



## VERSICHERUNGSMANAGEMENT IN DER INDUSTRIEVERSICHERUNG – MAKE OR BUY?

**Zunehmende Globalisierung, Digitalisierung und Konnektivität – um nur einige der Megatrends zu nennen – sorgen für immer höheren Kostendruck. Insbesondere in Hochlohnländern wie Deutschland steht die Einsparung von Personalkosten hoch im Kurs. Da verwundert es nicht, dass auch produktionsferne Servicebereiche wie etwa das Headquarter mit den Zentralfunktionen in puncto Outsourcing immer wieder auf dem Prüfstand stehen. So auch das internationale Versicherungsmanagement. Gleichzeitig werben Versicherungsmakler und -berater mit besseren und kostengünstigeren Lösungen.**

In den Unternehmen stellt sich manchmal die grundsätzliche Frage: „Make or Buy“?

Die Antworten sind für alle Organisationsformen, ob als Versicherungsabteilung oder rechtlich selbstständiger firmenverbundener Vermittler, gleichermaßen zutreffend. Für eine bessere Lesart wurde der Begriff „interne Versicherungsstelle“ gewählt. Die hier im Fokus stehenden groß- und mittelständischen Unternehmen werden unter dem Begriff „Unternehmen“ subsumiert.

Die Herausforderungen, denen sich die Unternehmen stellen (müssen) und deren Versicherungsrelevanz, nehmen die Antwort fast schon vorweg:

- Global Player / Internationale Versicherungsprogramme  
Umgang mit unterschiedlichen Rechtssystemen, Steuersystemen, politischen Situationen etc.

- Vielfältige, verschiedenartige M&A-Transaktionen (Asset Deal, Share Deal, Buy-Out etc.)
- Umgang mit vertraulichen Informationen während der Due Diligence
- Komplexe Strukturen (Beteiligungsstruktur, Konsolidierungsstruktur etc.)
- Unterschiedliche Rechtssysteme
- Unterschiedliche parallel betriebene ERP-Systeme als Folge der M&A-Aktivitäten
- Oftmals heterogene Produktlandschaft
- Aktives Risikomanagement mit neuen Risiken, wie Cyberkriminalität
- Transferpreis-Thematik
- Forderung nach einer Versicherungsstrategie, die die Unternehmensstrategie widerspiegelt
- Komplexe Schadenfälle (Root Cause nicht eindeutig feststellbar, mehrere verantwortliche Parteien)
- Verknappung / Erhärtung der Versicherungsmärkte
- Schwierigkeiten, passende (oder überhaupt) Deckungen einkaufen zu können, und wenn möglich zu marktgerechten Preisen.

nen, und wenn möglich zu marktgerechten Preisen.

- Ein unternehmensinternes Versicherungsmanagement kann diesen Anforderungen gerecht werden.

Die Argumente im Einzelnen:

### Immaterielle Faktoren ohne direkten Einfluss auf das Unternehmensergebnis

#### Unternehmensinterne Informationen

Das wirtschaftliche Umfeld ist schnelllebig. Startups wachsen aus dem Boden wie Pilze. Um am Markt bestehen zu bleiben, veranstalten Unternehmen Ideen-Workshops für die Mitarbeiter, um neue Impulse für Produktentwicklungen zu erhalten. Diese münden bestenfalls in eigene Startup-Unternehmen. Es werden Prototypen zu Testzwecken an einen oder mehrere Kunden geliefert. Streng vertraulich, um den Entwicklungsvorsprung zu erhalten. Die Produktentwicklungen haben oftmals nichts mit dem in der Produkthaftpflichtversicherung vereinbarten Lieferprogramm zu tun. Der vertrauensvolle und persönliche Kontakt mit dem Versicherer ist wichtig, um:

- die Produkte in den Versicherungsschutz einzuschließen. Bei kompletten Neuentwicklungen ohne versiche-