

GEWERBEVERSICHERUNG

Eine Sonderpublikation des VersicherungsJournals



SEITE 4

(Nicht nur) Corona verändert das Gewerbegeschäft

SEITE 16

Wie digital kann Gewerbeversicherung sein?

SEITE 17

Was Insurtechs zu digitaler Gewerbeversicherung sagen

SEITE 19

Mehr als nur Versicherung

SEITE 22

Einiges zu unternehmen in Sachen Versicherung

**Was die Maske für den Alltag,
das ist die Kreditversicherung
für Ihr Unternehmen.**



JETZT ONLINE ABSCHLIESSEN!

acredia.at

ACREDIA
MACHT MUT ZU HANDELN

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser!



Endlich wieder – zwei Worte, die man seit dem Ende des Lockdown regelmäßig hört. Und auch der Experten-Round-Table des VersicherungsJournals – diesmal zum Thema „Gewerbeversicherung“ – konnte „endlich wieder“

real stattfinden. Natürlich unter Einhaltung eines Sicherheitskonzepts und Wahrung der nötigen Abstände. Dass persönliche Begegnung trotz solcher Einschränkungen zu einem besonderen Erlebnis werden kann, hätte sich vor einem Jahr wohl keiner der Teilnehmer vorstellen können.

Vorbeigehen an Covid-19 konnten wir auch thematisch natürlich nicht. Deshalb diskutierten wir mit Experten über die Auswirkungen der Corona-Krise auf Unternehmen und damit auch auf die Gewerbeversicherung. Die Teilnehmer verwiesen beispielsweise auf die Besonderheit der Situation, in der alle Versicherten plötzlich eine Leistung haben wollen, darauf, dass manches in Zukunft so nicht mehr von den Versicherern angeboten werden kann, oder welche Bedeutung Risk-Management für Unternehmenskunden hat.

Neben der Pandemie sind es aber auch andere, neue Risiken, mit denen Unternehmer konfrontiert

sind. Wie gerade kleinere und mittlere Firmen mit dem technischen Wandel, mit Cyberrisiken oder Klimakrise umgehen und welche Rolle dabei Versicherungen spielen, war Thema des zweiten Teils unserer Diskussionsrunde. Die Highlights unseres Round Table haben wir für Sie ab **Seite 4** zusammengefasst.

Was bei Privatkunden längst zum Standard gehört, steht bei der Gewerbeversicherung erst am Anfang: die Digitalisierung des Vertriebs. Ob sich Versicherer ein „Self Service“ auch in diesem Bereich vorstellen können und wie Insurtechs das sehen, lesen Sie ab **Seite 16**.

Ein weiteres Thema, das schön langsam auch die Gewerbeversicherung erreicht, sind Präventions- und Assistance-Leistungen. Vor allem im Bereich der Cyber- und IT-Risiken steigt die Nachfrage, wie unsere Recherchen ergeben haben. Wir haben Versicherer gefragt, welche Angebote vorstellbar oder schon am Markt sind. Ihre Antworten fassen wir ab **Seite 19** zusammen.

Schließlich widmen wir uns ab **Seite 22** der Frage, woran Unternehmensgründer, aber auch bestehende Firmen denken sollten, um möglichst umfassend abgesichert zu sein. Ich darf Ihnen wie immer eine spannende Lektüre wünschen.

Marius Perger, Herausgeber

Impressum

Herausgeber und Verleger: FinanzMedienVerlag Ges.m.b.H., 1180 Wien, Gentzgasse 15 **Für den Inhalt verantwortlich:** Marius Perger und Klaus Schweinegger; für namentlich gekennzeichnete Artikel der jeweilige Autor **Produktion:** FinanzMedienVerlag Ges.m.b.H., 1180 Wien, Gentzgasse 15 **Druck:** Print Alliance HAV Produktions GmbH, 2540 Bad Vöslau, Druckhausstraße 1 **Anzeigenpreise:** Es gilt der Werbentarif 2020 **Offenlegung nach §25 Mediengesetz:** Medieninhaber FinanzMedienVerlag Ges.m.b.H. **Blattlinie:** VersicherungsJournal Spezial, kurz VJ, ist ein österreichweites Fachmedium für die Versicherungswirtschaft. Die unabhängige Redaktion berichtet vierteljährlich über branchenrelevante Themen. Zum Zielpublikum gehören – ähnlich dem digitalen Pendant VersicherungsJournal.at – Mitarbeiter von Versicherungskonzernen sowie der freie und gebundene Versicherungsvertrieb **Bilder:** S.1: stokkete (AdobeStock), S.5, S.9, S.10 und S.12: FinanzMedienVerlag, S.16: Robert Kneschke (AdobeStock), S.18: H_Ko (AdobeStock), S.19: Krakenimages.com (AdobeStock), S.20: sdecoret (AdobeStock), S.22: peshkova (AdobeStock), S.23: TMVB

(Nicht nur) Corona verändert das Gewerbe-geschäft

Corona wird auch an der Gewerbeversicherung nicht spurlos vorübergehen. Dabei ist die Pandemie nicht der einzige Faktor, der Veränderungen forciert. Herausgeber Marius Perger hat Vertreter aus Versicherungswirtschaft und Maklerschaft bei einem Runden Tisch dazu befragt. *Von Emanuel Lampert*

VersicherungsJournal: Welche Risiken sind durch Corona neu entstanden, und wie sieht es mit der Absicherung dagegen aus?

Herbert Gspan: Corona ist aus unserer Sicht ein „Game-changer“, weil erstmals in einer Krise alle Unternehmen weltweit betroffen sind, sowohl Angebot als auch Nachfrage. Wir sehen erst die Spitze des Eisbergs. Wie tief er wirklich ist, lässt sich derzeit schwer sagen, weil gesetzliche Regelungen geschaffen wurden, die bestimmte Mechanismen aussetzen – Stichwort Insolvenzanmeldefrist zum Beispiel. Aus unserer Sicht besteht daher Handlungsbedarf. Diese Schutzmaßnahmen werden nämlich irgendwann enden.

Wie stark sich die Lage 2021 verschärft, ist nicht leicht zu prognostizieren. Wir gehen gemeinsam mit der Allianz davon aus, dass es 2021 im Vergleich zu 2019 weltweit kumuliert um 30 Prozent mehr Insolvenzen geben wird. 2020 ist ein untypisches Jahr: Wir haben einerseits Weltwirtschaftskrise, andererseits haben wir in Mitteleuropa rückgängige Insolvenzzahlen. Die sind allerdings durch die staatlichen Schutzmaßnahmen bedingt.

Die Risiken, die wir sehen, sind die gleichen wie vorher: Es geht um Zahlungsverzug und Zahlungsausfälle, und damit geht es um die Liquidität. Das ist das Hauptrisiko! Das war versicherbar und ist es auch weiterhin.

VersicherungsJournal: Je nach Sparte hat Corona unterschiedliche Implikationen: In der Lebensversicherung muss man von einer möglichen Zunahme

von Todesfällen ausgehen, in der Krankenversicherung von mehr Spitalsaufhalten, in der Unfallversicherung vielleicht von weniger Unfällen aufgrund des Lockdowns. Wie haben sich die Risiken aus der Sicht eines Versicherers verändert?

Klaus Brandstetter: Die Unternehmen erwarten aufgrund von Umsatzrückgängen preisgünstige Lösungen. Standardabsicherungen wie Betriebs-

haftpflicht oder Sach-BU gibt es in den Unternehmen bereits, jetzt liegt das Augenmerk auf der Frage der speziellen Absicherung etwa von Seuchen-BU oder auch Cyber-crime – nachdem

keiner hinausdriften, haben Einbrecher versucht, übers Internet in Unternehmen hineinzukommen.

Ich glaube, Versicherer werden künftig im Sinn einer zielgerichteten Beratung schon im Vorfeld stärker gefordert sein. Da können dann durchaus auch standardisierte Paketlösungen angeboten werden, die für die Kundinnen und Kunden maßgeschneidert sind.

VersicherungsJournal: Neue Unternehmensrisiken – was ist hier vorstellbar? Wir hatten Betriebs-schließungen, Umsatzrückgänge, Lieferkettenrisiken etc. Wie gehen Versicherer damit um?

Peter Wollenschläger: Die – auch neu zu gestaltenden – Produkte werden individueller und noch mehr auf den Kunden zugeschnitten sein müssen. Das Risiko des Kunden muss noch genauer erfasst werden. Der Vertrieb wird, gerade im KMU-Bereich, noch mehr zum Risk-Manager. In der Industrie ist das eher in-house geregelt, aber im Kleinunternehmerbereich

„Das Risiko des Kunden muss noch genauer erfasst werden. Der Vertrieb wird, gerade im KMU-Bereich, noch mehr zum Risk-Manager.“

(Peter Wollenschläger, Helvetia)

Unsere Fachleute aus der Versicherungsbranche



Klaus Brandstetter

Allianz Elementar
Versicherungs-AG

Leiter
Maklervertrieb
Direktion Wien



Mag. Herbert Gspan

ACREDIA Versicherung AG

Bereichsleiter
Marketing & Sales



**Akad. Vkm. Ing.
Günter J. Hubmann**

GrECo International AG

Deputy Com-
petence Center
Manager Liability



**Matthias
Lindenhofer**

wefox austria

Geschäftsführer
& Head of Sales



Peter Wollenschläger

Helvetia
Versicherungen AG

Leiter
Schaden-Unfall
Firmenkunden



Dr. Christoph Zauner

Generali Versicherung AG

Leitung Retail
und Corporate

DAS GEWERBEVERSICHERUNG SPEZIAL KOSTENLOS FÜR IHR BÜRO:

Sie können dieses Heft (max. 3 Stück und so lange der Vorrat reicht – höhere Auflagen auf Anfrage) auch gerne für Ihre Mitarbeiter oder ausgewählte Kunden kostenlos bestellen.

Bei Interesse wenden Sie sich bitte unter Angabe Ihrer Postadresse und der Stückanzahl unter **info@versicherungsjournal.at** an den Verlag.

werden da Versicherer und Vermittler einen großen Anteil haben.

VersicherungsJournal: Wie wir gehört haben, sind gerade bei kleineren Unternehmen zwar die Standardrisiken oft abgesichert. Aber es gibt sicher im Einzelfall besondere Risiken, an die vielleicht weder der Unternehmer noch der Berater gedacht hat, die aber plötzlich schlagend werden. Was ist typischerweise nicht abgesichert?

Christoph Zauner: Wenn wir vor einem Jahr über das Risiko einer Pandemie gesprochen hätten, hätten wahrscheinlich alle, mit Ausnahme weniger Virologen, gesagt, dieses Risiko ist vernachlässigbar. Und doch ist es innerhalb kurzer Zeit dazu gekommen, dass uns Covid-19 fest im Griff hat.

Enorm wichtig ist der regelmäßige Austausch mit den Vertriebspartnern und den Kunden über deren individuelles Risiko, den individuellen Bedarf und Präventionsmöglichkeiten. Cyber ist angesprochen worden – zirka 80 Prozent der Angriffe könnten, zumindest teilweise, vermieden werden, wenn bloß regelmäßig Updates eingespielt würden. Grundsätzlich ist fast jedes Risiko versicherbar, sofern die Rahmenbedingungen – insbesondere die Konditionen, das Pricing und Risikobewusstsein des Kunden – stimmen. Unser Cyberprodukt beruht auf drei Säulen und setzt stark auf Prävention: Schwachstellen aufzeigen, präventive 24/7-Beratung – und erst am Schluss steht die Frage, was versichert wird.

Der Staat muss an Bord

VersicherungsJournal: Wie hat der Vertrieb auf Corona reagiert? Die erste Schwierigkeit war: Man kann nirgends mehr hin, niemanden empfangen. Aber wie reagiert der Vertrieb inhaltlich auf eine Situation wie diese?

Günter Hubmann: Für den Vertrieb war der Lockdown im Grunde kein großes Problem, das hat sehr gut über Telefon usw. funktioniert.

Was die Beratung angeht, hatten auch wir das Thema Pandemie nicht im Blickfeld. Ich erwarte

hier auch keine Versicherungslösung, da muss der Staat vorsorgen. Man denke an die 30-Tage-Deckung, während die Pandemie eineinhalb, zwei Jahre dauern dürfte.

Wir werden einen Risk-Management-Ansatz verfolgen, den Kunden besser auf seine Risiken – nicht nur Feuer und Haftpflicht – aufmerksam machen und ihm sagen müssen, wo er Maßnahmen zur Risikominimierung treffen kann. Nicht versicherbare Risiken, die einfach nicht kalkulierbar sind, wird es weiterhin geben. Das muss man dem Kunden vorher klar mitteilen, damit es nachher zu keinen Diskussionen kommt.

VersicherungsJournal: Gerade wenn man an Corona denkt: Gibt es Wünsche des Vertriebs an die Gewerbeversicherer? Neue Angebote, flexiblere Handhabung oder ähnliches?

Matthias Lindenhofer: Als Makler wünschen wir uns klare Aussagen von den Versicherern, auch zu der Frage, wie sie dazu im Schadensfall stehen. In den letzten Wochen und Monaten hat es dazu nur wenige Aussagen und klare Stellungnahmen gegeben. Der

Makler tut sich da irrsinnig schwer, dem Kunden Auskunft zu geben. Deshalb wünschen wir uns für die Zukunft Transparenz, ein klares, einfaches Produkt, wo genau geregelt ist, was versichert ist und was nicht. Wir verstehen, dass man eine Pandemie dieser Größenordnung wahrscheinlich gar nicht versichern wird können. Das Risiko ist einfach viel zu hoch. Man sieht ja, dass auch die Staaten und die EU Unterstützung leisten. Diese Entschädigungen müsste man bei der Gestaltung einer Pandemieversicherung berücksichtigen, ähnlich wie beim Katastrophenschutz. Auch dort gibt es ja Zuschüsse aus den Katastrophenfonds.

VersicherungsJournal: Eine Frage an die Versicherer: Haben Sie neue Produkte, zusätzliche Angebote geplant? Oder haben Sie schon Leistungen oder Angebote eingeschränkt?

Wollenschläger: Wir hängen da natürlich auch vom Rückversicherungsmarkt ab, der sich derzeit →

„Was wir aber gesehen haben, ist, dass wir in den Bedingungen klarer werden müssen und dass es gewisse Dinge, die es bisher gegeben hat [...], in dieser Form wahrscheinlich nicht mehr geben wird.“

(Peter Wollenschläger, Helvetia)

decasa[®]
KREATIVTUM - GRAZ

Mehr zur Erfolgsgeschichte
von Decasa gibt's auf
www.decasa.at



MEIN UNTERNEHMEN

Einfach und schnell versichert –
damit mehr Zeit bleibt.

Die ideale Betriebsversicherung für
Neugründer, Ein-Personen- und
Kleinunternehmen mit bis zu 10 Personen

- **4 Pakete – 1 Wahl:** Comfort, Plus, Extra oder Max
- **Schutz des Betriebsinventars und des Betriebsgebäudes** (optional)
- **Betriebshaftpflichtversicherung** auch als Einzellösung*
- **Basis-Assistance** (Comfort) und **Notfall-IT-Assistance** (Max)

Nähere Informationen auf
[allianz.at/makler
meinunternehmen](http://allianz.at/makler/meinunternehmen)

Einfach online
berechnen und
beantragen!

* Betriebshaftpflicht Basis mit/ohne Paket „Betriebshaftpflicht Zusatzdeckungen“ –
sofern vereinbart und in der Versicherungs-Urkunde dokumentiert (nicht alle betrieblichen Tätigkeiten sind versicherbar)

Made's einfach!

Allianz 

verändert. Wir sind in Gesprächen mit Rückversicherern darüber, was in Zukunft möglich sein wird. Endgültige Aussagen werden wir voraussichtlich erst bekommen, wenn wir das endgültige Ausmaß der Coronakrise kennen oder zumindest zum größten Teil erfassen können.

Was wir aber gesehen haben, ist, dass wir in den Bedingungen klarer werden müssen und dass es gewisse Dinge, die es bisher gegeben hat – die Seuchen-BU oder die Quarantänedeckung in der BUFT ist schon angesprochen worden –, in dieser Form wahrscheinlich nicht mehr geben wird.

Umdenken nötig

VersicherungsJournal: Herr Zauner, sind Sie als Versicherer gezwungen, Leistungen einzuschränken, vielleicht gerade im Gewerbebereich neue Bedingungen auszuarbeiten, weil das Risiko Pandemie einfach „zu groß“ ist?

Zauner: Wir arbeiten permanent an der Produktweiterentwicklung und lernen ständig dazu. Versicherung wird gerne so definiert: Es passiert ein Schaden – die Versicherung zahlt. Unsere Aufgabe als Versicherung ist es allerdings, den Kunden bereits präventiv zu begleiten. Ich glaube, es bedarf eines gewissen Umdenkens. Es geht nicht darum, zu sagen: Welche Ausschlüsse sollte man beim Kunden vornehmen? Es geht darum, wie wir eine Lösung schaffen, die dem Kunden hilft, ihn optimal deckt und versicherungstechnisch vertretbar ist.

Unmittelbar nach Beginn des Lockdowns haben wir beispielsweise über die Europ Assistance eine Covid-19-Beratungshotline gestartet, die sehr gut angekommen ist. Viele, die daheim waren, hatten technische Probleme. Da war es gut, eine Telefonnummer zu haben, die hilft. Sie bot auch Unterstützung im medizinisch-psychologischen Bereich und bei rechtlichen Themen.

Ich glaube, Versicherung muss künftig weiter gefasst sein: nicht mehr nur Schadenzahlung, sondern Begleitung des Kunden ein Leben lang.

VersicherungsJournal: Herr Brandstetter, haben Sie als Versicherer im Rahmen der Gewerbeversicherung aufgrund der Coronakrise neue, geänderte Kundenbedürfnisse identifiziert?

Brandstetter: Man muss einmal festhalten, wofür eine Versicherung da ist. Versicherung ist eine Gemeinschaft, in der einer einen Schaden hat und die anderen zahlen. Derzeit sind wir in einer Situation, wo alle einzahlen und eigentlich auch alle eine Leistung haben wollen.

Es gibt auch bei uns sehr viele Assistenzleistungen, sei es im Risk-Management, im Schadenfall oder in weiterer Folge zur Vorsorge. Es ist wichtig, die Assistance stärker im Bewusstsein der Kundinnen und Kunden zu verankern und zu verdeutlichen: „Das ist etwas, was Dir hilft.“ Sei es in medizinisch-psychologischer Hinsicht – weil viele mit dem

Lockdown persönlich überhaupt nicht zurechtgekommen sind –, sei es zum Beispiel wegen der Cyberproblematik.

Was ein „Corona-produkt“ betrifft: So weit sind wir noch nicht, aber das wird sich sukzessive entwickeln; wobei es da nicht nur darauf an-

kommt, dass der Erstversicherer sagt: „Ja, wir wollen.“ Wir brauchen dafür auch Rückversicherer.

„Awareness“-Problematik

VersicherungsJournal: Laut dem jüngst erschienenen „Unternehmensmonitor“ von Deloitte sind viele Unternehmen für sich selbst eigentlich ganz optimistisch, fürchten aber, dass ihre Branche oder ihre Kunden sehr schlecht dastehen. Können Sie das nachvollziehen?

Gspan: Wir machen im Vertrieb aktuell genau diese Erfahrungen. Man sieht das Risiko für seine Branche und für andere, will es aber für sich selber nicht sehen. Es braucht scheinbar Zeit, bestimmte Dinge auch für sich selbst anzunehmen.

VersicherungsJournal: Gibt es da aus Ihrer Sicht nötige Konsequenzen?

Gspan: Bei den größeren Unternehmen ist das Thema Kreditversicherung präsent, da hat jeder für sich

„Versicherung ist eine Gemeinschaft, in der einer einen Schaden hat und die anderen zahlen. Derzeit sind wir in einer Situation, wo alle einzahlen und eigentlich auch alle eine Leistung haben wollen.“

(Klaus Brandstetter, Allianz)



Lösungen gefunden. Im Gewerbe haben wir ein viel größeres „Awareness“-Thema. Umlaufvermögen ist meistens eine der größten Positionen in der Bilanz, auch bei Gewerbeunternehmen. Aber nur die wenigsten haben sich damit auseinandergesetzt.

Wie gesagt, Corona ist ein Gamechanger. Die staatlichen Sicherungsmaßnahmen werden wegfallen, was für 2021 entsprechende Herausforderungen zur Folge haben wird. Die Konjunktur wird hoffentlich auch anspringen. Nach unserer Erfahrung heißt Anspringen der Konjunktur aber Erhöhung der Geschwindigkeit, und das heißt wiederum: Die Schwachen fallen zurück. Damit bin ich wieder bei den Themen Forderungen, Zahlungsverzug, Zahlungsausfall, Liquidität.

Ja, die Produkte haben wir! Dass das bei den Unternehmen auch ankommt, ist die Aufgabe, vor der der Vertrieb steht. Im Gewerbebereich brauchen wir vor allem auch die Hilfe der Makler, um Bewusstsein bei den Kunden zu erzeugen.

VersicherungsJournal: Herr Hubmann, werden Sie in Zukunft anders beraten?

Hubmann: Ich fürchte, so schnell wird keine Veränderung kommen. Gerade Gewerbetunden sehen Versicherung als Sparbuch: Ich zahle ein und

bekomme hoffentlich viel heraus, auch der kleinste Schaden sollte bezahlt werden. Unsere Aufgabe wird sein, All-risk-Versicherungen auf dem Markt zu positionieren, die bisher in diesem Bereich kaum verkauft werden, aber sinnreicher sind, wenn sie gut gemacht sind. Auch mehr Selbstbehaltsregelungen können ein Weg sein, dass wir uns nicht immer wieder mit Kleinschäden plagen müssen.

Natürlich müssen wir mehr über Risiken reden. Cyberversicherung wird eine wichtige Sparte werden, gerade für kleinere Kunden, die hier oft viel schlechter aufgestellt sind. Das ist auch für Makler und Versicherer ein großes Potenzial, weil hier eine Sparte kommt, die neue Einnahmen bringt und auch für den Kunden absolut sinnvoll ist.

Neue Technik

VersicherungsJournal: Herr Lindenhofer, die „neue Technik“ ist in vielen Bereichen ja schon angekommen, zum Beispiel in Form von Onlineabschlüssen von Reise- oder Kfz-Versicherungen. Kann eine Situation wie die jetzige so etwas auch im Gewerbebereich fördern? Muss auch die Beratung im Gewerbebereich mehr in Richtung Online gehen?



Lindenhofer: Ich sehe diese Entwicklung im Gewerbebereich, es ist auch Zeit, die Digitalisierung hier voranzutreiben. Digitale Lösungen sind bereits auf dem Markt, aber noch nicht so gut wie im Privatkundensegment. Die aktuellen Lösungen sind Ausschreibungstools, die die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden erheben. Es fehlen aber Angebote und Anträge, die sich dann daraus ergeben sollten.

Heutzutage muss man im Gewerbebereich überall Experte sein, angefangen bei der sehr umfangreichen Haftpflichtversicherung über Cyber und Betriebsunterbrechung – es kommen immer mehr komplexere Themen auf uns zu. Wir können dem Makler aber nicht zumuten, sich überall auszukennen. Deshalb muss es digitale Unterstützung geben. Digitale Lösungen, die sich direkt nur an den Endkunden wenden und alles automatisiert verrichten, kann

es meines Erachtens nicht geben, weil einfach Beratung dazugehört. Ein Chatbot wird das so schnell nicht erledigen können, das dauert sicher noch 20 Jahre ...

**„Man sieht das Risiko für seine Branche und für andere, will es aber für sich selber nicht sehen. Es braucht scheinbar Zeit, bestimmte Dinge auch für sich selbst anzunehmen.“
(Herbert Gspan, Acredia)**

Wefox hat aber ein digitales Analysetool für den KMU-Bereich entwickelt, mit dem automatisch Offerte und Anträge für den Makler generiert werden. Wir werden bereits im November mit dem ersten Versicherer live gehen.

VersicherungsJournal: „Abschließende Worte“ zum Thema Gewerbeversicherung und Corona ...?

Zauner: Digitalisierung ist wichtig und wird die nächsten Jahre noch weiter vorangetrieben. Wir sehen aber gerade auch in der Coronazeit, dass der „Human Touch“ in diesen schwierigen Zeiten nicht zu kurz kommen darf. Deswegen glaube ich, dass die Kombination aus automatisierten Produkten und individueller Beratung sehr wichtig ist.

Assistance, Erfahrungstransfer, Auslagerung

VersicherungsJournal: Auch abseits von Corona gibt es neue Rahmenbedingungen, die eigentlich alle Unternehmen treffen - technischer Fortschritt, Klimawandel etc. Nur haben KMU oft das Problem, dass ihnen dazu die Spezialisten, die Fachabteilungen, die Ressourcen fehlen, meistens auch das Geld. Sind Unternehmen überfordert, und welche Rolle könnten Versicherer im Bereich neuer Risiken abseits einer Pandemie spielen?

Wollenschläger: Die Anforderungen werden immer größer, weil die Auflagen immer höher werden. In der Cyberversicherung gibt es Produkte, die

**„Wir können dem Makler aber nicht zumuten, sich überall auszukennen. Deshalb muss es digitale Unterstützung geben.“
(Matthias Lindenhofer, Wefox)**

im Vorfeld Analyse und Beratung, in einem weiteren Schritt Versicherung und nach Eintritt des Versicherungsfalls Unterstützung bieten. Genau so muss es aus meiner Sicht auch in den klassischen Versicherungen Lösungen geben, wo der Kunde sagen kann „Ich brauche eine Analyse meiner Lieferketten, ich brauche hier Unterstützung“ - weil das ein kleines Unternehmen nicht stemmen kann. Daher ist es wichtig, in Zukunft solche Säulen in die Produkte einzubauen.

VersicherungsJournal: Dazu kommt, dass der Versicherungsnehmer ja auch Pflichten hat in Fällen, in denen er sich, gerade als Kleinunternehmen,

Werbung

**Meine Donau
berät mich so,
wie ich's brauch.**



So stell ich mir das vor



TOP Gewerbeversicherer

Was mir an meiner Donau so gefällt? Meine Donau berücksichtigt die individuelle Risikosituation von Unternehmen und sichert betriebliche Schäden und deren finanzielle Folgen ideal ab.

Grobe Fahrlässigkeit ist dabei zu 100 % einschließbar. So stell ich mir das vor.

Mehr auf donauversicherung.at



womöglich gar nicht auskennt. Herr Brandstetter, wie gehen Sie damit um?

Brandstetter: Für Kleinunternehmen gibt es bereits standardisierte Lösungen. Für uns als Versicherer wird es extrem wichtig sein, das Gespräch, den Austausch zwischen der Spezialistin bzw. dem Spezialisten, der das Offert erstellt, und den Maklerinnen und Maklern zu suchen.

Die Erfahrung, die wir im Bereich der Gewerbeversicherung haben, können wir den Kundinnen und Kunden zugutekommen lassen. Wir werden gemeinsam mit den Maklerinnen und Maklern sicher stärker in das Thema Risk-Management gehen müssen. Ich glaube, dass wir die Kommunikation zwischen Versicherer und Maklerin oder Makler auf kurzem Weg verstärken müssen.

VersicherungsJournal: Wenn ein Unternehmen Probleme bekommt, weil es mit Malversationen bei einem

Dienstleister konfrontiert ist: Wie kann ein Versicherer den Kunden unterstützen, der mit all diesen Dingen eigentlich überfordert ist?

Zauner: „Nur versichern“ war gestern. Wir stellen – gemeinsam mit unseren Maklerpartnern – unseren Kundinnen und Kunden unsere Erfahrung aus vielen Bereichen zur Verfügung, zum Beispiel aus der Schadenabwicklung, dem Risk Engineering und dem Underwriting. Wir helfen unseren Kunden präventiv, Schäden schon vor deren Eintritt zu vermeiden. Assistance kann enorm wertvoll sein,

„Assistance kann enorm wertvoll sein, in rechtlichen, technischen, medizinischen und sonstigen Beratungen, das wird oft vergessen.“

(Christoph Zauner, Generali)

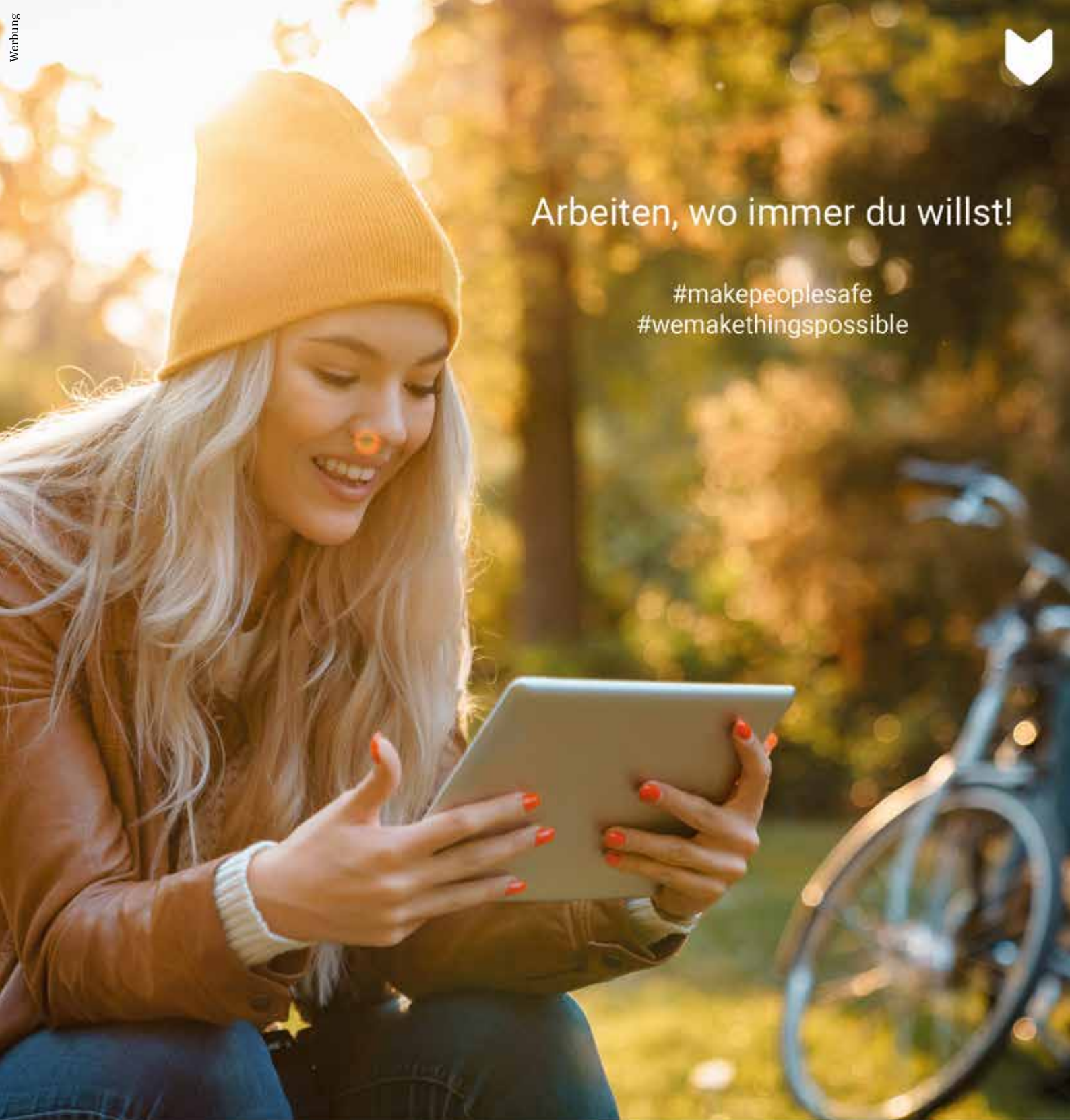
in rechtlichen, technischen, medizinischen und sonstigen Beratungen, das wird oft vergessen.

Gspan: Die Themen ändern sich, das Umfeld ändert sich. Es gibt da nicht nur Covid-19, da ist etwa auch die Digitalisierung. Ich glaube nicht, dass es für einen Gewerbebetrieb so einfach ist, all die Veränderungen im Auge zu behalten. Wir →



Arbeiten, wo immer du willst!

#makepeoplesafe
#wemakethingspossible



bieten die Möglichkeit, manches auszulagern und zu unterstützen, wir assistieren im Forderungsmanagement. Allerdings wird das Konzept „Ich konzentriere mich auf mein Kerngeschäft und lagere manche Dinge an Spezialisten aus“ nicht so ohne weiteres von Kunden angenommen. Eher stößt man auf das Verständnis: Man zahlt ein und möchte im Schadenfall mehr herausbekommen.

Hilfsmittel und Schulungen nutzen

VersicherungsJournal: Den kleinen Unternehmen fehlt häufig der Spezialist, der sich mit neuen oder entstehenden Risiken beschäftigt. Vom Makler wird ja erwartet, dass er gerade im Gewerbebereich auch „alles weiß“. Das heißt er muss jedes Risiko kennen, denn wenn er etwas übersehen hat, hat er vielleicht ein Haftungsproblem. Wie gehen Makler damit um, und wie können sie ihre Kunden unterstützen, denen manches Know-how fehlt?

Hubmann: Ein Ansatz wären Tools, die umfassend branchenspezifisch Risiken abfragen. Wichtig ist, dem Kunden seine Risiken umfassend aufzuzeigen und dann zu schauen, welche Versicherungslösung es gibt oder ob sonstige Experten hinzuzuziehen sind.

VersicherungsJournal: Nehmen wir den Datenschutz. Da kann auch ein kleines Unternehmen schnell in Schwierigkeiten kommen, auch existenzielle. Gerade in solchen Bereichen sind Prävention und Aufklärung wichtig. Existiert hier überhaupt das nötige Know-how beim Kunden, beim Makler, beim Versicherer?

Hubmann: Es gibt Versicherungslösungen dafür, und das Thema wurde in den ein, zwei Jahren, in denen es aufkam, auch fleißig angesprochen. Es gibt Spezialisten, Fragebögen, Checklisten, Unterstützung von der Wirtschaftskammer. Man muss diese Möglichkeiten aber auch nutzen.

Wollenschläger: Gerade für die Themen Datenschutz und Cyber-Gefahren gibt es Lösungen, die einfach noch wesentlich stärker angesprochen werden müssen. Wir sind derzeit intern in einer Schulungsoffensive, seither wird da auch wesentlich mehr

verkauft. Die Hemmschwelle, etwas zu verkaufen, wovon man selber wenig oder keine Erfahrung hat, ist verständlicherweise groß. Da muss der Vertrieb die Schulungsangebote wahrnehmen, um das Know-how zu erwerben, und natürlich digitale Unterstützung nutzen.

VersicherungsJournal: Ist Gewerbeversicherung zur Absicherung neuer Risiken überhaupt immer geeignet oder bedarf es anderer Mechanismen, zum Beispiel technischer Hilfsmittel?

Zauner: Für die Prävention werden gerade bei kleineren und mittleren Unternehmen generell viele technische Hilfsmittel genutzt. Wir bieten beispielsweise im Cyberbereich einen vollautomatischen

monatlichen Risikocheck. Der Kunde bekommt ein Ergebnis nach dem Ampelsystem. Die Kollegen von der IT-Assistance kontaktieren den Kunden aktiv bei etwaigen Problemen, um die Schwach-

stellen zu beseitigen. In Zukunft müssen Vorsorge, technische Tools und Versicherung viel stärker zusammengeführt werden.

VersicherungsJournal: Herr Brandstetter, sehen Sie neue Risiken im Gewerbebereich auf uns zukommen? Wenn ja, was könnte das sein?

Brandstetter: Ich denke, das Thema Seuchen-BU wird auf uns zukommen. Aber wie Herr Hubmann schon sagte: Das kann der Versicherer nicht stemmen. Auch „Cyber“ liegt auf dem Tisch. Faktum ist: Es wird Bereiche geben, die Sonderlösungen brauchen, allenfalls mit staatlicher Unterstützung. Wir lernen auch permanent dazu.

Assistance wird jetzt zusehends ein Thema, das für die Zukunft interessant werden könnte, weil gerade jetzt Risiken greifbar werden. Schulung des Vertriebs, verbunden mit plakativen Beispielen, die den Kundinnen und Kunden das Risiko vor Augen führen: Das ist der Punkt, wo wir hinmüssen – und natürlich zu verstärktem Risk-Management. Denn was ist eine Versicherung am Ende des Tages? Sie sollte ein Worst-Case-Szenario abdecken und nicht 50 Euro Schaden für eine kaputte Glasscheibe. Ich glaube, von diesem Gedanken müssen wir uns verabschieden. ■

**„Was ist eine Versicherung am Ende des Tages? Sie sollte ein Worst-Case-Szenario abdecken und nicht 50 Euro Schaden für eine kaputte Glasscheibe.“
(Klaus Brandstetter, Allianz)**

VersicherungsJournal.at

Das Wesentliche im Blick



Täglich bestens informiert

**Das Wichtigste
für Versicherungsprofis
unter www.versicherungsjournal.at**

Wie digital kann Gewerbeversicherung sein?

Im Privatkundengeschäft beginnt es beim Prämienrechner und geht bis zur Online-Schadenmeldung. Ist diese Art von Digitalisierung denn auch in der Gewerbeversicherung möglich? Zum Teil, so der Tenor einer Umfrage. Von Emanuel Lampert



Als Endkunde Prämien berechnen, Versicherungen abschließen, Schäden online melden, deren Erledigung „tracken“: Prozesse wie diese halten im Privatkundengeschäft zusehends Einzug. Wir haben Versicherer gefragt, inwieweit sich die Gewerbeversicherung für solche Prozesse eignet, welche Prozesse sie bereits digitalisiert haben und noch digitalisieren wollen – und welche sich ihrer Ansicht nach nicht für eine rein digitale Abwicklung eignen.

Komplexer als Privatkundengeschäft

„Das Firmenkundengeschäft ist je nach Branche, Unternehmensgröße und den damit verbundenen Risiken sehr facettenreich und somit komplexer als das Privatkundengeschäft“, legt die Helvetia einen

Befund, der sich mit jenem der anderen Häuser im Wesentlichen deckt; intensive Beratung und laufende persönliche Betreuung seien nötig. Digitalisierte Prozesse habe die Helvetia aber für Kommunikation und Schadenmeldungen etabliert. „Parallel dazu arbeiten wir an einem elektronischen Prozess der Haftpflichtbögen und der Risikobeurteilung für bestimmte Kundensegmente oder Teilprodukte.“

„Klassischer Self-Service“ noch am Anfang

Im Kontakt mit den Vertriebsmitarbeitern seien die Prozesse im Grunde bereits heute durchgehend digitalisiert, aber „das klassische Self-Service steht im Gewerbebereich noch am Anfang“, sagt die Wiener Städtische. Tarifvergleiche und Prämienrechner fungierten in der Regel als erster →

Was Insurtechs zu digitaler Gewerbeversicherung sagen

Was meinen Insurtechs, wie „digital“ Gewerbeversicherung sein kann? Was können ihre Dienstleistungen dazu beitragen? Was ist bereits möglich, was könnte in absehbarer Zukunft möglich sein?

„Ein immer stärker werdender Trend“

„Durchgehend digitalisierte Prozesse sind vorhanden und ein immer stärker werdender Trend, auch in der Gewerbeberatung“, sagt die Wiener Riskine GmbH. Man müsse jedoch zwischen Beratungsstrecken, die teils von den Kunden allein, teils mit Beratern durchgeführt werden, einerseits und Dunkelverarbeitung andererseits unterscheiden. Zudem erzeuge die Heterogenität der Anforderungen Komplexität: „Kleine EPUs haben einen anderen Versicherungsbedarf als ein Tech-Start-up oder ein hochspezialisiertes KMU.“

Nach den Beobachtungen von Riskine zieht die Gewerbekundenberatung im Vergleich mit der Privatkundenberatung in Bezug auf digitale Prozesse vermehrt nach. „Das erachten wir als sehr wichtig, da mit solchen Lösungen der komplexe Makler- und Versicherungsvertrieb von Gewerbekunden erheblich unterstützt werden kann.“ So werde „nicht nur der sehr mühsame, manuelle Prozess vereinfacht, sondern es eröffnen sich signifikante Cross-Selling-Möglichkeiten“.

Die aktuell von Riskine angebotene digitale Lösung soll Berater mit „ganzheitlichen digitalen Lösungen“ – samt Risikoanalyse, Bedarfsempfehlung, Deckungskonzept, Tarifvergleich und Produktabschluss – unterstützen. Sie könne nach je nach Bedürfnis individuell zusammengestellt und durch einzelne Produkte erweitert werden. Ihr Einsatz sei „auch für remote Beratungen zum Beispiel via Screen-Sharing“ möglich.

Wefox

Wefox hat bereits ein IT-System in Betrieb, das über ein Beratungstool für Privatkunden verfügt. Solches werde jetzt auch für Gewerbekunden realisiert. „Das heißt der Makler kann aus dem bestehenden Kundenverwaltungsprogramm Risikodaten, wie zum Beispiel Versicherungssummen, Gebäudeinhalt, Waren etc. ganz einfach in die Beratungsstrecke übernehmen, ohne dass er die Daten erneut eingeben muss.“ Weiters werde es einen OMDS-Datenabgleich geben, erläutert das mit Riskine kooperierende Unternehmen.

Die neue Webapplikation decke alle Schritte von der Bedarfserhebung über Spartenempfehlungen und Produktberatung bis zu Tarifvergleich und Abschluss ab. „Der Launch findet für unsere Makler noch im Jahr 2020 statt. In der Startversion wird mit der Zürich Versicherung der erste Gewerbeversicherer mit automatisiertem Angebot und Antrag voll in der Anwendung integriert sein.“ In der Erstversion gebe es die Möglichkeit, Angebote weiterer Häuser durch manuelle Eingabe im Vergleich zur Zürich darzustellen. „Diese Vergleichsangebote müssen allerdings vorerst noch auf herkömmlichem Weg angefordert werden.“ Künftig sollen weitere Versicherer eingebunden und im Deckungsvergleich automatisiert gegenübergestellt werden.

Was die Zukunft angeht, will Wefox die Voraussetzungen schaffen, Daten mittels API direkt an den Versicherer zu übermitteln und damit die Dunkelverarbeitung bzw. Direktpolizierung auch in der Gewerbeversicherung möglich zu machen. ■



Indikator für die Prämienhöhe. Gleichwohl verfüge die Städtische über einen digitalen Service, der sich direkt an die KMU richtet. Das Produkt „Cyber Protect Basic“ für KMU könne online abgeschlossen werden, ebenso eine Veranstaltungsversicherung. Schadenmeldungen könne man via Website einreichen.

Allianz: „Voll-digitalisierter Prozess“

Die Allianz hat mit „Mein Unternehmen“ seit 2019 ein Produkt für den Online-Abschluss auf dem Markt. Der „voll-digitalisierte Prozess“ gehe dort „vom Produktvorschlag über die Beantragung bis hin zu automatischer Polizzierung und digitaler Unterschrift“. Der Versicherer sieht „zusätzliches Potenzial – beispielsweise in der Schadenmeldung“.

Uniq: Vor-Ort-Beratung im Vordergrund

Wegen der im Vergleich zum Privatkundensegment höheren Komplexität sieht die Uniq „die Rolle eines gut ausgebildeten Vertriebs in der Beratung vor Ort eher im Vordergrund“ als etwa Online-Abschlüsse. Für einzelne Bereiche und Berufsgruppen, einzelne Risiken und Sparten „sind solche digitalen Prozesse aber durchaus sinnvoll und werden auch erarbeitet“. Besonders die Online-Schadenmeldung und die weitere, zumindest teilautomatisierte Schadenabwicklung, habe man bereits implementiert, „und wir arbeiten bereits an Lösungen für die nahe Zukunft“.

Voll automatisiert per Vermittler

Die Generali antwortet uns mit einem Hinweis auf ihre Gewerbeversicherung „Betrieb & Beruf“. Diese sei modular aufgebaut, was es dem Vermittler ermögliche, Produkte zur Absicherung von Unternehmensgefahren „voll automatisiert“ anzubieten.

R+V arbeitet an neuer digitaler Beratung

Die R+V betont, dass sie im Maklervertrieb arbeitet, daher nur in geringem Umfang digitale Angebote für

Endkunden bereitstellt und ansonsten den Blick auf die Prozesse zwischen Versicherer und Vertriebspartner richtet. Wesentliches Element seien hier die Tarifrheber zur Online-Angebotserstellung und -Beantragung, dazu die Online-Schadenmeldung. Derzeit sei eine „Neugestaltung der digitalen Beratung“ in Arbeit: „Künftig sollen auch Beratungen digital vereinbart und abgewickelt werden“ – was aber nicht bedeuten solle, dass der persönliche Kontakt leidet.

Großteils standardisierte Produkte

Durch Segmente wie Bauprojekte und Industrie sei das Firmengeschäft generell heterogener als das Privatgeschäft, sagt die VAV. Im KMU-Bereich „liegen jedoch großteils standardisierte Produkte auf, die ebenfalls digital verarbeitbar sind“. In VAV Pro seien bereits einige Produkte implementiert. Gewerbeprodukte für Kunden online abschließbar zu machen, sei derzeit nicht geplant.

Die Projektversicherung erachtet die VAV als weniger für eine digitale Abwicklung geeignet. „Projektbeschreibungen, Statikergutachten etc. sind nicht immer gleich und teilweise sehr umfangreich und müssen noch immer von Experten durchgearbeitet werden, um zu einer versicherungstechnischen Einschätzung zu kommen.“

Beratungsnotwendigkeit setzt Grenze

Auch die Ergo setzt in ihrer Antwort auf Berater Ebene an: Die Beratungs- und Abschlusstrecke von „Ergo fürs Gewerbe“ schlage Deckungsbausteine vor, die der Vermittler anpassen kann. Die Weiterleitung zur Polizzierung könne elektronisch erfolgen, ebenso die entsprechende Kundenkommunikation. Grenzen der Digitalisierung und Automatisierung sieht die Ergo „dort, wo aufgrund der Kundenbedürfnisse individuelle Deckungskonzepte benötigt werden und die potenziellen Versicherungsnehmer entsprechend sorgfältig beraten werden müssen“.

Mehr als nur Versicherung

Assistance, Prävention und Beratung sind nicht nur wichtig, sondern auch zunehmend gefragt – das lässt sich jedenfalls aus Aussagen von Versicherern herauslesen. Besonders Cyber- und IT-Risiken stehen im Zentrum der Aufmerksamkeit. *Von Emanuel Lampert*



Von Unwetterwarnung über Reparaturservice bis zu Autoreinigung: Privatkunden werden von Versicherern oft mit einer Reihe von Zusatzservices abseits der eigentlichen Risikodeckung bedient. Das ist für den Kunden komfortabel und kann auch der Schadenminimierung dienen.

Inwieweit sind Prävention und Assistance auch in der Gewerbeversicherung ein Thema? Sind angesichts neuer Risiken – Stichworte Cybergefahren, Datenschutz etc. – und angesichts eines allenfalls erhöhten Informationsbedarfs – zum Beispiel, weil Unternehmen „IT-Expertise“ fehlt oder sie zu klein sind, um eine eigene „Risikomanagement-Abteilung“ zu haben – neue Beratungs- und Assistance-Leistungen für Gewerbekunden vorstellbar? Wenn ja, welche, und sind in letzter Zeit bereits

derartige Angebote eingeführt worden? Das wollten wir von Versicherern wissen.

Nachfrage nach Assistance

„Neben reinen Versicherungslösungen sind – vor allem bei Gewerbekunden – heute immer stärker Präventions- und Assistance-Leistungen gefragt“, sagt Thomas Bayer, Leiter Unabhängige Vertriebe bei der Generali. Die Kunden „erwarten sich auch schon präventiv Unterstützung von ihrem Versicherer“. Die Generali „setzt ganz klar auf diese Dienstleistungen“.

„Unterstützungslösungen können auch im Gewerbebereich eine Rolle spielen, auch wenn diese bisher nicht sehr ausgeprägt im Markt etabliert sind“, konstatiert die Ergo. Prädestiniert seien



dafür Bereiche, „in denen die Unternehmen tendenziell nicht so stark aufgestellt sind - beispielsweise beim Thema Cyber im KMU-Bereich“. „Ja, neue Beratungs- und Assistance-Leistungen sind auch oder speziell für Gewerbekunden möglich und wünschenswert“, sagt die Uniqa; in der Cyberversicherung habe sie das bereits umgesetzt.

Cyber-Schwerpunkt

Generell fällt auf, dass die Antworten einen besonderen Fokus auf IT und Cybersicherheit legen. Die Wiener Städtische etwa hält die IT-Sicherheit im KMU-Sektor für „noch stark ausbaufähig“. Das bestätige die Erfahrung, die man im Zuge von Anfragen zum Produkt „Cyber Protect“ gemacht habe: „Weniger als ein Drittel der Unternehmen, mit denen wir diesbezüglich in Kontakt waren, achten auf die Verschlüsselung von Datenträgern, und nur rund 60 Prozent verfügen über einen IT-Sicherheitsverantwortlichen.“

Die Gefahr von Cyberangriffen werde unterschätzt, Präventionsmaßnahmen vernachlässigt, befindet die VAV. Kleine und mittlere Unternehmen, sagt die R+V, seien sich „der Gefahr einer Cyber-Attacke oftmals nicht bewusst“ - dies, obwohl immer mehr Geschäfts- und Fertigungsprozesse in die Onlinewelt verlagert würden. Und die Helvetia unterstreicht, Assistance sei „vor allem in der Cyberversicherung ein großes Thema“, hier würden Gewerbetreibenden „diverse Risikomanagementaufgaben abgenommen und professionell bearbeitet“.

Dementsprechend stellen mehrere Versicherer ihre Cyber-Assistance-Angebote in die Auslage. Dort finden sich Expertenhilfe an Notfall-Hotlines, Unterstützung bei Schadenbeseitigung und Datenwiederherstellung, juristische Beratung - man denke z.B. an rechtliche Folgen eines Datenlecks -, Begleitung in der Krisenkommunikation oder, zwecks Prävention, Risikochecks.

Abseits von Cyber

Ganz grundsätzlich ist aber „gerade im Gewerbebereich eine umfassende Beratung von großer Bedeutung, um die Risiken für den jeweiligen Betrieb individuell zu erkennen und absichern zu können“, merkt die Städtische an. So gebe es in der klassischen Sachversicherung unter anderem Leistungen wie die Organisation von Handwerkern, Aufsperrdiensten oder Informationen zur Beschaffung von Ersatzräumlichkeiten und -arbeitskräften. „Diese verlieren im Zeitalter von Smartphones und der ständigen Verfügbarkeit von Informationen allerdings zunehmend an Bedeutung.“

Die R+V wiederum erwähnt Assistance im Bereich der Vertrauensschadenversicherung: „Hier können Geschädigte psychologische Hilfe bei Belastungsstörungen in Folge einer Körperverletzung, Nachstellung oder eines sonstigen Versicherungsfalls einholen.“

Affinity-Lösungen

Vor allem mit Blick auf das Großkundengeschäft hält die Uniqa fest, dass auf Basis eines individuellen Risikoberichts vorbeugende Maßnahmen getroffen werden können, was nicht nur für das Schadensgeschehen, sondern auch die Prämie vorteilhaft sei. „Neben gut ausgebildeten und erfahrenen Kollegen im Underwriting und in der Risikobeurteilung werden unterstützende IT-Tools im Hintergrund immer zentraler.“

Neben Assistance und Unterstützung offeriert sie eine weitere Art von zusätzlicher Dienstleistung, nämlich „Affinity“-Lösungen für größere Firmen. „Dies bedeutet, dass wir mit modularen Versicherungslösungen den Kernprodukten unserer Kunden einen zusätzlichen Mehrwert verleihen. Dabei hat unser Firmenkunde den Vorteil, dass er sich positiv von seinem Mitbewerb abhebt und für seine Zielgruppe noch attraktiver wird.“ ■

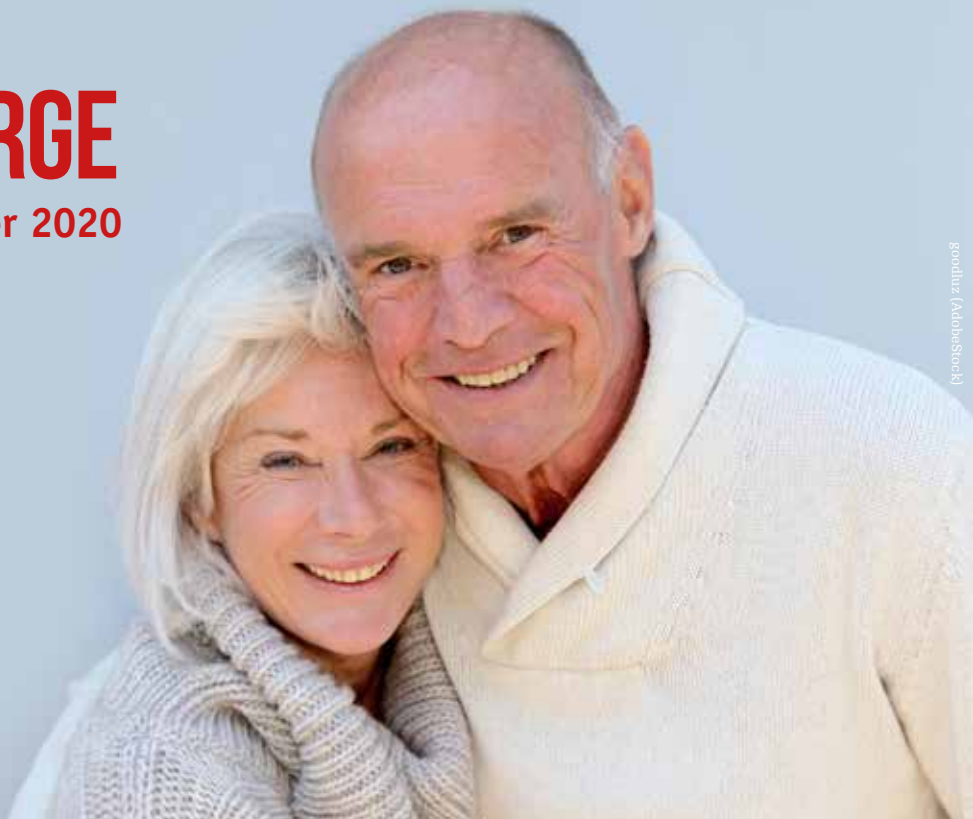
VERSICHERUNGSJOURNAL spezial

ALTERSVORSORGE

Erscheinungstermin November 2020

Anzeigenkontakt

Mag. Manfred Sadjak
 m.sadjak@versicherungsjournal.at
 Tel.: +43 (0) 664 / 516 01 72



goodluz (AdobeStock)

Einiges zu unternehmen in Sachen Versicherung

Sowohl bei Gründung als auch laufendem Betrieb gilt es in puncto Risikoabsicherung einiges zu beachten. Versicherungsmakler Thomas Matzelberger gibt einen Überblick über eine Reihe wesentlicher Punkte. *Von Emanuel Lampert*



Am Anfang stehen eine (hoffentlich) gute Idee, ein (hoffentlich) gutes Konzept - und eine Menge Dinge, an die man „nebenher“ auch noch denken muss, wenn man ein Unternehmen aus der Taufe

hebt. Für angehende Unternehmer und ihre Versicherungsberater gibt es in der Gründungsphase nicht zuletzt in puncto Versicherung einiges zu bedenken.

Wenn es losgeht

Basis des Versicherungskonzepts ist die Bestandsaufnahme der relevanten allgemeinen Daten zum Unternehmen, schickt **Thomas Matzelberger**, Versicherungsmakler aus Salzburg, gegenüber dem „VJ spezial“ voraus. Das beginnt bei der Frage, in welcher Rechtsform der neue Marktteilnehmer tätig sein wird, in welchem Bereich – Handel, Produktion, Dienstleistung etc. –, in welcher Branche und in welchen geographischen Märkten.

Auch die räumliche Verortung des Unternehmens selbst spielt eine Rolle, macht Matzelberger aufmerksam: Befindet sich der Betrieb in einer exponierten Lage? Besteht ein Hochwasserrisiko? Wie sieht der Brandschutz aus, wie kann die Feuerwehr zufahren? Wird im Betrieb Bargeld aufbewahrt, gibt es Geldbotenwege? Sind Sicherungen wie Alarmanlage, Videoüberwachung oder ähnliches vorhanden? Sind mehrere Standorte geplant?

Von Bedeutung seien weiters Art und Umfang der Betriebseinrichtung (Maschinen, technische, kaufmännische Einrichtung), ein allfälliger Fuhrpark, die Frage, ob es gemietete oder geleaste Wirtschaftsgüter, eigene oder gemietete Gebäude gibt. Soll auch fremdes Eigentum mitversichert werden? Ebenso zu beachten: Ist der Betrieb von anderen Firmen abhängig, beispielsweise von Bauteillieferanten? Zu klären gelte es auch, welche Anzahl an Mitarbeitern geplant ist und wie diese arbeiten werden, in Vollzeit, Teilzeit, Schichtbetrieb. Als weitere zu beachtende Aspekte führt Matzelberger etwa Beteiligungen oder den Wareneinsatz an.

Anhand dieser Informationen könne dann beraten und anschließend die Ausschreibung für die verschiedenen Versicherungssparten vorgenommen werden – sei es nun eine Betriebsversicherung, die unter anderem bei Feuer, Sturm, Diebstahl schützt, Versicherungen für Betriebsunterbrechungs-, Betriebshaftpflicht-, Forderungsausfall-, Cyber-, D&O-, Cyber-Risiken oder andere erforderliche Absicherungen.

Wenn es schon läuft

Die Gründung ist „erledigt“, der Betrieb läuft. Was ist einem bestehenden Unternehmen zu empfehlen, um laufend adäquat versichert zu sein? Wie gehen Berater am besten vor, um sicherzustellen, dass ihre Gewerbekunden stets adäquat versichert sind?

Thomas Matzelberger



Das Wichtigste sei, dass der Makler – auch wenn sein Auftrag hinsichtlich gewisser Sparten eingeschränkt sein mag – einen Überblick über alle Verträge hat. „Durch können Doppelversicherungen vermieden werden“, erklärt Matzelberger, es könne auch zu keiner Versicherungslücke kommen. „Gleichzeitig können so auch die Prämien optimiert werden.“

Um die laufende Versicherung zu prüfen, empfiehlt er zudem Maßnahmen wie etwa eine Gebäude- oder Inhaltsversicherungssummenermittlung, die mit einem Sachverständigen durchgeführt werden kann. „Oder einen Risk Survey zu erstellen, den man gemeinsam mit dem Kunden begleiten kann.“

Wichtig wären auch regelmäßige, gemeinsam mit dem Geschäftsführer durchgeführte Betriebsbesichtigungen, um eventuelle Veränderungen zu besprechen, die ebenfalls risikorelevant sein können. Auch die Warenbestände seien immer in die Gespräche einzubeziehen, da diese oft Schwankungen oder wertmäßigen Veränderungen unterworfen seien. Nicht zu vergessen wäre, so Matzelberger, „Deckungsbeitrag und Haftungszeitraum für die BU-Versicherung zu besprechen, da hier leider oft die versicherten Werte nicht stimmen oder sich das Unternehmen verändert hat“.

Damit der Makler gegebenenfalls frühzeitig zu wichtigen Punkten in Sachen Betriebs- und Brandschutz beraten kann, sei auch wichtig, die Zukunft im Auge zu haben: Matzelberger erwähnt eine Kalkulationsvorschau hinsichtlich der Umsatzentwicklung, eine Investitionsvorschau mit Blick etwa auf neue Betriebsgebäude, aber auch die Aufklärung über neue Produkte wie zum Beispiel Vorsorge gegen Cybercrime und andere aufkommende Themen.

Alle dies „und noch viele Details“ sollten jährlich besprochen werden, sagt Matzelberger. So seien Versicherungsnehmer und Makler immer auf aktuellem Stand, man könne individuell auf die Bedürfnisse eingehen und die Verträge entsprechend anpassen oder abschließen. ■

Cyber-Risiken. IT gehackt.

 **Gedeckt.**

Digital sicher: optimal geschützt vor Hackern und Cyberangriffen.

Die Helvetia Best Business Cyber-Versicherung bietet Ihnen als Unternehmen eine **umfassende Absicherung gegen die Risiken beim Umgang mit digitalen Daten**. Versichert werden sowohl die Verletzung der Vertraulichkeit als auch der Verfügbarkeit von elektronischen Daten und IT-Systemen. So schützen Sie sich aktiv vor Cyberkriminalität, Hackerangriffen & Co.

einfach. klar. helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung

