erklärt Spitzer. Je ausgeprägter der Internetkonsum und je jünger die konsumierenden Menschen seien, umso schädlicher sei das Ganze.

Oder anders ausgedrückt: Je mehr virtuelle Freunde existieren, umso größer ist die Gefahr, in der realen Welt



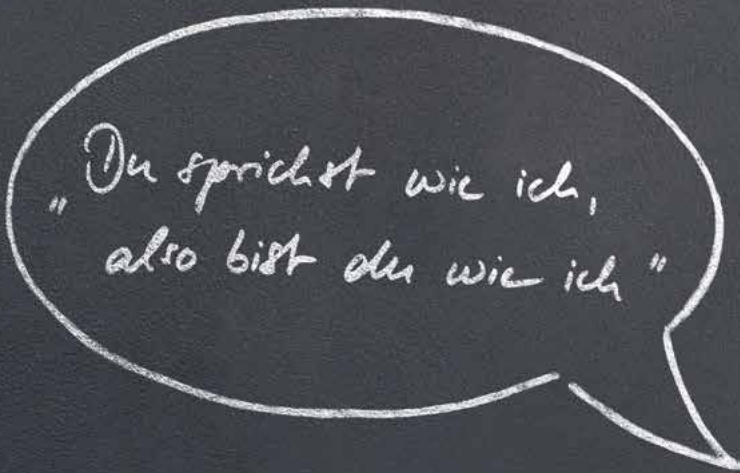
zu vereinsamen. „Nach der weltweit größten hierzu vorliegenden Studie an mehr als 4.000 Jugendlichen lässt sich feststellen, dass die Zeit, die ein junger Mensch heute vor dem Bildschirm verbringt, zu einer Verringerung seiner Empathie für Eltern und Freunde führt. Es ist also definitiv nicht so, dass derjenige, der viel Zeit online mit sozialen Netzwerken verbringt, sich zu einem besonders sozialen Menschen entwickelt. Das genaue Gegenteil ist der Fall“, sagt Spitzer und verweist auf eine große US-amerikanische Studie unter acht- bis zwölfjährigen Mädchen. Diese verbrachten gerade mal zwei Stunden täglich mit anderen Mädchen, waren aber sieben Stunden täglich auf Facebook aktiv. Ein klarer Beweis für Spitzer, dass in solchen Fällen das neue Medium nicht der Pflege von bereits vorhandenen Kontakten dient, sondern reale Kontakte ersetzt.

Also: Smartphone aus, alles gut? Darum geht es weder den „Phubbing“-Gegnern noch Wissenschaftlern wie Spitzer. Wichtig ist vielmehr der richtige Umgang mit den technischen Alleskönnern und den sozialen Netzwerken. Denn manchmal bringen sie sogar Menschen zusammen, die sich zuvor nicht kannten. Bei der Flutkatastrophe 2013 etwa kämpften Fremde Seite an Seite gegen das Hochwasser. Aufrufe auf Facebook und Twitter hatten die Freiwilligen zusammengebracht. Gemeinsam füllten sie

Sandsäcke, räumten Keller aus und schufteten dabei nicht nur mit, sondern auch für Fremde.

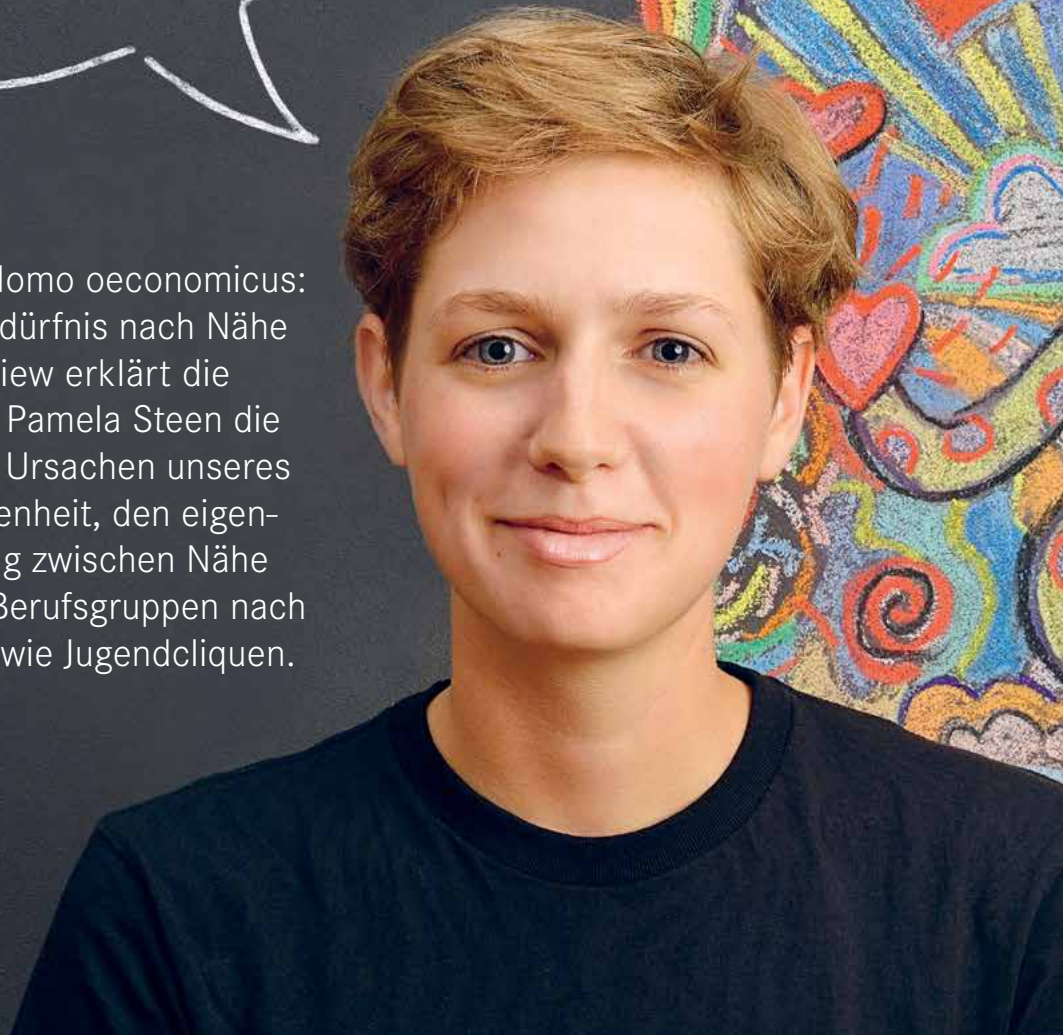
Schnell und einfach koordinieren – das ist auch der Grundgedanke eines anderen Online-Netzwerks. Die Macher von „foodsharing.de“ haben sich dem Kampf gegen die globale Lebensmittelverschwendung verschrieben. Ihr Motto: Essen teilen statt wegwerfen. Wer beispielsweise in den Urlaub fährt, kann seinen Kühlschranksinhalt im Netz anbieten, statt ihn zu entsorgen. Zugute kommen Käse, Wurst & Co anderen aus der Community. Die Idee geht aber noch weiter: Auf „foodsharing.de“ können sich Mitglieder des Netzwerks zum gemeinsamen Kochen oder Essen verabreden. Damit knüpfen sie den ersten Kontakt zwar in der Virtualität, lernen sich jedoch in der Realität kennen.

Das funktioniert natürlich auch andersherum. „Wer schon Bekanntschaften in der Realität geschlossen hat, der kann sie teilweise über Facebook mit weniger Aufwand pflegen als über E-Mail- oder Briefkontakte. Vielleicht verlieren sie sich über große Distanzen und unterschiedliche Zeitzonen auch nicht so leicht aus den Augen“, sagt Spitzer. Nur beim gemeinsamen Wiedersehen im Restaurant sollte es dann unbedingt heißen: Smartphone ausschalten! ■



Von wegen kaltherziger Homo oeconomicus: Jeder Mensch hat das Bedürfnis nach Nähe und Vertrauen. Im Interview erklärt die Kommunikationsexpertin Pamela Steen die stammesgeschichtlichen Ursachen unseres Wunsches nach Verbundenheit, den eigentümlichen Zusammenhang zwischen Nähe und Distanz und warum Berufsgruppen nach denselben Regeln ticken wie Jugendcliquen.

Autor: Mirko Hackmann





### Zur Person

Pamela Steen studierte Germanistik, Soziologie und Psychologie an der Universität Hamburg und wurde dort 2012 mit einer gesprächslinguistischen und kultursemiotischen Arbeit über Identitätskonstruktion durch Sprache promoviert. Sie war mehrere Jahre als Moderationsredakteurin für das ARD Nachtmagazin und die ARD Tagesthemen tätig. Zurzeit ist sie wissenschaftliche Postdoc-Mitarbeiterin an der Universität Leipzig.

### Evolution ist Konkurrenzkampf, heißt es. Wie passt das zum Bild des Menschen als soziales Wesen?

Wahrscheinlich hat sich der Mensch als Art durchgesetzt, weil er besser kooperieren kann. Neuere Forschungsansätze betonen die einzigartige Fähigkeit der Menschen, ihre Aufmerksamkeit gemeinsam auf etwas zu richten. Demnach hatten kooperierende Arten in der Stammesgeschichte einen Anpassungsvorteil gegenüber Arten, die allein auf Konkurrenz gesetzt haben.

### Ist das der Grund für unser Urbedürfnis nach Verbundenheit?

Die moderne Verhaltensforschung hat soziale Nähe in der Tat als menschliches Grundbedürfnis erkannt. Eng verbunden mit diesem Bindungstrieb ist aber auch der Fluchtinstinkt: Nähe und Distanz, Vertrauen und Misstrauen – das sind seit jeher zwei Seiten einer Medaille.

### Wie stellen wir Vertrauen her, wenn wir auf einen Unbekannten stoßen?

Wenn wir das Vertrauen eines Fremden gewinnen oder überhaupt Kontakt zu ihm aufnehmen wollen, greifen wir auf Rituale zurück. Hierzu gehören auch Begrüßungen: Durch ein Lächeln oder Nicken signalisieren wir

Friedfertigkeit und stellen Nähe her. Gleichzeitig kommunizieren wir aber auch Distanz: Mit imponierenden Handlungen, wie zum Beispiel mit einem festen Händedruck, zeigen wir, dass wir in Auseinandersetzungen kein leichter Gegner sind.

### Welche Rolle spielt Sprache in diesem Zusammenhang?

Sprache erleichtert nicht nur Beziehung, Sprache ist Beziehung. Das Wechselspiel aus Nähe und Distanz kann jedoch ganz verschieden aussehen: Um das eigene Gesicht zu wahren, kann ich Nähe zum Beispiel vermeiden, indem ich weniger Informationen über mich preisgebe und stattdessen mein Gegenüber ausfrage.

### Wie schaffe ich es, jemandem ohne Worte näher zu kommen?

Verbale und nonverbale Kommunikation spielen meist ineinander. Der nichtverbale Hintergrund dient dazu, Aufmerksamkeit, Einstellungen und Absichten zu signalisieren, das Sprechen zu illustrieren oder Rückmeldungen zu geben. Nähe erzeugen wir zum Beispiel mit dem „Augengruß“. Verhaltensforscher haben diese Geste bei vielen Kulturen beobachtet: ein schnelles Heben der Augenbrauen, gepaart mit einem Nicken oder Lächeln.



**Gelten diese Mechanismen der Nähe weltweit? Funktioniert der Augengruß also in Tokio genauso wie in Berlin?**

Nein. Das Brauenheben ist kultur- und sogar situationsabhängig. In Japan ist es eher unschicklich, erwachsene Fremde mit dem Augengruß anzusprechen. Und auch in westlichen Kulturen ist der Augengruß unter Fremden eher selten. Stellen Sie sich vor, Sie sitzen in einem Restaurant und am Nachbartisch sieht Sie jemand an und hebt die Brauen. Sie können dieses freundlich gemeinte Begrüßungssignal als Beginn eines Flirts, aber auch als Erkennungssignal missinterpretieren – und sich fragen, woher Sie diese Person kennen.

**Das dürfte nicht das einzige Beispiel für Missverständnisse beim Aufbau von Kommunikation sein.**

Genau. Jeder Kommunikationsakt muss in seinem Kontext betrachtet werden. Gerade die Sprache kann – abhängig von individuellen Routinen und sozialen Erfahrungen – mit derselben Aussage sowohl Nähe als auch Distanz ausdrücken oder herstellen.

**Klingt ernüchternd. Wie meistern wir dennoch unseren Alltag und kommen anderen nah?**

Mit einer gewissen Uneindeutigkeit bleiben wir flexibel, das heißt, die Bedeutung unseres Verhaltens ist nicht einklagbar. Wenn wir beispielsweise zu viel Nähe einfordern, wo soziale Distanz angemessener ist, könnten wir einen Imageschaden erleiden. Wenn wir dagegen zu verschlossen und distanziert sind, gelten wir als unnahbar. Wir werden deshalb vielleicht aus Gemeinschaften ausgeschlossen.

**Das will wohl keiner. Warum fühlen wir uns neben einzelnen Mitmenschen auch Gruppen verbunden?**

Wir fühlen uns in Gruppen wohl, in denen wir Aufmerksamkeit und Anerkennung erfahren. Erst durch die Interaktion mit anderen kann ich eine eigene Identität entwickeln. Das erleben wir bereits in frühester Kindheit. Neben Nähe und Distanz spielt in sozialen Gemeinschaften auch der Status eine wichtige Rolle. Gruppen geben uns das Gefühl, Teil eines größeren Ganzen zu sein. Gemeinschaft ist sinnstiftend.

**Was macht eine Ansammlung von Individuen zur Gruppe?**

Das entscheidende Bindemittel sind die Ähnlichkeiten unter den Gruppenmitgliedern. Zugleich stärkt das Anderssein von Nichtmitgliedern die Bildung der so genannten In-Group. Ein gutes Beispiel ist der Sprachstil. Viele soziale Gruppen nutzen ihn, um ein Gefühl von Nähe untereinander und Distanz nach außen herzustellen. Das gilt für Jugendgruppen genauso wie für Mitglieder bestimmter Berufsgruppen.

**Worüber schaffen Gruppen in ihrem Sprachgebrauch denn genau Nähe untereinander?**

Das können Anglizismen sein, die häufig in der Werbebranche verwendet werden, oder Fachworte aus dem Lateinischen oder Griechischen, wie sie beispielsweise Ärzte im kollegialen Gespräch benutzen. Oder aber Sie verwenden fachspezifische Abkürzungen, die Sie als Profi in Ihrem Metier und damit als Insider ausweisen. Generell gilt: Du sprichst wie ich, also bist du wie ich. ■

# Von nah und fern

Nähe ist meist relativ – sei es die geografische zu einem Ort oder die gefühlte zu einem Menschen. Was für den einen nah ist, empfindet ein anderer als unendlich weit weg. Und obwohl jeder anders fühlt und definiert, gelingt es Experten, Nähe in Zahlen und Fakten auszudrücken.

## 4 Zonen

Fast jeder fühlt sich in überfüllten Bahnen oder Aufzügen unwohl. Der Grund: Der als normal empfundene Abstand zu Fremden wird unterschritten. Die Lehre von der sozialen Nähe nennt sich Proxemik. Demnach gelten für Westeuropäer folgende vier Zonen des Wohlstands: Die intime Distanz von bis zu einem halben Meter lassen einzig sehr enge Freunde, Liebespaare oder Familienmitglieder untereinander zu. In der persönlichen Distanz, zwischen einem halben und eineinhalb Meter, werden sympathische Menschen und Bekannte geduldet. Die gesellschaftliche Distanz zu Unbekannten, etwa neuen Geschäftspartnern oder Verkäufern, liegt zwischen eineinhalb und drei Metern. Daran schließt sich die öffentliche Distanz (ab drei Metern) an.



## 1 Jahr

Zufällige Nähe beim ersten Kennenlernen beeinflusst die langfristigen sozialen Entscheidungen eines Menschen. Oder anders formuliert: Freunde findet man, weil sie gerade in der Nähe waren. Das fanden Forscher der Universität Leipzig heraus, als sie Studenten zur Einführungsveranstaltung zufällige Sitzplätze zuwies. Nach einem Jahr sollten die Studenten angeben, wie sehr sie mit ihren Kommilitonen befreundet sind. Das Ergebnis: Personen, die bei ihrer ersten Begegnung nebeneinander oder auch nur in einer Reihe gesessen hatten, waren nach einem Jahr enger miteinander befreundet als die, die bei der Einführungsveranstaltung weiter auseinandergesessen hatten.

## Schlechte Noten

Langer Schulweg, schlechte Noten. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der Universitäten Erfurt und Köln. Demnach fallen die Schulleistungen umso schlechter aus, je länger Schüler mit Bussen, Bahnen oder Auto unterwegs sind. Zudem schlafen Kinder, die länger unterwegs sind, kürzer und brauchen mehr Zeit für ihre Hausaufgaben.



# 30%

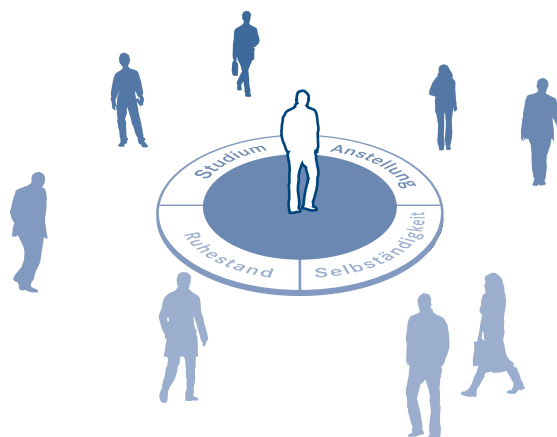
Nähe kann Veränderungen bringen, bei Heuschrecken sogar Veränderungen im Gehirn. Genauer gesagt bei der Wüstenheuschrecke. Die gemeine *Schistocerca gregaria* ist ein Einzelgänger. Findet sie sich jedoch mit Milliarden von Artgenossen zu Schwärmen zusammen, vergrößert sich ihr Gehirn um satte 30 Prozent. Die Forscher der University of Cambridge erklären ihre Entdeckung mit geänderten Verhaltensweisen. Alleinlebende Heuschrecken müssten gut sehen und riechen können, um zu überleben. Im Schwarm seien hingegen ihre Lern- und Verarbeitungsprozesse stärker gefragt.

# Highlights 2013

Das Jahr der apoBank







## Unser neues Betreuungskonzept: Näher am Kunden

Vom Studium über die Anstellung oder Selbständigkeit bis hin zum Ruhestand: In jeder Lebensphase stehen wir unseren Kunden zur Seite – und das seit 2013 auch mit spezialisierten Beratern. Denn im Zuge unseres Zukunftsprogramms VorWERTs haben wir im vergangenen Jahr ein neues Betreuungskonzept eingeführt, mit dem wir den individuellen Bedürfnissen unserer Kunden optimal gerecht werden. Gleichzeitig bieten wir vermögenden Kunden mit sehr komplexen Fragestellungen nun über das Private Banking eine Vermögensbetreuung, die auch Themen wie Stiftungs-, Generationen- und Beteiligungsmanagement umfasst.

Auch unsere neue Praxis- und Apothekenbörse, über die wir Existenzgründer, Kooperationswillige und Abgeber zusammenbringen, stößt auf gute Resonanz. Nach nur wenigen Monaten gehört sie zu den führenden Plattformen ihrer Art in Deutschland. Und mit neuen Beratungsbüros an Universitäten und Kliniken rücken wir räumlich näher an die Heilberufler heran.

Damit können unsere Kunden bei uns auf eine ganzheitliche und individuelle Betreuung vertrauen.



## Unsere Finanzierungen: Maßgeschneiderte Lösungen für die Gesundheitsversorgung

Als Bank im Gesundheitswesen macht sich die apoBank für eine qualitativ hochwertige Gesundheitsversorgung stark. 2013 haben wir 2,6 Milliarden Euro für Praxis- bzw. Apothekeninvestitionen und Existenzgründungen bereitgestellt. Darüber hinaus finanzieren wir auch größere Kooperationsvorhaben wie MVZ oder Ärztehäuser.

Eines dieser Projekte ist das Ärztehaus T2 in Gelnhausen. Mit unserer Unterstützung werden hier auf 4.300 Quadratmetern künftig 15 Arztpraxen,

eine Apotheke, ein Sanitätshaus und ein Hörgeräteakustiker Platz finden. Das Gesamtinvestitionsvolumen beträgt rund zehn Millionen Euro. Gemeinsam mit unseren Netzwerkpartnern – darunter Architekten, Vertriebspartner, Steuerberater, Rechtsexperten und Baucontroller – beraten und begleiten wir die beiden Initiatoren, Dr. Attila Zari und Stefan Wolf, bei der Planung und Realisierung des Projekts. Bereits vor zwölf Jahren hatten wir in Gelnhausen den Aufbau des Ärztehauses Triangulum (T1) maßgeblich mit vorangetrieben. Mit dem T2 wird der Standort nun um weitere Fachrichtungen ergänzt und zu einem Gesundheitszentrum mit überregionaler Bedeutung ausgebaut.

„Bei solch komplexen Projekten muss jeder Handgriff sitzen. Umso wichtiger ist es, dass alle Partner professionell zusammenarbeiten und ein permanenter ergebnisorientierter Austausch zwischen allen Beteiligten stattfindet“, so Beate Ellinghaus, Leiterin des apoBank-Firmenkundenbereichs. „Mit unserer Erfahrung und unserem Netzwerk tragen wir dazu bei, derartige Vorhaben wirtschaftlich auf gesunde Füße zu stellen.“

## Unsere neue Technik: Für mehr Flexibilität

Mehr Komfort und Sicherheit – dafür steht unser neues Online-Banking. Mehr als 300.000 Kunden haben wir 2013 nach einer Vorbereitungszeit von rund einem Jahr auf die neue Online-Filiale umgestellt. Neben aktuellsten Sicherheitsverfahren profitieren unsere Kunden heute unter anderem von Real-Time-Buchungen und einer erweiterten Kontoansicht.

Seit Ende 2013 können unsere Kunden zudem ausgewählte Produkte bequem online auf apoBank.de abschließen. Die Eröffnung eines Girokontos zum Beispiel ist damit sieben Tage in der Woche und 24 Stunden am Tag möglich. Auch die Tagesgeldkonten apoZinsPlus und apoCash können über

das Internet eröffnet werden. Damit kommen wir dem Wunsch vieler Kunden nach, einfache Bankprodukte auch von zu Hause aus abschließen zu können.

Einen Schritt in Richtung Zukunft gehen wir seit August 2013 auch mit dem Projekt „Videotelefonie“. Damit wir flexibler auf Terminanfragen reagieren können, prüfen wir den Einsatz dieser Technologie in der Beratung: An ausgewählten Pilot-Standorten schalten wir per Videokonferenz Spezialisten, die nicht am jeweiligen Standort vertreten sind, zum Beratungsgespräch hinzu. Über die flächendeckende Einführung werden wir nach Abschluss der Pilotphase entscheiden.

## Unsere Expertise in puncto Geldanlage: Für Ihre Werte

Im unabhängigen Bankentest von Focus-Money und n-tv ist die Vermögensverwaltung der apoBank im November 2013 mit der Bestnote „Herausragend“ ausgezeichnet worden. Damit konnten wir uns zum fünften Mal in Folge als einer der führenden Vermögensverwalter in Deutschland behaupten. Die Jury bewertete den von uns ausgearbeiteten Anlagevorschlag als „sehr gut“. Auch beim Kriterium Kundenorientierung konnten wir punkten und haben mit der Note „sehr gut“ abgeschnitten.

Die Auszeichnung untermauert die Expertise, die wir im Bereich der Geldanlage aufgebaut haben. „Die Herausforderung ist, nicht nur einmal mit Top-Leistungen zu überzeugen, sondern dauerhaft. Das ist uns gelungen. Entsprechend können unsere Kunden darauf vertrauen, dass wir mit ihrem Geld mehr als sorgsam umgehen und es in ihrem Interesse verwalten“, unterstreicht auch Ulrich Sommer, Vorstand der apoBank.



n-tv Moderatorin Carola Ferstl, René Hermanns, Leiter Portfoliomanagement der apoBank, und Frank Mertgen, stellvertretender Chefredakteur Focus-Money (v. l.), bei der Preisverleihung.



Prof. Dr. Christoph Benz, Dr. Peter Engel, Dr. Elke Neujahr, Herbert Pfennig und Prof. Dr. Dietmar Oesterreich (v.l.) bei der Scheckübergabe an die DKMS.

## Unser Engagement: Für die Heilberufler

Die apoBank hilft – unkompliziert und schnell. Darauf konnten alle Heilberufler zählen, deren Praxen und Apotheken im Juni vom Hochwasser an Elbe und Donau überschwemmt wurden. Mit einem Sonderkreditprogramm in Höhe von zehn Millionen Euro sprang die apoBank ein und stellte den Betroffenen zins- und tilgungsfreie Kredite zur Verfügung.

Im Zuge der Kampagne „Mund auf gegen Blutkrebs“ von der Bundeszahnärztekammer und der Deutschen Knochenmarkspenderdatei haben wir 50.000 Euro gespendet und so die Typisierungskosten für 1.000 Zahnarztpatienten übernommen. „Wir freuen uns, wenn wir mit unserem Engagement dazu beitragen, dass Menschen, die an Blutkrebs erkrankt sind, einen Lebensspender finden“, so Herbert Pfennig, Sprecher des Vorstands der apoBank.

Darüber hinaus haben wir 2013 zahlreiche Projekte aus dem Bereich Medizin und Gesundheit unterstützt. Wir fördern beispielsweise die Errichtung einer Stiftungsprofessur Allgemeinmedizin an der Universität Magdeburg und setzen uns für die Initiative „Eine Dosis Zukunft“ ein, die das Ziel hat, an Tuberkulose erkrankte Straßenkinder in Kalkutta zu behandeln.

Auch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich 2013 für einen guten Zweck engagiert: Zu Weihnachten haben sie die Wünsche von mehr als 200 Kindern und Jugendlichen aus der Region Düsseldorf erfüllt, die von der Graf-Recke-Stiftung betreut werden.

## Unser Schulterschluss mit den institutionellen Anlegern: Für eine lange Partnerschaft

Seit vielen Jahren beraten wir institutionelle Investoren, wie etwa Versorgungswerke, Versorgungseinrichtungen und andere Großanleger, bei ihrer Kapitalanlage. Wir sind überzeugt, dass eine gute Anlageberatung eine enge partnerschaftliche Betreuung erfordert. Deshalb haben wir 2013 mit dem apoInvestment-Forum wiederholt eine Plattform für Austausch und Dialog geboten. Gemeinsam mit den institutionellen Anlegern haben wir hier über die Herausforderungen des Kapitalmarktes diskutiert und Impulse für den Umgang mit der andauernden Niedrigzinsphase gegeben.

2013 stand aber auch im Zeichen regulatorischer Veränderungen. Denn mit der Einführung des neuen Kapitalanlagegesetzbuches sind die Auflagen für Banken, die für institutionelle Anleger die Verwahrstellenfunktion wahrnehmen, deutlich gestiegen. In der Folge haben sich einige Banken aus diesem Geschäftsfeld zurückgezogen. Anders die apoBank: Wir haben uns frühzeitig auf die Neuerungen eingestellt und werden unseren Kunden weiterhin als verlässlicher Partner zur Seite stehen. Schließlich ist es unser Selbstverständnis, dass wir die Heilberufler und ihre Organisationen nach Kräften in allen Finanzfragen unterstützen.

## Unsere Bank: Ein starker Arbeitgeber

Die apoBank gehört zu den besten Arbeitgebern Deutschlands. Das ist das Ergebnis einer Studie, die das Nachrichtenmagazin Focus gemeinsam mit der Internetplattform Xing durchgeführt hat. Für die Studie wurden 13.000 Beschäftigte aus 17 Branchen gebeten, Kategorien wie Entwicklungsmöglichkeiten, Gehalt, Arbeitsplatz und Arbeitszeit zu bewerten. „Wir freuen uns, dass wir in der unabhängigen Untersuchung als Top Nationaler Arbeitgeber ausgezeichnet worden sind“, betont auch apoBank-Personalchef Dr. Joachim Goldbeck. „Die Auszeichnung ist für uns ein Ansporn, die apoBank Schritt für Schritt als attraktiven Arbeitgeber weiterzuentwickeln.“



Nah dran: apoBank Vorstandssprecher Herbert Pfennig beim Gesundheitspolitischen Jahresauftakt.

## Unsere Präsenz: Vor Ort bei den Heilberuflern

Mehr als 300 Vertreter aus Gesundheitspolitik und -wirtschaft durften wir Anfang Januar 2013 zu unserem Gesundheitspolitischen Jahresauftakt in Düsseldorf begrüßen, darunter auch den damaligen Bundesgesundheitsminister Daniel Bahr. Im Mittelpunkt der Diskussion stand die Sicherstellung der ambulanten Versorgung. „Politik, Heilberufler und wir als führende Bank im Gesundheitswesen müssen uns gemeinsam für den Erhalt unserer qualitativ hochwertigen Gesundheitsversorgung stark machen“, appellierte Pfennig. „Die Politik, indem sie die Rahmenbedingungen für eine wohnortnahe, flächendeckende Versorgung und eine leistungsgerechte Vergütung der Leistungserbringer erhält. Die Heilberufler, indem sie eine qualitativ hochwertige Versorgung sicherstellen,

bei der die Präferenzen der Patienten im Mittelpunkt stehen. Und wir als Bank, indem wir die für eine leistungsfähige Versorgung notwendigen Investitionen in Praxis und Offizin finanzieren.“

Auch bei den Großmessen Expopharm, IDS und Medica und anderen wichtigen Branchentreffs wie dem Hauptstadtkongress, dem Gesundheitskongress des Westens und dem Europäischen Gesundheitskongress haben wir den Austausch mit den Heilberuflern gesucht und uns für die Belange der Heilberufler eingesetzt. Insgesamt waren wir 2013 fast jeden zweiten Tag auf einer Heilberufler-Veranstaltung dabei.

# Unsere Standorte

Die apoBank in Ihrer Nähe.



Stand: März 2014

## Zentrale

Richard-Oskar-Mattern-Straße 6  
40547 Düsseldorf  
Telefon 0211-59 98-0  
Fax 0211-59 38 77  
S.W.I.F.T. DAAE DE DD  
www.apobank.de  
E-Mail info@apobank.de

## Filialen und Beratungsbüros

### A

#### Aachen

Leiter: Christoph Mönikes  
Habsburgerallee 13  
52064 Aachen  
Telefon 0241-75 05-0  
Fax 0241-75 05-47

#### Aschaffenburg, Beratungsbüro

Ludwigstraße 2  
63739 Aschaffenburg  
Telefon 06021-4 53 55 93  
Fax 06021-4 54 40 76  
Termine nach Vereinbarung  
über Filiale Würzburg

#### Augsburg

Leiterin: Claudia Zottmann  
Eserwallstraße 3  
86150 Augsburg  
Telefon 0821-5 02 69-0  
Fax 0821-51 78 60

### B

#### Bayreuth

Leiter: Erwin Hacke  
Spinnereistraße 5a  
95445 Bayreuth  
Telefon 0921-7 89 23-0  
Fax 0921-7 89 23-34

#### Berlin

Leiter: Martin Evers  
Kantstraße 129  
10625 Berlin  
Telefon 030-3 15 12-0  
Fax 030-3 15 12-150

#### Berlin-Mitte

Leiter: Tobias Triebswetter  
Reinhardtstraße 48 – 52  
10117 Berlin  
Telefon 030-3 18 05 71-0  
Fax 030-3 18 05 71-24

#### Bielefeld

Leiter: Detlev Schröder  
Am Bach 18  
33602 Bielefeld  
Telefon 0521-9 86 43-0  
Fax 0521-9 86 43-11

#### Bonn

Leiter: Helmut Hamelmann  
Walter-Flex-Straße 2  
53113 Bonn  
Telefon 0228-8 54 66-0  
Fax 0228-8 54 66-11

#### Brandenburg/Havel

Beratungsbüro  
Kirchhofstraße 17  
14776 Brandenburg/Havel  
Telefon 0331-2 75 21-0  
Termine nach Vereinbarung  
über Filiale Potsdam

#### Braunschweig

Leiter: Eberhard Groß  
Kaiserstraße 7  
38100 Braunschweig  
Telefon 0531-2 44 87-0  
Fax 0531-2 44 87-14

#### Bremen

Leiter: Reinhard Pretzsch  
Schwachhauser Heer-  
straße 111-113  
28211 Bremen  
Telefon 0421-34 82-0  
Fax 0421-34 82-1 90

#### Bremerhaven, Beratungsbüro

Barkhausenstraße 2  
27568 Bremerhaven  
Telefon 0421-34 82-0  
Termine nach Vereinbarung  
über Filiale Bremen

#### Büdingen, Beratungsbüro

Gymnasiumstraße 18 – 20  
63654 Büdingen  
Telefon 06042-9 58 97-0  
Fax 06042-9 58 97-11  
Termine nach Vereinbarung  
über Filiale Frankfurt/Main  
oder Würzburg

### C

#### Chemnitz

Leiter: Wilhelm Spitz  
Carl-Hamel-Straße 3 b  
09116 Chemnitz  
Telefon 0371-2 81 52-0  
Fax 0371-2 81 52-34

#### Cottbus, Beratungsbüro

Dreifertstraße 12  
03044 Cottbus  
Telefon 0331-2 75 21-0  
Termine nach Vereinbarung  
über Filiale Potsdam

### D

#### Darmstadt

Leiter: Dominik Hanisch  
Rheinstraße 29  
64283 Darmstadt  
Telefon 06151-99 52-0  
Fax 06151-29 45 19

#### Dortmund

Leiter: Thorsten Katzer  
Karl-Liebknecht-Straße 2  
44141 Dortmund  
Telefon 0231-43 45-0  
Fax 0231-43 45-2 29

#### Dresden

Leiter: Raimund Pecherz  
Schützenhöhe 20  
01099 Dresden  
Telefon 0351-8 00 01-0  
Fax 0351-8 00 01-11

#### Duisburg

Leiter: Martin Münnig  
Philosophenweg 21a  
47051 Duisburg  
Telefon 0203-9 92 16-0  
Fax 0203-29 91 55

**Düsseldorf**

Leiter: René Braun  
 Heinrich-Heine-Allee 6  
 40213 Düsseldorf  
 Telefon 0211-59 98-0  
 Fax 0211-32 25 01

**E****Erfurt**

Leiter: Bernhard Koelmer  
 Theo-Neubauer-Straße 14  
 99085 Erfurt  
 Telefon 0361-5 76 54-0  
 Fax 0361-5 76 54-70

**Erlangen, Beratungsbüro**

Schlossplatz 6  
 91054 Erlangen  
 Telefon 09131-4 00 01-48  
 Fax 09131-4 00 03-28  
 Termine nach Vereinbarung  
 über Filiale Nürnberg

**Essen**

Leiter: Nicolai Scholzen  
 Paul-Klinger-Straße 12  
 45127 Essen  
 Telefon 0201-8 10 29-0  
 Fax 0201-8 10 29-68

**F****Frankfurt/Main**

Leiter: Bernd Posdlich  
 Mainzer Landstraße 275  
 60326 Frankfurt am Main  
 Telefon 069-79 50 92-0  
 Fax 069-79 50 92-6 39

**Frankfurt/Oder, Beratungsbüro**

Karl-Marx-Straße 7  
 15230 Frankfurt/Oder  
 Telefon 0331-2 75 21-0  
 Termine nach Vereinbarung  
 über Filiale Potsdam

**Freiburg**

Leiter: Jörg Jahnz  
 Sundgaullee 25  
 79114 Freiburg  
 Telefon 0761-8 85 91-0  
 Fax 0761-8 85 91-11

**Friedrichshafen**

Leiterin: Manuela Köstner  
 Werastraße 22  
 88045 Friedrichshafen  
 Telefon 07541-3 84 14-0  
 Fax 07541-3 84 14-11

**Fulda, Beratungsbüro**

Flemingstraße 3-5  
 36041 Fulda  
 Telefon 0561-7 00 07-0  
 Fax 0561-7 00 07-22  
 Termine nach Vereinbarung  
 über Filiale Kassel

**G****Gießen**

Leiterin: Petra Stremel  
 Lahnstraße 15  
 35398 Gießen  
 Telefon 0641-97 29 89-0  
 Fax 0641-97 29 89-11

**Görlitz, Beratungsbüro**

Konsulplatz 3  
 02826 Görlitz  
 Telefon 0351-8 00 01-0  
 Termine nach Vereinbarung  
 über Filiale Dresden

**Göttingen**

Leiter: Peter Herbst  
 Bürgerstraße 20  
 37073 Göttingen  
 Telefon 0551-5 07 67-0  
 Fax 0551-7 70 35 87

**H****Hamburg**

Leiter: Ronald Hensel  
 Humboldtstraße 60  
 22083 Hamburg  
 Telefon 040-2 28 04-0  
 Fax 040-2 28 04-2 32

**Hannover**

Leiter: Johannes Henkel  
 Königstraße 10  
 30175 Hannover  
 Telefon 0511-34 03-0  
 Fax 0511-34 03-2 71

**Heidelberg**

Leiter: Boris Weimer  
 Kurfürstenanlage 34  
 69115 Heidelberg  
 Telefon 06221-9 85 17-0  
 Fax 06221-9 85 17-22

**Heilbronn**

Leiter: Jürgen Schneider  
 Lohtorstraße 2  
 74072 Heilbronn  
 Telefon 07131-8 73 97-0  
 Fax 07131-8 73 97-11

**Homburg, Beratungsbüro**

Universitätsklinikum des  
 Saarlandes  
 66421 Homburg  
 Telefon 0681-5 86 06-0  
 Termine nach Vereinbarung  
 über Filiale Saarbrücken

**I****Ingolstadt, Beratungsbüro**

Levelingstraße 7  
 85049 Ingolstadt  
 Telefon 0841-88 18 75-70  
 Fax 0841-95 19 89-68  
 Termine nach Vereinbarung  
 über Filiale Nürnberg

**J****Jena**

Leiterin: Jana Trick-Krämer  
 Löbdergraben 29  
 07743 Jena  
 Telefon 03641-7 96 28-0  
 Fax 03641-7 96 28-50

**K**

**Kaiserslautern**, Beratungsbüro  
Münchstraße 6  
67655 Kaiserslautern  
Telefon 06321-92 51-0  
Termine nach Vereinbarung  
über Filiale Neustadt

**Karlsruhe**

Leiter: Jürgen Schneider  
Ludwig-Erhard-Allee 22  
76131 Karlsruhe  
Telefon 0721-9 55 59-0  
Fax 0721-55 54 93

**Kassel**

Leiter: Franz-Josef Nolte  
Mauerstraße 13  
34117 Kassel  
Telefon 0561-7 00 07-0  
Fax 0561-7 00 07-22

**Kiel**

Leiter: Peter Geiß  
Hopfenstraße 47  
24103 Kiel  
Telefon 0431-66 05-0  
Fax 0431-66 05-119

**Koblenz**

Leiter: Josch Vornholt  
Poststraße 8  
56068 Koblenz  
Telefon 0261-13 91-0  
Fax 0261-13 91-20

**Köln**

Leiter: Dr. Uwe Natter  
Riehler Straße 34  
50668 Köln  
Telefon 0221-77 28-0  
Fax 0221-72 30 08

**L**

**Landshut**, Beratungsbüro  
Ländgasse 43  
84028 Landshut  
Telefon 0941-3 96 03-0  
Termine nach Vereinbarung  
über Filiale Regensburg

**Leipzig**

Leiter: Helmut Picker  
Richard-Wagner-Straße 2  
04109 Leipzig  
Telefon 0341-2 45 20-0  
Fax 0341-2 45 20-50

**Lingen**, Beratungsbüro

Wilhelmstraße 53  
49808 Lingen  
Telefon 0591-6 10 55 80  
Fax 0591-6 10 55 87  
Termine nach Vereinbarung  
über Filiale Osnabrück

**Lübeck**

Leiter: Dietmar Godt  
Fackenburger Allee 11  
23554 Lübeck  
Telefon 0451-4 08 52-0  
Fax 0451-4 08 52-60

**M****Magdeburg**

Leiter: Ingo König  
Doctor-Eisenbart-Ring 2  
39120 Magdeburg  
Telefon 0391-6 25 27-0  
Fax 0391-6 25 27-88

**Mainz**

Leiter: Alfred Schäfer  
Frauenlobplatz 2  
55118 Mainz  
Telefon 06131-9 60 10-0  
Fax 06131-67 75 06

**Mannheim**

Leiter: Thiemo Wimmer  
Jakob-Bensheimer-Straße 22  
68167 Mannheim  
Telefon 0621-33 06-0  
Fax 0621-33 06-2 23

**München**

Leiter: Stefan Seyler  
Barthstraße 2  
80339 München  
Telefon 089-5 51 12-0  
Fax 089-5 51 12-2 88

**Münster**

Leiter: Franz-Josef Gebker  
Gartenstraße 208  
48147 Münster  
Telefon 0251-92 86-0  
Fax 0251-92 86-190

**Münster**, Beratungsbüro

Mensa am Ring  
Domagkstraße 61  
48149 Münster  
Telefon 0251-92 86-134  
Fax 0251-92 86-192

**N****Neustadt**

Leiter: Jochen Gradolph  
Lindenstraße 7-13  
67433 Neustadt  
Telefon 06321-92 51-0  
Fax 06321-3 45 36

**Nürnberg**

Leiter: Erwin Hacke  
Spittlertorgraben 3  
90429 Nürnberg  
Telefon 0911-27 21-0  
Fax 0911-27 21-155

**O****Oldenburg**

Leiter: Michael Wobker  
Stau 50  
26122 Oldenburg  
Telefon 0441-9 23 97-0  
Fax 0441-9 23 97-80

**Osnabrück**

Leiter: Werner Goldkamp  
An der Blankenburg 64  
49078 Osnabrück  
Telefon 0541-9 44 03-0  
Fax 0541-44 26 82



## P

**Passau**

Leiter: Maurice Münch  
 Bahnhofstraße 7  
 94032 Passau  
 Telefon 0851-98 84 48-0  
 Fax 0851-98 84 48-20

**Potsdam**

Leiter: Jürgen Nitsche  
 Hegelallee 12  
 14467 Potsdam  
 Telefon 0331-2 75 21-0  
 Fax 0331-2 75 21-90

## R

**Regensburg**

Leiter: Joachim Sperl  
 Yorckstraße 13  
 93049 Regensburg  
 Telefon 0941-3 96 03-0  
 Fax 0941-3 76 10

**Regensburg, Beratungsbüro**

Universitätsstraße 31  
 93053 Regensburg  
 Telefon 0941-3 96 03-26  
 Termine nach Vereinbarung  
 über Filiale Regensburg

**Rosenheim**

Leiter: Armin Weiland  
 Bahnhofstraße 15  
 83022 Rosenheim  
 Telefon 08031-4 08 31-0  
 Fax 08031-4 08 31-11

**Rostock**

Leiter: Andreas Henning  
 August-Bebel-Straße 11/12  
 18055 Rostock  
 Telefon 0381-4 52 23-0  
 Fax 0381-4 52 23-27

## S

**Saarbrücken**

Leiterin: Annegret Scherf  
 Puccinistraße 2  
 66119 Saarbrücken  
 Telefon 0681-5 86 06-0  
 Fax 0681-5 86 06-67

**Schweinfurt, Beratungsbüro**

Am Zeughaus 9 -13  
 97421 Schweinfurt  
 Telefon 09721-3 88 06 36  
 Fax 09721-3 88 06 79  
 Termine nach Vereinbarung  
 über Filiale Würzburg

**Schwerin**

Leiter: Falk Schröder  
 Wismarsche Straße 304  
 19055 Schwerin  
 Telefon 0385-5 91 22-0  
 Fax 0385-5 91 22-70

**Straubing, Beratungsbüro**

Lilienstraße 5 - 9  
 94315 Straubing  
 Telefon 0941-3 96 03-0  
 Termine nach Vereinbarung  
 über Filiale Regensburg

**Stuttgart**

Leiter: Klaus-Jürgen Bayer  
 Alexanderstraße 5  
 70184 Stuttgart  
 Telefon 0711-78 79-0  
 Fax 0711-78 79-1 22

## T

**Trier**

Leiter: Ulrich Ober  
 Balduinstraße 16 - 18  
 54290 Trier  
 Telefon 0651-9 48 05-0  
 Fax 0651-4 23 30

**Tübingen**

Leiter: Michael Krauth  
 Herrenberger Straße 85  
 72070 Tübingen  
 Telefon 07071-9 75 58-0  
 Fax 07071-9 75 58-33

## U

**Ulm**

Leiter: Thomas Schrode  
 Karlstraße 31- 33  
 89073 Ulm  
 Telefon 0731-1 40 34-0  
 Fax 0731-1 40 34-20

## V

**Villingen-Schwenningen,**

Beratungsbüro  
 Holzstraße 6  
 78054 Villingen-Schwenningen  
 Telefon 07720-99 49 25-0  
 Fax 07720-99 49 25-2  
 Termine nach Vereinbarung  
 über Filiale Freiburg

## W

**Wiesbaden**

Leiter: Marco Westphal  
 Bodenstedtstraße 4  
 65189 Wiesbaden  
 Telefon 0611-7 44 99-0  
 Fax 0611-72 18 22

**Wilhelmshaven, Beratungsbüro**

Kirchreihe 17  
 26384 Wilhelmshaven  
 Telefon 0441-9 23 97-0  
 Fax 0441-9 23 97-80  
 Termine nach Vereinbarung  
 über Filiale Oldenburg

**Wuppertal**

Leiter: Andreas Kalle  
 Ohligsmühle 5  
 42103 Wuppertal  
 Telefon 0202-2 50 52-0  
 Fax 0202-50 85 49

**Würzburg**

Leiter: Holger Pfeuffer  
 Schürerstraße 5  
 97080 Würzburg  
 Telefon 0931-3 55 35-0  
 Fax 0931-5 27 61

## Impressum

### Herausgeber

Deutsche Apotheker- und Ärztebank eG  
Richard-Oskar-Mattern-Straße 6  
40547 Düsseldorf  
www.apobank.de  
Telefon 0211-59 98-0  
Fax 0211-59 38 77  
E-Mail info@apobank.de

### Projektleitung

Cassie Kübitz-Whiteley

### Redaktionsteam apoBank

Andrea Kappauf (verantwortlich), Felix Höfele

### Konzeption und Gestaltung

Lesmo, Kronprinzenstraße 9, 40217 Düsseldorf

### Druck

Woeste Druck, Im Teelbruch 108, 45219 Essen

### Text

corps. Corporate Publishing Services GmbH,  
Kasernenstraße 69, 40213 Düsseldorf  
Deutsche Apotheker- und Ärztebank  
Lesmo

### Quellen

Von nah und fern: Cambridge University, News, <http://www.cam.ac.uk/research/news/swarming-locusts-need-larger-brains>;  
Uni Leipzig, Pressemitteilung 089/2008 vom 22.04.2008;  
Professor Dr. med. Linus Geisler: „Arzt und Patient - Begegnung im Gespräch“, 1992;  
Pressemittteilung der Universität Erfurt

### Bildnachweis

Architekturbüro Planwerk (Seite 25), Susanne Brück (Seite 27), C. Bertelsmann Verlag (Seite 11),  
Odilon Dimier/PhotoAlto/laif (Seite 19), Thomas Ecke (Seite 26), Heike Herbertz (Seite 28), Heyne Verlag (Seite 11),  
Emma Kim/Cultura/Getty Images (Seiten U2, 10), ktsimage/iStockphoto (Seiten 10, 11),  
David Malan/Photographer's Choice RF/Getty Images (Seiten U2, 20), Peter Schaffrath (Seiten U1, U2, 6, 7, 12, 15, U4),  
Dagmar Schwelle/laif (Seite 19), Pamela Steen (Seite 21), Suhrkamp Verlag GmbH & Co. KG (Seite 11),  
TNP Agentur für Kommunikation, Matthias Sosnierz (Seiten 27, 28), Peter Würmli (Seite 16).

Unser besonderer Dank gilt allen apoBankern, die uns ihr Bild für das Multipicture zur Verfügung gestellt haben. (Seiten 4–5)

Dieses Magazin zum Jahresfinanzbericht ist unter [www.apobank.de](http://www.apobank.de) abrufbar.





[www.apobank.de](http://www.apobank.de)

