

INSURANCE FORUM

# Neue Blickwinkel und Prognosen

» An der diesjährigen Jahrestagung für die Versicherungswirtschaft, dem Insurance Forum, wurde ausgiebig die Lage der Schweizer Assekuranz diskutiert. Wie viel Regulierung ist nötig? Wie sehen die Strategien der Versicherer aus, um sich in einem verändernden Umfeld zu behaupten? Wie sollen Lebensversicherungen im Zeichen der Niedrigzinspolitik agieren? Wie wirkt sich ein Paradigmenwechsel im Kundenverhalten aus? Welche Möglichkeiten bietet das Internet der Dinge? Das Insurance Forum von Euroforum wurde wiederum in Zusammenarbeit mit dem Fachmagazin «Schweizer Versicherung», dem Institut für Versicherungswirtschaft der Universität St. Gallen und der Asda Alumni im GDI Gottlieb Duttweiler Institute in Rüschlikon durchgeführt. Unterstützt wurde der Anlass von der Beratungsgesellschaft Mazars sowie von Pictet Asset Management. (rü)



^ Von links: Thomas Gerber, Axa Winterthur, Thomas Buess, Swiss Life, Peter Kappeler, Pax, Christian Jaggy, Elips Life.



^ Hanspeter Weber, CSS und ASDA, Thomas Hilfiker, Axa und SVVG.



^ Karl Ehrenbaum, Vereinigung der Dipl. Versicherungsfachleute ASDA.



^ Stefano Santinelli, Swisscom, Urs Arbter, Helsana, Urs Krucker, Y&R Group Switzerland.



^ Denis Kocaman, Felix Suter, Rached Zimmermann, Pictet Asset Management.



^ Hato Schmeiser, IVW Universität St. Gallen, Urs Berger, Präsident SVV.



^ Dieter Gosteli, Axa, Otto Bitterli, Sanitas.



^ Joy Müller, Smile.direct, Denise Wipf, Mazars.



^ Thomas Liebi, Swisscanto.

FORUM DER INSURANCE UND RISK MANAGER

## Auf Augenhöhe diskutieren

» Die Revision des Versicherungsvertragsgesetzes (VVG) beschäftigt nicht nur die Assekuranz und die Broker, sondern auch grosse Firmenkunden, die über eigene Versicherungsspezialisten verfügen und in der Schweizerischen Vereinigung der Insurance und Risk Managers (SIRM) organisiert sind. Diese Risikomanager, die mit der Versicherungswirtschaft auf Augenhöhe diskutieren, boten an ihrer kürzlich durchgeführten Jahrestagung den massgeblichen Stakeholdern seitens Gesetzgeber und des Industrieversicherungsmarktes eine Plattform für den informellen Meinungsaustausch darüber, wo der Schuh drückt und welche konkreten Ziele verfolgt werden. (rü)



^ Die SIRM-Vorstandsmitglieder: Lorenz Stampfli, Olivier Flury, Nestec, André Droz, Migros MGB, Sabrina Hartusch, Präsidentin, Triumph International, Peter Ebnetzer, Coop, Frank Gartmann.



^ Die Referenten: Daniel Roth, EFD, Pirmin Bischof, Ständerat, Julia Graham, Präsidentin Ferma, Moritz Kuhn, Präsident Siba, Lucius Dürr, Direktor SVV.



^ Evelyn Lämmli, Rieter, Pascal Schweingruber, Kessler.



^ Juan A. López, ABB, François Longpré, XL Group.



^ Ursula Freuler, Insurance Institute of Switzerland, Patrick Thomazeau, Mondelez International.



^ Margrit Hoffmann, Holcim, Alexandra Müller-Stucki, Helvetia, Milan Hradicky, IMG.



^ Eric Tveter, UPC Cablecom, Libor Voncina, Sunrise, Johan Andsjö, Orange, Urs Schaeppi, Swisscom.



^ René Dönni Kuoni, Bakom, Martin Blatter, Threema, Manuel Meister, Accenture, Felix Kamer, Huawei, Alexander Etter, InnoVeritas.



^ Hans Werder, Swisscom, Fritz Sutter, asut, Hanspeter Thür, Eidg. Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter.

TELEKOMMARKT SCHWEIZ

## Konkurrenten und Kollegen

« Wir sind heutzutage in der Schweiz immer zugleich Konkurrenten und haben gemeinsame Interessen », brachte Swisscom-Chef Urs Schaeppi an der Euroforum-Tagung Telekommarkt Schweiz den Wettbewerb im Kommunikationsmarkt auf den Punkt. Das bedeute nicht « Friede, Freude, Eierkuchen » – gleichwohl bezeichnete Orange-Chef Johan Andsjö Swisscom in der Diskussionsrunde respektvoll als « den am besten geführten Telekomkonzern », den er je gesehen habe. « In einigen Bereichen schenken wir uns gar nichts », machte Schaeppi die Fronten an der vom stellvertretenden « Bilanz »-Chefredaktor Marc Kowalsky moderierten Elefanten-

runde klar. In dieser Runde traf Schaeppi auf die Chefs von Sunrise, Orange und UPC Cablecom. « Wir möchten Partner Nummer eins im Unterhaltungsbereich werden », legte UPC-Cablecom-Chef Eric Tveter nach. « Es geht um die Frage, wie man aus Kunden Fans macht. » Am besten geht das über den Preis. « Der Schweizer Konsument bezahlt durchschnittlich und kaufkraftbereinigt weniger für bessere Qualität als die Konsumenten im Rest von Europa », sagte Sunrise-Chef Libor Voncina. Damit ist ein wichtiges Wettbewerbsargument unter Konkurrenten vom Tisch. Die grösste Gefahr komme laut Schaeppi nicht aus der Schweiz, sondern von den Internetriesen aus den USA. (mn)