

«Es gibt oft keine passende Standardlösung»

🕒 Lesezeit: 3 Minuten

Tolga Ece, Vizepräsident des Verbands für Inhouse-Broker, erklärt, wie diese sich für die Zukunft wappnen.

Von Rahel Lüönd
am 07.07.2020

Tolga Ece, was beschäftigt die Inhouse-Broker in diesen turbulenten Zeiten?

Corona hat unsere Mitglieder unterschiedlich hart getroffen. Während manche Teile ihrer Betriebe stilllegen mussten, waren andere weniger tangiert. Die Auswirkungen der Pandemie werden nun aber alle spüren.

Wie zeigt sich das?

Einerseits auf Versicherungsseite: Pandemie ist im Grundsatz ein nicht versicherbares Risiko und alle Versicherungsgesellschaften, die sich im Wording nicht klar genug abgegrenzt hatten, holen das nun nach. Damit zusammenhängend fragen sich unsere Mitglieder, was sie im Risikomanagement besser machen können. Gerade in Bezug auf eine mögliche zweite Welle im Herbst sind Schutzmassnahmen wichtig. Spitäler und Pflegeheime etwa diskutieren die knappen Schutzmaterialien und sind bereits am Hochfahren.

ANZEIGE

«Wir vertreten tatsächlich eine grosse Bandbreite: Nicht nur in Bezug auf die Branchen, sondern auch auf das Tätigkeitsprofil.»

Ihre Mitglieder zählen zu den grössten Firmen der Schweiz. Sie sind unter anderem im Gesundheitswesen, in der öffentlichen Verwaltung, der Industrie oder im Dienstleistungssektor tätig. Haben Sie bei so viel

Teilen Drucken Entfernen

Divergenz überhaupt eine gemeinsame Basis?

Wir vertreten tatsächlich eine grosse Bandbreite: Nicht nur in Bezug auf die Branchen, sondern auch auf das Tätigkeitsprofil. Wie eine aktuelle Mitgliederumfrage von uns ergeben hat, gibt es unter unseren Inhouse-Brokern vom Versicherungseinkäufer bis zum integralen Risk and Insurance Manager alle Schattierungen. Der kleinste gemeinsame Nenner ist, dass wir alle für unser Mutterunternehmen Versicherungen einkaufen und die Schäden regulieren. Es liegt in der Natur der Sache, dass es nur für ein Unternehmen mit einer gewissen Grösse Sinn macht, die Versicherungen mit einem Inhouse-Broker zu bewirtschaften. Das Ziel ist, den grösstmöglichen Mehrwert für unsere Mutterunternehmen zu erbringen, der von einem externen Dienstleister nicht gewährleistet werden kann.

Welche Unterschiede stellten Sie in der Umfrage fest?

In Bezug auf Digitalisierung sind nicht alle auf dem gleichen Stand. Während die einen noch mit Word und Excel arbeiten, haben andere längst webbasierte Tools, auf die sie von überallher zugreifen können. Auch bei der kontinuierlichen Weiterbildung, die wir als Verband als sehr wichtig einstufen, gibt es Unterschiede.

Was tun Sie als Verband, damit Weiterbildung mehr Gewicht bekommt?

Die Schwierigkeit hierbei ist, dass wir uns in einer Nische befinden. Es gibt also nicht die spezifische Aus- oder Weiterbildung für Inhouse-Broker. Wir als [Verband](#) diskutieren deshalb zurzeit, ob wir uns einem bestehenden Angebot anschliessen oder ein eigenes Programm aufbauen möchten.

Sie haben vor einigen Monaten eine Versichererplattform im geschützten Bereich Ihrer Website integriert. Was bezwecken Sie damit?

Wir haben einen Pilotversuch mit vier Versicherungsgesellschaften durchgeführt. Diese konnten Informationen zu Veranstaltungen, Produkten und Dienstleistungen aufschalten, welche für unsere Mitglieder interessant sind.

Zum Beispiel?

Eine Gesellschaft bietet dort ein betriebliches Gesundheitsmanagement an: Der Inhouse-Broker kann seine Firma durchleuchten lassen, zum Beispiel hinsichtlich

der Frage, wie es so viele Krankheitsfälle aufgetreten sind.

Andere präsentieren Speziallösungen, sogenannte Parametric Risks, die auf Grosskunden zugeschnitten sind. Das sind einfach modellierbare Vertragswordings, die beim Schadenfall unkompliziert entschädigen. Bei uns bei der Stadt Zürich könnte das die Schneeräumung nach einem Wintersturm oder Zusatzinvestitionen im Hitzesommer betreffen.

«Aufgrund von Betriebsgrösse und Tätigkeitsgebiet gibt es für Grosskunden oft keine passende Standardlösung auf dem Markt.»

Also im Grunde genommen das Unternehmerrisiko!

Ja, diese Art von Risikofinanzierung basiert nicht auf dem klassischen Versicherungsgedanken. Es geht vielmehr darum: Wenn etwas passiert, sind wir da. Egal, wer der Verursacher und wer der Geschädigte ist.

Brauchen Ihre Mitglieder denn oft eine Spezialversicherung?

Aufgrund von Betriebsgrösse und Tätigkeitsgebiet gibt es für Grosskunden oft keine passende Standardlösung auf dem Markt. Wir sind deshalb sehr froh um den direkten Kontakt mit Versicherungsgesellschaften, den wir unter anderem mithilfe der Versichererplattform herstellen konnten, und spüren dieselbe Resonanz vonseiten der Gesellschaften. Auch das Forum, in dem sich unsere Mitglieder untereinander austauschen können, wird rege genutzt. Der Pilot wird nun entsprechend auf alle Versicherungen ausgeweitet.

ANZEIGE

Um Vernetzung gehts auch in der Wissensdatenbank, die Sie derzeit aufbauen.

Wir haben tatsächlich festgestellt, dass unsere Mitglieder teilweise Experten mit jahrelanger Erfahrung in ihrem Gebiet sind. Das möchten wir den anderen zugänglich machen und haben begonnen, im Rahmen der Mitgliederversammlung jeweils ein Fachreferat einzubauen. Daraus entstand eine Expertenliste, von der alle profitieren können.

Sie haben vorhin angesprochen, dass auf der Plattform auch reine Beratungsleistungen zu finden sind. Gewinnt Sensibilisierung vor Versicherung an Stellenwert?

Absolut. Die Welt verändert sich unglaublich schnell und es ist eine unserer zentralen Aufgaben als Inhouse-Broker, dass wir die Sensoren offenhalten, um auf neue Entwicklungen und Risiken mit geeigneten Massnahmen eingehen zu können.

THEMEN PER E-MAIL FOLGEN

#Inhouse-Broker

 Folgen

#Broker

 Folgen

#Versicherer

 Folgen

HZ Insurance: Das Neuste aus der Branche

Erhalten Sie wöchentlich unseren kostenpflichtigen Newsletter mit den aktuellsten News aus der Versicherungsbranche. Wir laden Sie herzlich ein, diesen bis Ende Juni 2020 kostenfrei zu testen.

Ihre E-Mail-Adresse

Anmelden