

Wie ethisch sind Versicherungen?

.....

Mag. Reinhard Friesenbichler
November 2009

„Man kann den Versicherungsgesellschaften manches vorwerfen. Aber schadenfroh sind sie nicht.“ – so der Aphoristiker Werner Mitsch. Wie ethisch Versicherungen tatsächlich sind, dazu findet man bei den Betroffenen als auch in der Wissenschaft nur punktuelle Ansätze - deshalb hiermit der Versuch ethikrelevante Themen der Versicherungsbranche auszumachen.

Versichern bedeutet Beseitigung bzw. Reduktion des Risikos Einzelner durch Beiträge vieler. Praktisch jeder Bürger und jedes Unternehmen ist Kunde von mehreren Versicherungsgesellschaften und -produkten. Eine Million europäische Arbeitnehmer sind in der Branche tätig, die jährlich über eine Billion EUR an Prämien einnimmt und knapp sieben Billionen in die Wirtschaft investiert. Aufgrund ihrer Größe und transversalen Position im ökonomischen System ist die Versicherungswirtschaft eine volkswirtschaftliche Schlüsselbranche. Und wie sind Versicherungen aus der Sicht von Ethik und Nachhaltigkeit zu beurteilen? Grundsätzlich lassen sich drei Schauplätze des Handelns - und somit der gesellschaftlichen Verantwortung - lokalisieren: (1) die Produkt- und Kundenpolitik, (2) die Anlagepolitik sowie (3) die Beziehungen zu den Stakeholdern.

Die Produktpolitik

Das Prinzip der kollektiven Risikoübernahme ist wesentlich für das Funktionieren eines modernen Wirtschaftssystems. Ereignisse, deren Folgen für den Einzelnen untragbar sind (z.B. die Vernichtung des Wirtschaftsgebäudes durch Feuer), verlieren auf diese Weise ihren existenzbedrohlichen Charakter. Insofern stellt eine Versicherung per se eine hochstehende und ethisch wertvolle Form gesellschaftlicher Kooperation dar.

Eine Verletzung des Solidarprinzips erfolgt aber, wenn bestimmte Personen, Gruppen bzw. Risiken nicht oder nur mit untragbar hohen Prämien versichert werden - z.B. Schwerkranke. Diese Diskriminierung, auch als „**Redlining**“ bezeichnet, trifft z.B. in den USA bestimmte Ethnien, denen die Statistik ein sehr hohes Risiko attestiert. Die Grenze zwischen risikoadäquatem und damit fairem Pricing und echter Diskriminierung kann oft nicht scharf gezogen werden. Entscheidend ist hier wohl die Frage inwieweit der Kunde die entscheidenden Parameter selbst beeinflussen kann (z.B. die Motorleistung des zu versichernden Fahrzeuges - ja; das eigene Alter und Geschlecht - nein.)

Auf Kundenseite kann der Risikotransfer zu Verhaltensweisen motivieren, die in der Wirtschaftstheorie als „**Moral Hazard**“ bezeichnet werden. Dieses Phänomen entsteht aus einer Divergenz zwischen kollektiven und individuellen Interessen - d.h. der vollkaskoversicherte Autofahrer lässt möglicherweise weniger Vorsicht walten, als jener, der die Folgen seines Handelns alleine und direkt zu tragen hat.

Im **Idealfall besteht Interessengleichheit** zwischen Versicherer und Versicherungsnehmer. Sowohl der Kunde einer privaten Krankenversicherung als auch die Versicherungsgesellschaft sind an Erhalt und Förderung der Gesundheit interessiert: die Versicherung monetär und der Versicherte auch ideell (Wohlbefinden). Diese Kongruenz lässt sich durch Maßnahmen wie Aufklärung, Tarif-Differenzierung, Belohnungen für Schadensfreiheit oder risikomindernde Maßnahmen weiter fördern. Diesbezüglich existieren bereits eine Reihe sinnvoller Produkte z.B. aus den Bereichen Gesundheit oder Klimaschutz.

Wesentlich ist auch die **gesellschaftliche Wirkung**, die ein Versicherungsprodukt jenseits des unmittelbaren Kundennutzens entfaltet. Sie steht in engem Zusammenhang mit dem Versicherungsgegenstand, dessen Betrieb erst durch eine Versicherung möglich, wirtschaftlich sinnvoll bzw. ausreichend „sicher“ wird. (Betriebsunterbrechungsversicherung für ein Nuklearkraftwerk versus für eine Windkraftanlage; Haftpflicht für ein Hybridauto versus für ein SUV, etc.)

Marketingbezogene Kritikpunkte sind u.a. die häufig geäußerte **Intransparenz**. Diese macht es dem Nicht-Profi schwer zu beurteilen ob der Leistungsumfang die Bedürfnisse trifft, ob das Produkt einem Vergleich mit Mitbewerbern standhält und letztlich, ob der Preis fair kalkuliert ist. Die Informations-Asymmetrie kann selbst durch die Konsumentenschutzgesetzgebung nicht gänzlich beseitigt werden.

Auch die **Vertriebspraktiken** in der Versicherungsbranche werden oft als problematisch betrachtet. In diesem Zusammenhang stellt sich auch die Frage: **wie viel Versicherung braucht der Mensch?** Ein internationaler Vergleich zeigt signifikante Unterschiede in der Versicherungsdichte (Prämien pro Einwohner). Der durchschnittliche Österreicher gab 2008 1.950 EUR für Versicherungen aus - um 20% mehr als noch im Jahr 2003 und rund zehnmal mehr als ein Osteuropäer. Risikotransfer ist offensichtlich auch ein Wohlstandsphänomen.

Fazit: Die Versicherungswirtschaft lebt in einem Spannungsfeld aus Eigennutzen, Kundennutzen und gesellschaftlichem Nutzen. Z.T. sind Widersprüche systemimmanent, z.T. lassen sich diese durch kluges Produktdesign vermeiden bzw. weitgehend in Einklang bringen. Im Wesentlichen erfüllen die Versicherer aber die Funktion des Risikotransfers, wenngleich auch oft mit mangelnder Sensibilität für ethische und gesellschaftliche Nebenwirkungen. Schulnote: 2

Die Anlagepolitik

Versicherungen müssen, um der Funktion der Risikotransformation effizient nachkommen zu können, große Mengen an Kapital akkumulieren. Wie sieht eigentlich die Bilanzstruktur und Ertragsmechanik einer Versicherungsgesellschaft aus? Die Vermögensseite der Bilanz besteht typischerweise überwiegend aus Kapitalanlagen. Diese speisen sich insbesondere aus den Prämieinnahmen und dienen als Ertragsquelle bzw. (in einem gesetzlich definierten Umfang) als Deckungsstock zur Begleichung unmittelbarer Ansprüche der Versicherten. Die Anlageportfolios sind tendenziell konservativ, mit einem großen Anteil an Anleihen und sonstigen Forderungswertpapieren hoher Bonität. Im europäischen Schnitt liegt der Low Risk Anteil zwischen 50 und 60%, in Österreich tendenziell darüber.

Die beiden österreichischen Top-Versicherer Vienna Insurance Group und UNIQA gemeinsam hätten sich per Ende 2008 mit ihrem Investmentkapital von rund 50 Mio. EUR sämtliche Aktien an der Wiener Börse kaufen können (natürlich rein theoretisch). Laut CEA (European Insurance and Reinsurance Federation) investiert Europas Versicherungswirtschaft rund sieben Billionen EUR. Das entspricht in etwa der Marktkapitalisierung aller europäischen Aktienbörsen.

Aus diesen beeindruckenden Zahlen ist die Bedeutung des zweiten Schauplatzes gesellschaftlicher Verantwortung von Versicherungen abzuleiten: der **Allokation von Finanzkapital** auf Branchen, Unternehmen, Staaten und sonstige Emittenten. Diese kann expliziten oder impliziten ethischen Werthaltungen unterworfen sein, oder sich rein auf vordergründig ökonomische Kriterien beschränken.

Nachhaltiges Investment im Sinne der gezielten Auswahl von Wertpapieren nach ihrer ökologischen und sozialen Qualität findet zunehmend Verbreitung bei institutionellen Investoren wie Stiftungen und Pensionskassen. Diese haben ähnliche (gesetzliche und wirtschaftliche) Anlagerestriktionen wie Versicherungen, sind im Rahmen der Investmentpolitik jedoch im Schnitt innovativer.

Speziell für Versicherungen können gezielte nachhaltigkeitsorientierte Investments auch einen **internen Risikoausgleich** schaffen. Z.B. kann ein Versicherer seine Exposition im Bereich der (u.a. klimawandelbedingten) Unwetterrisiken durch eine Investment-Gegenposition in Alternativenergien („profitieren“ vom Klimawandel) ausgleichen. Diese Möglichkeit des Risikomanagements wird z.B. von Rückversicherungskonzernen zunehmend praktiziert.

Fazit: Die direkten und indirekten wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Effekte durch die nachhaltigkeitsorientierte Veranlagung von Milliarden schweren Portfolios wären enorm. Die umfassende Verantwortung die eine Versicherung im Rahmen der Kapitalveranlagung trägt ist der Branche noch nicht wirklich bewusst. Schulnote: 4

Die Stakeholderbeziehungen

Der gesellschaftliche Wert eines Unternehmens bestimmt sich nicht nur aus dem „Was“ der Geschäftstätigkeit, sondern auch aus dem „Wie“ des Umgangs mit den Stakeholdern (Mitarbeiter, Lieferanten, Geschäftspartner, Öffentlichkeit, Eigentümer, Natur, etc.). Dies gilt - so wie für alle Unternehmen - natürlich auch für Versicherungen.

Auf die konkreten Anforderungen und Ausprägungen betreffend die Versicherungsbranche kann aus Platzgründen hier nicht näher eingegangen werden. Als **Fazit** lässt sich jedoch festhalten: Versicherungen nehmen ihre Verantwortung gegenüber den Stakeholdern (z.B. via Mitarbeiterpolitik, Corporate Citizenship, Betriebsökologie, Ertragsstabilität, etc.) im Schnitt zufriedenstellend bis gut wahr. Schulnote: 2-3