



Bilder: Linda Pollari

*«Es muss darum gehen,
Risiken sichtbarer zu machen
und sie zu quantifizieren.»*

**Urs A. Bleisch, CEO von Funk Insurance Brokers AG,
über den Stellenwert des heutigen Risk Managements**

«Wir denken in Generationen»

Die Funk Insurance Brokers AG ist einer der grössten Versicherungsbroker in der Schweiz. Trotz Zugehörigkeit zu einem Hamburger Familienunternehmen hat Funk ihre schweizerische Eigenständigkeit bewahren können.

VON THOMAS BERNER

Risiko und Sicherheit gehören in Schweizer Unternehmen nicht immer zu den Lieblingsthemen. Schön ist es aber, wenn man sich darauf verlassen kann, richtig versichert zu sein. Die Funk Insurance Brokers AG sieht sich nicht als Vermittler von Versicherungslösungen, sondern als umfassender Berater im Bereich des Risk Managements. Seit 2010 ist Urs A. Bleisch CEO und Partner des Unternehmens und seit 2017 auch Präsident des Verwaltungsrates.

Herr Bleisch, wir haben Sie im Vorfeld des Interviews gebeten, einen symbolischen Gegenstand, der für Sie für den Begriff «Sicherheit» steht, mitzubringen. Was zeigen Sie uns?

Urs A. Bleisch: Ich habe hier ein Schweizer Sackmesser mit einem dazugehörigen Kompass. Dieser symbolisiert für mich sehr gut die analoge Sicherheit. Denn im digitalen Wandel ist es umso wichtiger, unsere analogen Kenntnisse und Fähigkeiten nicht zu vergessen. Als Segler weiss ich die Dienste eines Kompasses sehr zu schätzen, vor allem dann, wenn die digitalen Helfer versagen sollten.

Was bedeutet nun der Begriff «Sicherheit» für Sie als Chef eines Versicherungsbrokers?

Für mich geht es da um zwei Dimensionen. Zum einen gesellschaftlich: Sicherheit ist ein Grundwert, die Basis für Freiheit. Zum anderen unternehmerisch: Sicherheit bildet u.a. einen fruchtbaren Boden für Kreativität. Oder anders gesagt: Ein Kreativitätsprozess setzt einen gewissen Grad an Sicherheit voraus. Aber bei «Sicherheit» sprechen wir automatisch auch von «Risiken und Chancen». Der richtige Umgang mit Risiken schafft erst jene Transparenz, die man für die Einschätzung des unternehmerisch Machbaren benötigt.

Dieses Jahr wird die Funk Gruppe 140-jährig. Wie geht man als Schweizer Niederlassung das Jubiläum?

Die Funk Gruppe kümmert sich seit ihrer Gründung darum, Werte von Unternehmen zu sichern. Zunächst geht es um ökonomische Werte. Aber es gibt auch noch anderes, was uns viel wert sein muss, etwa die Natur. Deshalb wollen wir als Funk Gruppe in Myanmar für jedes Jahr unseres Bestehens 1000 Mangrovenbäume pflanzen. Neben dem ökologischen Effekt schafft diese Aktion in der betroffenen Gegend neue Arbeitsplätze und trägt so zur sozialen Sicherheit bei. Zudem sind an den Standorten unserer Niederlassungen in der Schweiz und in Liechtenstein Baumpflanzaktionen geplant, die symbolisch auf unser grosses internationales Projekt hinweisen sollen.

Weshalb dieses Engagement für die Natur?

Wir tun dies nicht, weil es gerade dem Trend entspricht. Vielmehr wollen wir in Erinnerung rufen, dass man mit unseren Ressourcen bewusst umgehen muss. Dieses Denken gehört zu unserer Firmenkultur.

Vor einigen Jahren wurde die damalige GWP Insurance Brokers mehrheitlich durch Funk übernommen. Kurz danach erfolgte dann auch der Namenswechsel. Wie hat sich dieser Schritt bisher ausgewirkt?

Heute profitieren wir enorm vom Wissenspool der Gruppe, auf den wir uneingeschränkt zurückgreifen können. Für das internationale Geschäft ist etwa die globale Funk Alliance ein unverzichtbares Asset. Dieses Netzwerk erlaubt uns, internationalen Kunden fast überall auf der Welt vor Ort einen Geschäftspartner zu vermitteln. Das hat auch für KMU enorm an Bedeutung gewonnen, weil sie immer mehr Wertschöpfung im Ausland erzielen. Auch kulturell sind wir sehr ähnlich unterwegs. Wir sind ausserdem in der Lage, «Power» auf dem Markt zu repräsentieren. Das bringt uns in eine gute Verhandlungsposition als Einkäufer für unsere Kunden.

Wie «schweizerisch» ist Funk trotz des deutschen Dachs geblieben?

Ich denke, wir sind heute «schweizerischer» als vor zehn Jahren, als wir als GWP noch zu Daimler-Chrysler gehörten. Im Gegensatz zu damals befindet sich heute ein Teil der Aktien im Besitz der Schweizer Geschäftsleitung. Wir besitzen weitgehende Autonomie, was die Strategie und Geschäftsführung angeht. Auch im Reporting sind wir sehr frei, quasi «an der langen Leine» – eine Freiheit, die wir uns erarbeitet haben. Im vierköpfigen Verwaltungsrat sitzen zwei Kollegen als Repräsentanten des Mutterhauses.

Die Funk Gruppe ist auch ein Familienunternehmen. Wie zeigt sich dieser «Familiensinn»?

In der Kultur. Familiensinn ist das Fundament, ein Grundsatz. Dies zeigt sich an der gesamten Arbeit, die auf Kontinuität und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. Alle Entscheidungsprozesse sind darauf ausgerichtet, echte Werte zu bewahren. Das spürt man, sobald man im Unternehmen arbeitet. Investitionen werden bei uns anders beurteilt als in Konzernen, wo kurzfristiges Shareholder-Denken im Vordergrund steht. Wir wollen die Werte halten und steigern; wir denken in Generationen, nicht in Quartalen.

Geht das zusammen mit der Hektik im Tagesgeschäft? Und die Digitalisierung: Die schreitet ja ebenfalls mit rasender Geschwindigkeit voran. Kann man mit langfristigen Strategien da Schritt halten?

Die Digitalisierung ist ein wichtiger Treiber. Gegenwärtig stehen wir mitten in einem Grossprojekt für ein neues Kundenportal. Dieses wird Schritt für Schritt mit neuen mehrwertbringenden Apps erweitert. Zu nennen ist etwa unser Projekt «Digital Bridge»: Dieses verbindet das strategische Risikomanagement mit dem operativen Alltag, d.h., es handelt sich dabei um ein Cockpit für das Risikomanagement. Mit solchen Themen und Dienstleistungen möchten wir auch junge Talente an Bord holen. Das ist entscheidend; wir stecken den Rahmen ganz anders. Wir sind nicht nur ein reiner Versicherungsbroker, sondern ein Anbieter von Risikolösungen und schaffen anhand von relevanten Themen auch neue Berufsbilder in unserem Unternehmen.

Wie beurteilen Sie denn das Risiko- bzw. Sicherheitsbewusstsein in Schweizer Unternehmen?

Lassen Sie es mich so erläutern: Die Finanzkrise hat grundsätzlich zu einer anderen Wahrnehmung von Risiko geführt. Es geht neu nicht mehr nur um Elementarschäden, sondern auch um politische Risiken, Risiken in der immer komplexeren Wertschöpfungskette und natürlich auch um Cyberrisiken. Aber die Wahrnehmung ist recht unterschiedlich: Spricht man über ein bestimmtes Risiko, ist diese Awareness sofort sehr hoch, um dann ein paar Tage später wieder abzuflachen. Das Problem ist aber allgemein: «Sicherheit» und «Risiko» sind zwei sehr subjektive Begriffe. Deshalb muss es darum gehen, Risiken sichtbarer zu machen und sie zu quantifizieren, kurz, ein Bewusstsein zu schaffen, wovon man bei «Risiko» konkret spricht. Was man danach unternimmt, ist sehr unterschied-

lich. Es kann sein, dass man Risiken bewusst zu tragen bereit ist, oder aber man transferiert es an einen Versicherer.

Sind KMU denn «richtig» versichert?

Der Sicherheitsstandard in Schweizer KMU ist gut. Unsere Aufgabe sehen wir darin, zu beurteilen, ob die Sicherheit eines Unternehmens in Relation zur Bilanz und Erfolgsrechnung angemessen ist. Aber die Risikolandschaft verändert sich. Neue Risiken drohen wie erwähnt z.B. aus dem Cyberraum. Da gehören wir inzwischen zu den führenden Dienstleistern für die Beurteilung von Cyberrisiken.

Wie verändert sich da auch das Versicherungsgeschäft?

Als Broker stehen wir zwischen den Versicherern und unseren Kunden. Es gibt zwei Möglichkeiten, wie wir mit neuen Risiken umgehen können. Die eine Möglichkeit ist, dass Versicherer einfach ein neues Produkt entwickeln und dieses auch über Broker auf den Markt bringen. Eine andere Möglichkeit ist, wie wir es tun: Wir haben ein mehrdimensionales Produkt namens «Funk CyberSecure» entwickelt. Dabei handelt es sich nicht nur um ein reines Versicherungsprodukt, sondern um ein Gesamtpaket. Zu diesem Zweck arbeiten wir mit einem Technologiepartner zusammen. Dieser überprüft etwa bei den Kunden deren Systemarchitektur. Auch geht es um die Sensibilisierung und Ausbildung der Mitarbeitenden. Und zum Thema Datenschutz kooperieren wir mit einer spezialisierten Anwaltskanzlei. Mit diesem Produkt können wir zusammen mit den Kunden deren Risiken beurteilen und die richtigen Massnahmen in die Wege leiten. Mit selbst entwickelten Tools quantifizieren wir das sogenannte finanzielle Restrisiko. Am Ende dieses Prozesses verfügt der Kunde über eine Entscheidungsgrundlage, ob er das Risiko selber tragen will/kann oder ob er es versichern will.

Wenn Sie nun bei einem Kunden einen gewissen «Sicherheitsnachholbedarf» feststellen: Was empfehlen Sie ihm?

Es lohnt sich, zuerst eine Gesamtanalyse zu machen. Das ist in etwa dasselbe, wie wenn Sie in Erwägung ziehen, nach zehn Jahren mal den Arzt zu wechseln, um eine andere Sicht einzuholen. Zu analysieren, ob man richtig versichert ist, ist Aufgabe der Unternehmensführung. Das Risikomanagement gehört zu den unentziehbaren Aufgaben des Verwaltungsrates. Gerade auch bezüglich Cyberrisiken. Kommt es etwa zu einem Reputationsschaden infolge eines schweren Cybervorfalles, steht der Verwaltungsrat in der Pflicht.

Ist das den Verwaltungsräten überhaupt bewusst?

Noch nicht überall. Aber stellen Sie sich vor, ein Spital wird erpresst mit der Aussage, man habe alle Patientendaten gehackt, oder ein Finanzdienstleister verliert Kundendaten, dann kann sich ein Verwaltungsrat nicht damit herausreden, der IT-Leiter habe doch immer gesagt, dass man alles im Griff habe. Denn für den Reputationsschaden muss der Verwaltungsrat geradestehen. Wir waren schon vor Jahren mit einem Certified Ethical Hacker zu Demonstrationszwecken unterwegs. Er zeigte uns, wie einfach es heute ist, Systeme zu knacken. Das war für viele erschreckend. Vielleicht brauchen wir alle noch weitere, gravierende Ereignisse ...

URS A. BLEISCH

Urs Andreas Bleisch ist seit 2010 CEO und Partner der Funk Insurance Brokers AG und seit 2017 auch Präsident des Verwaltungsrates. Urs Andreas Bleisch begann seine Karriere 1980 als Underwriter und Firmenberater bei einem grossen Schweizer Versicherer. Danach bekleidete er verschiedene leitende Positionen im Innen- und Aussendienst. Während sieben Jahren war er selbstständiger Generalagent. Anschliessend leitete er das Unternehmensgeschäft und übernahm danach als COO und stellvertretender Geschäftsführer auch die Verantwortung für das Gesamtgeschäft. Er war langjähriger Dozent an der FHS St.Gallen und ZHAW in Winterthur. Der eidg. dipl. Versicherungsfachmann verfügt über eine CFP-Lizenz und ist SKU-Absolvent. Im Militär war er Generalstaboffizier der Luftwaffe. Der inhabergeführte und unabhängige Versicherungsbroker Funk ist in der Schweiz seit über 30 Jahren aktiv. Funk Insurance Brokers AG ist die Schweizer Organisation der 1879 gegründeten Funk Gruppe, Hamburg. Das in der fünften Generation geführte Familienunternehmen ist der grösste eigenständige Risikoberater und Versicherungsbroker im deutschsprachigen Raum. 2019 feiert Funk sein 140-jähriges Jubiläum.

www.funk-gruppe.ch

