



Rang 9: Amadeus aus Madrid (Spanien) beliefert die Reisebranche mit IT. Umsatz: 4,5 Milliarden Dollar.



Rang 10: Der IT-Spezialist CA Technologies aus New York (USA) setzt 4,3 Milliarden Dollar um.

Im Nu abgeschlossen

Firmenversicherung Obwohl vor allem Kleinfirmen Standardprodukte benötigen, können sie sich nicht online versichern. Das ändert sich nun.

CHARLOTTE PAUK

Viele Anbieter locken Neukunden mit dem Versprechen: «Mit wenigen Klicks zu Ihrer Versicherung». Angesprochen werden auf den Online-Portalen allerdings nur Privatkunden. Wer Unternehmensversicherungen braucht, dem bleibt nur der Weg über einen Berater. Will man verschiedene Versicherungen prüfen, summieren sich die Stunden, die man mit den Beratern verbringt, zügig. Einzig die berufliche Vorsorge für die Belegschaft und den Chef bieten die Versicherungen Swiss Life und Zurich mit der Sammelstiftung Vita online an.

Anmelden können sich aber nur frisch gegründete Jungunternehmen mit höchstens 9 bei Swiss Life respektive 20 Mitarbeitenden bei Zurich. Bei der Allianz können Unternehmen ihr Auto mit ein paar Klicks versichern. Bei allen anderen Unternehmensversicherungen legt der Versicherer Wert darauf, dass der Bedarf vorher durch einen Berater abgeklärt wird, so Hans-Peter Nehmer von Allianz.

Komplizierte Abschätzung

Der Grund dafür, dass die Online-Versicherungen Unternehmenskunden nicht angeboten werden, liegt in der Risikoabschätzung, so der Tenor der Versicherungen. Im Zeitalter von Big Data und der Möglichkeit, die Datenmengen aufzubereiten, können Versicherungen die Risiken ihrer Kunden besser abschätzen und dies auch für ihre Zwecke nutzen. Es sollte möglich sein, als Unternehmenskunde die Firmenrisiken mit einer Software abzuschätzen. Technisch sei das kein Problem, doch seien Unternehmen nicht bereit, zentrale Unternehmensrisiken und heikle Daten auf anonymen Plattformen zu teilen,

ohne zu wissen, wer was mit diesen Daten in Zukunft anstellen wird. Der Vergleich von Unternehmensversicherungen online habe sich im deutschen Markt nach verschiedenen Versuchen noch nicht durchgesetzt, so Rolf Th. Jufer, Geschäftsleitungsmitglied des Versicherungsbrokers Funk. Er sieht die Möglichkeit zu Online-Versicherungen für Kleinunternehmen, die unter Umständen mit Standardlösungen am besten bedient sind. Funk selbst hat dies nicht im Angebot. «Wir setzen vor allem auf die persönliche Betreuung und die detaillierte Analyse», so Jufer. Auch er intensiviert seine Online-Bemühungen – wenn auch nur für die bestehenden Kunden. Diese sollen über das Funk-Portal die Bewertung ihrer Risiken aktualisieren können, wenn sich Änderungen ergeben. «Wichtig ist aber, dass dies auch online in einem geschützten Rahmen stattfindet», so Jufer. Das Angebot ist im Aufbau und soll im ersten Quartal des kommenden Jahres in Betrieb gehen.

Ein weiterer Anbieter ist der Versicherungsbroker Hesse & Partner. Für Unternehmenskunden vertreibt er über sein Portal iSure Bau- und Montageversicherungen, Versicherungen für Gebäude, Fahrzeugflotten, Unfallzusatz und Organhaftpflicht für Unternehmenskunden. Das Portal können auch andere Versicherungsanbieter nutzen. iSure ist kein Instrument zum Vergleich von Prämien und Deckungen, wie dies die Vergleichsportale anbieten, sondern eine Plattform zur Erfassung und Bewertung von Risiken. Aufgrund seiner Risikoangaben wird dem Kunden eine Versicherung mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis in Form einer Offerte vorgeschlagen, wie Tanja Jung, geschäftsführende Partnerin bei Hesse & Partner, sagt. Er entscheidet dann mit seiner Zahlung, ob er die Offerte annimmt. Zielgruppe sind vor allem KMU aus verschiedensten Branchen. Für Unternehmenskunden mit komplexerer Risikoabschätzung oder einem Risikomanagement, die ein individuelles Versicherungsbündel benötigen, ist demnächst auf dem iSure-Portal eine Online-Analyse verfügbar. Dort wird der Kunde durch einen

Prozess geführt, vom Umgang mit einzelnen Risiken über aktuelle Versicherungslösungen hin zu festgestellten Lücken und deren Optimierungspotenzialen. «Es sind diejenigen Fragen, die wir unseren Kunden auch während der ersten Beratungsgespräche stellen würden», so Jung.

Junge Generation

Das Analysetool lässt den Unternehmenskunden erkennen, ob seine Risiken adäquat gedeckt sind oder ob Handlungsbedarf besteht. Im zweiten Fall erhält der Kunde eine Zusammenfassung der Risiken, die er dann mit dem Berater bespricht. «Arbeitslos werden wir durch das Online-Angebot nicht», schmunzelt Jung, «es ist weniger eine Konkurrenz als eine Beschleunigung des Beratungsprozesses und ein Unterstützungsinstrument für die Kunden wie auch für uns. Nach der schnelleren Erstklärung ist unser Wissen für die Kombination der Versicherungen für individuelle Lösungen gefragt. Gerade für Industriekunden ist dies unerlässlich.» Interessant ist dies für Risk Manager und Versicherungsverantwortliche, die eine einfache, automatisierte, aber doch professionelle Unterstützung bei der Erfassung, Aktualisierung und regelmäßigen Überprüfung ihrer Risiken suchen. Ob die Risiken vollständig erfasst und richtig versichert sind oder nicht, beantwortet das Portal umsonst. Auf dem traditionellen Weg lassen sich Versicherungsberater dafür meist mit einer vierstelligen Summe entschädigen.

Ein zusätzlicher Nutzen für den Kunden ist die Bereitstellung seiner Daten auf einer vom Versicherer entkoppelten Plattform. Somit ist sichergestellt, dass diese – einmalig eingegeben – für diverse Prozesse immer wieder genutzt werden können und im Eigentum des Kunden bleiben.

Wie viele Unternehmenskunden die Online-Versicherungen nutzen, lässt sich noch nicht abschätzen. Da die Generation an die Spitze der KMU gelangt, die gewohnt ist, ihre privaten Versicherungen per Mausklick abzuschliessen, ist davon auszugehen, dass die Nachfrage auch für Firmenversicherungen ansteigen wird.

Zukunftsmodell Industrie 4.0

Innovation Die Wertschöpfungskette wird durch das Internet der Dinge verändert. Hiesige Firmen drohen den Trend zu verpassen.

CHRISTIAN BÜHLMANN

Smart soll sie werden, die neue Welt. Künftig werden nicht nur wir Menschen vernetzt sein, sondern auch die Dinge rings um uns herum. Mittels Sensoren, Robotik und Automatik werden sie zu Leben erwachen und miteinander kommunizieren können. Sie werden sich gegenseitig informieren, wenn ihnen etwas fehlt oder was sie gerade tun. Internet der Dinge heisst das Zauberwort, das die Menschheit – oder wenigstens einen Teil davon – in ein neues Zeitalter katapultieren wird. Dieser Wandel, digitale Transformation genannt, ist keine Zukunftsmusik, sondern findet schon seit einiger Zeit statt.

Einen Teil dieses «Internet of Things» bildet der Begriff Industrie 4.0. Dabei ist die Technologie nur ein Teilaspekt eines neuen Fertigungskonzepts, welches das Potenzial hat, eine neue, vierte industrielle Revolution auszulösen. Hintergrund bilden die Globalisierung von Nachfrage und Produktion, ökonomische und ökologische Überlegungen, Rohstoff- und Ressourcenmanagement, demografischer Wandel und das Konsumverhalten. Industrie- und Logistikunternehmen sehen sich täglich mit Veränderungen konfrontiert, welche existenziellen Leidensdruck erzeugen.

Als Silberstreifen am Horizont verspricht Industrie 4.0 den Aufbruch in eine neue Epoche der industriellen Fertigung. Sich selbst steuernde, dezentral organisierte Produktionseinheiten werden über eine nie gekannte Flexibilität verfügen. Industrie 4.0 geht von einer totalen Vernetzung und interdisziplinären Zusammenarbeit aller Wertschöpfungspartner aus. Die zentralistisch aufgebauten Fertigungskonzepte werden zu Industrie-Dinosauriern. Der Wandel verspricht neue Möglichkeiten auch gerade für Unternehmen in der Schweiz. Trotzdem fällt

einem auf, dass das Wahrnehmungsspektrum von Industrie 4.0 derzeit weit entfernt von jeder Euphorie ist. Oft stellt man hierzulande folgende Reaktionen fest:

1. Die Schweiz entwickelt sich immer mehr vom Produktionsstandort zu einer Dienstleistungsnation, daher ist Industrie 4.0 kein Thema für uns.
2. Industrie 4.0 ist nur ein Marketinghype. Viele Prozesse – auch in der Fertigung – sind bereits digitalisiert oder werden durch Software unterstützt.
3. In Ländern mit riesigen Märkten wie Deutschland, USA, China usw. mag durchaus ein Bedarf an Industrie 4.0 vorhanden sein. Die Schweiz ist klein und überschaubar, wir brauchen das nicht.
4. Jede industrielle Revolution – Dampfmaschine, Fließbandarbeit, Massenproduktion – hat gesellschaftliche Werte

Das Konzept Industrie 4.0 ist bei Schweizer Firmen noch kaum bekannt.

zerstört und soziales Elend bewirkt. Die grosse Herausforderung ist nicht die Technik, sondern der Mensch.

Der Paradigmenwechsel, den Industrie 4.0 verspricht, könnte so gewaltig sein, dass dank den Möglichkeiten und der Wirtschaftlichkeit einer smarten Fertigung die Produktion aus den Billiglohnländern zurück nach Europa wandert. Intelligenz statt Arbeitskraft? Nicht der einzige brisante Aspekt, den Industrie 4.0 als Büchse der Pandora enthält.

Die Thematik ist komplex. Die Zeit, um abzuwägen und abzuwarten, fehlt. Wer zögert, droht den Anschluss an die Zukunft zu verpassen. Die digitale industrielle Revolution wird in der Schweiz kaum zur Kenntnis genommen. Eine beunruhigende Perspektive, denn industrielle Veränderungen haben in der Vergangenheit immer auch zu gravierenden gesellschaftlichen Veränderungen geführt.

Christian Bühlmann, Bereichsleiter Publishing, Schmid + Siegenthaler Consulting, Neuenkirch LU.

ANZEIGE

Die am häufigsten weiterempfohlene Enterprise Software

Global ERP User Satisfaction Survey von i2s

Opacc Extended Enterprise Software

OpaccERP®
OpaccEnterpriseShop®
OpaccEnterpriseCRM®
OpaccOXAS®

servicebasiert SOA | webbasiert | cloudready | updatefähig | skalierbar | swissmade

Extended Enterprise Software

Die neue digitale Collaboration zwischen Anwendern, Systemen und Unternehmen
www.opacc.ch

