

# Am richtigen Fleck

**KRAFT FOODS/MONDELEZ INTERNATIONAL** Der Standort seiner weltweit rund 200 Fabriken spielt für den globalen Nahrungsmittelkonzern eine entscheidende Rolle beim Schutz vor Naturkatastrophen.

VON JASMINE ALIG

**F**achausdrücke kennt er eigentlich fast nur in Englisch. Trotzdem bemüht sich Michael Heimburger, Director International Risk Management & Insurance bei Mondelez International, sich gegenüber Interessierten, die des englischen Versicherungsfachjargons nicht ganz so mächtig sind wie er, so verständlich wie möglich auszudrücken. «Als global tätiger Grosskonzern sind wir angehalten, ausschliesslich in Englisch zu schreiben», sagt er mit entschuldigendem Unterton. Für ihn persönlich sei das aber nie ein Problem gewesen, schliesslich habe er die Begriffe vor 15 Jahren während seiner Ausbildung zum Associate in Risk Management beim Insurance Institute of America nur so gelernt.

Seit nunmehr 25 Jahren ist der Volkswirtschaftler aus dem Schwarzwald bei der Kraft Gruppe mit dabei. In dieser Zeit hat sein Arbeitgeber rund vier Mal den Namen gewechselt. Angefangen hat Heimburger 1988 bei Philip Morris. Der Tabakriese kaufte kurze Zeit



In rund 200 Fabriken produziert und in 170 Ländern vermarktet: Die Produkte und Marken von Kraft Foods/Mondelez International sind auf der ganzen Welt bekannt.

BILDER: ZVG, ISTOCKPHOTO, MONTAGE: SV

## NACHGEFRAGT

### Ein Versicherer muss weltweit präsent sein

**Michael Heimburger**, Director International Risk Management & Insurance bei Mondelez International.



#### Was war Ihr bisher bemerkenswertester Schadenfall?

**Heimburger:** Vor ein paar Jahren hatten wir einen grossen Schaden in Südamerika. Da war nicht nur unsere Fabrik betroffen, sondern das ganze Industriegebiet, das wochenlang überschwemmt war. Unser Werk war bis unter die Decke des ersten Stockes komplett überschwemmt. Wir konnten die Fab-

rik für über drei Wochen nicht betreten, sondern höchstens mit dem Schlauchboot zufahren. Im ersten Stock standen die ganzen Verpackungsmaschinen, die den grössten Wert darstellen. Durch die Feuchtigkeit ergab sich eine Schimmelbildung in der ganzen Fabrik, die einen Totalschaden verursachte. Das Management entschied daraufhin, diese Fabrik nicht zu sanieren und stattdessen die Produktion zu verlagern. Im Nachhinein ein guter Entscheid, denn genau ein Jahr später wäre das Ganze nochmals passiert.

#### Welche Kriterien müssen Broker und Versicherer erfüllen, damit Sie mit ihnen zusammenarbeiten?

Als internationales Unternehmen mit Gesellschaften in mehr als 80 Ländern sind wir auf die Hilfe und Zusammenarbeit mit einem globalen Brokernetzwerk angewiesen. Zudem

schätzen wir führende Versicherer, die weltweit präsent oder so gut vernetzt sind, dass sie die Policen für all unsere Ländergesellschaften lokal ausstellen können. Guter Service und adäquate Prämiensätze sind auch sehr wichtig. Des Weiteren erwarten wir in einem möglichen Schadensfall eine dem Versicherungsvertrag entsprechende Schadensdeckung und Abwicklung sowie Begleichung innerhalb nützlicher Frist.

#### Mit welchen Gesellschaften arbeiten Sie konkret zusammen?

Wir haben so grosse Sachwerte, dass wir mit einem ganzen Panel an Versicherern zusammenarbeiten. FM Global ist einer davon. Unser Hauptversicherer im Sachversicherungsprogramm ist aber Zurich.

**INTERVIEW: JASMINE ALIG**

später den 1903 von James Louis Kraft gegründeten internationalen Lebensmittelkonzern Kraft Foods und benannte sich später in Altria Group um. 21 Jahre und eine Reihe von Fusionen und Akquisitionen später – darunter General Foods (1989), Jacobs Suchard (1990) und Nabisco (2000) – trennte sich die Altria Group 2007 wieder von Kraft Foods. Nochmals fünf Lenze und zwei Akquisitionen später – der Nahrungsmittelriese übernahm 2007 die Kekssparte von Danone und 2010 den britischen Süsswarenhersteller Cadbury – wurde Kraft Foods 2012 in zwei eigenständige börsennotierte Gesellschaften aufgesplittet.

### Neuer Name, gleiche Zuständigkeit

Seit dem 1. Oktober 2012 heisst Michael Heimburgers Arbeitgeber offiziell Mondelez International. Mondelez ist der Rechtsnachfolger von Kraft Foods Inc. und beinhaltet die globalen Aktivitäten für Snacks und Süsswaren sowie jene für Lebensmittel in 80 Ländergesellschaften ausserhalb Nordamerikas. Der neue Zweig Kraft Foods Group ist nunmehr ausschliesslich für die nordamerikanischen Lebensmittelaktivitäten zuständig. Für Heimburgers Berufsalltag brachte die Aufspaltung keine grossen Veränderungen: «Ich war vorher für das gesamte internationale Geschäft ausserhalb den USA und Kanada zuständig und bin es auch jetzt noch.»

Nach dem Spin-off wechselte ausser einer Person die ganze Mannschaft des Corporate Risk Management & Insurance der Kraft Foods Inc. zu Mondelez International. Von den insgesamt sieben Personen sind fünf im Headquarter in Deerfield bei Chicago lokalisiert. Michael Heimburger und sein Kollege arbeiten in Zug. Auch Heimburgers Chefin, Global Head Risk Management, Health, Safety & Environment, sitzt in Deerfield. Sie rapportiert an den Worldwide Treasurer, der seinerseits dem CFO und dieser wiederum dem CEO unterstellt ist.

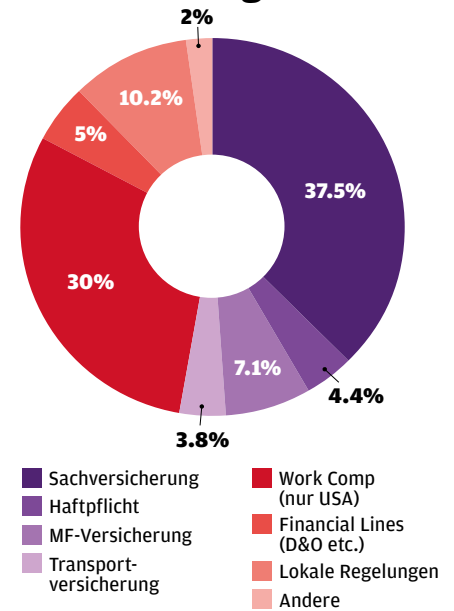
Neben dem internationalen Versicherungsgeschäft ist Heimburger direkt verantwortlich für das weltweite Transportprogramm, das internationale Haftpflichtprogramm, das Europäische Autoprogramm und das Europäische TV Wrap-up-Programm. Heimburger erklärt: «Da Mondelez International als Konsumgüterproduzent viel Werbung macht, gibt es ein spezielles Programm, das die ganzen Risiken, die mit dem Dreh eines Werbespots oder einem Fotoshooting verbunden sind, deckt.» Ausserdem ist Heimburger Chairman einer Captive und Board Member der Mondelez Rückversicherungs-Captive in Dublin. Für Personenversicherungen ist Heimbur- →

# Snack- und Süssigkeiten-Profi

Am 1. Oktober 2012 gegründet, umfasst Mondelez International die globalen Snack- und Süsswarenaktivitäten sowie sämtliche Lebensmittelaktivitäten ausserhalb Nordamerikas (USA und Kanada) der ehemaligen Kraft Food Inc. Das Unternehmen beschäftigt über 100 000 Mitarbeiter und hält weltweit den ersten Platz in der Produktion und im Verkauf von Keksen, Schokolade, Bonbons und Getränken in Pulverform. Zu den Produkten, die in insgesamt 170 Ländern vermarktet werden, gehören prominente Marken wie Toblerone, Milka, Oreo, Jacobs, Tassimo, LU, Tuc, Trident und Halls.

QUELLE: MONDELEZ

## PRÄMIENSPLIT MONDELEZ INTERNATIONAL Versicherungen



### Anzeige

Mittlere Unternehmen

Grosskonzerne

Kleinunternehmen

**Size does not matter.**

elipsLife versichert Unternehmen jeder Grösse.

[www.elipsLife.com](http://www.elipsLife.com)

elipsLife your insurance

s.pregowalch



BILD: ZVG

Steht auf sicherem Boden: Kraft-Fabrik in Bludenz, Österreich.

→ gers Bereich Corporate Risk Management & Insurance nicht zuständig. «Diese werden von der HR und den Benefits Abteilungen geführt.»

### Schadet Schokolade dem Gebiss?

Als Rechtsnachfolgerin von Kraft Foods Inc. wurden die gesamten historischen Verbindlichkeiten und Haftpflichtschäden an Mondelez International weitergegeben. «Diese betreffen vor allem Nordamerika, da sich dort von Natur aus mehr Haftpflichtschäden ergeben», präzisiert Heimburger.

Die Versicherungspolitik sieht vor, dass im Wesentlichen nur grosse Risiken versichert werden. Kleinere Risiken trägt das Unternehmen selbst. Im Sachbereich sind dies Risiken im zweistelligen Millionenbereich. Im internationalen Haftpflichtbereich sind die lokalen Selbstbehalte jedoch einiges tiefer, auch um mögliche ungerechtfertigte Klagen abzuwehren. «Das können Behauptungen sein, wie zum Beispiel, dass jemand wegen einer Tafel Schokolade Schäden am Gebiss erlitt», ergänzt Heimburger. Um den Wahrheitsgehalt solcher Anschuldigungen zu klären, werden die Fälle von der Versicherungsgesellschaft genau analysiert.

Als Grosskonzern mit rund 200 auf der ganzen Welt verstreuten Fabriken, von denen aus die Ware kreuz und quer in 80 Länder transportiert und verschifft wird, lässt sich ein gewisser Bodensatz an Schäden im Transportbereich nicht vermeiden. «Das liegt in der Natur der Sache», bringt es Heimburger auf den Punkt. Deshalb wurden auch hier relativ tiefe Selbstbehalte ausgehandelt. «Dies ermöglicht es uns, die Ursachen von kleinen Schäden durch unsere Begutachter zu ergründen und Besorgnis erregenden Entwicklungen wie beispielsweise einer Kumulierung von Diebstählen rechtzeitig entgegenzuwirken.»

### Naturrisiken richtig einschätzen

Abgesehen von der Analyse und der Prävention von Schäden im Transportbereich richtet Mondelez International auch besonderes Augenmerk auf die Sicherheit ihrer Fabriken. «Ein Betriebsunterbruch ist je nach Dauer und Fabrik, die es betrifft, sehr bedeutend», so Heimburger. Als Beispiel nennt er eine Kaugummi-

fabrik in Thailand, die infolge des Hochwassers im Oktober 2011 für sechs Wochen die Produktion unterbrechen musste. Doch das Problem war nicht etwa ein Schaden am Gebäude: «Unsere Leute vor Ort haben mit Stahlelementen eine Mauer rund um die Fabrik gebaut. Sie war also geschützt», erinnert er sich. «Aber um die Fabrik herum war Wasser. Die Angestellten konnten also nicht in die Fabrik rein und der Transport der Ware war auch behindert.»

Der Vorteil eines Grossunternehmens mit 200 Fabriken liegt darin, dass man in solchen Fällen flexibel ist und die Produktion verlagern kann. Trotzdem ist der Standort einer Fabrik ein wesentlicher Bestandteil innerhalb der Schadensprävention. «Naturgefahren stellen im Zuge der Klimaveränderung ein immer grösseres Risiko dar», weiss Heimburger, «deshalb werden unsere grossen Fabriken regelmässig von den Risk Engineers von FM Global begutachtet.» Diese untersuchen, wie hoch das Erdbeben-, das Flut- oder das Sturm-Risiko am jeweiligen Standort ist und machen Verbesserungsvorschläge. «Wir sind froh, dass die über dieses Know-how verfügen, dafür zahlen wir ja schliesslich auch.»

### Wenig Risiko, tiefe Prämien

Das erhöhte Risiko von Naturkatastrophen macht sich auch bei den Versicherungsprämien bemerkbar. Jede Fabrik von Mondelez International wird mittels eines Ranking Systems von 1 bis 5 bewertet. Risk Rank 1 stellt das beste Risiko dar, weshalb diese Fabriken mit einem günstigeren Prämiensatz bedacht werden als jene mit einem höheren Rank. Heim-

burger hat für die nächsten fünf Jahre ein ambitioniertes Ziel: «Unser Senior Management hat einen Plan genehmigt, mit dem alle unsere strategisch wichtigen Fabriken Risk Rank 1 erreichen sollen.»

### Der Standort einer Fabrik ist ein wesentlicher Bestandteil innerhalb der Schadensprävention.

Wird eine neue Fabrik gebaut, achtet man darauf, möglichst keine Standorte mit besonderen Naturgefahren zu wählen. In Japan, das über weite Teile erdbebengefährdet ist, müssen Kompromisse eingegangen werden: «Die Anbindung ans Verkehrsnetz und das Vorhandensein von Arbeitern sind genauso wichtig wie tiefe Prämien», erklärt Heimburger. Daher wurde die Fabrik nach neuestem Stand der Technik gebaut, sodass sie ein Erdbeben der Stärke 6 oder 7 auf der Richterskala aushält. Eine Investition, die Katastrophen nicht verhindert, ihnen aber zumindest die Stirn bietet. ■