

Kolumne

Innovation – Fata Morgana der Versicherungswirtschaft

Die Klagen über eine mangelnde Innovationsbereitschaft der Versicherer häufen sich. Selbstverständlich sind die Preise für neue Versicherungsprodukte zu hoch und die Produkte selbst zu spät verfügbar. Die Versicherer scheinen dem Ruf nach Innovationen hilflos gegenüberzustehen und können den abstrakten Vorwürfen kaum Fakten entgegensetzen. Aber auch die Strukturen auf Seiten der Versicherungsnehmer stellen ein Hindernis dar.

Die versicherungsnehmende Wirtschaft kritisiert seit Jahren, dass es für viele neuere Unternehmensrisiken keinen adäquaten Versicherungsschutz gebe. Insbesondere die sogenannten Emerging Risks wie Energie und Rohstoffknappheit, Klimawandel, politische Unruhen und die daraus folgenden Einzelrisiken würden von den Versicherern nicht oder nicht in angemessener Geschwindigkeit berücksichtigt. Die Versicherer beklagen wiederum, dass die Versicherungsnehmer neue Produkte, wie beispielsweise die Betriebsunterbrechungs-Versicherung ohne Sachschaden oder Cyber-Risk-Policen, nur zögerlich aufnehmen.

Die Frage ist, weshalb zu wenig Innovationskraft in der Versicherungswirtschaft stecken soll. Ist das Produkt Versicherung möglicherweise innovationsfeindlich? Oder sind aufgrund mangelnder Risikoerfahrungen die Versicherer gar nicht in der Lage, auf die Kunden zu reagieren, da sie den Versicherern gar keine Chance geben?

Versicherer können ihre Produkte nur dann anbieten, wenn sie Risiken und Prämien auf Grundlage ausreichender Erfahrungswerte einschätzen und kalkulieren können. Erschwerend kommt hinzu, dass nur die größten Versicherer eigene Forschungs- und

Entwicklungsabteilungen unterhalten, die sich mit den Möglichkeiten von Innovationen befassen. Ein Supertanker zeichnet sich aber nicht durch seine schnelle Reaktionsmöglichkeit aus.

Gleichzeitig machen es die Strukturen auf Versicherungsnehmerseite nicht einfacher. Die versicherungsnehmende Wirtschaft ist es gewohnt, das Produkt Versicherung über Makler oder eigene Abteilungen schlicht einzukaufen. Investitionen in die Risikoanalyse im Hinblick auf neue Risikovarianten für gewünschte Versicherungsprodukte kommen im Rahmen des Einkaufsverhaltens nicht in Betracht. Für die Versicherer ist es verständlicherweise schwierig, Produkte anzubieten, ohne den konkreten Bedarf zu kennen. Die Versicherungsnehmer formulieren gelegentlich Partikularinteressen, wenn einzelne Branchen oder einzelne große Unternehmen von bestimmten, nicht vorhergesehenen Risiken überrascht werden.

Die Versicherungsnehmer müssen ihre Risiken kennen und artikulieren

Ein konkreter Austausch mit den Versicherern über die Entwicklung von neueren Risiken und dem daraus folgenden, konkreten Bedarf findet im Detail nicht statt. Auch die Verbände der Versicherungsnehmer reagieren lediglich auf die neu vorgelegten Produkte der Versicherer. Sie artikulieren die Kritik und hoffen auf Veränderung. Auf dieser Basis Innovation zu fordern, ist ein Zirkelschluss.

Es ist die Aufgabe der Versicherungsnehmer, ihre Risiken rechtzeitig zu erkennen und zu artikulieren. Wenn sie von Risiken überrascht werden und danach nach Innovation rufen und den Versicherern vorwerfen, nicht vorbereitet zu sein, ist fraglich, ob die Strukturen auf der Käuferseite geeignet sind. Auf der Seite der Versicherungsnehmer ist es für einen Industriekonzern häufig schon ein unüberwindbares Problem, die verschiedenen Aufgaben des Risikomanagements so zu verknüpfen, dass der Versicherungsbedarf klar ist. In den Unternehmen sind die Zuständigkeiten für die Risikoerfassung unterschiedlich verteilt. In dem einen Unternehmen unterliegt das Thema Versicherung dem Bereich Finanzen („Versicherung kostet nur“), im anderen Unternehmen ist es Teil des Controllings, im nächsten Unternehmen ist es Aufgabe der Compliance und andere lagern den Geschäftsbereich Versicherung komplett aus.

Erforderlich ist eine Verknüpfung der Informationen aus allen Bereichen des Risikomanagements, um Gefahren rechtzeitig zu erkennen. Nur dann können die Versicherungsnehmer den Bedarf bei den Versicherern rechtzeitig anmelden. Hier sind die Verbände

der Industrieversicherungsnehmer aufgerufen, eine Plattform zur Verfügung zu stellen, um mit den richtigen Ansprechpartnern auf beiden Seiten aufkommende Entwicklungen zu erfassen und konkrete Erfahrungswerte auszutauschen. Abstraktes Schwadronieren über einen möglichen Bedarf hilft nicht weiter. Vielleicht versetzt eine verbesserte Zusammenarbeit bei der Produktentwicklung die Versicherer in die Lage, dem Ruf nach Innovation nachzukommen. Gegenwärtig stehen sich Käufer und Verkäufer des Produkts Versicherung mit mangelnden Strukturen kaum handlungsfähig gegenüber.

Dr. Mark Wilhelm, LL.M.
Rechtsanwalt
Master of Insurance Law
Fachanwalt für Versicherungsrecht

Wilhelm Rechtsanwälte
Partnerschaft von Rechtsanwälten
Reichsstraße 43
40217 Düsseldorf

Telefon: + 49 (0)211 687746 - 12
Telefax: + 49 (0)211 687746 - 20

www.wilhelm-rae.de
mark.wilhelm@wilhelm-rae.de

AG Essen PR 1597