



HANDELSVERBAND

Der Handel – Risikomanagement und
Versicherungen für operationelle Risiken
Eine Benchmark-Studie

Oktober 2014

Inhalt

1	Vorwort	4
2	Kooperationspartner	5
3	Methodik und Vorgehen	6
4	Management Summary	8
4.1	Risikomanagement – Organisatorische Einbindung und Verantwortung.....	8
4.2	Risikopotenzial	9
4.3	Risikotrend – „Cybercrime“	10
4.4	Beratung Risikotransfer – Absicherungskonzepte/Versicherungslösungen	10
4.5	Schadenmanagement.....	11
4.6	Fazit	11
5	Ergebnisse der Studie im Detail.....	12
5.1	Risikomanagement – Organisatorische Einbindung und Verantwortung.....	12
5.2	Risikopotenzial	16
5.3	Risikotrend – „Cybercrime“	22
5.4	Beratung zum Risikotransfer – Absicherungskonzepte/Versicherungslösungen	26
5.5	Schadenmanagement.....	28
6	Impressum	30
7	Anhang – Verwendeter Fragebogen	31

1 Vorwort

Risikomanagement wird zunehmend zum entscheidenden Erfolgsfaktor für Unternehmen – auch für den Handel. Die Herausforderungen in diesem Bereich werden durch regulatorische Entwicklungen, neue Trends im Handel und die damit verbundenen Risiken – wie zum Beispiel Online-Boom und Cyber & Data Risiken – immer größer.

Damit Unternehmen ihre Zukunft erfolgreich meistern können, ist eine aktive und stetige Auseinandersetzung mit allen Themen rund um das Risikomanagement unerlässlich. Effektives Risikomanagement leistet einen wertvollen Beitrag dazu, die primären Ziele eines Unternehmens wie Erfolg, Liquidität und Unternehmensexistenz nachhaltig zu sichern.

Der Handelsverband und die GrECo International AG haben daher als Kooperationspartner eine Befragung von Unternehmen des Handels zu ausgewählten Themen des Risiko- und Versicherungsmanagements durchgeführt und die Marktstudie „Der Handel – Risikomanagement und Versicherungen für operationelle Risiken“ erstellt.

Wir möchten mit dieser Marktstudie aufzeigen, wie der Handel bzw. speziell die Mitglieder des Handelsverbandes Themen wie Risikomanagement und Absicherungsstrategien managen: Wie erfolgt die Eingliederung des Risikomanagements in die Organisation, und wie sieht das Risikopotenzial aus? Wie wird das Bedrohungspotenzial durch Cybercrime im Handel eingeschätzt? Welche Versicherungslösungen sichern die Unternehmen ab, und in welcher Form erfolgt das Schadenmonitoring? Diese und andere Fragen stehen im Mittelpunkt unserer Analysen.

Unsere Studie zeigt Ihnen den aktuellen Stand des Risiko- und Versicherungsmanagements von repräsentativen Unternehmen des Handels in Österreich. Den Auswertungen können Sie konkrete Informationen über den Umgang mit den gewählten Fragestellungen entnehmen und darüber hinaus die eigenen Aktivitäten und Absicherungsstrategien mit Benchmark-Informationen der Branche vergleichen bzw. gegebenenfalls als Basis für Optimierungen heranziehen.

Wir danken allen, die uns bei der Erarbeitung dieser Benchmark-Studie unterstützt und begleitet haben, sehr herzlich für ihre Zeit und Unterstützung.

Mit herzlichen Grüßen

Ihre Patricia Mussi
Geschäftsführung
Handelsverband

Ihr Oliver Zenz
Vorstand
GrECo International AG

2 Kooperationspartner

Der Handelsverband

Verband österreichischer Mittel- und Großbetriebe des Handels

Der Handelsverband ist die Interessensvertretung und Dialogplattform der mittleren und großen Unternehmen des österreichischen Handels. Um die Interessen seiner Mitglieder zu wahren und den Austausch mit Wirtschaft, Politik und Öffentlichkeit zu fördern, betreibt er Lobbying- und Öffentlichkeitsarbeit, führt Veranstaltungen sowie Studien durch und gibt unterschiedliche Medien heraus.

Die Zielsetzung des Handelsverbandes liegt vor allem in der

- Stärkung des Images des Handels
- Verbesserung der rechtlichen Rahmenbedingungen für den Handel
- Vernetzung und Wissenstransfer in der Branche
- Förderung von Kompetenz und Innovation

GrECo International AG

Risikomanagement und maßgeschneiderte Lösungen aus einer Hand

Die GrECo International AG ist ein unabhängig agierendes Unternehmen im Bereich Risiko- und Versicherungsmanagement. In Österreich ist GrECo Marktführer für die Versicherungsberatung von Industrie, Handel, Gewerbe und dem öffentlichen Sektor. Vom Unternehmenssitz in Wien werden mehr als 50 Niederlassungen und über 800 Mitarbeiter in 17 Ländern gesteuert.

Im Vordergrund der Beratungstätigkeit stehen der Nutzen unserer Klienten und deren individuelle Risiko- und Versicherungssituation – mit dem Ziel, messbaren Mehrwert zu schaffen.

GrECo International AG ist Preferred Partner des Handelsverbandes.



3 Methodik und Vorgehen

Mittels eines Fragebogens wurden ausgewählte Unternehmen des Handels in Österreich, insbesondere Mitglieder des Handelsverbandes, zu Fragestellungen rund um den Themenbereich Risiko- und Versicherungsmanagement interviewt.

Die Befragung – welche aufgrund des Weihnachtsgeschäftes in einem großzügig anberaumten Zeitraum von Dezember 2013 bis April 2014 durchgeführt wurde, erfolgte – je nach den Wünschen des jeweiligen Handelsunternehmens – entweder im persönlichen Interviewgespräch mit einem Experten der GrECo International AG oder durch elektronische Übermittlung und Beantwortung des Fragebogens.

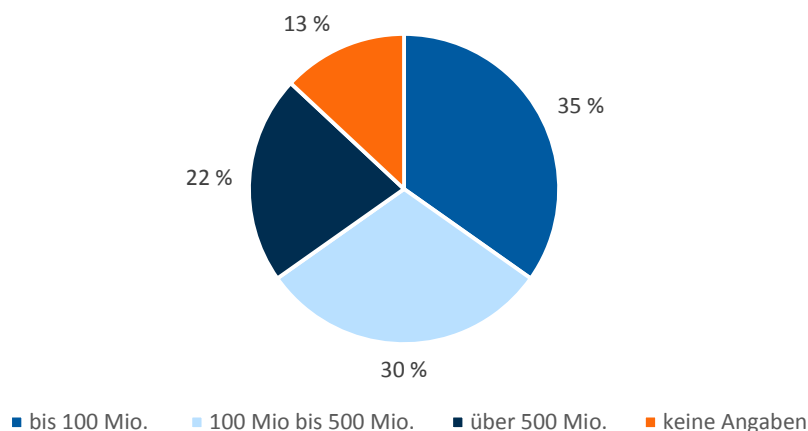
Ziel der Befragung war es, den spezifischen Umgang der Unternehmen im Handel mit den ausgewählten Themenkreisen im Risikomanagement und den Absicherungsstrategien zu evaluieren und als Benchmark-Informationen im Rahmen der Informationsdienstleistung des Handelsverbandes dessen Mitgliedern zur Verfügung zu stellen. Die Studie soll einen breiten Überblick über diese Themenkreise bieten, erhebt jedoch nicht Anspruch einer „Tiefenanalyse und -bewertung“ innerhalb der einzelnen Themenkreise.

Es wurden rund 54 Unternehmen aus dem Handel – vorwiegend, allerdings nicht ausschließlich, Mitglieder des Handelsverbandes – zur Teilnahme an der Benchmark-Studie eingeladen.

Etwa 42 % der eingeladenen Unternehmen haben sich an der Befragung während des definierten Zeitraumes beteiligt. Die Auswertung erfolgte prozentuell im Verhältnis zur Anzahl der Teilnehmer an der Befragung.

Aufgegliedert nach Umsatz zur Größenklassenverteilung, weisen je rund ein Drittel der Befragten einen Umsatz von bis zu 100 Mio. EUR und einen Umsatz von größer 100 Mio. EUR bis 500 Mio. EUR auf. Rund 22 % der befragten Unternehmen verfügen über einen Umsatz größer 500 Mio. EUR. Etwa 13 % der Befragten können in der Größenklassenverteilung aufgrund fehlender Kennzahlen nicht zugeordnet werden.

Zusammensetzung der Befragten nach Umsatz in EUR
(Größenklassenverteilung)

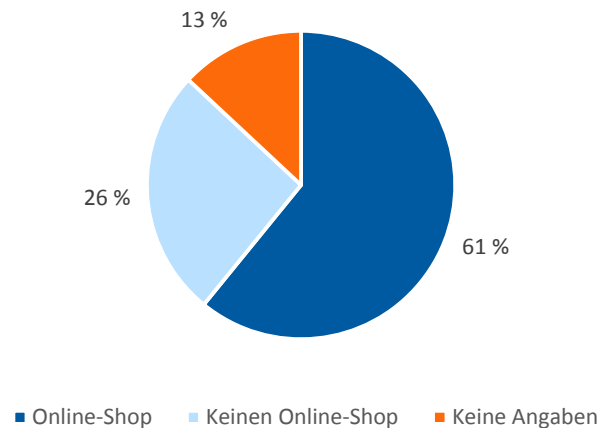


Bei den Auswertungen haben wir bei jenen Fragestellungen, wo Ergebnisabweichungen nach Größenklassenverteilung zu erwarten waren, diese speziell analysiert.

Insbesondere für die Detailbetrachtung und Analyse des Risikopotenzials sowie des Risikotrends „Cybercrime“ haben wir die Erhebung des derzeit boomenden Vertriebskanals „Online-Shop/ E-Commerce“ vorgenommen.

Bereits jetzt verfügen 100 % der Befragten über eine eigene Internetseite und mehr als 60 % über einen Online-Shop als Vertriebskanal. Rund 13 % der Befragten haben keine Angaben gemacht und sind daher nicht eindeutig zuordenbar.

Zusammensetzung der Befragten nach Vertriebskanal "Online-Shop"



Bei den Detailauswertungen haben wir bei jenen Fragestellungen, wo Ergebnisabweichungen nach dem Vertriebskanal Online-Shop/E-Commerce zu erwarten waren, diese speziell analysiert.

4 Management Summary

Dies ist die erste Studie des Handelsverbandes in Kooperation mit GrECo International AG zum Thema Risikomanagement und Versicherungen für operationelle Risiken im Handel. Das heißt, die Ergebnisse sind eine Momentaufnahme innerhalb der Branche Handel und werden nicht in Zusammenhang mit einer Entwicklung über die Zeit gestellt.

Wir fassen die wesentlichen Erkenntnisse der derzeitigen Situation im Risiko- und Versicherungsmanagements im Handel – gemessen an den Ergebnissen der Interviews – wie folgt zusammen:

4.1 Risikomanagement – Organisatorische Einbindung und Verantwortung

- Das Ergebnis der Studie zeigt, dass der überwiegende Anteil der befragten Unternehmen (74 %) bereits eine zentrale Verantwortlichkeit für das Risikomanagement implementiert haben.
- Risikomanagement im Handel ist längst Chefsache: etwa 87 % der Befragten berichten bereits jetzt an die 1. Führungsebene, d.h. an die Geschäftsführer bzw. Vorstände, und rund 30 % binden zusätzlich die Aufsichtsgremien in ihr Reporting ein.
- Derzeit liegen vor allem Finanzrisiken und operationelle Risiken (bei mehr als 80 % der Befragten) im Fokus der detaillierten Risikobetrachtung, wobei rund 40 % der Unternehmen operationelle Risiken in Kooperation mit einem externen Risikomanagement Consultant analysieren, bewerten und Bewältigungsstrategien entwickeln.
Mit der zunehmenden Implementierung von Enterprise Risk Management Systemen (ERM), erwarten wir hier einen Anstieg, speziell da die Anleitung und Moderation eines externen Experten bei Aufbau und Weiterentwicklung von ERM-Systemen die Umsetzungseffizienz positiv beeinflussen kann.
- Der Handel stützt sich zur Identifikation von Risiken überwiegend auf kennzahlenorientierte Risikoindikatoren und das Monitoring von Schadenereignissen. Der Einsatz von IT-Tools, der bei anderen Branchen – speziell in Unternehmen mit einer Umsatzgröße von mehr als 100 Mio. EUR – weitgehend gelebte Praxis ist, findet erst bei rund einem Fünftel der Befragten statt. Maßnahmen zur Steigerung des Risikobewusstseins gibt es nach eigenen Angaben der Interviewten nur bei knapp 40 %. Hier besteht im Handel Raum zur Optimierung, speziell da risikobewusstes Handeln aller wesentlichen Stakeholder ein bedeutender Indikator für das Funktionieren eines ganzheitlichen Risikomanagement-Systems ist und damit einen wertvollen Beitrag zum Erhalt der Unternehmensexistenz bzw. zum nachhaltigen Unternehmenserfolg leistet.

4.2 Risikopotenzial

- Bereits knapp zwei Drittel der befragten Unternehmen gaben an, über eine verbindlich definierte Risiko- und Versicherungsstrategie als Rahmenwerk zu verfügen. Das bedeutet ein strukturiertes Vorgehen im Hinblick auf den Einkauf von Risikotransfer in Form von Versicherungen. Dabei wird vor allem gesteuert, welche Versicherungsprogramme zentral eingekauft werden und wie Selbstbehalte ergebnisorientiert festzulegen sind, d.h. als Instrument zur Optimierung der Risikokosten (= Prämienkosten und Zahlungen innerhalb der Selbstbehalte) eingesetzt werden.
- Die Definition der „Risikotoleranzgrenzen“ (= maximale Schwellenwerte des Gesamtrisikos oder festgelegter Ausschnittrisiken) hat im Handel noch einen untergeordneten Stellenwert. Lediglich ein Viertel der Befragten gab an, Risikotoleranzgrenzen zur Quantifizierung der Bedrohung im Unternehmen zu definieren. Die maximale Risikotoleranz als Orientierungshilfe für die Gestaltung von Selbstbehalten bzw. Jahresselbstbehalten ist im derzeit noch anhaltenden „Soft-Market“ (ausreichend vorhandene Kapazitäten und Wettbewerb führen zu kompetitiven Prämien) von untergeordneter Bedeutung, da hohe Selbstbehalte bei dem derzeit niedrigen Prämienniveau oft nicht mehr maßgeblich mit Prämiennachlässen belohnt werden. Hier gilt es, den optimalen Selbstbehalt zu ermitteln (AS-IF-Selbstbehaltsanalysen).
- Die Absicherungsstrategie des Handels legt – laut Ergebnis der Analyse – den Fokus vor allem auf die Absicherung von Großschäden (etwa 80 %) und nur mit etwa 60 % auf die Absicherung von Katastrophenschäden. Eine mögliche Interpretation dieses Ergebnisses kann sein, dass der Handel häufig nicht von einer weitreichenden Bedrohung ausgeht, die die Unternehmensexistenz bzw. die Unternehmensziele gefährden kann (Vermeidung sodann z.B. durch Risikostreuung über verschiedene Standorte, Vertriebskanäle, Supply Chain Management).
- Wenig überraschend ist die Reihung der Top 3 Risikopotenziale, darunter Brand, Einbruch-Diebstahl/Beraubung und die Betriebsunterbrechung als Folge eines Sachschadens. Finanzielle Schäden durch IT-bezogene Vorfälle (Hacker, Datenklau) finden sich immerhin auf Rang 8 wieder und wurden von knapp 40 % als besonders relevant bewertet. Im internationalen Vergleich befindet sich dieses Risiko inzwischen auf Rang 3 (Lloyds Risk Index 2013). Eine weitere Sensibilisierung ist hier auch in Österreich und in der Handelsbranche zu erwarten.
- Die Absicherungsstrategie über Versicherungen stimmt im Bereich der Top Risiken weitgehend mit der Bewertung der Risikopotenziale überein. Nahezu eine Punktlandung gab es bei den Top 3 Risikopotenzialen. Mehr als 96 % kaufen eine Absicherung für Brandschäden ein, 70 % der Befragten bewerten und versichern Risiken wie Betriebsunterbrechung, Einbruch-Diebstahl und Beraubung. Für Cyber-Risiken kaufen derzeit lediglich knapp 10 % Versicherungsdeckung ein.

4.3 Risikotrend – „Cybercrime“

- Trotz bereits intensiver Nutzung von Infrastrukturen im IT-Bereich inkl. umfangreicher Kundendaten-Banken (z.B. Internetseiten, Online-Shops, Kundenbindungsprogramme), steht der Handel dem Thema Cyber-Kriminalität noch weitgehend neutral gegenüber (rund 43 %) bzw. empfindet dieses als bedrohlich (knapp 40 %). Keiner der Befragten schätzt das Risiko derzeit als „sehr bedrohlich“ ein.
- Die Auswertung der Befragungen zeigt, dass ca. die Hälfte der Unternehmen innerhalb der letzten drei Jahre keinen Cyber-Attacken ausgesetzt war. Allerdings wurden 35 % Opfer von Angriffen durch Schadsoftware und weitere 10 % von Datendiebstahl in Bezug auf Unternehmensdaten/Geschäftsgeheimnisse. Keiner der Befragten gab an, in den letzten drei Jahren von Datendiebstahl in Bezug auf Kundendaten/personenbezogene Daten betroffen gewesen zu sein.
- Laut eigenen Angaben haben auch Unternehmen, die den Cyber-Attacken ausgesetzt waren, keine finanziellen oder immateriellen Schäden erlitten.
- Derzeit verfügen erst knapp 50 % der Interviewten nach eigenen Angaben über ein Risikomanagement-System gegen Cyber-Attacken. Wir erwarten eine verstärkte Sensibilisierung durch die geplanten regulatorischen Änderungen (z.B. die EU-Datenschutzrichtlinie und Datenschutz-Grundverordnung), die auch zur weiteren Implementierung von Risikomanagement-Systemen gegen Cyber- & Data-Risiken führen wird.
- Lediglich knapp 10 % der befragten Unternehmen kaufen derzeit eine Absicherungslösung in Form von Versicherungen für Cyber- & Data-Risiken ein. Die Ereignisse der letzten Monate, speziell jene wie die NSA-Affäre und der Heartbleed-Fall, können Absicherungslösungen in den Fokus der verantwortlichen Manager bringen. Faktoren wie die Flexibilität und wachsende Anzahl der Versicherer und ein steigender Wettbewerb in Qualität und Preis könnten den Einkauf von Cyber-Versicherungen zusätzlich positiv beeinflussen.

4.4 Beratung Risikotransfer – Absicherungskonzepte/Versicherungslösungen

- Bereits jetzt nutzen 78 % der Interviewten unabhängige Versicherungsmakler/-berater als Outsourcing-Partner zur Beratung und Platzierung ihrer Versicherungsprogramme. Immerhin knapp ein Drittel platziert direkt über Mitarbeiter eines Versicherers, die ausschließlich dessen Produktportfolio anbieten können. Andere Einkaufskanäle spielen im Handel eine untergeordnete Rolle.
- Die Top 3 Dienstleistungsmerkmale, welche von den Befragten als besonders wichtig bewertet wurden, sind „Kompetenz und Engagement im Service“, die „Verfügbarkeit/Stellvertretung“ und die „Expertise im Schadenmanagement“. Nicht wichtig erachtet der Handel „eine persönliche Beziehung zum Dienstleister“ und „den Zugang zu internationalen Deckungsmärkten“.

4.5 Schadenmanagement

- Bereits die Auswertung zu den wesentlichen Dienstleistungsmerkmalen zeigt, dass der Handel besondere Aufmerksamkeit auf das Schadenmanagement legt. Dies spiegelt sich auch darin wieder, dass nahezu alle Befragtenangaben, über eine zentrale Stelle im Unternehmen zu verfügen, die die Abwicklung von Schadenfällen mit Versicherungsbezug wahrnimmt. Knapp 60 % bedienen sich zur Steuerung der Schadenabwicklung auch eines externen Dienstleisters (z.B. Versicherungsmakler).
- Einen wesentlichen Aspekt nimmt laut Auswertungsergebnis auch das Schadenmonitoring ein. Mehr als die Hälfte befassen sich mit den Schadendaten monatlich oder zumindest einmal im Quartal. Dennoch nehmen nach eigenen Angaben rund 17 % derzeit kein Schadenmonitoring vor. Dabei ist ein effektives Schadenmonitoring ein wesentlicher Beitrag zur Optimierung und mittelfristigen Stabilisierung der Risikokosten auf niedrigem Niveau.
- Am häufigsten erfolgt die Analyse von historischen Schadendaten. Immerhin erfassen aber auch rund 60 % der Interviewten die Schadenkosten innerhalb von vereinbarten Selbstbehalten (Eigentragung). Nur 17 % analysieren die vom Versicherer angegebenen Schadenrückstellungen. Diese Maßnahme ist allerdings vor allem im Zusammenhang mit Verhandlungen zur Vertragsverlängerungen oder Vermarktungen am Deckungsmarkt bzw. bei Verträgen mit einer eher hohen „Schadenbelastung“ von großer Relevanz.

4.6 Fazit

Die Benchmark-Studie zeigt, dass Unternehmen des Handels in einigen Bereichen bereits einen maßgeblichen Reifegrad im Risiko- und Versicherungsmanagement erreicht haben. Dazu gehören Themen wie

- Implementierung einer zentralen Verantwortlichkeit für Risikomanagement und Reporting an das Top Management
- Weitgehende Risikobetrachtung unterschiedlichster Risikoarten
- Strukturierter Einkauf von Absicherungslösungen durch eine definierte und implementierte Risiko- und Versicherungsstrategie
- Weitgehende Absicherung der wahrgenommenen Bedrohungspotenziale
- Bewusstsein über die Relevanz von professionellem Schadenmanagement (zentrale Abwicklungsstelle, Service durch externe Partner, regelmäßiges Schadenmonitoring).

In anderen Bereichen gibt es Raum zur Optimierung. Insbesondere sehen wir diese in Bereichen wie

- Optimierte Risikoidentifikation, auch durch Nutzung von IT-Tools
- Risikokonsolidierung in Form von Enterprise Risk Management-Systemen
- Maßnahmensetzung zur Steigerung des Risikobewusstseins
- Weitere Sensibilisierung für neue Risiken, wie Cyber- & Data-Risiken, und den damit verbundenen Bedarf an Risikomanagement-Systemen und Absicherungsmodellen, z.B. über Risikotransfer
- Weitergehende Schadenmonitoring-Maßnahmen, wie regelmäßige Kontrolle allfälliger Schadenrückstellungen durch den Versicherer etc.

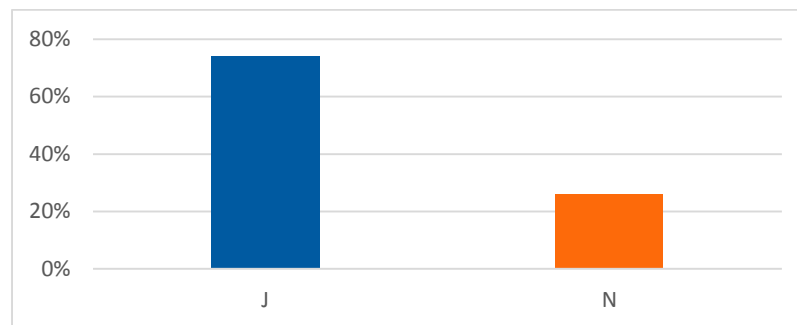
5 Ergebnisse der Studie im Detail

5.1 Risikomanagement – Organisatorische Einbindung und Verantwortung

Dieser Abschnitt befasst sich unter anderem mit der Evaluierung, welchen Stellenwert und Entwicklungsgrad das Risikomanagement derzeit in Handelsunternehmen aufweist bzw. ob und in welcher Form bereits die Einbettung von Risikomanagement-Systemen bzw. -ansätzen innerhalb der Organisation erfolgt.

5.1.1 Gibt es eine zentrale Verantwortung für den Bereich des Risikomanagements in Ihrem Unternehmen? Wie erfolgt die Berichterstattung, und welche Risikoarten unterliegen einer genaueren Analyse und Bewertung? (J = Ja, N = Nein)

74 % der befragten Unternehmen definieren bereits jetzt eine zentrale Verantwortung für den Bereich des Risikomanagements innerhalb des Unternehmens/der Unternehmensgruppe.



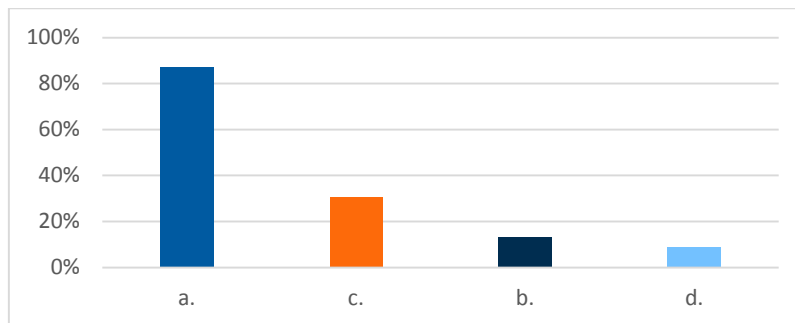
(Fragebogen - Auswertung: Risikomanagement)

Frage 1 – Gibt es eine zentrale Verantwortung für den Bereich des Risikomanagements in Ihrem Unternehmen?)

Die Detailauswertung nach Größenklassen ergab, dass vor allem im Segment „Umsatz bis 100 Mio. EUR“ nahezu alle befragten Unternehmen das Risikomanagement mit einer zentralen Verantwortung in der Organisation verankern – hingegen gaben rund 50 % der Unternehmen mit Umsatzkennzahlen über 100 Mio. EUR an, keine zentrale Verantwortlichkeit für das Risikomanagement implementiert zu haben.

Ein Indikator des „Reifegrades“ eines Risikomanagementsystems ist auch die „Durchgängigkeit und Transparenz“ der Risikokommunikation innerhalb eines Unternehmens. Bei der Erhebung zur Berichterstattung in der Risikokommunikation waren Mehrfachangaben zulässig. Bei rund 87 % erfolgt die Berichterstattung zum Risikomanagement an die oberste Führungsebene, d.h. an die Geschäftsführer oder Vorstände des Unternehmens, rund 30 % berichten zusätzlich an Aufsichtsgremien, und ca. 13 % binden die zweite Führungsebene in das Reporting ein. Das Ergebnis zeigt, dass im Handel das Risikomanagement längst Chefsache ist.

Dennoch gaben 9 % der Interviewten an, derzeit über kein systematisches Reporting zum Thema Risikomanagement zu verfügen.



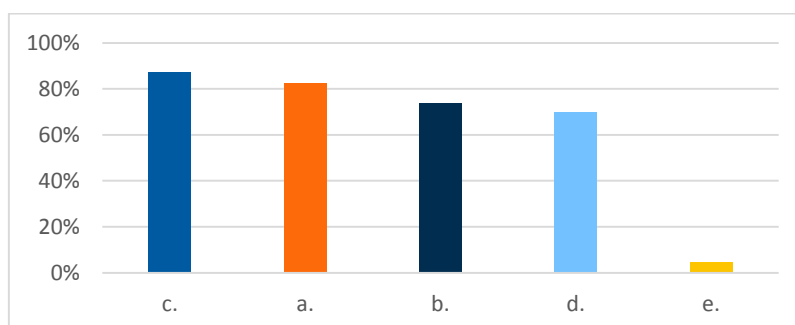
- a. An die oberste Führungsebene
- c. An Aufsichtsgremien
- b. An die zweite Führungsebene
- d. keine

(Fragebogen – Risikomanagement
Frage 1.1 – Wie erfolgt die Berichterstattung?)

Um eine Optimierung im unternehmensweiten Risikomanagement zu erzielen, empfehlen wir die Orientierung an einschlägigen Regelwerken wie der ONR 49.000 oder dem COSO Rahmenwerk, auf das auch im URÄG 2008 (Unternehmensrechts-Änderungsgesetz) verwiesen wird. Das URÄG gibt vor, dass im Unternehmen ein gesamtheitliches Risikomanagementsystem (Enterprise Risk Management) implementiert werden muss. Diese gesetzlichen Bestimmungen gelten für börsennotierte Unternehmen und Gesellschaften, welche die darin definierten Größenmerkmale erfüllen (Umsatz ab ca. 100 Mio. EUR bzw. Bilanzsumme ab ca. 200 Mio. EUR).

Wir leiten von diesen Regelwerken die **Verantwortung der Unternehmensführung/der Organe für die Errichtung und Überwachung eines Risikomanagementsystems zur umfassenden Risikobetrachtung** des gesamten Risikoportfolios eines Unternehmens ab.

Die nachstehende Grafik zeigt, dass die überwiegende Anzahl der befragten Unternehmen bereits eine umfassende Betrachtung der Risikolandschaft vornehmen dürfte. Mehr als 80 % führen nach eigenen Angaben detaillierte Risikoanalysen im Bereich von Finanzrisiken und operationellen Risiken durch. Marktrisiken und strategische Risiken stehen bei immerhin noch mehr als 70 % der Interviewten im Fokus der Risikoanalysen. Nicht analysiert wurde, inwieweit bereits eine Risikokonsolidierung in Form eines integrierten Enterprise-Risk-Management-Ansatzes erfolgt.



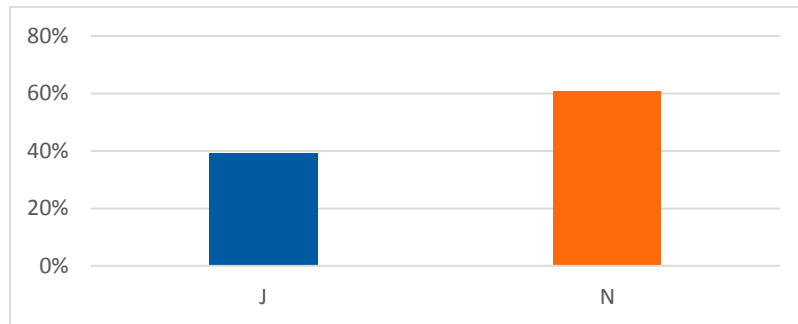
- c. Finanzrisiken
- a. Operationelle Risiken
- b. Marktrisiken
- d. Strategische Risiken
- e. Sonstige

(Fragebogen – Risikomanagement, Mehrfachangaben waren zulässig
Frage 1.2 – Welche Risikoarten unterliegen einer genaueren Analyse und Bewertung?)

Weiterführende Informationen zu den Bestimmungen des URÄG und den Empfehlungen nach ONR 49.000 sowie COSO (Enterprise Risk Management) können über die Herausgeber dieser Studie angefordert werden.

5.1.2 Kauft der Handel externe Beratungsdienstleistungen im Bereich Risikomanagement zu und wenn ja, speziell für welche Risikoarten? (J = Ja, N = Nein)

Auffallend ist, dass derzeit lediglich knapp 40 % der Befragten externe Beratungsdienstleistungen im Risikomanagement zukaufen.



(Fragebogen – Risikomanagement
Frage 2 – Kauft der Handel externe Beratungsdienstleistungen im Bereich Risikomanagement zu?)

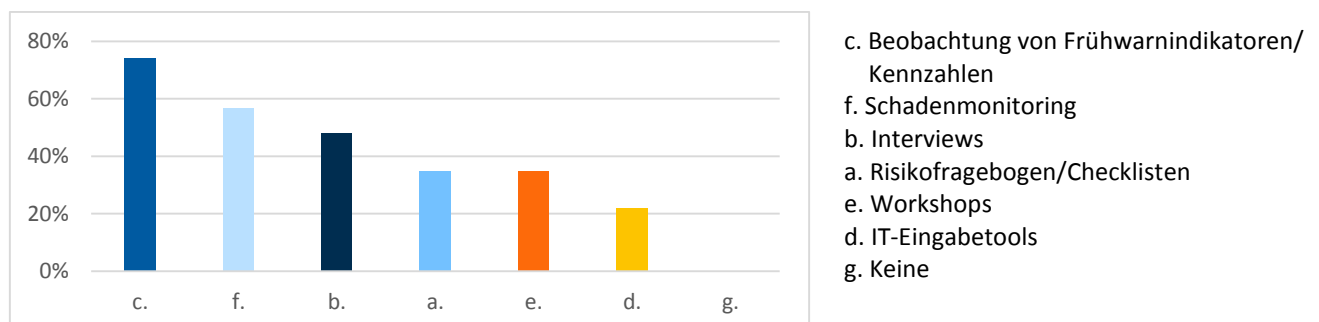
Nach den Angaben der Interviewten werden die externen Experten vorwiegend mit der Beratung für operationelle und versicherbare Risiken beauftragt, darunter auch für branchentypische Risiken wie die Gefährdung durch Kriminalität (z.B. Beraubung und Einbruch-Diebstahl).

Der Mehrwert eines externen Risk Consultants kann unter anderem im Aufbau, der Begleitung und Steuerung interner Risk-Management-Prozesse, speziell durch die neutrale und unabhängige Betrachtung der individuellen Risikolandschaft, Risikostrategie bzw. Risikokultur sowie einer „best practice“ Benchmarking-Expertise, liegen. Insbesondere bei der Einführung von ganzheitlichen Risikomanagementsystemen kann eine externe Projektbegleitung bzw. -koordination der verschiedenen internen Stakeholder das Ergebnis in Qualität und Umsetzungseffizienz positiv beeinflussen.

5.1.3 Welche Instrumente werden zur Risikoidentifikation eingesetzt?

Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen stützen sich bei der Risikoidentifikation auf kennzahlenorientierte Risikoindikatoren (74 %) und das Monitoring von Schadenereignissen (57 %).

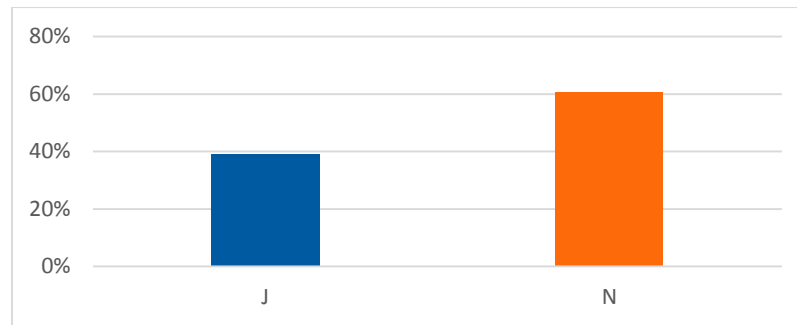
IT-gestützte und nachhaltige Risikoidentifikation ist in der Privatwirtschaft bereits ein häufig gelebter Standard, dies vor allem für Unternehmen mit einem Umsatz ab 100 Mio. bzw. 200 Mio. EUR. Im Handel ist – laut unserer Befragung – diese Art der Risikoerfassung noch nicht so stark ausgeprägt. Nur rund 22 % verfügen über IT-Eingabetools im Bereich des Risikomanagements.



(Fragebogen – Risikomanagement, Mehrfachangaben waren zulässig
Frage 3 – Welche Instrumente werden zur Risikoidentifikation eingesetzt?)

5.1.4 Gibt es Maßnahmen zur Steigerung des Risikobewusstseins und wenn ja, welche? (J = Ja, N = Nein)

Die Auswertung der Interviews impliziert, dass im Handel die Anforderungen durch externe Stakeholder (Kunden, Behörden etc.) an das Risikomanagement noch nicht so ausgeprägt sein dürften, wie wir es in anderen Branchen vermehrt feststellen. Denn lediglich knapp 40 % der Befragten setzen derzeit Maßnahmen zur Steigerung des Risikobewusstseins innerhalb des Unternehmens ein.



(Fragebogen – Risikomanagement,
Frage 4 – Gibt es in Ihrer Organisation Maßnahmen zur Steigerung des Risikobewusstseins?)

Laut den Antworten auf die Fragebögen handelt es sich dabei vor allem um Maßnahmen wie Schulungen des Personals, Arbeitsanweisungen, Informationen und Warnungen, Sensibilisierung durch Schadenauswertungen und Revisionsberichte bzw. laufendes Reporting und Geschäftsleitungstreffen.

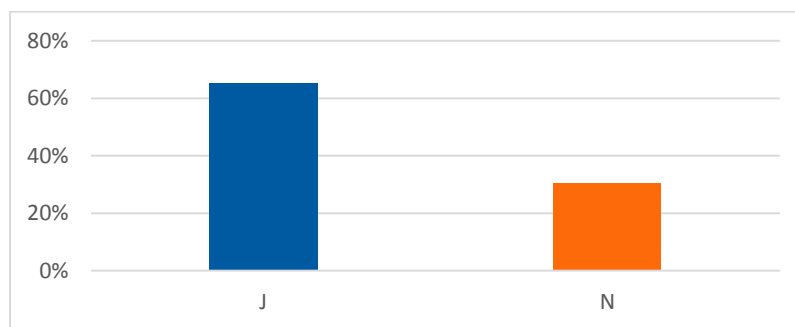
Wir empfehlen, vermehrt Maßnahmen zur Steigerung des Risikobewusstseins zu forcieren, um langfristig einen optimalen Nutzen aus einem ganzheitlichen Risikomanagementsystem zu erzielen, das durch risikobewusstes Handeln aller wesentlichen Stakeholder getragen und weiterentwickelt wird. Ein erfolgreiches Risikomanagement leistet einen wertvollen Beitrag zum Erhalt der Unternehmensexistenz bzw. zum nachhaltigen Unternehmenserfolg.

5.2 Risikopotenzial

Dieser Themenblock beschäftigt sich mit der Einschätzung der Risikopotenziale im Handel und dem Umgang mit Absicherungsmöglichkeiten über Risikotransfer in Form von Versicherungen.

5.2.1 Gibt es eine verbindlich definierte und implementierte Risiko- und Versicherungsstrategie bzw. unternehmensweit einheitliche Vorgaben und wenn ja, welche Mindestanforderungen sind darin geregelt? (J = Ja, N = Nein)

Etwa 65 % der Befragten gaben an, dass sie bereits über eine verbindlich definierte und implementierte Risiko- und Versicherungsstrategie als „Framework“ verfügen. Dies zeugt von einem strukturierten Vorgehen im Hinblick auf den Einkauf von Risikotransfer in Form von Versicherungen.

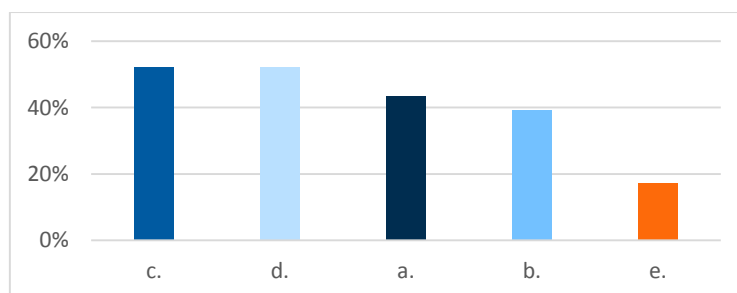


(Fragebogen – Auswertung: Risikopotenzial)

Frage 1 – Gibt es in Ihrem Unternehmen eine verbindlich definierte und implementierte Risiko- und Versicherungsstrategie bzw. unternehmensweit einheitliche Vorgaben?)

Davon regeln rund 50 % im Rahmen ihrer Risiko- und Versicherungsstrategie, welche Versicherungen zentral eingekauft werden, und nutzen Selbstbehalte als Instrument zur Steuerung von Prämien- und Risikokosten. Dies kann insbesondere im Handel zur Optimierung der Risikokosten (= Prämien inkl. Versicherungssteuer und Schadenzahlungen innerhalb des Selbstbehalts) führen, wenn typische Frequenzschäden im Rahmen von Selbstbehalts- oder Jahresselbstbehaltsvereinbarungen selbst getragen werden.

Der Transfer solcher Frequenzschäden hingegen ist in der Regel unwirtschaftlich, da die Zahlungen dieser Schäden in der Regel in die Prämienberechnung der Versicherer einfließen und mit zusätzlichen Kosten wie zum Beispiel der Versicherungssteuer belegt sind. Möchte das Handelsunternehmen die Schadenabwicklung auch solcher Frequenzschäden durch Dritte (Versicherer, Loss Adjuster) als „Puffer“ zwischen sich und den Geschädigten (Klienten oder sonstigen Geschäftspartnern) steuern, so kann dies auch in anderer Form erzielt werden (z. B. Vereinbarung von „unbundled services“).



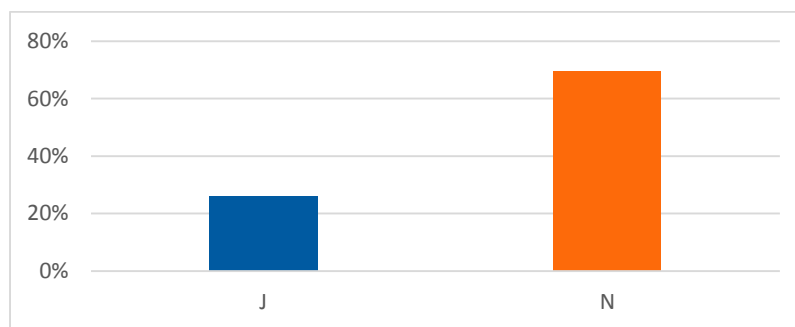
(Fragebogen – Auswertung: Risikopotenzial, Mehrfachangaben waren zulässig)
Frage 1 – Wenn ja, welche Mindestanforderungen sind darin geregelt?)

- c. Konzern-Versicherungsprogramme: Festlegung, welche Versicherungen auf Konzernebene eingekauft werden
- d. Selbstbehalte (SB): Nutzung des SBs als Prämien- und Risikokosten-Steuerungsinstrument
- a. Verankerung des Risiko Managements/wer hat welche Zuständigkeit
- b. Eigenträgung contra Versicherung/Festlegung, welche Risiken zu überwälzen sind
- e. Allfällige Vorgaben zum Finanzkraft-Rating der Versicherer-Partner z.B. nicht unter „A“ für Großschaden- und Haftpflicht-Risiken (A = STRONG financial security characteristics nach Standard & Poor's)

5.2.2 Erfolgt eine Definition der Risikotoleranzgrenzen zur Quantifizierung der Bedrohung im Unternehmen? (J = Ja, N = Nein)

Unter Risikotoleranz ist der definierte Schwellenwert des Gesamtrisikos oder festgelegter Ausschnitttrisiken zu verstehen.

Die Auswertung zeigt, dass etwa 26 % der Befragten derzeit Risikotoleranzgrenzen zur Quantifizierung der Bedrohung im Unternehmen definieren. Die Kenntnis von Risikotoleranzgrenzen kann Einfluss auf die Wahl von Selbstbehalten, speziell Jahresselbstbehalten, und die Festlegung der Risikotransferpolitik haben.



(Fragebogen – Auswertung: Risikopotenzial)

Frage 2 – Erfolgt eine Definition der Risikotoleranzgrenzen zur Quantifizierung der Bedrohung im Unternehmen?)

Die Praxis zeigt allerdings, insbesondere in „Soft-Market-Phasen“ wie sie derzeit noch gegeben sind, ein anderes Bild. Hier wird oft noch nicht die maximale Eigentragungsfähigkeit zur Definition der Risikotransferpolitik bzw. zur Festlegung von Selbstbehalten/Jahresselbstbehalten herangezogen. Im Idealfall hingegen werden Versicherungsprogramme unter Berücksichtigung der TCOR-Betrachtung (Total Cost of Risk) auf die optimale Eigentragung abgestimmt (Prämien- und Friktionskosten sowie Zahlungen im Selbstbehalt). Speziell im „Soft Market“ bzw. bei Verfügbarkeit ausreichender Kapazität und Marktteilnehmer werden Erhöhungen von Selbstbehalten oft nicht mit maßgeblichen Prämiennachlässen belohnt.

Interessant ist bei dieser Auswertung auch, dass derzeit kein eindeutiger Trend nach dem Größenklassen-Kriterium Umsatz zu erkennen ist. D.h. Unternehmen jeder Umsatz-Größenklasse gemäß Punkt 3 sind innerhalb der 26 % nahezu proportional vertreten.

Wir gehen davon aus, dass sich bei fortschreitendem Ausbau des Enterprise Risk Management Approachs auch im Handel diese Quote in den nächsten Jahren maßgeblich erhöhen wird.

5.2.3 Welche Risikopotenziale werden über externe Risikoträger/Versicherungen abgesichert?

Zum besseren Verständnis dieser Fragestellung haben wir die Risikopotenziale wie folgt definiert:

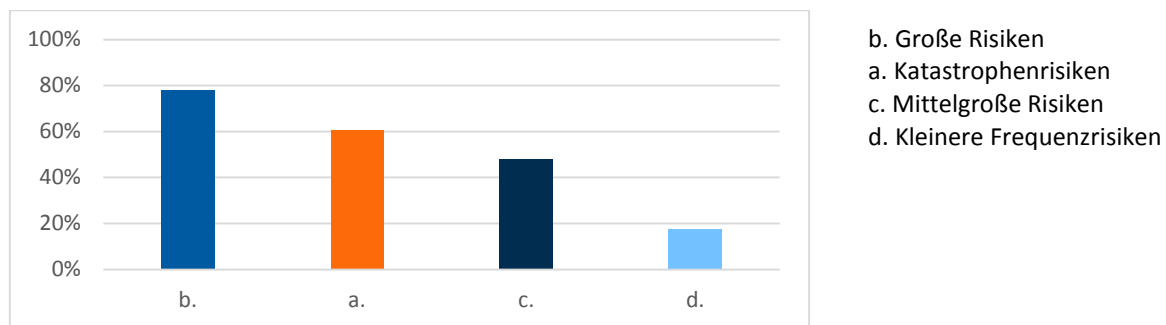
Katastrophenrisiken (a.) – Kommt es zu einer solchen Situation, können die Unternehmensziele nicht mehr erreicht werden. Im Extremfall ist die Existenz des Unternehmens gefährdet

Große Risiken (b.) – Hier ist die Aufgabenerfüllung nur teilweise möglich. Es müssen wesentliche Anpassungen an die Situation vorgenommen werden

Mittelgroße Risiken (c.) – Es kann durch relativ geringen Aufwand die Aufgabenerfüllung im Wesentlichen sichergestellt werden

Kleinere Frequenzrisiken (d.) – Die Aufgabenerfüllung ist nicht beeinträchtigt

Die Analyse zeigt, dass etwa 80 % der Befragten beim Einkauf von Versicherungen den überwiegenden Fokus auf die Absicherung von „Großen Risiken“ legen.



(Fragebogen – Auswertung: Risikopotenzial, – Mehrfachangaben waren zulässig
Frage 3 – Welche Risikopotenziale werden über externe Risikoträger/Versicherungen abgesichert?)

Interessant erscheint uns, dass lediglich rund 60 % angaben, Katastrophenrisiken über externe Risikoträger bzw. Versicherungen abzusichern. Eine – allerdings nicht verifizierte – Interpretation dieses Resultats könnte sein, dass jene Unternehmen im Handel, die nach eigenen Angaben keine Absicherung von Katastrophenschäden über externe Risikoträger vornehmen, derzeit von keiner Bedrohung ausgehen, die die Unternehmensziele bzw. im Extremfall die Existenz des Unternehmens gefährden (z. B. durch Risikostreuung über verschiedene Standorte, Vertriebskanäle, Supply Chain Management).

Kleinere Frequenzschäden werden immerhin noch von 17 % der Befragten an Versicherungen überwältigt. Ein mögliches Motiv dafür könnte zum Beispiel die „Pufferfunktion“ des Versicherers bei Haftungen in einem Schadenfall gegenüber dem geschädigten Kunden/Geschäftspartner sein.

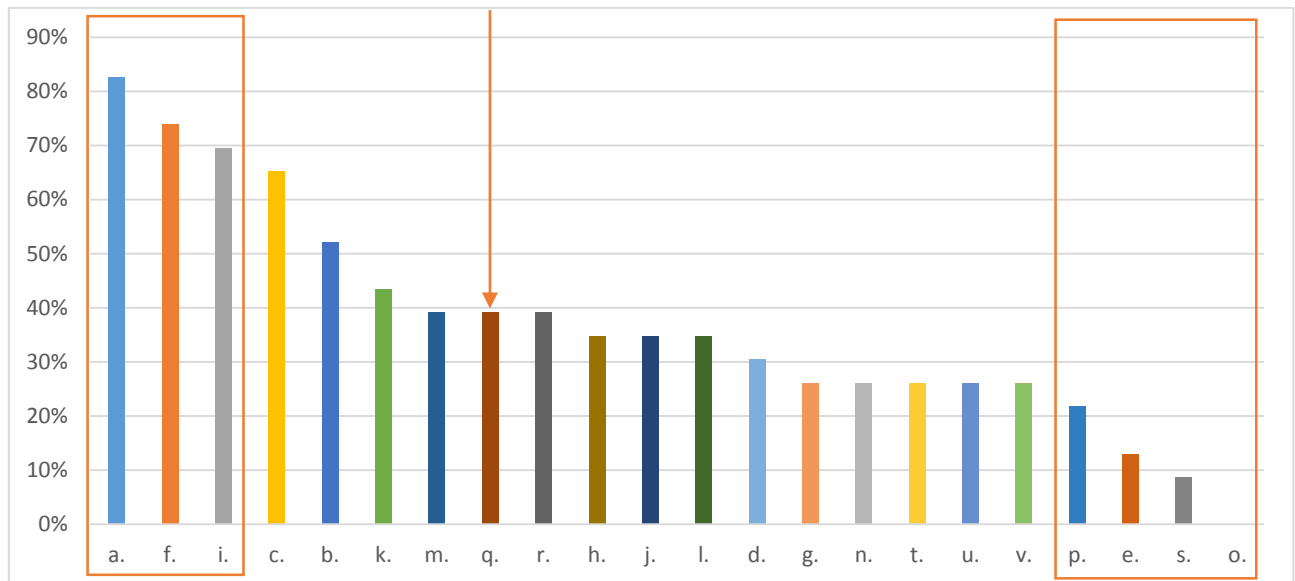
5.2.4 Welche Risiken/Gefahren sind für den Handel derzeit besonders relevant?

Mit dieser und der nachfolgenden Fragestellung wollten wir evaluieren, ob die Bewertung der potenziellen, besonders relevanten Risiken im Handel mit der Absicherungs-politik im Rahmen der bestehenden Versicherungslösungen übereinstimmt.

Wenig überraschend ist die Reihung der Top 3 Risikopotenziale Brand (82 %), Einbruch-Diebstahl und Beraubung (74 %) sowie Betriebsunterbrechung als Folge eines Sachschadens durch die genannten Gefahren (69 %).

Finanzielle Schäden durch IT-bezogene Vorfälle (Hacker, Datenklau) finden sich immerhin auf Rang 8 wieder und wurden von knapp 40 % (vgl. Grafik S. 19) als besonders relevant bewertet. Im internationalen Vergleich – allerdings branchenunabhängig – rangiert dieses Risiko im Lloyds Risk Index 2013 bereits auf Rang 3.

Es ist davon auszugehen, dass weitere regulatorische Änderungen (zum Beispiel die EU-Datenschutz-Richtlinie bzw. die Datenschutz-Grundverordnung) sowie die weiterhin zunehmenden Vertriebs-aktivitäten des Handels über Online-Shops und die wachsende Transparentmachung von Fällen der Computerkriminalität durch Medien zu einer weiteren Sensibilisierung im Hinblick auf Cyber- & Data-Risiken führen werden.



(Fragebogen – Auswertung: Risikopotenzial, Mehrfachangaben waren zulässig)
Frage 4 – Welche Risiken/Gefahren sind für den Handel derzeit besonders relevant?)

- | | |
|--|---|
| a. Brand | d. Erdbeben |
| f. Einbruch-Diebstahl, Beraubung | g. Vandalismus |
| i. Betriebsausfall aufgrund genannter Gefahren | n. Haftung für Produktrückruf |
| c. Sturm | t. Zahlungsausfall durch Debitoren |
| b. Hochwasser, Überschwemmung | u. Reputation |
| k. Warenschäden am Transportweg | v. Standortabhängigkeit von Dritten (z.B. als Mieter in SC) |
| m. Haftung für fehlerhafte Produkte/Produktberatung | p. Finanzielle Schäden durch Mitarbeiter |
| q. Finanzielle Schäden durch IT-Vorfälle (Hacker, Datenklau) | e. Sonstige Naturereignisse |
| r. Inventurschwund | s. Fehlhandlungen durch Manager |
| h. Elektronik-, Maschinenschäden | o. Produkterpressung |
| j. Ausfall von Lieferungen/Lieferanten | |
| l. Haftung aus dem Betrieb | |

Auffällig ist, dass die Unternehmen des Handels „White Collar“-Kriminalität, insbesondere durch Mitarbeiter (knapp 22 %) bzw. allfällige Fehlhandlungen/Sorgfaltspflichtverletzungen durch Manager (ca. 8 %), nicht als relevante Bedrohung bewerten.

Periodische Studien von namhaften Wirtschaftsprüfungskanzleien zum Thema Wirtschaftskriminalität (z. B. durch Mitarbeiter) zeigen einen stetigen Rückgang seit 2009 (z. B.: Studie „Wirtschaftskriminalität 2013“ von PricewaterhouseCoopers; www.pwc.de/de/risiko-management/wikri-2013.jhtml; die Befragung erfolgte in Deutschland). Laut PwC haben mittlerweile drei von vier Unternehmen ein Compliance-Programm zur Kriminalitätsprävention und zur systematischen Aufdeckung von Delikten. Noch 2011 lag die Quote erst bei rund 50 %.

Im Gegensatz dazu zeigen Erhebungen des Bundeskriminalamtes in Österreich, dass Cybercrime-Angriffe im Zeitraum 2011 auf 2012 um mehr als das Doppelte angestiegen sind (www.bmi.gv.at/cms/BK/publikationen/Cybercrime.aspx).

Auch im Bereich der Sorgfaltspflichtverletzungen durch Manager ist in Österreich bereits seit Jahren ein verstärkter, branchenunabhängiger Trend zur „persönlichen Inanspruchnahme“ (aufgrund der unbegrenzten gesetzlichen Haftung mit dem Privatvermögen) der Organe durch das eigene Unternehmen bzw. durch Dritte zu verzeichnen, wobei sich nur die Spitze des Eisbergs in den Medien wiederfindet. Dieser Trend steht im Gegensatz zur Bewertung dieses Risikos durch den Handel.

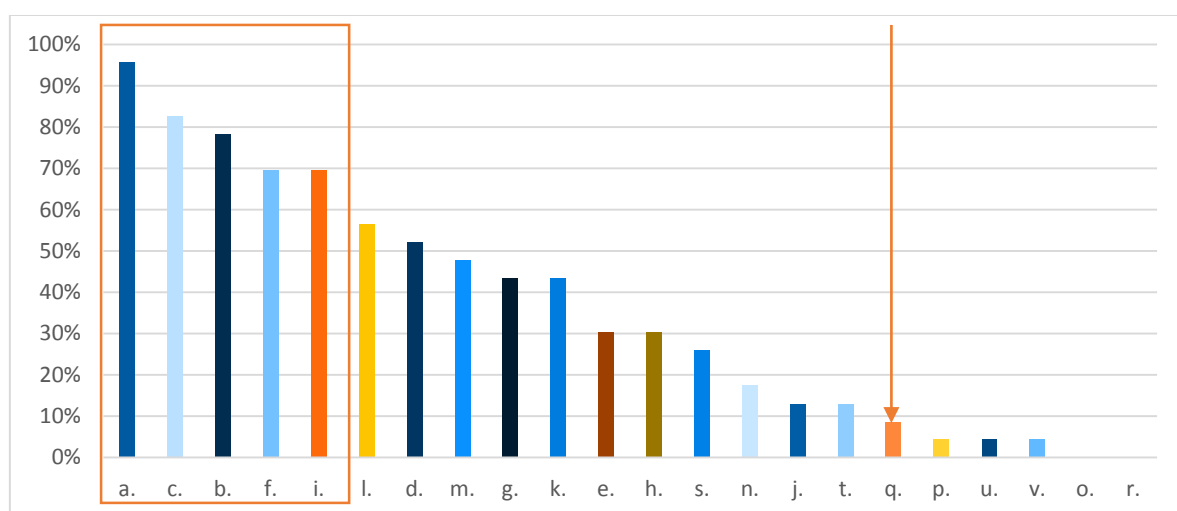
Nur 13 % der Befragten erachten sonstige Naturereignisse (z. B. Erdbeben) als besonders relevant. Die Gründe dafür können in der Risikostreuung der Standorte und Vertriebskanäle liegen.

Keiner der Interviewten hat das Risiko der Produkterpressung als besonders relevant bewertet. Dies erscheint bemerkenswert und ist vermutlich teilweise damit zu erklären, dass oft der Marken-Produzent und weniger der Händler im Fokus von Produkterpressern steht. Zu beachten ist allerdings, dass Eigenmarken oder die Handelsmarke für das Unternehmen ein Risiko darstellen können.

5.2.5 Welche Risiken/Gefahren hat der Handel derzeit versichert?

Erwartungsgemäß besteht bei dem groß- und katastrophenschadengeneigten Top Risiko „Brand“ eine Übereinstimmung zwischen der Einschätzung des Bedrohungspotenzials und der Absicherungsstrategie. Mehr als 96 % gaben an, Brandschäden zu versichern. Eine Punktlandung wurde auch im Bereich des Risikopotenzials „Betriebsunterbrechung“ erzielt. Knapp 70 % der Befragten gaben an, dieses Risiko als besonders relevant einzustufen, und 70 % verfügen derzeit über eine Betriebsunterbrechungsversicherung.

Ein ähnliches Bild finden wir im Bereich der Risiken Einbruch-Diebstahl und Beraubung vor. 74 % bewerteten diese Risiken als besonders relevant, 70 % versichern diese Risiken.



(Fragebogen – Auswertung: Risikopotenzial, Mehrfachangaben waren zulässig)
Frage 5 – Welche Risiken/Gefahren hat der Handel derzeit versichert?

- | | |
|---|--|
| a. Brand | s. Fehlhandlungen durch Manager |
| c. Sturm | n. Haftung für Produktrückruf |
| b. Hochwasser, Überschwemmung | j. Ausfall von Lieferungen/Lieferanten |
| f. Einbruch-Diebstahl, Beraubung | t. Zahlungsausfall durch Debitoren |
| i. Betriebsausfall aufgrund genannter Gefahren | q. Finanzielle Schäden durch IT (Hacker, Datenklau) |
| l. Haftung aus dem Betrieb | p. Finanzielle Schäden durch Mitarbeiter |
| d. Erdbeben | u. Reputation |
| m. Haftung für fehlerhafte Produkte/Produktberatung | v. Standortabhängigkeit von Dritten (z. B. als Mieter in SC) |
| g. Vandalismus | o. Produkterpressung |
| k. Warenschäden am Transportweg | r. Inventurschwund |
| e. Sonstige Naturereignisse | |
| h. Elektronik-, Maschinenschäden | |

Eine hohe Absicherungsquote ist auch für Elementarereignisse wie Sturmschäden und Hochwasser/Überschwemmung feststellbar. Details wie allfällige Höchstentschädigungen für diese Risikopotenziale je Versicherungsfall wurden allerdings im Rahmen dieser Studie nicht erhoben.

Anders stellt sich das Bild zum Cybercrime dar. Knapp 40 % bewerteten Cybercrime als besonders relevant, lediglich knapp 10 % verfügen derzeit über Risikotransferlösungen durch Versicherung.

Es ist davon auszugehen, dass hier noch eine Entwicklung zum vermehrten Einkauf von Versicherungsschutz für Eigen- und Drittschäden erfolgen wird, speziell da der Versicherungsmarkt erst seit wenigen Jahren zunehmend spezielle Cyber-Versicherungen auch in Österreich anbietet.

5.3 Risikotrend – „Cybercrime“

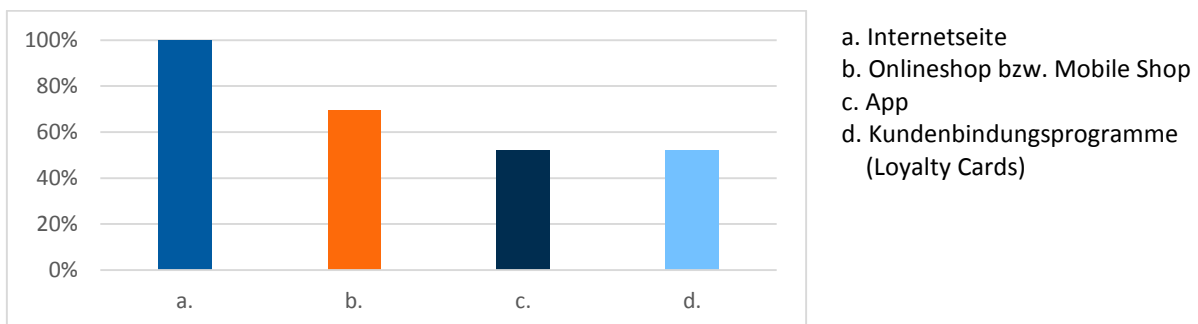
Das Ziel dieses Kapitels ist es, die „Risk Awareness“ sowie die persönlichen Erfahrungen der Unternehmen im Handel zu Cyber- & Data-Risiken zu erheben.

5.3.1 Hat das Unternehmen folgende Infrastruktur?

a. Internetseite; b. Onlineshop bzw. Mobile Shop; c. App; d. Kundenbindungsprogramme (z. B. Loyalty Cards)

Die Auswertung zeigt, dass bereits jetzt 100 % der Befragten über eine eigene Internetseite verfügen und mehr als 60 % einen Online-Shop als Vertriebskanal nutzen.

Rund 52 % der befragten Unternehmen stellen Apps bzw. Kundenbindungsprogramme zur Verfügung.

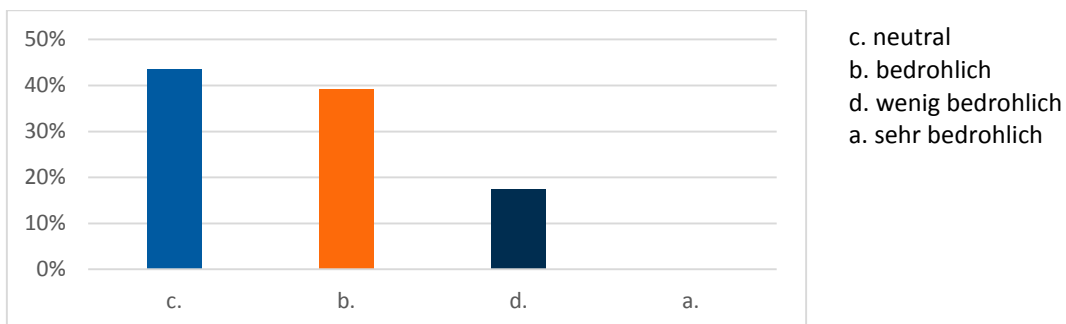


(Fragebogen – Auswertung: Exkurs Cybercrime, Mehrfachangaben waren zulässig
Frage 2 – Hat das Unternehmen folgende Infrastruktur?)

Das Ergebnis der Befragung bestätigt daher, dass der Handel zu den datenintensiven bzw. datensensitiven Branchen zu zählen ist.

5.3.2 Wie schätzt der Handel das Bedrohungspotenzial in Sachen Cybercrime ein?

Die befragten Unternehmen im Handel stehen dem Risiko der Cyber-Kriminalität weitgehend neutral gegenüber (rund 43 %) bzw. empfinden dieses als bedrohlich (knapp 40 %). Keiner der Befragten schätzt das Risiko derzeit als „sehr bedrohlich“ ein.

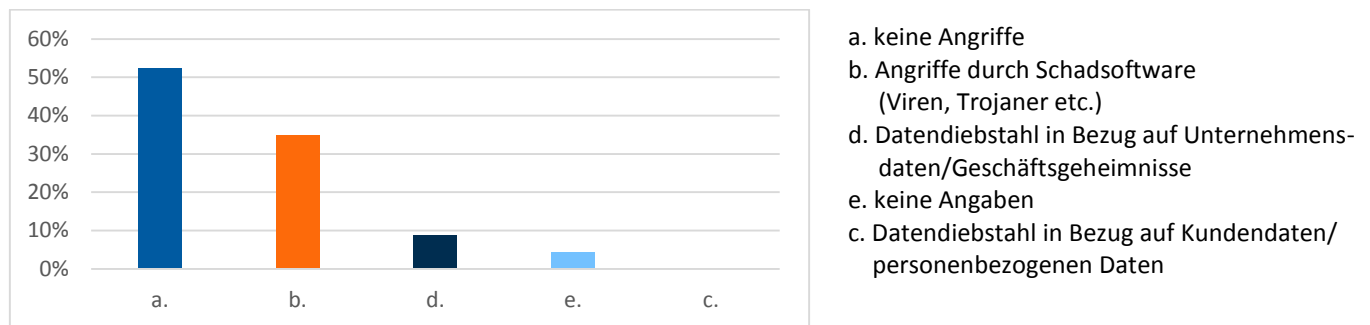


(Fragebogen – Auswertung: Exkurs Cybercrime
Frage 1 – Wie schätzt der Handel das Bedrohungspotenzial in Sachen Cybercrime ein?)

Interessant ist, dass das Betreiben eines Online-Shops nicht ausschlaggebend für die Einschätzung des Bedrohungspotenzials ist. Lediglich etwas mehr als 20 % der Unternehmen, die Online-Handel betreiben, schätzen Cyber- & Data-Risiken als für sie relevant ein.

5.3.3 War das Unternehmen innerhalb der letzten 36 Monate von Cybercrime-Angriffen betroffen? Wenn ja, sind finanzielle Schäden entstanden und können diese quantifiziert werden?

Mehr als 50 % der Befragten gaben an, bis dato nicht von Cyber-Attacken betroffen gewesen zu sein. Allerdings wurden 35 % Opfer von Angriffen durch Schadsoftware und weitere knapp 10 % waren von Datendiebstahl in Bezug auf Unternehmensdaten/Geschäftsgeheimnisse betroffen.



(Fragebogen-Auswertung: Exkurs Cybercrime, Mehrfachangaben waren zulässig)

Frage 3 – War das Unternehmen innerhalb der letzten 36 Monate von Cybercrime-Angriffen betroffen?)

Laut Antworten ist es in der Gruppe der befragten Unternehmen bis jetzt noch zu keinem Datendiebstahl in Bezug auf Kundendaten/personenbezogene Daten gekommen, wobei rund 4 % keine Angaben zu dieser Fragestellung machten.

5.3.4 Sind dem Unternehmen durch Cyber-Attacken finanzielle Schäden entstanden?

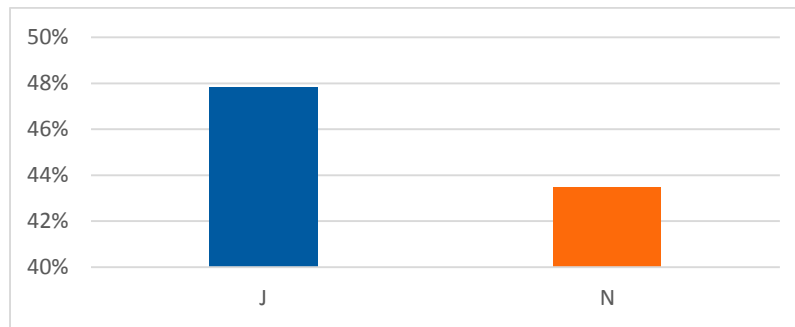
Die Analyse zeigt, dass derzeit keinem der befragten Unternehmen ein finanzieller Schaden als Folge von Cybercrime-Attacken entstanden ist.

5.3.5 Sind Ihrem Unternehmen durch Cyber-Attacken immaterielle Schäden entstanden (Reputation)?

Die Analyse zeigt, dass derzeit keinem der befragten Unternehmen ein immaterieller Schaden als Folge von Cybercrime-Attacken entstanden ist.

5.3.6 Hat das Unternehmen ein Risikomanagementsystem gegen Cyber-Attacken implementiert und wenn ja, welche Maßnahmen umfasst dieses? (J = Ja, N = Nein)

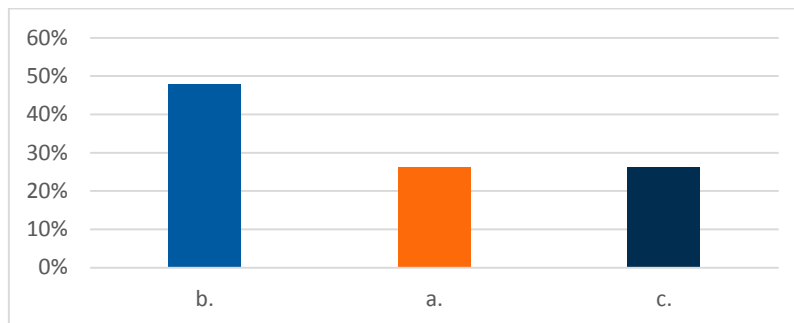
Knapp 50 % der Interviewten verfügen derzeit über ein Risikomanagementsystem gegen Cyber-Attacken. Rund 43 % der Befragten haben keine derartigen Maßnahmen implementiert.



(Fragebogen – Auswertung: Exkurs Cybercrime)

Frage 6 – Hat das Unternehmen ein Risikomanagementsystem gegen Cyber-Attacken implementiert?)

Von jenen Unternehmen, die bereits über Risikomanagementsysteme unter Berücksichtigung der Cyber-Risiken verfügen, führen rund 48 % einen regelmäßigen Risikodialog in Form von Meetings, Arbeitsgruppen und Lagebesprechungen durch. Krisenpläne bzw. Datenschutz als Chefsache sind bei lediglich 26 % der Interviewten bereits realisiert.



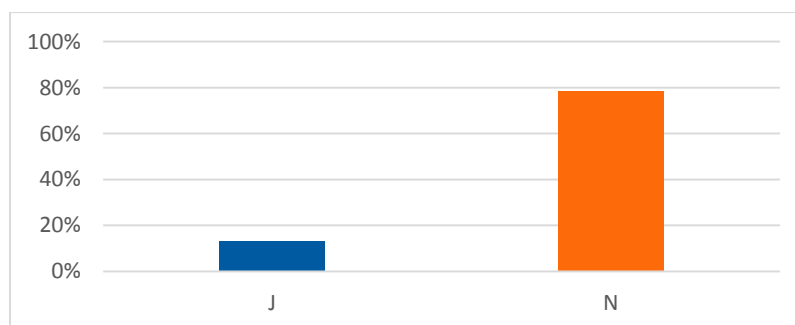
- b. regelmäßige Meetings oder Arbeitsgruppen zur Lagebesprechung und Verbesserung der EDV-Sicherheit und Arbeitsabläufe
- a. Krisenplan, um finanzielle und immaterielle Schäden nach Cyberangriffen zu minimieren
- c. Datenschutz und Datensicherheit sind auch der Teil der Agenda periodischer Geschäftsführungsmeeting

(Fragebogen – Auswertung: Exkurs Cybercrime, Mehrfachangaben waren zulässig)

Frage 6 – Wenn ja, welche Maßnahmen umfasst dieses Risikomanagementsystem?)

5.3.7 Hat das Unternehmen derzeit eine Versicherungsdeckung zur Absicherung der Schäden durch Cyber-Angriffe? (J = Ja, N = Nein)

Derzeit kaufen ca. 10 % der Befragten Versicherungsschutz zur Absicherung von Cyber- & Data-Risiken ein.



(Fragebogen – Auswertung: Exkurs Cybercrime)

Frage 7 – Hat das Unternehmen derzeit eine Versicherungsdeckung zur Absicherung der Schäden durch Cyber-Angriffe?)

Dabei unterscheidet sich der Handel in seiner Absicherungspolitik nicht maßgeblich von anderen exponierten Branchen. Die Ereignisse der letzten Monate, speziell jene wie die NSA-Affäre und der Heartbleed-Fall, werden zu einer weiteren Sensibilisierung von Cyber- & Data-Risiken beitragen.

Faktoren wie die Flexibilität des Deckungsmarktes bei der Risikoevaluierung und ein steigender Wettbewerb in Qualität und Preis, welcher durch die wachsende Anzahl von Underwritern zu erwarten ist, könnten den Einkauf von Cyber-Versicherungen zusätzlich steigern.

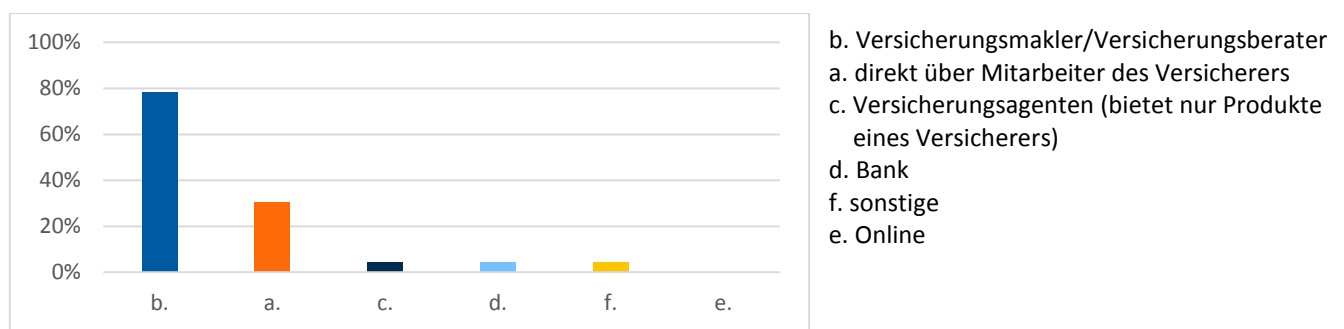
5.4 Beratung zum Risikotransfer – Absicherungskonzepte/Versicherungslösungen

Dieser Abschnitt soll veranschaulichen, welche Einkaufskanäle der Handel für seine Absicherungskonzepte/Versicherungslösungen derzeit nutzt. Speziell wollten wir wissen, welchen Stellenwert unabhängige Experten als Outsourcing-Partner im Handel einnehmen und welche Expertise hier besonders erwartet wird.

5.4.1 Wie erfolgt der Einkauf von Versicherungen?

Bereits jetzt nutzen 78 % der Interviewten unabhängige Versicherungsmakler/-berater als Outsourcing-Partner zur Beratung und Platzierung ihrer Versicherungsprogramme. Immerhin 30 % der Befragten platzieren ihre Versicherungsprogramme direkt über Mitarbeiter eines Versicherers, die ausschließlich dessen Produktportfolio anbieten können.

Andere Einkaufskanäle spielen eine untergeordnete Rolle. Lediglich je 4 % kaufen über Banken, Versicherungsagenten oder sonstige Vertriebskanäle ein.



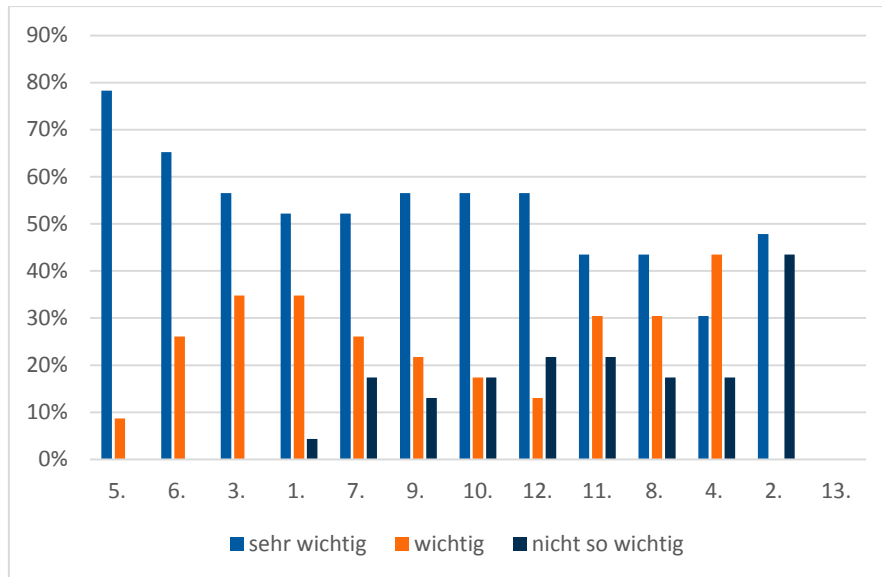
(Fragebogen – Auswertung: Absicherungskonzepte, Mehrfachangaben waren zulässig
Frage 1 – Wie erfolgt der Einkauf von Versicherungen?)

Der Vorteil von unabhängigen Experten liegt unter anderem darin, dass diese in der Regel Kenntnis über alle Versicherer, deren Kapazitäten, Zeichnungsmöglichkeiten sowie Finanzkraft haben und oft auch die Deckungsqualität durch Vereinbarung von eigenen, geschriebenen Makler-Vertragsbestimmungen maßgeblich optimieren. Ein weiterer Mehrwert ist zu erwarten, wenn der Outsourcing-Partner über eigene Experten in den wesentlichen Versicherungssparten und eigene Risk Consultants verfügt, welche in der Lage sind, die Unternehmen im Bereich des Risiko- und Versicherungsmanagements – ausschließlich mit Orientierung an den Interessen des Versicherungsnehmers – gesamthaft zu beraten. Das heißt, solche unabhängigen Makler mit eigener Infrastruktur sind in der Lage, „best advice“ bieten zu können.

5.4.2 Sofern die Beratung und der Einkauf über einen externen Dienstleister erfolgt, welche Dienstleistungsmerkmale sind dabei besonders wichtig?

Die Top 3 Dienstleistungsmerkmale, welche von den Interviewten als besonders wichtig bewertet wurden sind „Kompetenz und Engagement im Service“ (ca. 78 %), die „Verfügbarkeit/Stellvertretung“ (ca. 57 %) und „Expertise im Schadenmanagement“ (ca. 53 %).

Unter Berücksichtigung der konsolidierten Betrachtung ergab die Analyse, dass dem Handel Dienstleistungsmerkmale wie „eine persönliche Beziehung zum Dienstleister“ und vor allem „der Zugang zu internationalen Deckungsmärkten“ nicht so wichtig sind.



- 5. Kompetenz und Engagement im Service
- 6. Verfügbarkeit/Stellvertretung
- 3. Expertise im Schadenmanagement
- 1. lokale Präsenz
- 7. proaktive Betreuung
- 9. Verständnis des speziellen Bedarfs; Branchenkenntnis
- 10. unabhängige Expertise/eigene Spezialisten
- 12. Marktstärke/Einfluss auf Preisgestaltung
- 11. maßgeschneiderte Vertragsbestimmungen
- 8. Transparenz des Entlohnungsmodells
- 4. persönliche Beziehung zum Dienstleister
- 2. Zugang zu internationalen Deckungsmärkten
- 13. Sonstiges

(Fragebogen – Auswertung: Absicherungskonzepte)

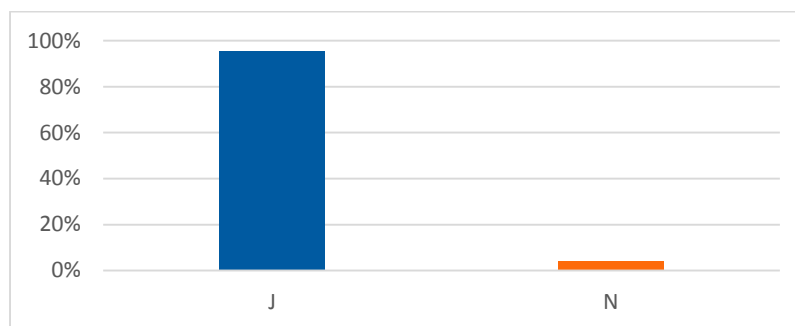
Frage 2 – Sofern die Beratung und der Einkauf über einen externen Dienstleister erfolgt, welche Dienstleistungsmerkmale sind dabei besonders wichtig?)

5.5 Schadenmanagement

In diesem Kapitel zeigen wir auf, wie der Handel Versicherungsfälle abwickelt und als weiteres Instrument im Rahmen des Risikomanagements nutzt.

5.5.1 Gibt es eine zentrale Stelle im Unternehmen zur Abwicklung von Schadenfällen mit Versicherungsbezug? (J = Ja, N = Nein)

Nahezu alle Befragten gaben an, über eine zentrale Stelle im Unternehmen zur Abwicklung von Schadenfällen mit Versicherungsbezug zu verfügen. Lediglich 4 % wickeln nach eigenen Angaben Versicherungsfälle nicht über eine zentrale Stelle ab.



(Fragebogen – Auswertung: Schadenmanagement)

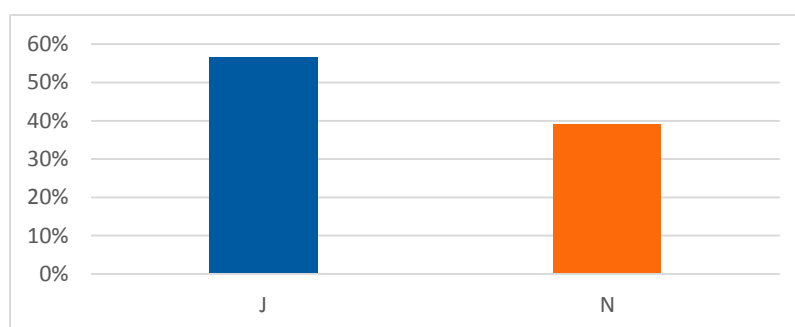
Frage 1 – Gibt es eine zentrale Stelle im Unternehmen zur Abwicklung von Schadenfällen mit Versicherungsbezug?)

Die Vorteile einer zentralen Schadenabwicklung können – durch die Kenntnis der damit betrauten Personen – vor allem in der Effizienz und Transparenzsteigerung liegen.

5.5.2 Wird die Schadenabwicklung über einen externen Dienstleister (z. B. Versicherungsmakler) gesteuert? (J = Ja, N = Nein)

Rund 57 % der Interviewten bedienen sich zur Schadenabwicklung eines externen Dienstleisters.

Marktstärke, Detailkenntnis der Vertragsbestimmungen, Kontakte zu den Schadenteams der Versicherer, weitere „Pufferfunktion“ gegenüber den geschädigten Dritten, Schadenmonitoring mit unabhängiger Expertise und Benchmark-Kennntnis: Diese und andere Parameter zeigen den Mehrwert einer Schadenabwicklung durch externe Dienstleister. Dennoch nehmen derzeit knappe 40 % der Befragten die Abwicklung von Versicherungsfällen noch selbst vor.

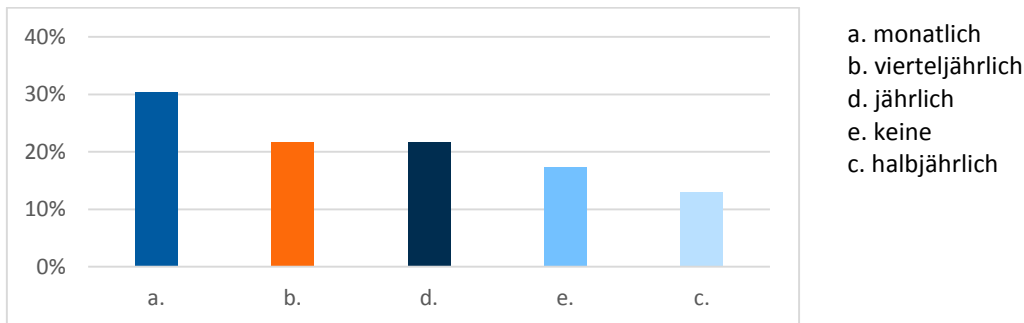


(Fragebogen – Auswertung: Schadenmanagement)

Frage 2 – Wird die Schadenabwicklung über einen externen Dienstleister (z. B. Versicherungsmakler) gesteuert?)

5.5.3 In welcher Frequenz erfolgt ein Schadenmonitoring im Unternehmen, und welche Maßnahmen werden eingesetzt?

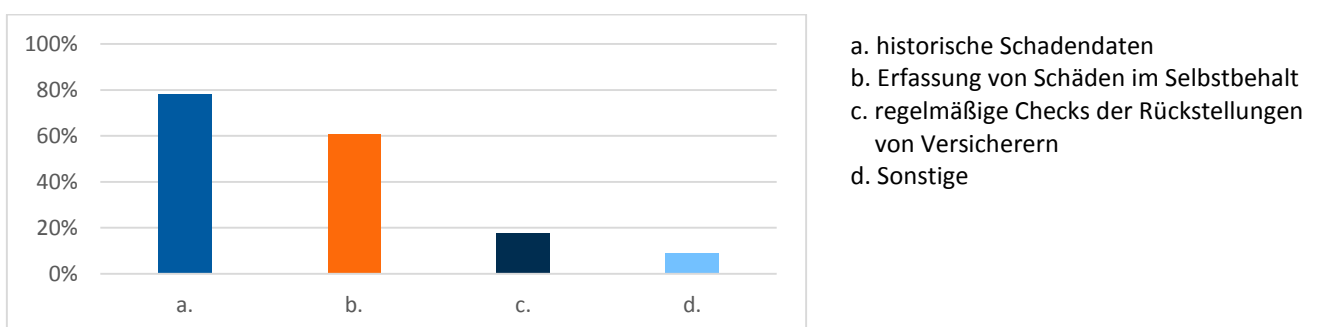
Rund 87 % der Befragten nehmen ein periodisches Schadenmonitoring vor. Davon gaben 30 % an, zumindest monatlich die Schadendaten zu überprüfen. Nach eigenen Angaben nehmen rund 17 % der Interviewten derzeit kein Schadenmonitoring vor.



(Fragebogen – Auswertung: Schadenmanagement
Frage 3.1 – In welcher Frequenz erfolgt ein Schadenmonitoring im Unternehmen?)

Wir empfehlen jedenfalls eine periodische Überprüfung und Auswertung von eigenen Schadendaten, speziell, um daraus allfällige risikoverbessernde Maßnahmen abzuleiten und mittelfristig die Stabilisierung der TCOR zu erzielen (Total Cost of Risks; Prämienkosten und Kosten innerhalb der Selbstbehalte).

Die häufigste Maßnahme des Monitoring-Prozesses ist die Analyse historischer Schadendaten. Auffallend hoch – und positiv – erscheint mit rund 60 % die Quote jener Unternehmen, die im Rahmen ihres Schadenmonitoring-Prozesses auch Kosten innerhalb von Selbstbehaltsvereinbarungen erfassen. Dies ist insbesondere dann von Wichtigkeit, wenn Selbstbehalte als Steuerungsinstrument zur Optimierung der TCOR eingesetzt werden und daher eine regelmäßige Überprüfung der Wirtschaftlichkeit bestehender Selbstbehaltsvereinbarungen erfolgt.



(Fragebogen – Auswertung: Schadenmanagement, Mehrfachangaben waren zulässig
Frage 3.2 – Welche Maßnahmen werden im Schadenmonitoring eingesetzt?)

Nur 17 % analysieren nach eigenen Angaben die Schadenrückstellungen von Versicherern. Diese Maßnahme ist vor allem im Zusammenhang mit Verhandlungen zur Vertragsverlängerung und bei Verträgen mit einer „Schadenbelastung“ von großer Relevanz.

6 Impressum

Titel

Der Handel – Risikomanagement und Versicherungen für operationelle Risiken
Eine Benchmarkstudie
Wien, Oktober 2014

Herausgeber

GrECo International AG
Versicherungsmakler und Berater in Versicherungsangelegenheiten
Reg.Nr. 13962G01/08
A-1191 Wien, Elmargasse 2-4
Tel. +43 (0)5 04 04-0
Fax +43 (0)5 04 04-11 999
office@greco.at
www.greco-jlt.com

In Kooperation mit

Handelsverband
1080 Wien, Alser Straße 45
Tel. +43 (1) 406 22 36
Fax +43 (1) 408 64 81
office@handelsverband.at
www.handelsverband.at

Für den Inhalt verantwortlich

Mag. Andreas Krebs
Dr. Oliver Zenz

Autoren

Helga Koller
Dipl.-Ing. Johannes Vogl

Grafik und Bildgestaltung

Mag. Judith Fleck
Thomas Mozelt

Mitwirkung

Sabine Hawelka
Mag. Petra Steininger

Kontakt GrECo

Helga Koller
Tel. +43 (0)5 04 04-131
h.koller@greco.at

Kontakt Handelsverband

Isabel Lamotte
Tel. +43 (0)1 406 2236
Isabel.lamotte@handelsverband.at

Alle Rechte an dieser Marktstudie sind vorbehalten. Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Die Ergebnisse sind zur Information der Unternehmen im Handel – insbesondere der Mitglieder des Handelsverbandes – bestimmt. Sie entsprechen dem Kenntnisstand der Autoren zur Zeitpunkt der Veröffentlichung. Für die Lösung einschlägiger Probleme wenden Sie sich bitte an die genannten Kontaktpersonen. Alle Meinungsbeiträge geben die Auffassung der Autoren wieder.



7 Anhang – Verwendeter Fragebogen



HANDELSVERBAND
Verband österreichischer Mittel- und
Großbetriebe des Handels

Der Handel - Risikomanagement und Versicherungen für operationelle Risiken

Fragebogen - Eine Benchmark-Studie des Handelsverbandes und GrECo International AG

Sehr geehrtes Mitglied,

Risikomanagement wird zunehmend zum entscheidenden Erfolgsfaktor für Unternehmen, und die Herausforderungen in diesem Bereich werden immer größer. Damit Unternehmen ihre Zukunft erfolgreich meistern können, ist eine aktive Auseinandersetzung mit allen Themen rund um das Risikomanagement unerlässlich.

Der Handelsverband führt daher gemeinsam mit der GrECo International AG, dem österreichischen Marktführer im Bereich Risiko- und Versicherungsmanagement, eine Marktstudie speziell für Unternehmen des Handels durch.

Wir wollen damit in Erfahrung bringen, wie die Mitglieder des Handelsverbands Themen wie Risikomanagement und Absicherungsstrategien managen: Wie sieht das Risikopotenzial aus? Gibt es ein Bedrohungspotenzial auch in Sachen Cyber-Kriminalität? Welche Versicherungslösungen sichern die Unternehmen ab und in welcher Form erfolgt das Schaden-Monitoring? Diese wichtigen Fragen stehen unter anderem im Mittelpunkt der Studie.

Wir freuen uns sehr über Ihre Beteiligung an der Studie. Denn Sie können daraus nicht nur allgemeine Erkenntnisse ziehen, sondern durch Ihre Beteiligung auch konkrete Informationen über die Risikolage Ihres Unternehmens erhalten. Mit Hilfe der Studie können Sie darüber hinaus die eigenen Aktivitäten und Absicherungsstrategien mit Benchmark-Informationen aus der Branche vergleichen und gegebenenfalls als Basis für Optimierungen heranziehen.

Sobald die Ergebnisse vorliegen, werden wir Ihnen diese gerne zur Verfügung stellen.

Danke für Ihre Teilnahme!

Der Handel - Risikomanagement und Versicherungen für operationelle Risiken

Fragebogen - Eine Benchmark-Studie des Handelsverbandes und GrECo International AG

Risiko Management

1. Aufgaben und Verantwortlichkeiten

Gibt es eine zentrale Verantwortung für den Bereich des Risiko Managements in Ihrem Unternehmen?

☐ Ja

☐ Nein

1.1 Berichterstattung zum Thema Risiko Management erfolgt

a. an 1. Führungsebene (GF/VD)

☐

b. an 2. Führungsebene

☐

c. an Aufsichtsgremien (Aufsichtsrat)

☐

d. keine

☐

(Mehrfachnennungen sind möglich)

1.2 Welche Risikoarten unterliegen einer genaueren Analyse und Bewertung?

a. Operationelle Risiken

wie Elementargefahren (Brand, Hochwasser, Überschwemmung, Sturm, Betriebsunterbrechung, Stromausfall, etc.), Cyber-Risiken, Haftungsrisiken aus Produkten, Arbeitsverhältnissen etc.

☐

b. Marktrisiken

wie Kundensegmente, Lieferanten, Marktzutritt, Inflation, etc.

☐

c. Finanzrisiken

wie Liquidität, Investitionen, Finanzanlagen, Debitorenverluste, etc.

☐

d. Strategische Risiken

wie M&A, Produkte/Dienstleistungen, Management-Fähigkeiten, Reputationsverlust, Markenrechte, Standortwahl, etc.

☐

e. Sonstige

☐

(Mehrfachnennungen sind möglich)



2. Kaufen Sie externe Beratungsdienstleistungen im Bereich Risiko Management zu?

☐ Ja☐ Nein

2.1 Wenn Ja, für welche Bereiche/Risikoarten?

3. Welche Instrumente zur Risikoidentifikation werden eingesetzt?

(Anmerkung: Ziel der Risikoidentifikation ist die strukturierte Erfassung der wesentlichen Risiken eines Unternehmens)

- a. Risikofragebögen/Checklisten
- b. Interviews
- c. Beobachtung von Frühwarnindikatoren/Kennzahlen
- d. IT-Eingabetools
- e. Workshops
- f. Schadenmonitoring
- g. Keine

☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐

(Mehrfachnennungen sind möglich)

4. Gibt es in Ihrer Organisation Maßnahmen zur Steigerung des Risikobewusstseins?

☐ Ja☐ Nein

4.1 Wenn Ja, welche?

Risikopotenzial

1. Gibt es eine verbindlich definierte und implementierte Risiko- und Versicherungsstrategie bzw. unternehmensweit einheitliche Vorgaben?

☐ Ja ☐ Nein

Wenn Ja, welche Mindestanforderungen sind darin geregelt?

- a. Verankerung des Risiko Managements/wer hat welche Zuständigkeit ☐
- b. Eigentragung contra Versicherung / Festlegung, welche Risiken zu überwälzen sind ☐
- c. Konzern-Versicherungsprogramme
Festlegung, welche Versicherungen auf Konzernebene eingekauft werden ☐
- d. Selbstbehalte (SB)
Nutzung des SBs als Prämien- und Risikokosten-Steuerungsinstrument ☐
- e. Allfällige Vorgaben zum Finanzkraft-Rating der Versicherer-Partner z.B. nicht unter „A“ für Großschaden- und Haftpflicht-Risiken ☐

(Mehrfachnennungen sind möglich)

2. Erfolgt eine Definition der Risikotoleranzgrenzen zur Quantifizierung der Bedrohung Ihrer Organisation?
(Risikotoleranz = der definierte Schwellenwert des Gesamtrisikos oder festgelegter Ausschnittsrisiken)

☐ Ja ☐ Nein

3. Welche Risikopotenziale werden über externe Risikoträger/Versicherungen abgesichert?

- a. Katastrophen-Risiken ☐
(Kommt es zu einer solchen Situation, können die Unternehmensziele nicht mehr erreicht werden. Im Extremfall ist die Existenz des Unternehmens gefährdet)
- b. Große Risiken ☐
(Hier ist die Aufgabenerfüllung nur teilweise möglich. Es müssen wesentliche Anpassungen an die Situation vorgenommen werden)
- c. Mittelmäßige Risiken ☐
(Es kann durch relativ geringen Aufwand die Aufgabenerfüllung im Wesentlichen sichergestellt werden)
- d. Kleinere Frequenzrisiken ☐
(Die Aufgabenerfüllung ist nicht beeinträchtigt)

(Mehrfachnennungen sind möglich)

4. Welche Risiken bewerten Sie für Ihr Unternehmen derzeit als besonders relevant?

- | | | | |
|---|--------------------------|--|--------------------------|
| a. Brand | <input type="checkbox"/> | m. Haftung für fehlerhafte Produkte/ | <input type="checkbox"/> |
| b. Hochwasser, Überschwemmung | <input type="checkbox"/> | Produktberatung | |
| c. Sturm | <input type="checkbox"/> | n. Haftung für Produktrückruf | <input type="checkbox"/> |
| d. Erdbeben | <input type="checkbox"/> | o. Produkterpressung | <input type="checkbox"/> |
| e. Sonstige Naturereignisse | <input type="checkbox"/> | p. Finanzielle Schäden durch Mitarbeiter | <input type="checkbox"/> |
| f. Einbruch-Diebstahl, Beraubung | <input type="checkbox"/> | q. Finanzielle Schäden durch IT (Hacker, Datenklau) | <input type="checkbox"/> |
| g. Vandalismus | <input type="checkbox"/> | r. Inventurschwund | <input type="checkbox"/> |
| h. Elektronik-, Maschinenschäden | <input type="checkbox"/> | s. Fehlhandlungen durch Manager | <input type="checkbox"/> |
| i. Betriebsausfall aufgrund vor- genannter Gefahren | <input type="checkbox"/> | t. Zahlungsausfall durch Debitoren | <input type="checkbox"/> |
| j. Ausfall von Lieferungen/Lieferanten | <input type="checkbox"/> | u. Reputation | <input type="checkbox"/> |
| k. Warenschäden am Transportweg | <input type="checkbox"/> | v. Standortabhängigkeit von Dritten (z.B. als Mieter in einem Shopping-Center) | <input type="checkbox"/> |
| l. Haftung aus dem Betrieb | <input type="checkbox"/> | | |

(Mehrfachnennungen sind möglich)

5. Welche Risiken haben Sie derzeit versichert?

- | | | | |
|---|--------------------------|--|--------------------------|
| a. Brand | <input type="checkbox"/> | m. Haftung für fehlerhafte Produkte/ | <input type="checkbox"/> |
| b. Hochwasser, Überschwemmung | <input type="checkbox"/> | Produktberatung | |
| c. Sturm | <input type="checkbox"/> | n. Haftung für Produktrückruf | <input type="checkbox"/> |
| d. Erdbeben | <input type="checkbox"/> | o. Produkterpressung | <input type="checkbox"/> |
| e. Sonstige Naturereignisse | <input type="checkbox"/> | p. Finanzielle Schäden durch Mitarbeiter | <input type="checkbox"/> |
| f. Einbruch-Diebstahl, Beraubung | <input type="checkbox"/> | q. Finanzielle Schäden durch IT (Hacker, Datenklau) | <input type="checkbox"/> |
| g. Vandalismus | <input type="checkbox"/> | r. Inventurschwund | <input type="checkbox"/> |
| h. Elektronik-, Maschinenschäden | <input type="checkbox"/> | s. Fehlhandlungen durch Manager | <input type="checkbox"/> |
| i. Betriebsausfall aufgrund vor- genannter Gefahren | <input type="checkbox"/> | t. Zahlungsausfall durch Debitoren | <input type="checkbox"/> |
| j. Ausfall von Lieferungen/Lieferanten | <input type="checkbox"/> | u. Reputation | <input type="checkbox"/> |
| k. Warenschäden am Transportweg | <input type="checkbox"/> | v. Standortabhängigkeit von Dritten (z.B. als Mieter in einem Shopping-Center) | <input type="checkbox"/> |
| l. Haftung aus dem Betrieb | <input type="checkbox"/> | | |

(Mehrfachnennungen sind möglich)

Exkurs - Cybercrime

1. Wie schätzen Sie das Bedrohungspotenzial in Sachen Cybercrime für Ihr Unternehmen?

- a. sehr bedrohlich
- b. bedrohlich
- c. neutral
- d. wenig bedrohlich

☐
☐
☐
☐

2. Hat Ihr Unternehmen folgende Infrastruktur?

- a. Internetseite
- b. Onlineshop bzw. Mobile Shop
- c. App
- d. Kundenbindungsprogramme (z.B. Loyalty Cards)

☐
☐
☐
☐

3. Wurde Ihr Unternehmen innerhalb der letzten 36 Monate von Cybercrime Angriffen betroffen?

- a. keine Angriffe
- b. Angriffe durch Schadsoftware (Viren, Trojaner etc.)
- c. Datendiebstahl in Bezug auf Kundendaten/personenbezogenen Daten
- d. Datendiebstahl in Bezug auf Unternehmensdaten/Geschäftsgeheimnisse
- e. keine Angaben

☐
☐
☐
☐
☐

(Mehrfachnennungen sind möglich)

4. Sind Ihrem Unternehmen durch Cybercrime Angriffe finanzielle Schäden entstanden?

- a. Ja
- b. Nein

☐
☐

Wenn ja, können Sie diese quantifizieren?

- a. Ja
- b. Nein

☐
☐



5. Sind Ihrem Unternehmen durch Cybercrime Angriffe immaterielle Schäden entstanden (Reputation)?

- a. Ja
- b. Nein

☐
☐

6. Haben Sie ein Risikomanagementsystem gegen Cyberattacken implementiert?

☐ Ja ☐ Nein

Wenn Ja,

- a. umfasst dieses auch einen Krisen-Plan um finanzielle und immaterielle Schäden nach einem Cyber-Angriff zu minimieren?
- b. erfolgen regelmäßige Meetings oder Arbeitsgruppen zur Lagebesprechung und Verbesserung der EDV-Sicherheit und Arbeitsabläufe?
- c. ist das Thema Datenschutz auch Teil der Agenda bei periodischen Geschäftsführungsmeetings?

☐
☐
☐

(Mehrfachnennungen sind möglich)

7. Hat Ihr Unternehmen derzeit eine Versicherungsdeckung zur Absicherung der materiellen Schäden von Cyber-Angriffen?

- a. Ja
- b. Nein

☐
☐

Absicherungskonzepte/Versicherungslösungen

1. Wie erfolgt der Einkauf von Versicherungen?

- a. Direkt über Mitarbeiter des Versicherers
- b. Versicherungsmakler/Versicherungsberater (unabhängig)
- c. Versicherungsagenten (bietet Produkte eines Versicherers an)
- d. Bank
- e. Online
- f. Sonstige

☐
☐
☐
☐
☐
☐

(Mehrfachnennungen sind möglich)

2. Sofern Sie die Beratung und den Einkauf über einen externen Dienstleister (z.B. Versicherungsmakler) steuern, welche Dienstleistungsmerkmale sind Ihnen dabei besonders wichtig?

Bewertung: 1=sehr wichtig, 2=wichtig, 3= nicht so wichtig

	1	2	3
1. Lokale Präsenz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Zugang zu internationalen Deckungsmärkten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Expertise im Schadenmanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Persönliche Beziehung zum Dienstleister	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Kompetenz und Engagement im Service (der Ansprechpartner/des Betreuungsteams)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Verfügbarkeit/Stellvertretung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Proaktive Betreuung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Transparenz des Entlohnungsmodells	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Verständnis Ihres speziellen Bedarfs; Branchenkenntnis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Unabhängige Expertise/eigene Spezialisten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Maßgeschneiderte Vertragsbestimmungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Marktstärke/Einfluss auf Preisgestaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Sonstiges	<input type="text"/>		



3. Welche potenziellen Schwächen sehen Sie in der Betreuung Ihrer derzeitigen Absicherungskonzepte/Versicherungslösungen?

- | | |
|--|--------------------------|
| 1. Lokale Präsenz | <input type="checkbox"/> |
| 2. Zugang zu internationalen Deckungsmärkten | <input type="checkbox"/> |
| 3. Expertise im Schadenmanagement | <input type="checkbox"/> |
| 4. Persönliche Beziehung zum Dienstleister | <input type="checkbox"/> |
| 5. Kompetenz und Engagement im Service (der Ansprechpartner/des Betreuungsteams) | <input type="checkbox"/> |
| 6. Verfügbarkeit/Stellvertretung | <input type="checkbox"/> |
| 7. Proaktive Betreuung | <input type="checkbox"/> |
| 8. Transparenz des Entlohnungsmodells | <input type="checkbox"/> |
| 9. Verständnis Ihres speziellen Bedarfs; Branchenkenntnis | <input type="checkbox"/> |
| 10. Unabhängige Expertise/eigene Spezialisten | <input type="checkbox"/> |
| 11. Maßgeschneiderte Vertragsbestimmungen | <input type="checkbox"/> |
| 12. Marktstärke/Einfluss auf Preisgestaltung | <input type="checkbox"/> |

(Mehrfachnennungen sind möglich)

Schadenmanagement

1. Gibt es eine zentrale Stelle in Ihrer Organisation zur Abwicklung von Schadenfällen mit Versicherungsbezug? ☐ Ja ☐ Nein
2. Steuern Sie die Schadenabwicklung über einen externen Dienstleister (z.B. Versicherungsmakler)? ☐ Ja ☐ Nein

3. In welcher Form erfolgt ein Schadenmonitoring in Ihrer Organisation?

3.1. Frequenz

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| a. monatlich | <input type="checkbox"/> |
| b. vierteljährlich | <input type="checkbox"/> |
| c. halbjährlich | <input type="checkbox"/> |
| d. jährlich | <input type="checkbox"/> |
| e. keine | <input type="checkbox"/> |

3.2. Maßnahmen des Monitoring-Prozesses

- | | |
|--|--------------------------|
| a. historische Schadendaten | <input type="checkbox"/> |
| b. Erfassung von Schäden im Selbstbehalt | <input type="checkbox"/> |
| c. regelmäßige Checks der Rückstellungen durch Versicherer | <input type="checkbox"/> |
| d. keine | <input type="checkbox"/> |

(Mehrfachnennungen sind möglich)



Kennzahlenabfrage

Umsatz

Anzahl der Mitarbeiter

Anzahl der Standorte/Filialen

Online-Shop

Standorte/Filialen in Shopping-Center

Sachanlage-Werte am größten Standort

☐ Ja

☐ Nein

☐ Ja

☐ Nein

Alle Rechte an diesem Dokument sind vorbehalten. Das Dokument einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Die darin enthaltenen Informationen sind vertraulich. Das Dokument und seine Inhalte dürfen ohne ausdrückliche Zustimmung von GrECo International AG oder dem Handelsverband nicht verwendet, übersetzt, verbreitet, vervielfältigt und in elektronischen Systemen verarbeitet werden. Insbesondere ist eine Weitergabe an jegliche Dritte nicht gestattet.



GrECo International AG

Versicherungsmakler und Berater in
Versicherungsangelegenheiten

1191 Wien, Elmargasse 2-4

Reg.Nr. 13962G01/08

Tel. +43 (0)5 04 04-0

Fax +43 (0)5 04 04-11 999

office@greco.at

www.greco-jlt.com



JLT International Network
Partner