

News

sept 11



Asmo Kalpala
Präsident

Der niederländische Think tank "Research voor Beleid" hat seinen Bericht über die Rolle von Organisationen auf Gegenseitigkeit im 21. Jhdt. vorgelegt, der vom Ausschuss für Beschäftigung und Soziales des Europäischen Parlaments in Auftrag gegeben worden war. Der Bericht weist unserem Sektor eine bedeutende Rolle zu und schließt mit drei Empfehlungen, von denen eine direkt an uns gerichtet ist ...

Für uns war und ist es natürlich eine Selbstverständlichkeit – aber es ist immer gut, es auch von unabhängiger Seite bestätigt zu bekommen: Der Business Case für das gegenseitige Geschäftsmodell ist im 21. Jhdt. weiterhin ganz stark.

Die niederländischen Wissenschaftler haben bestätigt, was eines von AMICEs stärksten Argumenten in den vergangenen Krisenjahren war: Unternehmen auf Gegenseitigkeit haben eine klare Existenzberechtigung und tragen wesentlich zum Wohl der Wirtschaft und der Bürger Europas bei. Die makroökonomischen Argumente pro Gegenseitigkeit liegen auf der Hand – Vielfalt im Angebot an Finanzdienstleistungen und Stabilität in Krisenzeiten.

Für mich ist das stärkste Argument der Forscher jedoch dieses: Die wahre Stärke des Geschäftsmodells liegt darin, dass Bürger die Möglichkeit haben, sich bewusst für unser Modell zu entscheiden. Und sie vertrauen zu hunderten Millionen in Europa unserem Sektor zur Abdeckung ihrer Risiken und zur Deckung ihrer Bedürfnisse im Gesundheitssektor und in anderen Bereichen. Die Verfasser orte auch ein gesteigertes Bedürfnis an Unternehmen mit hoher gesellschaftlicher Verantwortung, vor allem in jenen Bereichen sozialer Versorgung, in denen sich der Staat aus seiner Verantwortung zurückzieht.

Der Bericht schließt mit drei Empfehlungen. Die nationalen Gesetzgeber müssen ein „level playing field“ für alle Rechtsformen schaffen bzw. wahren. Die Institutionen in Brüssel sollten den Gegenseitigkeitssektor als eigenständigen und wichtigen Sektor innerhalb der europäischen Wirtschaft und Gesellschaft besser anerkennen. Und die dritte Empfehlung richtet sich an uns: „Die Unternehmen auf Gegenseitigkeit müssen ihre Produkte verbessern und Gegenseitigkeit als das tragende Prinzip ihres Wirtschaftens besser darstellen. Sie müssen ihre potentiellen Mitglieder davon überzeugen, dass Gegenseitigkeit die kostengünstige und nachhaltige Alternative ... (zum AG-Modell) ... im Finanzdienstleistungssektor ist.“

Ich könnte das nicht besser sagen. Das Wissen um die Vorteile unseres Geschäftsmodells weiter zu verbreiten, zählt auch im neuen Arbeitsjahr zu den Hauptaufgaben von AMICE. Unser Kongress im Juni 2012 in Danzig wird dann der Höhepunkt dieses Arbeitsjahres sein.

Asmo Kalpala

→ In dieser Ausgabe ...

- Leitartikel des Präsidenten Seite 1
- „Crowdsourcing“: Ein neuer Name für eine bekannte Sache. Seite 2
- Seminar Neue Risiken. Seite 2
- Solvency II – Seminar für kleinere Mitglieder. Seite 3
- CSR - Seminar. Seite 4
- Externe Veranstaltungen. Seite 4
- AMICE Kalender. Seite 4

„Crowdsourcing“: Ein neuer Name für eine altbekannte Sache ...

Im Gespräch mit Jyrki Antikainen, Direktor für Kommunikation, Tapiola Group, Finnland

Bei Tapiola haben die Kunden ein Mitspracherecht. *„Es ist für uns grundlegend und wichtig, dass der Beitrag unserer Kunden-Mitglieder in unseren Produkten und Dienstleistungen erkennbar ist. Das unterstreichen wir auch in unserem Leitbild und in unserem Engagement gegenüber den Kunden“*, erklärt Jyrki Antikainen.

Zusätzlich zu traditionellen Erhebungen zur Kundenerfahrung und zum allgemeinen Feedback werden Kunden bereits aktiv in die Planungsphase



Jyrki Antikainen

neuer Produkte und Dienstleistungen eingebunden. Tapiolas Haus- und Privatversicherungspaket UNDO für junge Menschen ist da ein gutes Beispiel. *„Vor der Ausarbeitung des UNDO-Konzeptes haben wir die Meinungen und Erwartungen unserer Kunden zu Versicherungsfragen und zu Tapiola unter die Lupe genommen. Im UNDO-Marketing-Prozess haben wir dann die Erfahrungen und Geschichten junger Menschen mit Schadensfällen über Facebook genutzt“*, erläutert Antikainen.

„Der Tenor lautete, Versicherungsprodukte seien komplex, schwer vergleichbar und teuer.

Viele junge Kunden ärgerten sich darüber, Tatsache, dass Versicherer noch immer Briefpost senden. Wir wollten das Image, eine traditionelle, steife Versicherungsgesellschaft mit teuren und komplizierten Versicherungsprodukten zu sein, loswerden. Daher basiert das Konzept von UNDO auf dem Internet, ist transparent und ist von den Geschäftsbedingungen bis hin zu den Preisen und Zahlungen durchgängig verständlich.“

Doch endete die Einbindung der Kunden nicht mit der Planungsphase des UNDO-Programms. Im Sommer 2011 suchte UNDO landesweit bei mehreren Rockfestivals den Kontakt mit jungen Menschen. *„Wir müssen dort sein, wo unsere Kunden sind: online und bei diversen Veranstaltungen. Eine offene Interaktion kommt sowohl dem Unternehmen als auch seinen Kunden zugute“*, betont Antikainen.

Außer bei UNDO wurde jüngst auch bei der Entwicklung von Vermögensmanagement-Produkten und Kfz-Versicherungen besonderes Augenmerk auf die Meinungen und Wünsche der Kunden-Eigentümer gelegt.

Pioniere, genannt „Forerunners“ weisen den Weg

Nicht nur in der Entwicklung einzelner Produkte kommt dem Feedback und den Ideen der Kunden grundsätzlich eine große Bedeutung zu. Im November 2010 startete Tapiola sein Kundenpanel unter der Bezeichnung „Forerunners“. Das Ziel dieser Gruppe besteht darin, Kundeninformationen zusammenzustellen, die der Produkt- und Dienstleistungsentwicklung von Tapiola dienlich sind. Tapiola kann den Panel-Mitgliedern Fragebögen oder Einladungen zu Workshops zusenden. Die Teilnahme ist absolut freiwillig, und die Mitglieder erhalten eine Vergütung.

Das Online-Panel zählt bereits 2.400 Kunden, deren Feedback gesammelt und genutzt wurde, zum Beispiel bei der Entwicklung von Tier- und Haustierversicherungen. Den Pionieren von „Forerunners“ verdankt Tapiola auch viele nützliche Tipps für die Verbesserung der Methoden zur Kontaktaufnahme.

Das Online-Panel hat auch eine Mailbox, die jederzeit für neue Entwicklungsinitiativen offen ist. Die Ergebnisse und Entwicklungsprojekte auf der Grundlage früherer Erhebungen stehen den Mitgliedern natürlich auch für Anmerkungen zur Verfügung.

Omnipräsenz sozialer Medien

Die rasch wachsenden sozialen Medien sind nicht nur ein schneller Informationskanal, sondern auch ein Instrument für prompte Reaktionen auf Meinungsäußerungen und Fragen. *„Tapiola will sich interaktiv und weitreichend in die sozialen Medien einbringen. Systematisch verfolgen wir in Blogs und Foren, was die Menschen von uns halten“*, so Antikainen.

Die vor über einem Jahr ins Leben gerufene Facebook-Gruppe von Tapiola regt Kunden an, zu diskutieren und Fragen zu stellen. Die Experten bei Tapiola verfolgen die Online-Diskussionen jeweils in ihren Fachbereichen und versuchen, Fragen so schnell wie möglich zu beantworten.

„Die Nutzung sozialer Medien bringt uns den Kunden näher. Gute Produkte sind heute nur ein Teil des Deals. Kunden gewinnt man mit einem offenen Ohr.“

Neu auftauchende Risiken: Gegenseitigkeitsversicherer können Lösungen anbieten

Versicherer haben zwar keine Möglichkeit, den Klimawandel aufzuhalten, doch können sie ihre Versicherungsnehmer durch ihre Polizen ermutigen, sauberere Autos zu fahren oder erneuerbare Materialien bei der Instandsetzung ihres beschädigten Eigentums zu verwenden. Versicherer sind nicht für die alternde Bevölkerung verantwortlich, können aber angemessene Gesundheits- oder Rentenlösungen anbieten oder z. B. in der Mitarbeiterversicherung sicherstellen, dass Unfallverhütung und Rehabilitation den Veränderungen in der Belegschaftsstruktur angepasst werden. Versicherer erfinden zwar keine neuen Technologien, doch muss sich der von ihnen angebotene Schutz den potenziellen neuen Gesundheitsrisiken anpassen, etwa denen, die von Nanotechnologien ausgehen. Das waren nur einige der Erkenntnisse der mehr als 40 Teilnehmer beim AMICE-Seminar zu neuen Risiken auf Einladung des AMICE-Mitglieds LB Group in Kopenhagen am 22. und 23. September.



Den Einstieg in die Debatte bildete ein Beitrag von Christian Schauer von Swiss Re mit einem Überblick der sich abzeichnenden neuen globalen Risiken und der SONAR-Methode (Systematische

Erfassung risikoverbundener Begriffe), die hilft, solche Risiken frühzeitig zu erkennen. Swenja Surminski vom Centre for Climate Change Economics der London School of Economics erläuterte, wie Wissenschaftler in verschiedenen Bereichen mit Versicherern zusammenarbeiten, um nicht nur das unmittelbare, sondern auch die mittelbaren Risiken des Klimawandels zu verstehen, wie ordnungspolitische Risiken oder Haftungsrisiken beziehungsweise solche, die von schwankenden politischen Reaktionen ausgelöst werden. Gregor Prentl und Thomas Rothärmel von Munich Re hoben hervor, dass wachsende Gesundheitsrisiken wie Fettleibigkeit, psychologische Beeinträchtigungen und insbesondere Stress fortan zunehmend auf Gesundheits- und Arbeitsunfallversicherern lasten werden.

Johnny Dyreborg vom nationalen dänischen Forschungszentrum für das Arbeitsumfeld thematisierte die von der alternden Bevölkerung ausgehenden demografischen Herausforderungen und die damit verbundenen Auswirkungen für Renten und Gesundheitssysteme, öffentlich und privat, und die Organisationsform der Belegschaft. Kai Savolainen vom Forschungszentrum für Nanosicherheit am finnischen Institut für Arbeitsschutz und Gesundheit verwies darauf, dass Unsicherheit das Hauptrisiko neuer Technologien wie der Nanotechnologie darstellt. Die Sicherheitsbemühungen in diesen Bereichen hinken um viele Jahre hinter den technischen Entwicklungen nach.



Der zweite Seminartag umfasste vier Workshops mit praktischen Fallstudien zu neu auftauchenden Risiken. Die Themenpalette reichte von den wachsenden Kosten für Motorreparaturen infolge fortgeschrittener Technologie über die Komplexität der Identifizierung und Beurteilung neuer und auftauchender Risiken und der anvisierten Unfallverhütung bis hin zur Notwendigkeit einer an die Gesellschaft von heute (und morgen) angepassten Rehabilitation, zum Beispiel passend für ältere Mitarbeiter oder im Hinblick auf die Auswirkungen von Stress am Arbeitsplatz.

Mitglieder finden sämtliche Präsentationen im Bereich Members' meetings/Events im Mitgliederbereich der Homepage.



Solvency II – Schwerpunkt auf kleinen Mitgliedern

AMICE hielt sein drittes Solvency-II-Seminar für kleine und mittelgroße Gegenseitigkeits- und Genossenschaftsversicherer ab.

„Der Dialog zwischen Gegenseitigkeitsversicherern und Regulierungsbehörden ist offen, und es herrscht ein gutes Gesprächsklima. Ein derartiger Austausch ist immer noch notwendig, weil es offene Fragen gibt, und weil viele kleine und mittelgroße Versicherer den Eindruck haben, dass einige ihrer Anliegen nicht richtig aufgegriffen werden“, sagte Marcel Kahn, der stellvertretende AMICE-Präsident, am Ende des letzten AMICE-Seminars in Barcelona.

Wie schon bei den vorigen Anlässen hatten sich 60 Vertreter von Versicherern auf Gegenseitigkeit aus 12 EU-Ländern sowie Aufsichtsvertreter aus Dänemark, Deutschland, Portugal und Spanien zu einem Austausch über die Anwendung des wichtigen Grundsatzes der Proportionalität in sämtlichen Solvency-II-Säulen eingefunden: Kapitalauflagen, Governance und Reporting sowie Offenlegung.

Wiederholt wurde Erwägungsgrund 19 der Rahmenrichtlinie thematisiert: Solvency II „sollte kleine und mittlere Versicherungsunternehmen nicht übermäßig belasten.“ In diesem Kontext wurden insbesondere Befürchtungen laut, dass die neuen Reporting-Auflagen (Säule III) eine Kostenexplosion hervorriefen. Die Aufsichtsvertreter räumten ein, dass der große Unterschied der Ausgangspunkte (d.h. der aktuellen Systeme) eine einheitliche Anwendung ziemlich komplex macht.



Die Teilnehmer erörterten auch die Erwartungen an die zukünftige Governance der Versicherer (Säule II), insbesondere auch die Frage der „Boards“ von Versicherungsvereinen in manchen Ländern, deren Mitglieder aus dem Kreis der Kundenmitglieder zu wählen sind. Das ungarische Mitglied KÖBE präsentierte seine Fortschritte bei der Entwicklung des ORSA-Prozesses, und Olaf Ermert von der deutschen BaFin und EIOPA sprach über die Notwendigkeit, Säule I weniger komplex zu machen, beispielsweise durch Vereinfachungen. Bei der Beurteilung der möglichen Anwendung des Grundsatzes der Proportionalität sollte das zu Grunde liegende Geschäftsmodell des Versicherers – das von Vorstand, Management und Mitarbeitern richtig verstanden werden muss – eine wichtige Rolle spielen, da es bekanntermaßen „Wesensart, Umfang und Komplexität“ des Risikos unmittelbar beeinflusst.

Neben den Implementierungskosten für die einzelnen anspruchsvollen Auflagen sorgt man sich, den Wortmeldungen zufolge, auch sehr um fehlende Klarheit und Orientierung seitens der Regulierungsbehörden. Marcel Kahn räumte ein, Solvency II könne man in vielerlei Hinsicht als Schritt in die richtige Richtung betrachten; doch betonte er, dass der Gesetzgebungsprozess bald ein Ende finden müsse: „Die Branche braucht stabile Regeln, weil wir uns auf die Generalüberholung unserer Strukturen und Systeme vorbereiten müssen.“

Einmal mehr zeigte das Seminar die gute Absicht auf beiden Seiten, Aufsicht und Sektor. Während Versicherungsvereine in der Regel eine gute Kapitalausstattung besitzen und daher nicht händierend neues Kapital benötigen, herrscht die Befürchtung, dass kleinere Versicherer wegen überzogener Anpassungs- und Folgekosten der neuen Auflagen vom Markt gedrängt werden. „Es muss eine echte Proportionalität erzielt werden, sowohl bei den Vorschriften als auch bei ihrer Anwendung durch die Aufsichtsbehörden“, schloss der stellvertretende Präsident.

Alle Beiträge des Barcelona-Seminars sind im Mitgliederbereich unserer Homepage verfügbar, und eine Zusammenfassung der Gespräche wird in Kürze vorliegen.

Das nächste AMICE-Seminar für KMU-Mitglieder findet im ersten Quartal 2012 statt. Dann werden USPs (unternehmensspezifische Parameter) zu den Hauptprogrammankern zählen.

Letzter Aufruf:

CSR für Versicherungsvereine in Madrid Seminar, 10.-11. Oktober 2011

Kommen Sie und lassen Sie sich inspirieren! Hören Sie, wie Andere ihre CSR-Arbeit tun und holen Sie sich wertvolle Anregungen ...

Weitere Details auf http://www.amice-eu.org/M2M_events.aspx.



→ Externe Veranstaltungen

AMICE unterstützt die folgenden Seminare und hat in einigen Fällen günstige Teilnahmegebühren für Mitglieder ausgehandelt:

- 5. Oktober London Solvency II – Clarifying priority areas for development and implementation, Life and PensionRisk / Incisive Media
- 12.-14. Oktober Amsterdam Solving Solvency II Summit, Fleming Europe
- 18.-20. Oktober London Stress Testing & Operational Risk for Insurance Firms, Infoline
- 15. November Paris Solvency II, Les Echos Conférences (in französischer Sprache)
- 24. November Paris Regroupement des mutuelles, L'Argus Konferenz (in französischer Sprache)
- 28. November Paris ESG strategies for responsible investors, Novethic Konferenz
- 13.-14. Dezember Zürich Solvency II Summit, Infoline (in englischer Sprache)

Mehr Informationen auf der AMICE-Homepage unter „Other Events“.

→ AMICE Kalender

- 3. Oktober Brüssel Taskforce Kapitalerhaltung
- 4. Oktober Brüssel Vorstand
- 10./11. Oktober Madrid CSR-Seminar
- 17. Oktober Brüssel Taskforce Solvabilität II
- 8. November Brüssel Exekutivausschuss
- 9. November Brüssel Taskforce Rechtliche Angelegenheiten
- 21. November Brüssel Taskforce Solvabilität II
- 29. November Brüssel Vorstand
- 30. November Brüssel Arbeitsgruppe Kommunikation
- 14./15. Dezember Lüttich (BE) Workshop & Taskforce CSR
- 16. Dezember Brüssel Taskforce Solvabilität II
- 13. Januar Brüssel Arbeitstreffen Pensionen
- 17. Januar Brüssel Exekutivausschuss
- 14. Februar Brüssel Vorstand
- 20. März Brüssel Exekutivausschuss
- 17. April Brüssel Vorstand
- 10. Mai Brüssel Exekutivausschuss
- 6. Juni Danzig (PL) Vorstand
- 6. Juni Danzig (PL) Generalversammlung
- 6.-8. Juni Danzig (PL) AMICE-Kongress