

# Evaluation ist die halbe Miete

Der Broker kann helfen, ein Unternehmen optimal abzusichern. Doch wie findet man den richtigen? Eine Anleitung zur **Broker-Evaluation**.

WERNER RÜEDI

**H**aftpflicht, Sach- und Personenversicherungen stehen in aller Regel weit oben in der Prioritätenliste von Unternehmen. Oft werden gewisse Risiken auch in die eigene Bilanz genommen. Dabei geht es immer um ein Abwägen der Vor- und Nachteile sowie der Nutzung internen Fachwissens. Fehlt dieses, können externe Spezialistinnen wie etwa Broker beigezogen werden. Während Grossunternehmen mehrheitlich interne Fachbereiche zu Insurance-Management und Risk-Management etabliert haben, sieht man dies bei KMU weniger, obwohl solche Abteilungen sehr wertstiftend sein können, sofern sie gut aufgesetzt und gut ins Unternehmen integriert werden. Dies jedenfalls ist die Erfahrung von Sabrina Hartusch, Präsidentin der Swiss Association of Insurance and Risk Managers (Sirm), in der 85 Unternehmen aus der Industrie, dem Handel und dem Dienstleistungssektor organisiert sind.

Prinzipiell, so Hartusch, sei jedem KMU nicht zuletzt aufgrund rechtlicher Gegebenheiten gedient, sich auf Stufe Verwaltungsrat und Geschäftsleitung intensiv mit den Risiken der Firma auseinanderzusetzen und eine Handhabe zur Bewirtschaftung der Risiken zu entwickeln. Hartusch weiss, wovon sie spricht: Hauptberuflich ist sie Global Head of Insurance beim Textilkonzern Triumph International, der zu den weltweit grössten Unterwäscheherstellern zählt. Mit den Hauptmarken Triumph und Sloggi vertreibt das Unternehmen seine Produkte in mehr als 120 Ländern.

Wird externes Fachwissen beigezogen, ist für Sabrina Hartusch zudem die Geschäftsbeziehung des Brokers im Versicherungsmarkt und das Fachwissen elementar – das heisst «Fachwissen bezogen auf die Versicherungsdeckungen, aber auch in Bezug auf das Risikomanagement, denn beide sind inhärent miteinander verknüpft». Ganz wichtig ist es für Hartusch, aus geschäftspolitischen Gründen für Triumph auch selbst direkt exzellente langfristig orientierte Geschäftsbeziehungen zum Schweizer sowie zum internationalen Versicherungsmarkt zu unterhalten.

## Vertrauen ist nur der erste Schritt

Ein pragmatisches Vorgehen empfiehlt Urs Sommer, wenn es um einen möglichen Beizug von Brokern geht: «Gehen Sie vor, wie wenn Sie eine Anwältin, einen Arzt oder eine andere Vertrauensperson suchen. Vertrauen Sie auf Ihre Menschenkenntnis, Ihre Berufserfahrung und Ihr persönliches Umfeld.» Sommer muss es wissen. Er ist Leiter Business Development bei Kessler, einem führenden Schweizer Unternehmen für Risiko-, Versicherungs- und Vorsorgeberatung.

Vertrauen allein ist allerdings nur die halbe Miete. Denn je nach Komplexität der unternehmerischen Tätigkeit und der damit verbundenen Risiken ist es ratsam, dass die möglichen Partner – also die Broker oder Agentinnen – über Erfahrung in der Branche verfügen, die durch Referenzen verifiziert werden kann. Schliesslich gilt auch im Versicherungsmarkt die gleiche Regel wie in anderen Branchen: Das vermeintlich günstigste Angebot ist in einer betriebswirtschaftlichen Gesamtbetrachtung vielleicht nicht das Beste.

## Achtpunkteplan

Doch aufgepasst bei der Evaluation der Brokerinnen und Broker: «Vermeiden Sie ein formelles Ausschreibungsverfahren mit seitenlangen Fragebogen zu technischen Details, die wenig über die persönlichen Fähigkeiten des Teams aussagen», warnt Urs Sommer. Bei Kessler werden über 1500 mittlere und grosse Schweizer Unternehmen aus Dienstleistung, Handel und Industrie sowie der öffentlichen Hand betreut. Aus diesem Erfahrungsschatz heraus hat Kessler eine mögliche Vorgehensweise zur Brokerevaluation erarbeitet. Es ist ein Achtpunkteplan, gegliedert nach Zeitaufwand und externen Kosten, die sich auf 0 Franken belaufen.



**Verlässliche Begleitung:** Vertrauen ist das Wichtigste in der Beziehung zwischen Unternehmen und Broker.

**Punkt 1:** Zeitaufwand 40 Minuten. Notieren Sie, was Ihnen am bisherigen Partner (Broker, Agentin) besonders gut gefällt. Was möchten Sie auf keinen Fall vermissen? Notieren Sie, was Ihnen am bisherigen Partner nicht gefällt. Was möchten Sie anders haben?

**Punkt 2:** Zeitaufwand 120 Minuten. Vertrauen Sie auf Ihr persönliches Netzwerk. Rufen Sie Personen Ihres Vertrauens an, und fragen Sie diese nach deren persönlicher Empfehlung für Ihre Bedürfnisse gemäss Punkt eins. Nehmen Sie die drei meistgenannten Versicherungsbroker in Ihre Auswahl.

**Punkt 3:** Zeitaufwand 180 Minuten. Laden Sie diese drei meistgenannten Versicherungsbroker zu einem persönlichen Kick-off-Gespräch ein. Damit werden Sie einen ersten und wesentlichen Eindruck erhalten.

**Punkt 4:** Zeitaufwand 90 Minuten. Lassen Sie sich von den drei Versicherungsbrokern eine Offerte für deren Dienstleistungen erarbeiten. Sie werden aufgrund der Qualität, des Inhalts und der Form weitere Unterschiede feststellen. Lassen Sie den Anbietern freie Wahl in der Gestaltung der Offerte, und pressen Sie diese nicht in Ihr eigenes Schema. Wer spricht welche Punkte an? Erkennen Sie Professionalität im Inhalt, in der Form, der Transparenz und im Preis?

**Punkt 5:** Zeitaufwand 90 Minuten. Prüfen Sie die Vereinbarkeit der involvierten Personen: Wo passen die Ausbildungen, die Berufserfahrung und die Persönlichkeiten in Ihrem Team und im Brokerteam am besten zusammen?

**Punkt 6:** Zeitaufwand 180 Minuten. Lassen Sie sich die Angebote persönlich vorstellen. Sie erwarten künftig eine persönliche Beratung? Dann ist dieser zweite Kontakt sehr wichtig.

**Punkt 7:** Zeitaufwand 90 Minuten. Nehmen Sie die wichtigsten Punkte aus Punkt eins, und bilden Sie sich eine Meinung zu den drei erhaltenen Offerten in Bezug auf die von Ihnen notierten wichtigsten Kriterien.

**Punkt 8:** Zeitaufwand 60 Minuten. Entscheiden Sie nun selber, wer diese Kriterien am besten erfüllt ... Sie haben den Versicherungsbroker Ihres Vertrauens gefunden!

## Verbesserte Entscheide

Das ergibt einen totalen Zeitaufwand von 850 Minuten oder 14 Stunden oder einhalb Tagen Arbeit. Und dies bei null externen Kosten. «Mit diesem Vorgehen lässt sich durchaus ein Broker oder eine Agentin als Partner evaluieren, der oder die dann das Unternehmen in den nächsten Jahren in Risiko-, Versicherungs- und Vorsorgefragen begleitet», sagt Urs Sommer. «Das ist meines Erachtens ein effizienter und zielführender Plan».

«Der Bereich des Versicherungs-Risk-Managements ist wissensintensiv und an gewissen Stellen auch sehr technisch», ergänzt Sirm-Präsidentin Sabrina Hartusch. «Durch den Beizug einer Brokerin oder eines Consultants kann man den Risikodialog intensivieren und vertieft resonieren. In diesem Austausch entstehen Lösungsansätze, und es können verbesserte Entscheide getroffen werden.»

## «Firmen tragen einen grossen Teil der Gesamtrisiken selbst»

### Was ist zu tun, wenn sich in Krisenzeiten wie heute Risiken nur noch selektiv versichern lassen?

Ein guter Ansatz ist die Prävention und damit die Schadenvermeidung von versicherbaren wie auch nicht versicherbaren Risiken. Eine gute Quantifizierung spielt hierbei eine wichtige Rolle. Besorgniserregend ist, dass gewisse Industrien, die zuvor noch bereitwillig versichert wurden, mittlerweile Schwierigkeiten haben, sich mit Versicherungsschutz einzudecken. Der partnerschaftliche Approach seitens der Assekuranz hat aus meiner Sicht in den letzten Jahren nachgelassen, ich wünschte, dieser käme wieder stärker zur Geltung.

### Wäre der Kauf von Versicherungsprodukten ab Stange denn eine Alternative?

Sofern solche Versicherungsprodukte das Risikoprofil abdecken, wäre das vorstellbar. Ich selber habe solche Produkte jedoch noch nicht gesehen. Das Ziel ist schliesslich, dass ich mit dem Kauf eines Versicherungsproduktes den Risikotransfer optimieren kann, um damit als Firma gegenüber meiner Konkurrenz einen Wettbewerbsvorteil zu erhalten. Ist dies ab Stange möglich – in Zukunft allenfalls



Sabrina Hartusch, Präsidentin der Swiss Association of Insurance and Risk Managers (Sirm)

dank künstlicher Intelligenz –, bin ich offen, es mir anzuschauen.

**Etwas zugespitzt könnte man auch sagen, dass Sach- und Personenversicherungen sowie Haftpflicht wichtig sind und KMU die Restrisiken auch selber tragen können.** Na ja, Unternehmen tragen bereits jetzt einen grossen Teil der Gesamtrisiken selbst. Sämtliche Risiken, die ein KMU ökonomisch betrachtet sinnvoll in den Versicherungsmarkt geben kann, sollte es auch tun und sich gleichzeitig so weit wie möglich um Prävention kümmern, besonders bei Cyberrisiken und bei Risiken bezüglich Betriebsunterbruch.

INTERVIEW: WERNER RÜEDI