

## Noch keine guten Vorsätze gemacht?!



**Heijo Hauser** ist  
Managing Director bei  
Towers Watson.

Alle Jahre wieder werden neue gute Vorsätze gefasst – so auch in der Versicherungsbranche. Wieder einmal werden sich Manager in der Assekuranz für 2011 große Ziele auf die Fahne schreiben – vielleicht die bessere

Handhabung der Vermittlerprovisionen im Krankengeschäft oder die Reduktion der Schaden-/Kostenquoten im Kfz-Geschäft ...?

Finanzverantwortlichen und Aktuarern, die noch keine Ideen für solche Vorsätze haben, sei als Anregung die jüngste Umfrage der britischen Aktuarvereini-

gung bei CEOs von Versicherungsunternehmen ans Herz gelegt: Die Organisation The Actuarial Profession hat ermittelt, welche Eigenschaften oder Verhaltensweisen CEOs bei ihren eher quantitativ geprägten Experten aus der Finanz- und aktuariellen Abteilung gerne sehen würden. Haben Sie Ideen, was bei dieser Frage die drei häufigsten Antworten waren?

**Nummer 3:** Werde strategischer Partner des Managements: Der CEO sucht nach Unterstützung bei strategischen und geschäftsrelevanten Fragestellungen – und gerade hier helfen quantitative Finanzanalysen. Ihre Meinung ist gefragt!

**Nummer 2:** Produziere Zahlen und Ergebnisse mit höherer Relevanz und Dichte: Die große Datenflut diene lediglich der Hintergrundinformation. Stattdessen wünscht sich der CEO die kurze Zusammenfassung und Analyse der Informationen,

um seine Entscheidungsfindung zu unterstützen.

**Nummer 1:** Schau in die Zukunft, nicht in die Vergangenheit: Erkläre, was passieren wird, nicht was passiert ist. Ein pro-aktives Vorausschauen durch die Finanzexperten war die häufigste Bitte der CEOs.

Natürlich hat niemand eine Glaskugel für die Zukunft, aber man kann sich diese Wünsche dennoch zu Herzen nehmen – denn nicht umsonst gibt es ja die Scherze über Aktuarer, die beim Autofahren immer in den Rückspiegel schauen.

**Aber eines ist sicher:** Auch 2011 wird vermutlich wieder einige Überraschungen für die Versicherungsbranche bereithalten. Da sind alle Beteiligten gefragt, um die Unternehmen durch schwieriges Fahrwasser zu lotsen. Relevante ziel- und zukunftsgerichtete Finanzinformationen können dabei sehr helfen.