

Unternehmen kennen die Risiken nicht

Der Fußballclub 1860 München, der Uhrenhersteller Festina und fünf der größten Kücheneinkaufsverbände in Europa – das Stadtlochner Versicherungsbüro der Allfinanz Deutsche Vermögensberatung AG, Voss & Hilverling oHG, hat in seiner Referenzliste einige prominente Namen. Der Grund: Die Geschäftsführer, Peter Voss und Stefan Hilverling, haben, neben dem „Alltagsgeschäft“, einen Schwerpunkt auf die Betreuung von Firmenkunden gelegt. Im Interview mit *Wirtschaft aktuell* erklären die beiden, warum viele Unternehmen nicht umfassend genug versichert sind und sie verraten, was sie mit der Renovierung des (laut Reiseführer) „besten Hotels in Paris“ zu tun haben.

Wirtschaft aktuell: *Herr Hilverling, Herr Voss, Sie haben naturgemäß Kontakt zu vielen Unternehmen. Wie bewerten Sie deren Versicherungsschutz?*

Stefan Hilverling: Viele Unternehmen sind nicht bedarfsgerecht versichert, weil sie die Risiken nicht wirklich kennen.

WA: *Das müssen Sie näher erläutern.*

Peter Voss: In nahezu jedem Unternehmen gibt es Risiken, die für den Laien nicht auf den ersten Blick erkennbar sind. Während es für die meisten unserer Firmenkunden beispielsweise vollkommen normal ist, ihre Fuhrparks zu versichern, weil sie das Risiko kennen, gibt es andere Risiken, zum Beispiel im Produktionsprozess oder in anderen relevanten Bereichen, die sie gar nicht erst als potenzielle Gefahr ausmachen.



Stefan Hilverling (links) und Peter Voss warnen: Viele Unternehmer kennen nicht alle Risiken im Alltagsgeschäft.

WA: *Können Sie ein Beispiel nennen?*

Hilverling: Der größte Schadenfall, den wir betreut haben, ist bei einem Unternehmen entstanden, das den Auftrag hatte, Schiffsklappen für Bagerschiffe zu bauen. Die Schiffe kamen später bei der Aufschüttung der künstlichen Inseln vor Dubai zum Einsatz. Bei dieser Arbeit sind dann aber Bolzen, die unser Kunde in China zugekauft hatte, gebrochen. Der endgültige Schaden lag im siebenstelligen Euro-Bereich. Nicht weil die Ersatzteile so teuer waren, sondern weil die Ausfallzeit sehr hoch war, da die Schiffe zur Reparatur bis nach Singapur ins Dock geschleppt werden mussten. Das kostete viel Zeit und natürlich auch eine Menge Geld. Ohne Versicherung hätte das unseren Kunden womöglich sogar die Existenz kosten können. Andere Unternehmen wären gar nicht erst auf die Idee gekommen, diese zugekauften Bauteile zu versichern. Es gilt daher, das Risikobewusstsein der Unternehmer zu schärfen. Man muss sicher nicht alle Risiken versichern, aber kennen sollte man sie schon.

WA: *Fälle, wie der von Ihnen genannte, sind hochkomplex. Wie kommen Sie da zu einer angemessenen Risikobeurteilung?*

Voss: Indem wir intensiv mit unseren Kunden sprechen und eingehende Analysen vornehmen. In diesem Metier läuft nichts über Standardverträge. Fast jeder Fall ist anders und nicht selten kommen so 100-seitige Ausarbeitungen zustande. Diese Dinge sind, Sie haben es gesagt, hochkomplex. Aber genau das war der Grund, warum wir uns auf dieses Feld spezialisiert haben. Wir haben uns so eine Nische erschlossen, in der die Konkurrenz nicht allzu groß ist. Natürlich gibt es die einschlägigen Großmakler, aber die arbeiten in der Regel eben auch nur mit den ganz großen Unternehmen zusammen. Unterhalb dieser Ebene tummeln sich nicht allzu viele Versicherungsmakler, die sich auf Firmenkunden spezialisiert haben. Die meisten kleineren Versicherungsbüros beschäftigen sich damit, wenn überhaupt, nur am Rande.

WA: *Wie aufwendig ist das für Sie?*

Hilverling: Der nationale, aber auch der internationale Markt sind natürlich immer in Bewegung. Daher müssen wir uns durch zahlreiche Schulungen und über den direkten Draht zu unseren Partnerunternehmen immer auf dem neuesten Stand halten. Und das ist auch dringend

erforderlich. Nehmen Sie folgenden Fall: Einer unserer Kunden, der weltweit aktiv ist, wollte eine Gesamtpolice in Sachen internationale Haftpflicht. Das Unternehmen ist in zahlreichen Ländern dieser Welt unterwegs und wollte sich entsprechend global absichern. Sie können sich vorstellen, dass uns das alles abverlangt hat, weil wir schlicht und ergreifend sehr viele Dinge berücksichtigen mussten. Unsere Kontakte und die regelmäßigen Schulungen kommen uns in derartigen Fällen natürlich zugute.

WA: *Internationale Versicherungen, Großkunden wie Festina oder 1860 München – das hört sich aber schon nach großer Welt an.*

Voss: Das ist zum Teil auch so. Wenn unsere Kunden international aktiv sind, dann passen wir uns natürlich an. Fakt ist aber auch, dass der Großteil hier aus der Region kommt, dazu gehören Mittelständler, aber auch Kleinbetriebe. Und natürlich arbeiten wir nach wie vor für zahlreiche Privatpersonen. Dass Kunden wie Festina, 1860 München oder fünf der großen Kücheneinkaufsverbände im deutschsprachigen Euro-Raum für uns imagefördernd sind, freut uns, ändert aber nichts an unserer Ausrichtung.

WA: *Spannend sind derartige Kunden aber allemal. Wie sind die denn auf Sie aufmerksam geworden?*

Hilverling: In der Versicherungsbranche läuft sehr viel über Mundpropaganda. Ein Kunde empfiehlt uns und schon kommen neue Gespräche zustande. Das funktioniert bei den bekannten Unternehmen nicht anders. In unserer Branche sind darüber hinaus persönliche Kontakte besonders wichtig – es geht darum, Vertrauen aufzubauen. Schließlich müssen unsere Kunden viele sensible Dinge offenlegen und das macht niemand leichtfertig. Ohne persönliche Gespräche funktioniert das nicht.

Voss: Auf diesem Wege kommen dann übrigens immer wieder neue, spannende Projekte zustande. Aktuell wirken wir so zum Beispiel indirekt an den Umbauarbeiten am weltbekannten Hotel Four Seasons George V in Paris mit. Einer unserer Kunden hatte den Zuschlag für die kompletten Modernisierungsarbeiten an dem Luxushotel bekommen. Die Haftpflichtversicherung für den kompletten Umbau haben wir organisiert. Und Sie können sich vorstellen, eine Deckung von 30 Millionen ist selbst für unsere Gesellschaft keine Kleinigkeit.

Das Interview führte: Michael Terhörst