

Weitblick

Maklertag 2017

Edition Vertrauen



SCHWERPUNKT

Vertrauen und Nähe
in der „Schönen Neuen Welt“

HENNING BECK

Kommunikation beginnt im Gehirn

KARIN KNEISSL

Die Macht der Diplomatie

KUNSTPROJEKT

Wir sind alle Menschen

BUSINESS

Nicht ohne meinen Makler

bzw.
beziehungsweise

Inhalt

Die Festschrift zum 15. Informationstag

Weitblick

 Edition Vertrauen

4	Editorial KommR Helmut Mojescick
6	Das Programm des Maklertages
8	Grußworte Walter Ruck, Dr. Michael Häupl
<hr/>	
	THEMA
10	Einführung Brigitte Kreuzer
12	Vortrag Dr. Henning Beck <i>Talk the brain</i>
18	Vortrag Dr. Karin Kneissl <i>Diplomatie in modernen Zeiten</i>
32	All human Ein Kunstprojekt
40	Podiumsdiskussion Dr. Karin Kneissl, Dr. Henning Beck, Dr. Hubert Schultes, Mag. Hermann Fried
<hr/>	
	HAMMURABI
42	Einleitung Mag. Wilhelm Hemmerka
44	Hammurabi 2017
46	1. Preis Dr. Maximilian Brunner
47	2. Preis Karin Gruber, M.A.
48	3. Preis Mag. Dr. Michael Kraus
<hr/>	
50	Rückblick Der Maklertag 2016
52	Partnerstatements Die Hauptsponsoren des Maklertages
60	Die Fachgruppe Immer ganz nah für Sie da
64	Dank Alle Partner des Maklertages
66	Impressum

Die *Zukunft* liegt im Du und ich

Wo aber Gefahr ist, wächst das Rettende auch.

Terror in Europa, Krieg in Syrien, der Brexit und die Wahl von Donald Trump haben das Jahr 2016 ebenso geprägt wie tragische Unglücke und viele prominente Todesfälle. Unsere „Schöne Neue Welt“ befindet sich im Wandel.

Doch so bedauerlich manche Vorkommnisse der letzten Monate auch waren, haben sie auch einen positiven Aspekt: die persönlichen Beziehungen werden wieder wichtiger, man rückt näher zusammen. Die Menschen wünschen sich mehr denn je eines: Sicherheit und Stabilität.

Wir in der Versicherungsbranche fangen diese Wünsche und Sorgen auf. Dazu braucht es vor allem Nähe zum Kunden und eine gute Vertrauensbasis. Nur wer die Bedürfnisse seiner Kunden kennt und ernst nimmt, kann maßgeschnei-

Gerade Zeiten wie diese erfordern **innovative Konzepte**. Wir möchten mit dem Maklertag in jedem Jahr Anregungen für unsere Themen Versicherung und Vorsorge und neue Ideen für die Zukunft der Versicherungswirtschaft vermitteln.

derte Versicherungslösungen finden. Das genau zeichnet unsere Arbeit als Vermittler und Berater aus.

Die Aus- und Weiterbildung ist und bleibt daher ein wichtiger Parameter für den wirtschaftlichen Erfolg und das Image unserer Branche. In den letzten Jahren haben wir verabsäumt, für Nachwuchs zu sorgen. Unser Berufsstand ist überaltert, das Durchschnittsalter liegt bei ca. 50 Jahren.

Die Rahmenbedingungen in der Versicherungsbranche werden immer schwieriger, deshalb ist es umso wichtiger unsere langjährige Erfahrung an den Maklernachwuchs weiter zu geben, sie auf die Arbeit mit dem Kunden vorzu-

bereiten. Denn flexible Lösungen erfordern nicht nur hohes Fachwissen und Kompetenz, sondern auch soziale Verantwortung und Empathie.

Zeiten wie diese erfordern aber auch innovative Konzepte, die neue Wege aufzeigen und sich an den individuellen Bedürfnissen der Konsumenten orientieren. Mit der Ausschreibung der ersten wissenschaftlichen Branchenauszeichnung, dem „Hammurabi-Preis“, haben wir, die Wiener Versicherungsmakler, einen wichtigen Schritt zur Qualitätssteigerung und Förderung des Nachwuchses gesetzt.

Seit 2002 wird der „Hammurabi“ in Kooperation mit der Wirtschaftsuniversität Wien im Rahmen des Informationstags verliehen. Auch im Jahr 2017 bringen uns die prämierten Einreichungen Anregungen innerhalb des Themenkreises Versicherung und Vorsorge und neue Ideen für die Gestaltung der Zukunft der Versicherungswirtschaft.

Die Hammurabi-Preisverleihung ist ein besonderes Highlight unseres Informationstags. Außerdem greifen wir jedes Jahr aktuelle und brisante Themen auf und lassen sie durch kompetente und renommierte Persönlichkeiten diskutieren. Auch das heurige Motto „**beziehungsweise**“ steht für aktuelle und künftige Probleme unserer Gesellschaft, für spannende Statements und für einen erkenntnisreichen Abend.

Als Obmann der Wiener Fachgruppe danke ich unseren Partnern, ohne deren Unterstützung die Umsetzung des Informationstags nicht möglich wäre. Mit ihrer finanziellen Teilnahme bestätigen uns die Unternehmen nicht nur die Wertigkeit der Veranstaltung, sie zeigen auch das Vertrauen in unsere Arbeit. Ich bin stolz auf die Bedeutung, die dieser Tag innerhalb und außerhalb der Branche erlangt hat – und freue mich auf ein Wiedersehen beim Maklertag 2018!



KommR Helmut Mojescick
Obmann der Fachgruppe Wien
der Versicherungsmakler und Berater
in Versicherungsangelegenheiten

Wer bin ich?
Und wenn ja, wie
viele digitale Ichs
besitze ich?



Programm

Der 15. Informationstag der Wiener Versicherungsmakler
beziehung(s)weise

- 16.30 Uhr **Einlass**
Begrüßungs-Cocktail
- 17.30 Uhr **Eröffnung** im großen Festsaal
KommR Helmut Mojescick Fachgruppenobmann
- 17.50 Uhr **„Kommunikation beginnt im Gehirn“**
Dr. Henning Beck Neurowissenschaftler und
Deutscher Meister im Science Slam
- 18.30 Uhr **Pause**
- 18.45 Uhr **Hammurabi Preisverleihung**
Preisübergabe durch **Mag. Wilhelm Hemerka**
- 19.00 Uhr **„Diplomatie in modernen Zeiten“**
Dr. Karin Kneissl Publizistin und Nahost Expertin
- 19.30 Uhr **Podiumsdiskussion**
Gen.Dir. KommR Dr. Hubert Schultes
Niederösterreichische Versicherung AG
Vorstandsdirektor Mag. Hermann Fried
Wiener Städtische Versicherung AG
- 20.00 Uhr **Unterhaltsamer Ausklang**
am Buffet, an der Bar und in der Zigarrenlounge
- Moderation**
Mag. Tarek Leitner

Vertrauen ist die Basis

Arbeit und Netzwerk



DI Walther Ruck
Präsident
Wirtschaftskammer Wien

Vernetzung, Digitalisierung, Networking, Lobbying – wir verwenden heute sehr viele Worte, die unsere globale Welt beschreiben und auch unser Vorgehen. Auch wenn die Welt immer schneller und digitaler wird, messen die meisten von uns die Qualität der Arbeit mit Vertrauen und gerade wenn es um Versicherungsberatung geht, ist Vertrauen ein essentieller Faktor.

Durch qualitativ gute Arbeit erlangt man dieses Vertrauen und durch ein gutes Netzwerk verbreitet sich der gute Ruf. Aber eine gesunde Vernetzung nutzt nicht nur bei der Neukundenakquise, sondern auch bei der eigenen Weiterentwicklung, egal ob persönlich oder bei den Produkten, die man vertreibt. Die Fachgruppe hat dies schon lange erkannt und setzt seit Jahren bei ihren Informationstagen auf die Vernetzung ihrer Mitglieder. Gemeinsam gelingt guter Service sowie qualitativ hochwertige Interessenvertretung.

Tradition für Ideen und Dialog

Auf die Menschen eingehen



Dr. Michael Häupl
Bürgermeister und
Landeshauptmann von Wien

Der Informationstag der Wiener Versicherungsmakler hat Tradition. Bereits zum 15. Mal treffen sich Persönlichkeiten aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft um Themen der Europäischen Marktentwicklung kritisch zu betrachten, Ideen zu entwickeln und Dialoge zu beginnen.

Das diesjährige Motto lautet „beziehung(s)weise“ und beschäftigt sich mit der Frage, in welcher Art Kundenbeziehungen in einer modernen Gesellschaft geschaffen und gepflegt werden können und wie man am besten auf die Menschen eingehen kann.

Visionen zur qualitativen und ganzheitlichen Vorsorge sind für die Gesellschaft wichtig. Die Sicherheit, sein eigenes Leben bestreiten zu können und das Wissen,

im Notfall auf Hilfe zählen zu können, sind maßgebliche Grundlagen für eine gute Lebensqualität und soziale Stabilität in einem Land. Dazu sind auch ein engmaschiges medizinisches und pflegerisches Versorgungsnetz, das persönliche Sicherheit empfinden jedes einzelnen und nicht zuletzt die wirtschaftliche Absicherung von Menschen ausschlaggebend.

Österreich ist ein Land, in dem dies alles gegeben ist. Darüber hinaus haben die Menschen hier die Möglichkeiten, diese „Sicherheiten“ noch einmal versichern zu lassen. Allerdings ist auch dieser Bereich einem permanenten Wandel unterworfen, auch weil das Leben immer schneller und komplexer wird. Damit steigen auch die Anforderungen an die Versicherungsbranche und vor allem an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter enorm.

Ich wünsche allen Besucherinnen und Besuchern interessante Stunden und den Initiatoren eine erfolgreiche Veranstaltung in den Wiener Sofiensälen!

Sind wir noch *beziehungs*fähig?

Vieles im Alltag wird bereits digital abgewickelt –

sei es die Bankgeschäfte, der Wocheneinkauf oder das Vergleichen von Versicherungsprodukten. Sogar Lebenspartner werden auf digitalen Plattformen gesucht, und natürlich das Foto der Katze geteilt.

Die fortschreitende Digitalisierung und der technische Fortschritt verkleinern unsere Welt. Die Kommunikation ist mittlerweile vollständig technisiert. Für viele Menschen wird es dadurch immer schwieriger, echte Nähe und Vertrauen aufzubauen. Es wirkt so, als wären die Menschen heutzutage weniger beziehungsfähig als früher.



© WEINWURM

Brigitte Kreuzer
Obmann-Stellvertreterin der Fachgruppe
Wien der Versicherungsmakler und
Berater in Versicherungsangelegenheiten

Das zeigt sich auch im beruflichen Kontext. Denn um ständig mit Geschäftspartnern und Kunden in Kontakt zu bleiben, brauchen wir unseren Arbeitsplatz theoretisch gar nicht mehr verlassen. Die aktuelle Kommunikationstechnik erlaubt die Abwicklung von Geschäften sogar über Ländergrenzen hinweg, ohne eine räumliche Veränderung herbeiführen zu müssen. Der Verbleib an der technischen Oberfläche der Kommunikation führt aber oft zu Missverständnissen – auf der Sach- und auf der Gemütsebene. Und das ist für den Aufbau und die Abwicklung von Geschäften nicht unbedingt förderlich. So sehr die technischen Mittel den Alltag auch erleichtern, sie erzeugen demnach nicht die Empathie, die für die Arbeit mit Menschen notwendig ist.

Ohne Nähe und den persönlichen Kontakt ist eine langfristige Zusammenarbeit nicht möglich. Schon gar nicht im Versicherungsgeschäft, das vor allem auf dem gegenseitigen Einvernehmen und Vertrauen zwischen Menschen aufbaut.

Es ist daher kein Zufall, dass sich der Direktvertrieb von Versicherungsprodukten im Internet nur langsam durchsetzt. Digitale Kommunikation schafft viele Möglichkeiten und bietet durchaus viele Vorteile – auch für uns Versicherungsmakler. Doch es ist nahezu unmöglich, das auf die jeweilige Lebenssituation und die individuellen Bedürfnisse abgestimmte Versicherungsprodukt durch technische Medien zu finden. Bei Fehlen einer umfassenden Bedarfsermittlung und persönlichen Beratung besteht die Gefahr eine nicht passende Versicherung abzuschließen.

Unser Tagungsmotto **beziehungsweise** steht für die Art und Weise, wie wir miteinander kommunizieren und wie Beziehungen geschaffen beziehungsweise gepflegt werden können.

Als Vermittler stehen wir daher an vorderster Front und stellen laufend Nähe zum Kunden her, denn gerade in unserer schnelllebigen „Schönen Neuen Welt“ ist es wichtig, Verständnis für die Bedürfnisse und Sorgen der Kunden aufzubringen und ihr Vertrauen zu stärken.

Weil Vertrauen vor allem durch menschliche Nähe und Intimität aufgebaut wird, stellt sich die Frage: Wie schaffen wir im digitalen Zeitalter überhaupt Nähe? Deshalb widmet sich der heurige Informationstag genau diesem Thema und sucht Antworten auf die entscheidenden Fragen:

- Wie kann ich gute Beziehungen und Nähe zum Kunden aufbauen und aufrecht halten?
- Was muss ich wissen, um mein Gegenüber, ob Kunde oder Geschäftspartner, besser zu verstehen?

Es gibt wohl keine allgemein gültigen Antworten. Aber ich hoffe, dass Sie von den Vorträgen, und Diskussionsbeiträgen inspiriert werden, für sich selbst und Ihre Herausforderungen gute Antworten zu finden.

Talk the *brain*

Wir nehmen Dinge wahr, begeistern uns

dafür und verändern die Welt, indem wir kommunizieren. Es gibt keinen effektiveren Weg, sich Wissen anzueignen, als durch den Austausch mit Mitmenschen. Denn sobald die Dinge in unserer Umwelt spannend und neuartig sind, sind wir an ihnen interessiert.

Menschliche Gehirne haben sich in der Evolution sehr wahrscheinlich nicht entwickelt, damit sie bloße Daten oder Fakten verarbeiten können. Natürlich sind wir heute besser als jedes andere Lebewesen dazu in der Lage, Informationen zu speichern und neu zu kombinieren.

Aber das ist nur das Nebenprodukt unserer eigentlichen Hirnleistung: uns mit anderen Menschen auszutauschen. Gehirne sind Kommunikationswerkzeuge, sehr komplex, vielfach noch unverstanden und enorm leistungsfähig.

Dabei ist die eigentliche Leistungskraft eines Gehirns vergleichsweise beschränkt. Nervenzellen sind über fünf Millionen Mal langsamer als Computerchips, verrechnen sich dabei etwa eine Milliarde Mal so häufig und stehen zu 99 Prozent nicht mit der Außenwelt, sondern ihren Nachbarzellen in Kontakt. Aus dieser Perspektive erscheint das Gehirn als ziemlich faul, fehlerhaft und selbstverliebt – und dennoch ist es in der Lage, die grandiosesten kognitiven Leistungen zu vollbringen, bei denen jeder Supercomputer

Informationen speichern
und neu kombinieren ist nur
das **Nebenprodukt** unserer
eigentlichen Hirnleistung:
**uns mit anderen Menschen
auszutauschen.**

Kommunikation beginnt im Gehirn. Kurzversion des Vortrags von *Dr. Henning Beck*

aussteigt. Und das, obwohl es dazu weniger Energie benötigt als eine gewöhnliche Glühlampe.

Computer können sehr gut Daten speichern und wieder abrufen. Wir hingegen sind spezialisiert darauf, mit unseren Mitmenschen zu kommunizieren – und das hat Spuren in unserem Denkorgan hinterlassen. Ob wir es wollen oder nicht, wir stehen ständig in einem Gedankenaustausch: wenn nicht mit anderen, dann mit uns selbst.

Und die besten Ideen entstehen dann, wenn man sie mit anderen Menschen austauscht. →

Dr. Henning Beck

geboren 1983, Neurowissenschaftler und Autor, erklärt, wie man die Prinzipien des Gehirns für kreatives Denken und neue Kommunikationsformen nutzen kann.

Er studierte von 2003 bis 2008 Biochemie in Tübingen. Nach seiner Diplomarbeit forschte er, gefördert durch ein Promotionsstipendium der Gemeinnützigen Hertie Stiftung, am Hertie Institut für klinische Hirnforschung in Tübingen und danach am Institut für Physiologische Chemie der Universität Ulm. Seine Doktorarbeit beendete er 2012 an der Graduate School of Cellular & Molecular Neuroscience in Tübingen zu einem neuro-zellbiologischen Thema. Anschließend arbeitete er an der University of California in Berkeley und machte dort seinen International Diploma-Abschluss in Projektmanagement. Dabei entwickelte er bis 2014 für Unternehmen in der San Francisco Bay Area moderne Präsentations- und Marketingstrategien und kombinierte dafür neurobiologische Erkenntnisse mit innovativen Wirtschaftskonzepten.

Henning Beck verbindet den spannenden Inhalt der Neurowissenschaften mit frischen-modernen Vorträ-



gen. Seine besonders humorvolle Darbietung aktueller neurobiologischer Forschung machte ihn zum Science Slam Bundessieger im Wissenschaftsjahr Gesundheitsforschung 2011 und brachten ihm den Deutschen Science Slam Meistertitel 2012. In seinen populären Büchern erweitert er die klassische Darstellung wissenschaftlicher Themen und präsentiert modernste Hirnforschung

auf unterhaltsame und praxisnahe Weise. Als Kolumnist im GEO-Magazin und der Wirtschaftswoche berichtet er regelmäßig über die aktuellsten Trends der Neuroszene.

Seine Forschung führt ihn momentan auf das Gebiet der Neuropsychologie. Er ist am Scene Grammar Lab der Universität Frankfurt tätig und erforscht dort, wie sich Menschen in ihrer Umgebung orientieren und neue Ideen entwickeln. Diese Erkenntnisse nutzt er, um für Firmen neue Formen von Workspace-Designs und kreative Arbeitswelten zu entwickeln. Zusätzlich unterstützt er mit seiner Expertise Unternehmen dabei, innovative Organisationsstrukturen und Kommunikationswege anzuwenden.

Doch was macht einen erfolgreichen Gedankenaustausch aus? Und wie funktioniert gute Kommunikation, bei der man sein Gegenüber nicht nur überzeugt, sondern auch Vertrauen und Nähe aufbaut? Schließlich bevorzugt das Gehirn einige Kommunikationsstile ganz besonders – und wer erfolgreich zwischenmenschliche Beziehungen aufbauen will, sollte sich die Kommunikationstricks des Gehirns anschauen.

Wer berücksichtigt, wie das Gehirn Informationen und Gespräche verarbeitet, kann dadurch bessere und erfolgreichere Kundenbeziehungen aufbauen. Das bedeutet in der praktischen Anwendung dreierlei:

Erfolgreiche Kommunikation berücksichtigt, dass **nicht die Information**, sondern **die Geschichte** im Vordergrund steht.

1.

Erstens, erfolgreiche Kommunikation berücksichtigt, dass nicht die Information, sondern die Geschichte im Vordergrund steht.

Neu eintreffende Informationen werden von einem Gehirn nicht separat wie in einer biologischen Maschine analysiert und ausgewertet – ein Gehirn erzeugt ein Denkkonzept.

Sparen Sie sich die Aufzählung von Daten, Fakten, Argumenten oder Stichpunkten. So zeigt sich, dass eine besonders anschauliche Sprache, bildhafte Vergleiche, eine eingängige Geschichte die Hirnregionen aktiviert, die auch für die Bildverarbeitung zuständig sind – und Bilder überzeugen viel mehr als tausend Worte.

Denn wo die Sprache endet, beginnt die Welt des Gehirns: Mit Bildern und Geschichten, mit Vergleichen und Emotionen überzeugen Sie Ihr Gegenüber. Nicht mit Argumenten.

Denn sobald Sie ein Argument vorbringen, wird es Ihr Gegenüber zunächst sofort ablehnen – eine wissenschaftlich gut untersuchte Abwehrhaltung des Gehirns, die es nutzt, um sich sein Weltbild stimmig zu halten.

Wer hingegen an dauerhaften und konstruktiven Kommunikationsbeziehungen interessiert ist, argumentiert nicht, sondern fragt. So gelingt es viel besser durch emotionale Bilder, das Aufzeigen von Hintergründen oder das Eingehen auf persönliche Bedürfnisse, nachhaltiges Vertrauen bei Ihrem Gegenüber zu schaffen.

Wer fragt, geht in eine Vorleistung: So umgehen Sie den Abwehrmechanismus Ihres Gegenübers, das nun Ihre Kommunikationseinladung viel leichter annimmt. →

Wo die **Sprache endet**, beginnt die **Welt des Gehirns** – mit Geschichten, Bildern, Vergleichen und Emotionen.



Zweitens, Kommunikation darf nicht als Austausch von Daten und Fakten verstanden werden. Denn Kommunikation ist mehr als das, nämlich immer auch ein Austausch an Gefühlen und Stimmungen.

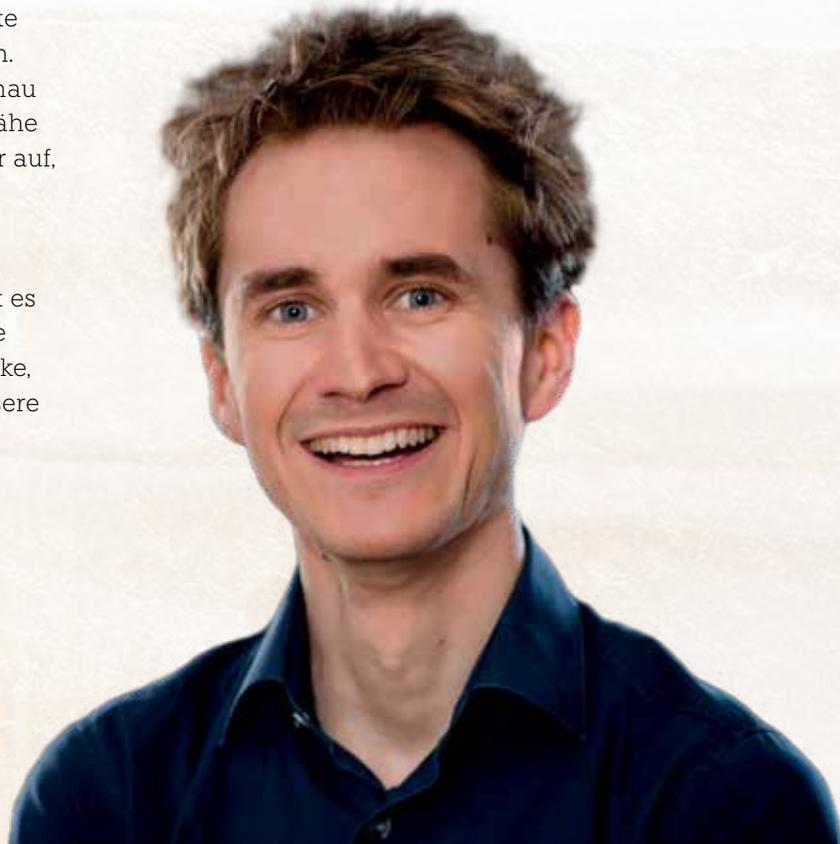
Wer seinem Gegenüber bloß Fakten oder die Sachlage vermitteln will, braucht sich nicht zu wundern, wenn er keine persönliche Beziehung aufbaut und in Zukunft ersetzt wird. Denn bloße Informationen zu übertragen – das gelingt auch digital.

Was sich nicht digitalisieren lässt, ist der echte menschliche Austausch. Wir bauen nämlich genau dann Vertrauen und Nähe zu unserem Gegenüber auf, wenn wir uns von ihm „verstanden“ fühlen.

In unserem Gehirn gibt es eigene Regionen, echte soziale Nervennetze, die registrieren, ob unsere

Kommunikation darf **nicht**
als **Austausch** von **Daten**
und **Fakten** verstanden
werden.

2.



Empfindungen und Emotionen von unserem Gegenüber nachvollzogen werden (oder umgekehrt: die fremde Empfindungen in uns simulieren).

So zeigt sich, dass Menschen sich auf ihr Gegenüber dann verlassen, wenn sie ihre eigenen Stimmungen wertgeschätzt wissen. Sobald man spürt, dass das Gegenüber ähnliche Emotionen nachvollziehen kann, vertrauen wir ihm.

Das gelingt, indem wir subtile Kommunikationsäußerungen, Gestik, Mimik, sprachliche Betonungen geistig mit unserem Konzept des Gegenübers abgleichen. Doch diese analoge Form der Kommunikation kann man nicht digitalisieren. Erfolgreiches Überzeugen und Zusammenarbeit mit Kunden oder Kollegen betont deswegen immer den persönlichen Kontakt.

Drittens, Kommunikation ist dann erfolgreich, wenn sie überrascht und dabei immer verlässlich bleibt. Wir können umso leichter neue Ansichten annehmen und überzeugt werden können, wenn wir mit Menschen kommunizieren, denen wir vertrauen.

Treten wir mit diesen in Kontakt, werden Gehirnregionen aktiviert, die viel näher an unserer eigenen Empfindung sind als am Nachvollziehen fremder Empfindungen.

Mit anderen Worten: Es ist ein offener und ehrlicher Umgang, der eine Vertrauensbasis schafft, mit der man anschließend sein Gegenüber überzeugen kann.

Genau durch dieses Betonen der persönlichen Seite einer Kommunikation schafft man menschliche Nähe und Verlässlichkeit und macht Kundenbeziehungen nachhaltig und robust.

Kommunikation ist erfolgreich, wenn sie **überrascht** und dabei **verlässlich** bleibt.

3.

Von der vergessenen Macht der **Diplomatie**

Algorithmen können Profile von Menschen und

ihren Neigungen derart erstellen, dass Vermögensverwalter vielleicht schon in einer nahen Zukunft von Suchmaschinen ersetzt werden. Dieses Beispiel ist symbolisch. Denn bekanntlich stehen viele Branchen in unmittelbarer Konkurrenz zu digitalen Anbietern. Die Versicherungswirtschaft ist neben den Banken von diesem technischen Umbruch genau betroffen wie Reiseveranstalter, die Röntgenologie, Apotheken – ja bis hin zu Lehre und Forschung. Denn ein Video kann eine Einführungsvorlesung langfristig einsparen, wie eben die perfekt programmierte Maschine die Diagnose auf Basis des Röntgenbilds erstellt.

Und dann? Es gibt auch Situationen, die von der Norm abweichen, die vielleicht die eingespeisten Dateien nicht mehr auslegen können. Schwer vorstellbar ist, dass Software gesteuerte Bürokratien einen Vertrag, ob zu bilateralem Handel oder einen Waffenstillstand, aushandeln. Denn jenseits der Sachfragen bedarf es in jeder Verhandlung, auf politischer ebenso wie auf familiärer Ebene, der zwischenmenschlichen Chemie. Es geht um den Funken, der überspringt, um das Wort, das den nächsten Gedanken formuliert, und auch die Empathie, um das kluge Abwägen von Interessen und Ausloten von Geben und Nehmen.

Diese Überlegungen, die jemand anstellt, der in dieser Welt der Beziehungen und zwar der internationalen ein wenig beheimatet ist, bieten vielleicht so manche Analogie für den Versicherungsmakler. Nicht von ungefähr will der Staat, spricht der Politiker, der als Vermittler auftritt, als „ehrlicher Makler“ gesehen werden. Hier darf der treffliche Titel des diesjährigen Kongresses kurz aufgegriffen werden: Es ist weise, eine Beziehung zu pflegen, um ein Wortspiel rund um banale Bindewort beziehungsweise zu wagen.



Der deutsche Kanzler Otto von Bismarck schuf den Begriff „ehrlicher Makler“, um seine Rolle im Berliner Kongress (1878) zu beschreiben. Eines der Ziele des Berliner Kongresses war es Spannungen zwischen Russland und Österreich-Ungarn – den Partner Deutschlands im „Dreikaiserbund“ – über den Balkan abzubauen.
Quelle: DHM 2001. © Land Berlin

Warum Menschen internationale Beziehungen gestalten. Kurzversion des Vortrags von **Dr. Karin Kneissl**

Diplomatie steht für die große weite Welt diskreter Entscheidungen, für die Suche nach friedlichen Lösungen und für den Dialog anstelle des Waffengangs. Diplomatisch ist bekanntlich derjenige, der die richtigen Worte in einer schwierigen Situation findet, die Brücken nicht abbricht, sondern nach einem für alle akzeptablen und ehrenhaften Ausweg sucht. Vielleicht aber bringen jene, die in dieser Welt nicht zu Hause sind, dem diplomatischen Milieu eher Verachtung entgegen, weil sie damit das Produzieren heißer Luft, die Vergeudung von Zeit und Mitteln verbinden. Diese Einstellung findet sich bei Politikern ebenso wie bei Wirtschaftstreibenden, Militärs und Journalisten. Nicht zu verübeln ist der Zynismus demjenigen, der von einer politischen Krise betroffen ist und über diplomatische Gespräche ständig liest, wie dies für die Menschen im Nahen Osten gilt. All das Konferieren und Verhandeln können den täglichen Überlebenskampf kaum erleichtern. →

Dr. Karin Kneissl

Ausbildung

1983-1987 Studium der Rechtswissenschaften und Arabistik an der Universität Wien. Abschluss mit Magister iuris und Diplom der Vereinten Nationen in Arabisch.

1988 Postgraduale Studien an der Hebräischen Universität von Jerusalem/Israel in internationalen Beziehungen und an der Universität Urbino/Italien in Europarecht.

1989 Georgetown Fellow am Center for Contemporary Arab Studies 1991 mit einem Stipendium der Fulbright Kommission. Vorlage der Dissertation in Völkerrecht über den Grenzbegriff der Konfliktparteien im Nahen Osten im September 1992 an der Universität Wien 1991/92 Ecole Nationale d'Administration ENA Paris/Frankreich (Promotion Gambetta). Abschluss mit dem Diplom der ENA für den cycle international.

Berufslaufbahn

1990-1998 Diplomatischer Dienst der Republik Österreich, u.a. in der Politischen Sektion (1990/91), Völkerrechtsbüro (1994) und im Kabinett des Bundesministers (1993). Auslandsposten in Paris (1995) und Madrid (1996-1998).



www.kkneissl.com

Seit Herbst 1998 freischaffend tätig, u.a. als Korrespondentin und Lehrbeauftragte. Kommentare für TV und Radio, v.a. ORF seit 2002 zu Nahost und Energiepolitik.

Publikationen im Bereich Energiepolitik und internationale Beziehungen, u.a. Bücher und Artikel. Zuletzt erschien im Braumüller Verlag Testosteron Macht Politik 2012, Die Zersplitterte Welt - was von der Globalisierung bleibt 2013, Mein Naher Osten 2014.

Mitgliedschaften

Vizepräsidentin der Gesellschaft für strategische und politische Studien STRATEG seit 2003; Vizepräsidentin von Whistleblowing Österreich; Mitgründerin der Österreich Sektion von Ärzte ohne Grenzen; im wissenschaftlichen Beirat des Europäischen Forums Alpbach 2007-2010; der Academia Superior 2011/2012 sowie Engagement in zahlreichen karitativen Einrichtungen in Österreich und im Libanon.

Fremdsprachen

Arabisch, Englisch, Französisch, Hebräisch (Grundkenntnisse), Italienisch, Ungarisch (Grundkenntnisse), Spanisch



Der amerikanische Außenminister Henry Kissinger und der chinesische Premierminister Zhou Enlai während eines Banketts in der Großen Halle des Volkes in Peking, 1973. Quelle: The Economist 2011. © corbis

Die Diplomatie wird oftmals überschätzt und auch unterschätzt. Ihren Handlungsspielraum abzustecken, der sich aus der Geschichte der internationalen Beziehungen und der gegenwärtigen Herausforderungen in einer Zeit zwischen Integration von Nationalstaaten und zugleich Zersplitterung multinationaler Staaten ergibt, ist die tägliche Übung. Es geht um die Positionierung einer Diplomatie für ein noch junges und sehr turbulentes 21. Jahrhundert. Erlaubt die Politik der Diplomatie, überhaupt eine sinnvolle Rolle zu spielen? Politiker schalten sich persönlich in Verhandlungen ein und haben Diplomaten teils schon verdrängt. Wir erleben beinahe im Wochenrhythmus Gipfel der Staats- und Regierungschefs, die dahinter stehenden Beamten kommen kaum nach, die Ankündigungen ihrer Politiker umzusetzen. Verfügen Außenpolitiker und Diplomaten über den nötigen Zeithorizont, den erforderlichen langen Atem und das entscheidende Attribut der Diskretion, um in aller Stille und Ruhe ein Dossier einer diplomatischen Lösung zuzuführen? Demokratie, der Wunsch nach völliger Transparenz und das sich unter dichtem Zeitdruck wechselseitig beschleunigende Tandem von Politik und Medien lassen kaum ein Verhandeln hinter geschlossenen Türen zu. Wie verhält es sich mit all den Konkurrenten, den transnationalen Akteuren, seien es Konzerne, Medien, Nichtregierungs- oder internationale Organisationen, die das Monopol der Außenministerien in der Gestaltung internationaler Beziehungen schon seit einigen Jahrzehnten aufweichen? Zu all diesen Unwägbarkeiten treten die politischen Umwälzungen im Zuge einer globalen Wirtschaftskrise.

Aller Anfang ist Rekrutierung

Der Staat hat viele Rivalen, einige hat er sich selbst geschaffen. So verkleinerte die Auslagerung staatlicher Aufgaben an nichtstaatliche Akteure den Spielraum und die Verhandlungsmasse für die Diplomatie. Wenn Informationen über einen Konflikt in einer Denkfabrik zugekauft werden, Kommunikationsagenturen mit der Durchführung von Besuchen beauftragt werden, dann verkürzt sich der Radius allen diplomatischen Arbeitens, bzw. kann einiges in die verkehrte Richtung laufen. Denn die Anbieter dieser Expertise

verfolgen ebenso Interessen. Zugleich sind wir gegenwärtig Zeugen einer Rückkehr des Staates infolge der Finanz- und Wirtschaftskrise, die im August 2007 offiziell begann. Wir beobachten eine Abschottung der nationalen Märkte und die Hinterfragung der Liberalisierung des Welthandels. Diese Entwicklungen werden auch ihre Auswirkungen auf die Diplomatie haben. Aus wirtschaftlichen Zwängen könnte es zu Rückführung und Reduzierung ausgelagerter Expertise und Kompetenzen, so v.a. bei Auslandskultur, Entwicklungszusammenarbeit und der kostenintensiven Öffentlichkeitsarbeit, kommen. Mit der Abnahme des Primats der Wirtschaft und der Rückkehr des Staates infolge massiver Verstaatlichung könnte es zu einer Stärkung der Diplomatie kommen, denn die öffentliche Hand könnte bislang ausgelagerte und dezentralisierte Kompetenzen wieder monopolisieren. Eine erfolgreiche Außenpolitik steht und fällt mit den Talenten ihrer Mitarbeiter wie auch mit den politischen Vorgaben und den finanziellen Mitteln. Die Rekrutierung fähiger zukünftiger Mitarbeiter ist aller Anfang.

Seitdem sich Menschen in Gruppen organisieren, haben sie nicht nur den Kriegspfad gewählt, sondern stets auch Wege des Ausgleichs über die Verhandlung und das Zugeständnis gesucht. Diplomatische Korrespondenzen aus allen Epochen der Antike, ob in den Büchern der Könige der Bibel oder auf ägyptischen Tontäfelchen sind Zeugnisse dieses Instituts zivilisierten Zusammenlebens. Außenhandel, wie der Import von Zedernholz zur Errichtung des Tempels des Salomon, war ebenso Gegenstand jener Schriftstücke, wie Waffenpausen und Bündnisse festgemeißelt wurden. Im alten Ägypten bildeten sich für die Umsetzung dieser Vereinbarung staatliche Institutionen mit einem Priester- und Beamtenstand, die man durchaus mit dem heutigen auswärtigen Dienst vergleichen kann. Die ägyptischen Herrscher wussten, dass für die Sicherung des Niltals die kriegerischen Mittel nicht ausreichten. Deshalb wurde durch zusätzliche Maßnahmen, wie die Schaffung von Pufferzonen außerhalb Ägyptens, versucht, den Druck aus Asien abzuschwächen. Indem Allianzen mit Fürstenfamilien entlang der Küste des östlichen Mittel- →



Friedensvertrag zwischen Ägypten und dem Hittiter-Reich Anatolien. Quelle: Hethiter Wikia 2014. © Archäologisches Museum Istanbul

meers geschlossen wurden, ließen sich die daraus entstandenen Wechselbeziehungen für die Außen- und Sicherheitspolitik der Pharaonen nützen.

Der spezielle Berufsstand der Diplomaten entwickelte sich erst allmählich in der Renaissance. Doch die Technik des Verhandeln findet sich bereits Jahrtausende zuvor, in Mesopotamien und später bei den Griechen, um sich in Kombination mit der Redekunst zur eigenständigen Disziplin der Diplomatie zu entwickeln. Die Römern ihrerseits trugen mehr zur Entwicklung des internationalen Rechts, des *ius gentium*, bei. Verhandeln war nicht ihre Stärke, vielmehr zählten militärische Unterwerfung und Verwaltung. Die eindrucksvollen Berichte von Julius Cäsar aus seinen Feldzügen in Gallien, die Generationen von Lateinschülern gelesen haben, sind Ausdruck jener Politik Roms. Cäsar bediente sich als Feldherr der Boten und Geiseln, um allenfalls einen Waffenstillstand zu verhandeln.



Diplomatie wurde nicht zu einem bestimmten Zeitpunkt von einer Kultur erfunden, sondern ist Bestandteil allen zwischenmenschlichen und in weiterer Folge zwischenstaatlichen Zusammenlebens. Diplomatie umfasst ebenso die Pflege der Beziehungen zwischen den Staaten, wie sie für Verhandlungskunst steht und zugleich die Gesamtheit aller Diplomaten umfasst. Der Begriff der Diplomatie leitet sich vom griechischen Wort *diploun* ab, was so viel wie falten bedeutet. Denn anfänglich waren die Boten – aus denen sich wiederum die deutsche Bezeichnung des Botschafters entwickelte – mit beidseitig gestempelten, also gefalteten, Metallplatten ausgestattet. Es handelte sich um die Vorläufer des Diplomatentpasses, denn hierin waren die Immunitäten und Privilegien des Überbringers festgehalten. Die Dokumente, welche diese Gesandten übermittelten, wurden in der Folge archiviert, die geheimen Papiere mussten entschlüsselt werden.

Diese Zeichnung aus dem 6. Jahrhundert zeigt eine Reihe von Gesandten und Botschaftern am chinesischen Hof. Die abgebildeten Botschafter reichen von den Hephthaliten (Zentralasien), über Persien, Langkasuka (Malaysia), Kaekje (Korea) bis zu Qiuci (China) und Wo (Japan).
Quelle: Wikimedia 2008.
© Chinesisches Nationalmuseum.



Charles Maurice de Talleyrand Périgord (1754-1838), wohl einer der fähigsten Diplomaten. Quelle & © The Metropolitan Museum of Art 2012

Die Beherrschung der Kodierung und Dechiffrierung war zu einem sehr frühen Zeitpunkt wesentlich für die Entwicklung der Grundlagen moderner Diplomatie. Die Verwaltung dieser Archive war der Kern der *res diplomatica*, diplomatischen Handelns im mittelalterlichen Europa.

Verstand man ursprünglich unter Diplomatie zunächst vor allem das Studium und die Verwaltung der Dokumente, so erhielt dieser Begriff seinen heutigen Inhalt, nämlich die Gestaltung internationaler Beziehungen, zu einem relativ späten Zeitpunkt.

Von Boten und Spionen

Der Mittelmeer-Raum der phönizischen und griechischen Stadtstaaten war bereits Bühne regen diplomatischen Treiben. Emissäre aus Athen suchten Sparta auf, Bündnisse wurden gebastelt, um dann wieder neuen Kräften Platz zu machen. Es handelte sich fast ausschließlich um von Fall zu Fall bestellte Gesandtschaften also Emissäre. Sie traten in den äußeren Beziehungen ihrer Polis auf und erhoben die Rede der Überzeugung zur hohen Kunst der Diplomatie. Aus dem bloßen *orator*, dem Überbringer, wurde bald ein Unterhändler, der zudem über rasche Auffassungsgabe verfügen sollte. Zuhören und weniger zu reden – darin sollte sich ein Diplomat bewähren, wie auch in späteren Ratschlägen erfahrener Diplomaten nachzulesen ist. Nicht mit Leidenschaft, sondern gelassen sollte der Diplomat schwierige Situationen meistern. Der Franzose Talleyrand empfahl Gleichmut: „Diplomaten regen sich nicht auf; sie machen Notizen.“

Klar war bei der Auswahl dieser Gesandtschaften, dass „nur wirklich für die Sendung passende Personen ausgewählt wurden“. Auf Alterserfahrung – in Athen galt das Mindestalter von 50 Jahren für einen Gesandtenposten. Stand und auch Charisma kam es an. Der Faktor des *beau visage*, also der attraktiven Erscheinung, zählte über Jahrhunderte hinweg neben dem Hofstaat, der Equipage, die sich ein aristokratischer Diplomat meist aus eigenen Mitteln zu leisten hatte, als ein wesentliches Merkmal. Doch wäre es verfehlt, →

„gutes Aussehen als Garantie für diplomatische Erfolge“ zu sehen. Der britische Diplomat Harold Nicolson ermahnte zu folgenden Kardinaltugenden des Diplomaten: Wahrheitsliebe, Genauigkeit, Ruhe, Gelassenheit, Geduld, Bescheidenheit, Loyalität. Dann fügt er hinzu: „Aber, mag der Leser einwerfen, Sie haben Intelligenz, Wissen, Urteilskraft, Gastfreundschaft, Charme, Fleiß, Mut und sogar Takt vergessen. Ich habe sie als selbstverständlich vorausgesetzt.“

Bis heute werden Botschaften zugleich mit geheimdienstlicher Tätigkeit in Verbindung gebracht. Diese Verquickung hat sich in Wien während des Kalten Krieges oft genug bestätigt. Ebenso war es die libysche Botschaft in London 1984, von wo aus auf Demonstranten geschossen wurden, die iranische Botschaft in Wien 1989, in welcher sich Mitglieder des iranischen Geheimdienstes zwecks Auftragsmorden aufhielten. Es ist notorisch bekannt, dass die Botschaften Großbritanniens, der USA, der Russischen Föderation und wohl auch vieler weiterer Staaten die Angehörigen ihrer jeweiligen Nachrichtendienste als Botschaftspersonal akkreditieren.

Verschlechtern sich die Beziehungen zwischen zwei Hauptstädten kommt es oft genug unter dem Vorwurf der Spionagetätigkeit zur wechselseitigen Ausweisung von Diplomaten. Der Begriff des *espion honorable*, also des ehrenhaften Spions, ist mit Venedig und den anderen Stadtstaaten eng verbunden. Die venezianische Diplomatie sollte für einige Jahrhunderte, weit über das Mittelalter hinaus, zu einer Referenz außenpolitischer Praxis werden. Doch die Stärke der Serenissima lag in der Intrige und weniger in der Kunst der klaren Argumentation. Bestechung, Bespitzelung und auch Mord waren Mittel zum Zweck einer meist rücksichtslos geführten Machtpolitik. Politische Morde unter Mitwirkung einer Botschaft sind demnach auch nicht Erfindungen des 20. Jahrhunderts. Kühl berechnend ging Venedig vor und sicherte sich seinen Einfluss auch in Bündnissen mit dem Osmanischen Reich. Als wahre Meister erwiesen sich die Venezianer in der ausgetüftelten Gestaltung ihres Berichtswesens, das ganz modernen Ordnungskriterien unterlag.



Die USA hat Russland vorgeworfen den Präsidentschaftswahlkampf gezielt durch Hackerangriffe manipuliert zu haben; als Konsequenz wurden 35 russische Diplomaten des Landes verwiesen. Quelle: PressTV 2016. © AFP.

Den Stadtstaaten und aufsteigenden Dynastien in Deutschland und Frankreich gegenüber etablierte sich der Apparat der päpstlichen Diplomatie, die nicht nur ein geregeltes Kanzleiwesen, eine Fundgrube für Historiker, einrichtete, sondern auch die ständigen Gesandtschaften schuf. Erhalten hat sich der Nuntius, der Vertreter des Heiligen Stuhls. Die residenten Strukturen kamen wohl mit der Außenpolitik des Vatikan auf. Aufgrund ihres hohen Grads an Bildung und des äußerst nützlichen Klosternetzes eigneten sich Geistliche als Gesandte. Über die guten Gründe, Geistliche vorwiegend mit Gesandtschaften zu beauftragen, schreibt Heinrich Wildner, als kundiger Experte von diplomatischer Geschichte und Praxis: „(...) kam ihnen auch das in ihrem eigentlichen Beruf durchgemachte geistige Training zugute (...) Abgesehen von der Dialektik und Überredungstechnik und der Vertrautheit mit der Seelenbehandlung eignet ja auch dem geistlichen Stande eine strenge Selbstdisziplin und eine abgeklärte Anschauung der Menschen und Dinge. Seine Angehörigen neigen auch nicht zu Übertreibungen oder sentimentaler Betrachtungsweise; sie unterliegen auch nicht so leicht Einflüssen der Außenwelt, sind innerlich stärker gefestigt und sind berufsmäßig zur Tugend der Verschwiegenheit trainiert.“¹ Ebenso sah Metternich in der Menschenkenntnis die wichtigste Voraussetzung für erfolgreiches diplomatisches Arbeiten.

Eine Frage des Talents

Das öffentliche rednerische Auftreten war im Mittelalter und in den folgenden Jahrhunderten von ebenso großer Bedeutung, wie schon in der Antike. Persönlichkeiten, die physisch und seelisch äußerst belastbar waren, um allein die Strapazen der Reisen gut zu überstehen, mussten mit ihren Reden oft ein argwöhnisches Publikum überzeugen. Welche Resonanz eine gute Rede auch in der Gegenwart noch haben kann, zeigte sich unter anderem in den hitzigen Debatten über den im UN-Sicherheitsrat im Februar 2003. Als der damalige französische Außenminister Dominique de Villepin klare Argumente gegen den Irak-Krieg vorbrachte, erhielt er Applaus aus dem Publikum, eine Premiere in diesem Forum. „Die Option eines Krieges kann a priori als die schnellste →

¹ Wildner, Die Technik der Diplomatie (Wien 1959) S. 55



Sicherheitsrat der Vereinten Nationen.
Quelle & © UN 2017

erscheinen. Aber vergessen wir nicht, dass nachdem der Krieg gewonnen ist, der Frieden aufgebaut werden muss," so Dominique de Villepin in seiner Rede vor dem UN-Sicherheitsrat am 14. Februar 2003.

Mit dem Niedergang des weströmischen Reiches verlagerte sich das weltpolitische Geschehen zunächst nach Byzanz, wo der diplomatische Apparat erstmals über bürokratische Strukturen verfügte. Archive wurden angelegt, sämtliche Korrespondenz wurde registriert. Und zwecks konsequenter Wahrnehmung byzantinischer Interessen wurden Abteilungen eingerichtet, die mit den sogenannten desks angelsächsischer Außenministerien vergleichbar sind. Hier wurden Handels- und Heiratsverträge mit den anderen Mächten beraten und verhandelt. Die byzantinische Epoche sollte sich auch als prägend für die Rolle des Zeremoniells erweisen.

Byzanz stieg für ein knappes Jahrtausend zu einer Großmacht auf, die erst mit der Eroberung von Konstantinopel durch die osmanischen Truppen 1453 ihr Ende fand. Neben der orthodoxen Kirche, den Kunstwerken und Handelsniederlassungen im Mittelmeer Raum hinterließ Byzanz ein ausgeklügeltes Verwaltungssystem, das die Osmanen teils übernahmen, und einen routinierten diplomatischen Apparat. Auch hier bediente man sich nicht der hohen Kunst der Überredung und klaren Argumentation, sondern vielmehr ausgeklügelter Täuschungsmanöver. Eben echt byzantinisch im Sinne der Überlistung des anderen. Der Einsatz der Lüge als Arbeits-

technik hinterließ in der Eintragung eines britischen Diplomaten in ein Gästebuch seine tragischen Spuren. Er definierte seine Funktion als ambassador mit dem Beisatz, „*a honorable man who has come to lie for the good of his country abroad*". Besagter Mann sollte nicht lange seine Funktion ausüben, sondern wurde heimberufen. Doch die Eintragung wurde zu einem geflügelten Wort und stieg gar zu einer anekdotenhaften Definition in Nachschlagewerken auf.

Die italienischen Stadtstaaten und der außenpolitisch immer sehr aktive Heilige Stuhl begannen wie bereits erwähnt ad hoc Gesandte durch residente, als durchgehend in einem Gastland bestehende Gesandtschaften zu ersetzen begannen. Die Rolle der Geheimdienste in der genauen Untersuchung jener Patrizierhäuser, die als Residenzen dienten, war beachtlich. Die Italiener entsandten auch permanente Botschafter nach Paris und London, denn Distanz und Handelsinteressen verlangten nach einer Verdichtung der Kontakte. Sie alle wurden mit konkreten Instruktionen ausgestattet. Der Entsendestaat legte darin die Aufgaben fest, was der Botschafter gewissermaßen innerhalb eines bestimmten Zeitraums seiner Funktionsperiode zu erreichen hatte. Es ging noch nicht um die Aufrechterhaltung und Selbstverwaltung einer Bürokratie, sondern um klare Vorgaben. Manche der Gesandten hatten zweifellos viel länger Zeit, um ihre Adressenkartei und ein Netz vertrauter Kontakte aufzubauen, als dies später der Fall war. Man denke nur an einen Botschafter wie Christof Khevenhüller (1588-1650), der Wien fast 30 Jahre am Spanischen Hof vertrat. Diese Vorläufer heutiger beamteter Diplomaten finanzierten ihre Mission meist aus eigener Tasche. Eine gewisse finanzielle Unabhängigkeit hat auch in unserer Zeit besoldeter und beamteter Diplomaten Vorteile, da es schlicht angenehmer ist, neue Vorhänge für Büro oder Residenz anzuschaffen, ohne zuvor lange Anträge stellen zu müssen.

Es war während der Epoche einer italienisch geprägten Diplomatie, als Täuschen und Verhandeln mit teils gezinkten Karten an Bedeutung gewannen. Anders verhielt sich am Wiener Hofe. Ob man nun bei Staatskanzler Kaunitz nachliest, →

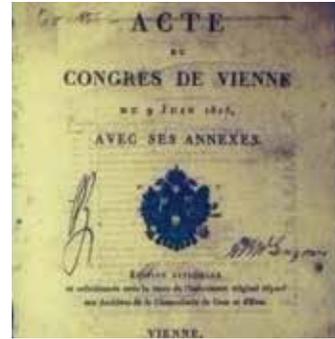
der die Haus- und Hofkanzlei im Sinne einer strategisch geplanten Außenpolitik straffte und die Grundlage einer Verwaltung für einige Jahrhunderte schuf, oder die Biografie einer Maria Theresia studiert. Das Streben nach Redlichkeit und Vernunft sollte die Maxime allen diplomatischen Handelns sein. Von listigen Manövern wollte man in Wien damals wenig wissen.

Die Langsamkeit des Apparats im 17. und 18. Jahrhundert, die zahlreiche diplomatische Vertragswerke – vom Westfälischen Frieden 1648 bis hin zu den Bündnissen der Großmächte – hervorbrachten, bedingte gerade in Frankreich die verstärkte Anwendung des sogenannten *secret du Roi*. Es handelte sich hierbei um eine Geheimpolitik, die eine Art spezialdiplomatischer Dienst mit Umgehung des normalen Dienstes war. Allein das Ränkespiel rund um Polen ist eine tragische Illustration der Bedeutung dieser geheimen Apparate, wobei Einzelne politisch das Ruder in die Hand nahmen und den König von Frankreich informierten. Übrigens unterhielt auch die äußerst einflussreiche Maitresse von Ludwig XV., Marquise de Pompadour, ihr eigenes Netz von Agenten, die oft rascher als der offizielle Dienst waren. Vorlage für Romane bot dieses Phänomen oftmals, ob es sich nun um die Drei Musketiere eines Alexandre Dumas oder die historischen Romane von Gilles Perret handelt.

Betrachtet man die Errichtung zusätzlicher Geheimdienste jenseits der CIA, wie sie US-Verteidigungsminister Donald Rumsfeld 2001 einsetzte, da er sich vom CIA in ein zu enges juristisches Korsett gesteckt fühlte, so lassen sich auch hier gewisse Parallelen inoffizieller diplomatischer Methoden ziehen. War es im 17. Jahrhundert die Geschwindigkeit, die für geheime Informationswege sprach, so war es für jene US-Regierung der Wunsch nach Agieren im rechtsfreien Raum.

Eine Inflation der Exzellenzen

Die Gesandten, für die der Senat im antiken Rom zuständig war, bildeten neben den ad hoc Gesandten wesentliche Repräsentanten Roms jenseits der eigenen Grenzen. Für ihre



Titelseite des Aktes
des Wiener Kongresses, 1815.
Quelle: Wikimedia 2011. Gemeinfrei

Bestellung waren eine profunde Kenntnis der römischen Gepflogenheiten, gute Manieren, fester Charakter und Redegewandtheit entscheidend. Gewinnendes Auftreten und gewisses Charisma, das später in der französischen Diplomatie im Sinne des *beau visage* gerne betont wurde, war bereits in der Antike von Vorteil. Die Verhandlungen erfolgten meist mündlich, auf Treu und Glauben. Von List und Verdrehung war das antike Rom offenbar weit entfernt.

Die Gesandten hatten über ihre Mission fortlaufend zu berichten. Es folgte im Senat die Debatte. Eine jede Verhandlung wurde mit der aufschiebenden Bedingung abgeschlossen, dass das römische Volk die Genehmigung erteilte. Ein Ratifizierungsverfahren im modernen Sinne, wohl auch demokratischer, weil umfassender, existierte im vorkaiserlichen Rom. Interessant anzumerken ist, dass die Übernahme einer Gesandtschaft eine unbezahlte Ehrenaufgabe war. Spesen konnten aber verrechnet werden. So hatten die Gesandten Anspruch auf eine Reiseausstattung, wie Zelte, Kleidung, Tafelsilber und Transport und Personalkosten und wurden mit Dolmetschern bedacht. Als Ausweis diente ein vom Senat verliehener Siegelring.

Liest man die antiken Tontäfelchen, die im ägyptischen Tell el Amarna zu Beginn des 20. Jahrhunderts auf einer Halde gefunden wurden, die sich als ein Haufen diplomatischer Korrespondenzen erweisen sollten, so muss man schmunzelnd feststellen: wenig hat sich verändert in den zwischenmenschlichen Missstimmungen diplomatischer Arbeit. Es gibt eben nichts Neues unter der Sonne, wie der Prophet Kohelet schon vor Jahrtausenden feststellte. Schreibt doch Abiter als Vasall des ägyptischen Pharaonen Amenophis III. im phönizischen Byblos, das als Umschlagshafen für begehrtes Zedernholz ein Zentrum kommerzieller und damit auch diplomatischer Kontakte war, wie schwierig die Arbeit sei, dass man sich auf niemanden verlassen könne, alles selbst machen müsse und keine Leute habe. Eine Abbildung dieser kleinen Tafel findet sich im Annex. Sehr ähnlich klingen dicke Botschaftsberichte aus dem 21. Jahrhundert, in welchen →

Von der vergessenen Macht der Diplomatie. Von Dr. Karin Kneissl

Exzellenzen über den Personalstand jammern, die unmöglichen Arbeitsbedingungen in ihren Gaststaaten beklagen, eben ein Lamento fernab der Realität des Berufsalltags.

Zur Zeit Maria Theresias bestand die von Kaunitz völlig neu organisierte Staatskanzlei auf dem Ballhausplatz aus zwei Hofräten, vier Kanzlisten, einem Registrator, einem Expeditor und einem Kanzleidiener. Es handelte sich um die außenpolitische Zentrale des Heiligen Römischen Reiches deutscher Nation, das ganz Mitteleuropa umfasste. Im Jahr 2006 beschäftigte das Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheit der Acht-Millionen Republik Österreich über 1300 Mitarbeiter. Eine Zahlenvergleich, der stutzig macht. Auch wenn man bedenkt, dass Wirtschafts- und Konsularangelegenheiten damals nicht von einem Außenamt wahrgenommen wurden. 1821 auf dem Höhepunkt des British Empire beschäftigte das Foreign Office 28 Personen. 250 Jahre später waren in der britischen Diplomatie rund 15.000 Personen beschäftigt. Selbst im französischen Außenministerium, das als eines der größten seiner Zeit galt, arbeiteten 1780 nur 70 Vollzeitbeschäftigte. Es entsteht der Eindruck, dass heutige europäische Staaten angesichts solcher Personalstände fast imperialer auftreten als dies bei den Großmächten vergangener Zeiten der Fall war.

Metternich, Diplomat, Staatskanzler und Außenminister, arbeitete den gesamten diplomatischen Posteingang persönlich durch und fand neben der Korrespondenz und den Arbeitsgesprächen noch Zeit für Familie – er kümmerte sich auch im fortgeschrittenen Alter um seine Nachzügler – Mätressen und platonische Freundinnen, Literatur und seine geliebten täglichen Ausritte. Ein derartiger Arbeitsrhythmus wäre für einen Politiker von seinem Schlage heute unvorstellbar. Die Größe der Kabinette hingegen ist in den letzten 20 Jahren derart angewachsen, dass die Koordination schon im Vorzimmer der Minister unmöglich geworden ist. Bestand ein Kabinett eines britischen Premier noch in den 1980er Jahren aus zwei hervorragenden Sekretärinnen und zwei politischen Mitarbeitern, so zählt das Kabinett



Klemens Wenzel von Metternich (1773-1859). Quelle: Wikipedia 2011. © Kunsthistorisches Museum

in einem österreichischen Außenministerium über ein Dutzend Referenten, wobei der Pressesprecher meist die wichtigste Rolle einnimmt. Das Völkerrechtsbüro, einst Wächterin über Verträge, Kontrollinstanz politischer Entscheidungen und wichtige Beraterin des Ministers, wurde in vielen Ministerien an den Rand gedrängt. Bedeutsamer hingegen sind die Abteilungen für Öffentlichkeitsarbeit und Konferenzorganisation. Im Vordergrund steht immer wieder die „Eventdiplomatie“ in Gestalt von Tagungen, Gipfeln und fotografischen Begegnungen.

Böse Zungen behaupten, dass bereits die Erfindung des Telefons Botschafter überflüssig gemacht habe. Otto von Bismarck wollte diese schellenden Apparate nicht in der Wilhelmstraße. Seitdem das Internet das globale Dorf mehrfach vernetzt, konsularische Fragen die Homepages der Außenministerien teils beantworten, und die Suchmaschine Analysen aller Art aus dem virtuellen Archiv fischt, müssen sich die Diplomaten neuerlich in ihrer Bedeutung rechtfertigen. Ebenso einschneidend wie die Entwicklung des Internets war jene der Telegraphie. Legendär ist die Reaktion Lord Palmerstons, als ihm die erste Depesche auf den Tisch gelegt wurde. „Das ist das Ende der Diplomatie“, soll der Brite gewehklagt haben. Die Diplomatie konnte sich aber immer wieder aufs Neue behaupten. Die Kunst der Vermittlung überlebte nicht nur Revolutionen, den Sturz absolutistischer Monarchien, wie sämtliche technischen Umwälzungen seit dem Beginn des industriellen Zeitalters.

Das zwischenmenschliche Gespräch in diskreter Atmosphäre, bei dem gutes Benehmen und damit angenehmes Auftreten ins Gewicht fallen, ist und bleibt ein Schlüssel für den erfolgreichen Abschluss von Verhandlungen. Diese Tatsache mag auch als Ermutigung für die Versicherungswirtschaft in die aktuelle Debatte rund um Digitalisierung und Wegrationalisierung des Maklers einfließen. Es ist eben weise, Beziehungen zu pflegen.

Twitter-Diplomatie.
Quelle: Business Insider 2014.
© Twitter/@HassanRouhani



Abschluss der Verhandlungen zum iranischen Atomprogramm in Wien, 2015. Quelle: Wikipedia 2015. © Bundesministerium für Europa, Integration und Ausseres



ALL HUMAN

Überall auf der Welt fliehen Menschen vor Gewalt. Es sind dies Menschen wie du und ich, wie wir. Mütter und Väter, Töchter und Söhne. Das zeigt sich spätestens, wenn sie hier ankommen, Kontakte knüpfen, Freundschaften schließen.

Das Projekt ALL HUMAN porträtiert in Bild und Wort die Menschen hinter dem Begriff – es geht um den Menschen. Um nichts sonst. Es geht um die Zukunft, ihre Wünsche und vor allem darum, wie sie ihr neues Leben meistern.

Mehr erfahren Sie unter www.allhuman.at

STEFAN RADINGER Initiator, Konzept, Design

1986 in Krems an der Donau, Niederösterreich geboren, studierte Produktentwicklung an der New Design Universität in St.Pölten und Industrial Design Scionic an der Kunstuniversität Linz. Seit 2012 ist er als Designer für verschiedenste Unternehmen tätig, unter anderem für Team7 und walden. Die individuelle Herangehensweise an einzelne Projekte spielt für ihn eine bedeutende Rolle und macht einen Großteil des Reizes seiner Leidenschaft zu Design aus.

MICHAEL LIEBERT Fotografie, Konzept

1975 in Wien geboren, verspürte Michael Liebert schon im Kindesalter eine tiefe Verbundenheit zur Fotografie. Auf der Graphischen Versuchs- und Lehranstalt in Wien wurde sein Hang zur Kreativität weiter gefördert. Mit der Jahrtausendwende und der digitalen Revolution nutzte Michael Liebert dann endgültig die Chance, in die Fotografie einzusteigen. „Meine Intention liegt in der Perfektion meiner kreativen und technischen Umsetzung“. Bestätigung findet diese durch zahlreiche nationale und internationale Auszeichnungen, sowie Ausstellungen im In- und Ausland.

Patrizia Liberti Text

Patrizia Liberti, Jahrgang 1976, lebt und arbeitet in Niederösterreich – unweit von St. Pölten. Nach dem Studium der Publizistik und Romanistik arbeitete sie in verschiedenen Jobs als Redakteurin, (Werbe-)Texterin, Kreativkopf und Journalistin. Zuletzt unterstützte sie Filmproduktionen wie „Shirley – Visions of Reality“ von Gustav Deutsch und „Das große Museum“ von Johannes Holzhausen im Marketing. Seit ihrer Selbstständigkeit im Jahr 2008 arbeitet sie aus persönlichem Interesse jährlich an einem freien Projekt.

Ramina

Ameen & Patrik

Gut sieht er aus. Die Farbe seines Pullovers hat Ameen auch heute wieder perfekt ausgesucht. So kommen seine dunklen Haare erst richtig zur Geltung. Die blaue Hose, dazu braune Schuhe – man sieht auf den ersten Blick, Ameen hat Geschmack.

Nicht nur was Mode betrifft. Falafel, Hühnersuppe mit Zitrone oder Huhn mit Reis und Gewürzen hat Ameen bereits gekocht. Für Freunde, Veranstaltungen, zu Silvester und für seinen Nachbarn – ein älterer Herr, mit dem er sich angefreundet hat. Auch im Fernsehen konnte man Ameen beim Kochen zusehen. Wenn er „lecker“ sagt, leuchten seine Augen und man sieht, er genießt sein neues Leben.

Der 25-jährige Ameen stammt aus dem Irak. Sein Weg hat ihn nach Linz geführt, wo er nun hofft, bleiben zu können. Auch wenn seine eigentliche Destination Hamburg war, wo seine Schwester seit fünf Jahren lebt. Sein Modegeschäft im Irak lief richtig gut. Ameen reiste regelmäßig nach Italien und in die Türkei, um dort Mode einzukaufen. Seit einiger Zeit trifft man ihn jedoch regelmäßig bei der Volkshilfe in Linz.

Freunde wie Patrik sind zu seiner Familie geworden. Wenn Ameen über sein Leben und seine Zukunft spricht, dann schafft er das inzwischen in einem nahezu fließendem Deutsch. Von den 75.000 Wörtern der deutschen Standardsprache, fallen ihm mindestens 20.000 ganz schön flott ein. Um die Erlebnisse und Überlebnisse im Irak zu beschreiben, fehlen ihm immer noch Worte und Atem. „Ich denke viel an Zuhause. Ehrlich gesagt, ich weiß oft nicht, wie das so weitergehen soll. Ich kann nachts kaum schlafen. Mit unserer Welt stimmt doch irgendwas nicht.“

In den letzten Monaten in Österreich hat Ameen bereits viele Traditionen und Bräuche kennengelernt. Er ist dem Krampus begegnet, hat Weihnachten wie Fasching erlebt. Bis er im Juli seinen 26. Geburtstag feiert, hat er noch einiges vor. „Pass, Wohnung, Zara“, antwortet er. Entschlossen, in Linz sein weiteres Leben step by step aufzubauen. Und mit Zara meint Ameen jene Modekette, die mit ihren Geschäften auch in Linz vertreten ist. Dress for success. Im wahrsten Sinne des Wortes.

Auch Geburtstagspläne gibt es bereits. „Vespa fahren“. Den Helm dafür haben Patrik und Ameen vor kurzem gekauft. Dem Ausflug zu Patriks Eltern in die Steiermark steht also nichts mehr im Weg. Bahn frei. Buschenschank-Abstecher inklusive.



Madina & Anke

„Suppe?“ Ihre Augen funkeln keck, als sie diese Frage stellt. Die Antwort kommt für sie nicht schnell genug. „Suppe?“ wiederholt Madina klar und hat dabei längst den Teller in der rechten Hand. Mit der anderen hantiert sie rasch an der Dunstabzugshaube über dem großen Gastroherd. Auf der Nebenplatte brodelt es im Topf, die Küche füllt sich mit hungrigen Bewohnern, angelockt vom verführerischen Essensduft.

Noch vor eineinhalb Jahren hätte sich Madina nicht sagen lassen, dass sie eines Tages in einer kleinen Marktgemeinde mitten in Oberösterreich leben würde. Leben und Suppe kochen. Denn Kochen war so gar nicht ihre Leidenschaft. Lieber steckte sie ihre Nase in Bücher, als in fremde Kochtöpfe. Heute ist alles anders. Eine weiße, moderne Küchenmaschine steht auf dem kleinen Beistelltisch vor dem Fenster. Ein Geschenk ihrer neuen Freundin Anke. Zu Madinas dreißigstem Geburtstag. Inklusive Rühraufsätzen und Fleischwolf. Wenn Madina davon erzählt, dann tut sie das wieder mit diesem kecken Funkeln in den Augen. „Kuchen backen“ deutet sie mit dem Kopf auf die Maschine und stellt rasch einem ihrer Mitbewohner einen Teller Reis mit Huhn vor seinen knurrenden Magen. „Guten Appetit“.

Madina stammt aus Tschetschenien. In der Nacht, als sie in Wartberg mit ihren drei Kindern ankam, regnete es in Strömen. Madina, ihre Tochter Ramina und ihre Söhne Chamsat und Muchammad waren eine der letzten, die aus dem Bus stiegen. In Tschetschenien liebte die dreifache Mutter ihren Beruf als Russischlehrerin. Ihr Mann, studierter Anwalt, war in Russland, wo er als Baumeister Arbeit gefunden hatte. Ein Jurist als Baumeister? Klingt komisch, ist es auch. Doch für Madina ist diese Situation „normal“. Kaum jemand in ihrem Heimatland hat in seinem erlernten Beruf gearbeitet. Gemacht wurde, was sich gerade anbot.

Wie ehemals das Kochen gehört Warten nicht zu ihren Lieblingsbeschäftigungen. Warten auf eine neue Beschäftigung. Die vielen Leute um sie herum lenken Madina ab. Durch ihre Kinder „ist Warten nicht so schlimm“. Während ihr Jüngster, der zweieinhalbjährige Muchammad auf ihr herumturnt, erzählt sie über ihre Pläne. „Unterrichten“, sagt sie klipp und klar. Auch Anke ist zuversichtlich, dass Madina in einem der umliegenden Gymnasien – in Schlierbach oder Kremsmünster – Arbeit finden wird.

„A dika yöila“ verabschiedet sich Madina an diesem Nachmittag. „Auf Wiedersehen“. Ihr Sohn Chamsat ist gerade von der Schule zurück. Der Dunstabzug geht an, den Teller mit dampfender Suppe hält Madina schon in der Hand.





Ahmed & Gerhard

WIGEZ?? Popp, popp ... Am Smartphone erscheint eine neue WhatsApp Nachricht von Ahmed. „Wigez?“, fragt er Brigitte. Immer dann, wenn eine dieser „verschlüsselten“ Botschaften von Ahmed am Display erscheinen, muss Brigitte schmunzeln. Sie notiert den Begriff und spätestens beim nächsten Treffen schreibt Ahmed einen neuen Ausdruck in sein Heft: „Hallo! Wie geht's?“

Ahmed und Brigitte kennen sich seit dem ersten Tag in Wartberg an der Krems/Oberösterreich. Längst ist zwischen den Familien eine Freundschaft entstanden. Längst sind Ahmed und seine Frau Kare keine Fremden mehr. Ahmed stammt aus Russland. Er ist nie zur Schule gegangen. Lesen und Schreiben sind ihm fremd.

Ahmed hat in seinem Leben schon schwer gearbeitet: Mit Tieren, mit Holz, im Wald. Von fünf Uhr morgens bis Mitternacht. „*Sehr modern, neunzig Prozent moderner*“, meint der 33-jährige, wenn er darüber erzählt, als er das erste Mal in Österreich mit einer Motorsäge im Wald gearbeitet hat. Bei Gerhard, dem Gemeindefeldarzt. Auch er, ein neuer Freund.

Zwei Uhr morgens, das Telefon klingelt. Zehn Minuten später ist Ahmed bei der Türe draußen und überquert die Straße. Den Schlüssel zu Christians Wohnung hat er immer dabei. Christian leidet an einer schweren Krankheit und ist auf die Hilfe anderer angewiesen. Und Ahmed hilft. Immer. „*Manchmal hat Christian Angst ... alleine.*“ Und manchmal ist es für Christian besser zu sitzen, als zu liegen. „*Besser für den Kopf*“, sagt Ahmed und stellt Nougatschnitten auf den Tisch in der Gaststube.



Den Kopf ausschalten und die Freiheit genießen kann Ahmed im Kino. Vor ein paar Monaten war er zum ersten Mal überhaupt in einem dieser Säle mit großer Leinwand. In Kirchdorf an der Krems. Die rot gepolsterten Sitze haben Eindruck hinterlassen. An den Film kann er sich nicht mehr erinnern.

Es ist spät geworden an diesem Abend. Ahmed lächelt zum Abschied. Seine blauen Augen lächeln mit. „*Hinterstoder war schön*“, erinnert er sich an seinen ersten Ausflug. Und am Attersee hat er Urlaub gemacht. „*Schwimmen?*“

Nein, schwimmen kann er nicht. Er hält sich lieber über Wasser. In jeder Beziehung.

Bedürfnisse verstehen, *Vertrauen stärken*

Mit **Dr. Karin Kneissl** und **Dr. Henning Beck** diskutieren **Brigitte Kreuzer** von der Fachgruppe, **Mag. Hermann Fried** von der Wiener Städtischen Versicherung und **Dr. Hubert Schultes** von der Niederösterreichischen Versicherung.



© ELKE MAYR

Mag. Hermann Fried
Vorstandsdirektor

geb. 20. November 1964, Wien

1992 Magister der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften der betriebswirtschaftlichen Studienrichtung WU Wien

1996 besondere Fachprüfung für das gesamte Sozialversicherungsrecht mit angrenzenden Gebieten

1992–1994 wissenschaftliche Tätigkeit am Institut für Raumordnung WU Wien

1994–1997 Assistent des Generaldirektors im Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger

1995–1996 Gründung des Ludwig Boltzmann Instituts für Medizinökonomie in Anästhesie und Intensivmedizin – wissenschaftlicher Leiter

1997–1998 Leiter der Abteilung Controlling im NOE Gesundheits- und Sozialfonds

1998 Eintritt WIENER STÄDTISCHE Versicherung AG

2002 Leitung der Leistungsabteilung Krankenversicherung

2004 Bereichsleitung Krankenversicherung – verantwortlich für Produktgestaltung, Anpassung, Leistung

2008 Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung – Personenversicherung

2010 Landesdirektor Wien

2016 Mitglied des Vorstandes – Vertrieb, Marketing, Werbung

Podiumsdiskussion



© WEINWURM

Brigitte Kreuzer
Obmann-Stellvertreterin der Fachgruppe

geb. 1961

verheiratet, drei Kinder, Großmutter

10 Jahre tätig im Bankenbereich

seit 1994 selbständig als Versicherungsmaklerin

viele Jahre tätig in der Landesvertretung

Leiterin PR-Ausschuß

PR-Verantwortliche im Fachverband

Vortragende Ausbildung zum Makler,

Prüfungsbeisitzerin



© MARIUS HOTINGER

Dr. Hubert Schultes
Generaldirektor

geb. 30. Dezember 1960, Amstetten

verheiratet, zwei Kinder

Jusstudium Universität Wien,

Promotion Doctor juris

1987 Donau Versicherungs-AG

1989 Assistent des Vorstandsvorsitzenden

1992 Generalsekretär

1996 Postversicherungs AG: Vorstandsmitglied Administration, Finanzen

1998 Winterthur Versicherungs-AG: Vorstandsvorsitzender

2000 Allianz Elementar Versicherungs-AG: Mitglied des Vorstandes

2007 Niederösterreichische Versicherung AG, Vorstandsmitglied

2008 Generaldirektor



Dr. Henning Beck



Dr. Karin Kneissl

Ein Preis, der **Wissen** schafft

Im Sinne von **Vorsorge und Versicherung.**

Nicht nur die Einhaltung gesetzlicher und gewerbe-rechtlicher Auflagen prägt das heutige Berufsbild des Versicherungsmaklers, auch betriebswirtschaftliche und juristische Kenntnisse sind erforderlich, um die täglichen Herausforderungen im Sinne unserer Kunden zu meistern. Daher bietet die Fachgruppe Wien diverse Maklerkurse und zahlreiche Fortbildungsveranstaltungen, um die Kolleginnen und Kollegen zu unterstützen und die Qualifizierung weiter zu forcieren.

Eine hervorragende Aus- und Weiterbildungsmöglichkeit für Versicherungsexperten ist der seinerzeit viersemestrige Lehrgang für akademische Versicherungskaufleute mit der

zunehmend 18 monatigen Spezialisierung für VersicherungsmaklerInnen an der WU Wien. Obwohl es diese akademische Ausbildung vor 16 Jahren bereits gab, existierte in Österreich noch kein wissenschaftlicher Preis zum Thema Vorsorge und Versicherung.

Gemeinsam mit dem damaligen Obmann Rudi Mitterdorfer suchte ich daher bei der Wirtschaftsuniversität Unterstützung für den ersten wissenschaftlichen Preis der Branche – dem Hammurabi Preis, der – dotiert mit 4.000 Euro – vor 15 Jahren zum ersten Mal von der Fachgruppe der Wiener Versicherungsmakler ausgelobt wurde.

Seitdem werden in Zusammenarbeit mit dem Institut für Versicherungswirtschaft an der Wirtschaftsuniversität Wien,

Der **Codex des Hammurabi** schuf damit eine wichtige Basis für das heutige Versicherungswesen und legte den Grundstein für den Berufsstand des Versicherungsmaklers. Es war also naheliegend, den ersten wissenschaftlichen Preis der Versicherungsbranche „Hammurabi“ zu nennen.



Mag. Wilhelm Hemerka
Obmann-Stellvertreter der Fachgruppe
Wien der Versicherungsmakler und
Berater in Versicherungsangelegenheiten

Seit 15 Jahren prämiert der Hammurabi-Preis herausragende wissenschaftliche Arbeiten. **Von Mag. Wilhelm Hemerka**

wissenschaftliche Arbeiten wie Seminararbeiten, Diplomarbeiten, Dissertationen und sogar Habilitationen, die betriebswirtschaftliche, volkswirtschaftliche oder rechtliche Aspekte von Versicherungen, Versicherungsverkauf und Versicherungsvermittlung durch Versicherungsmakler sowie Beratungsleistungen durch Versicherungsmakler und Berater in Versicherungsangelegenheiten behandeln, prämiert. Für die Siegerarbeit wird im festlichen Rahmen Informationstages jedes Jahr die Hammurabi-Statue überreicht.

Immer wieder werde ich gefragt, woher Hammurabi stammt und welchen Bezug er zur Versicherungswirtschaft hat. Der babylonische König Hammurabi machte sich bereits 1800 v. Chr. Gedanken über Armut, Wohlstand und Sicherheit seines Volkes. In seiner vierzigjährigen Regierungszeit vereinte er die erste Gesetzessammlung u.a. zur Versicherung von Leben und Gut im „Codex Hammurabi“ auf einer Stele aus Granit.

Darin werden die Gesetze in insgesamt 282 Paragraphen angeführt, die nach Eigentumsrechten, Darlehen (mit und ohne Versicherungskonnex), Spareinlagen, Schulden, Hauseigentum, Familienrecht, etc. gegliedert sind. Zahlreiche Beispiele zeigen, dass der Kodex auf eine Stützung der Mittelschicht und der kleineren Wirtschaftstreibenden ausgerichtet war. So sollte eine „Versicherungsverordnung“ den Ruin kleinerer Händler oder Handwerker verhindern: Die Teilnehmer einer Karawane sollten sich verpflichten, dass alle während der Reise durch Raub oder Überfall entstandene Schäden gemeinsam getragen werde. Selbst Sklaven waren im Reich Hammurabis nicht ohne Rechtsschutz.

Der „Codex des Hammurabi“ schuf damit eine wichtige Basis für das heutige Versicherungswesen und legte im wahrsten Sinne des Wortes den Grundstein für den Berufsstand des Versicherungsmaklers. Es war also naheliegend, den ersten wissenschaftlichen Preis der Versicherungsbranche „Hammurabi“ zu nennen.

Mit dem „Hammurabi-Preis“ haben wir nicht nur den ersten Branchenpreis geschaffen, sondern auch Zugang zu den Universitäten erlangt. Ich freue mich, dass wir damit die Bekanntheit und das Image des Maklerberufes in der akademischen Welt erheblich steigern konnten.



Prof. Josef Pillhofer
Der herausragende Bildhauer (1921-210) gestaltete die limitierte Auflage von Hammurabi-Bronzen. Nach dem Vorbild seiner in Stein gehauenen Hammurabi-Figur aus dem Jahr 1964 ist diese Bronze die höchste und wertvollste Auszeichnung der Preisverleihung.

Der Kodex wurde in Keilschrift in Stein gemeißelt und ist heute, als eine der ältesten Gesetzessammlungen der Welt, im Louvre de Paris zu bewundern.

Die **freie** Anwaltswahl in der Rechtsschutzversicherung

Hat der Versicherungsnehmer einer Rechtsschutzversicherung das Recht, sich durch seinen persönlichen Anwalt des Vertrauens vertreten zu lassen? Oder muss er im Versicherungsfall den Vertragsanwalt der Rechtsschutzversicherung akzeptieren?

Diesem Thema widmet sich die hier vorgestellte Arbeit unter dem Titel „Die freie Anwaltswahl in der Rechtsschutzversicherung“. Dabei handelt es sich nicht nur um ein uraltes Problem dieser Versicherungssparte, sondern zugleich um ein hochaktuelles und zurzeit auch heftig umstrittenes.

Die Brisanz des Themas liegt unter anderem daran, dass die Versicherer ein starkes Interesse daran haben, einen ihrer Vertragsanwälte ins Rennen (in den Prozess) zu schicken. Mit diesem besteht nämlich üblicherweise eine Honorarvereinbarung, in der der Anwalt „seinem“ Versicherer einen großzügigen Rabatt (etwa 20%) auf sein Honorar gewährt. Schreitet daher der Vertragsanwalt ein, reduziert sich die vom Versicherer zu bezahlende Versicherungsleistung mitunter deutlich, was dessen Interesse an dem Problem erklärt. Dass sich umgekehrt der Versicherungsnehmer oft das Einschreiten seines „Haus-und-Hof-Anwaltes“ wünscht, liegt auf der Hand. Es existieren in der Frage daher gegenläufige Positionen, die den Normgeber dazu berufen, das Spannungsverhältnis aufzulösen und eine wertende Entscheidung zu treffen.

Gefallen ist diese Entscheidung auf europäischer Ebene, wo im Rahmen der Rechtsschutzversicherungs-Richtlinie (87/344/EWG) eine Spezialregelung für das Problem erlassen wurde. Die Regelung ist mittlerweile in die Solvabilität II-Richtlinie (2009/138/EG) übersiedelt und wird im österreichischen Recht durch § 158k VersVG umgesetzt.

Darin schreibt der Gesetzgeber für gewisse Fälle, besonders für „Gerichts- oder Verwaltungsverfahren“, zwingend die freie Anwaltswahl des Versicherungsnehmers vor. Dieser soll in manchen Fällen also jedenfalls die Möglichkeit haben, sich seinen Anwalt selbst auszusuchen.

Hat der Versicherungsnehmer ein Recht auf seinen **persönlichen Vertrauensanwalt** – oder ist das Problem ein tiefersitzendes?

Die hier vorgestellte Arbeit begibt sich auf die Suche nach der gesetzgeberischen Wertung, die dieser Norm zugrunde liegt. Soll durch die Regelung dem Versicherungsnehmer ein Recht auf seinen persönlichen „Vertrauensanwalt“ eingeräumt werden oder ist das Problem ein tiefersitzendes?

Nachdem im ersten Teil der Arbeit der mit der Bestimmung verfolgte Zweck untersucht und herausgearbeitet wird, widmet sich der zweite Teil einzelnen Spezialproblemen, die die Norm aktuell aufwirft. So stellt sich etwa die Frage, wie die Anwaltsauswahl bei Massenschäden zu erfolgen hat. Darunter sind Fälle zu verstehen, in der eine Vielzahl von Versicherungsnehmern Schäden erlitten hat, die auf ein und dieselbe Ursache zurückzuführen sind. Kann sich auch in so einer Situation jeder Versicherungsnehmer von seinem selbst gewählten Anwalt in einem Individualprozess separat vertreten lassen? Oder darf hier etwa der Versicherer einen kollektiven Rechtsvertreter bestimmen, der alle Versicherungsnehmer gemeinsam vertritt? Letzteres verneint der EuGH.

Daher unternimmt die Arbeit die Suche nach anderen, gangbaren Wegen, um die den Versicherer bedrohende Kostenexplosion in solchen Massenfällen einzudämmen.

Ein weiteres Problem – das § 158k VersVG zwar aufwirft, aber nicht direkt anspricht – ist jenes der „Lenkung“ der freien Anwaltswahl. Darf der Versicherer über die Vertragsgestaltung Einfluss auf die Anwaltswahl des Versicherungsnehmers nehmen? Kann er etwa dem Versicherungsnehmer einen Selbstbehalt (von z.B. 20%) vorschreiben, der im Versicherungsfall nur bei Inanspruchnahme der freien Anwaltswahl, nicht aber bei einem Verzicht darauf zur Anwendung kommt? Dadurch würde eine Motivation für den Versicherungsnehmer entstehen, auf sein Anwaltswahlrecht zu verzichten und den vom Versicherer vorgeschlagenen Anwalt zu akzeptieren, weil dann ja der Selbstbehalt entfällt. Auch solche Lenkungsfragen, die bislang nicht nur in Österreich offen sind, will die hier vorgestellte Arbeit klären. Insgesamt soll die Arbeit auch eine dogmatische Grundlage für zukünftige Fragen liefern, die die freie Anwaltswahl – aufgrund ihrer hohen Bedeutung für die Praxis – wohl genauso noch aufwerfen wird.



Dr. Maximilian Brunner
geb. 1989 in Klagenfurt
2008-2012 Diplomstudium der Rechtswissenschaften an der Universität Wien und der University of Sheffield
2012-2016 Doktoratsstudium der Rechtswissenschaften an der Universität Wien (Abschluss mit Auszeichnung)
seit 2014 Universitätsassistent am Institut für Rechtswissenschaften (Lehrstuhl für Privatrecht) der Universität Klagenfurt

JURY-KOMMENTAR:

gründlich, umfassend, mit allen Randthemen und -bezügen;
tauglich begründete Kritik an der OGH-Judikatur; gibt Anlaß zur weiteren Behandlung

Der Einfluss der **Digitalisierung** auf den Verkaufsprozess von Versicherungen aus Kundenperspektive

Mit dem Beginn des Onlinehandels haben sich das Konsumverhalten der Kunden und der Vertrieb von Versicherungen drastisch verändert. Preise und Angebote verschiedener Anbieter im Internet zu vergleichen wird immer einfacher. Dennoch wird der Großteil der Versicherungsabschlüsse in Österreich weiterhin über klassische Vertriebswege abgewickelt. Gegenstand der Arbeit war daher näher zu beleuchten, inwieweit Kunden das Internet nutzen, um eine Versicherung abzuschließen, welche Versicherungen sie bevorzugt online kaufen.

Die Ergebnisse zeigen, dass die entscheidenden Faktoren für ein bestimmtes Versicherungsprodukt die Transparenz der Produktleistung sowie der Preis sind, der durch das Internet leicht verglichen werden kann. Hauptargument für Kunden, sich gegen einen Onlinekauf von Versicherungsprodukten zu entscheiden, ist die durch fehlende persönliche Beratung resultierende Unsicherheit, ob das richtige Versicherungsprodukt gewählt wurde.

Deshalb sind standardisierte Versicherungslösungen wie Reiseversicherungen eher für den Onlinekauf geeignet als komplexe Produkte wie Lebensversicherungen oder private Krankenversicherungsprodukte, die einen hohen Bedarf an persönlicher Beratung aufweisen. Während ein geringer Prozentsatz den reinen Onlineabschluss von Versicherungen bevorzugt, informieren sich viele Kunden vor einem Beratungsgespräch im Internet, schließen den Vertrag aber bei einem Makler, Agenten oder Außendienstmitarbeiter ab.

Dieser sogenannte „Research online – purchase offline“-Effekt (ROPO-Effekt) tritt jedoch auch immer stärker als „reversed ROPO“-Effekt auf: Die Kunden lassen sich bei einem Makler persönlich beraten, suchen aber im Anschluss daran im Internet nach vergleichbaren Angeboten anderer Versicherer und schließen die Versicherung direkt beim Versicherer über das Internet ab.

Dies birgt jedoch Gefahren und Herausforderungen für den klassischen Vertrieb über Makler oder Agenten, die als Vermittler zwischen Versicherung und Kunden stehen, da deren Beratungsleistung nicht direkt vergütet wird, sondern die Provision ausschließlich vom Verkauf eines Versicherungsproduktes abhängig ist.



Karin Gruber, M.A.
geboren 1991 in Wien
2014-2016 Masterstudium International
Business, Management Center Innsbruck

JURY-KOMMENTAR:
erschöpfende Behandlung eines
Themas mit hoher Aktualität;
valide und plausible Studie;
praktisch bedeutsam; wird die
Branche noch sehr beschäftigen

Versicherung für **fremde Rechnung**



Mag. Dr. Michael Kraus, LL.B.
geb. 1987 in Linz, verheiratet, 1 Tochter
2008-2013 Diplomstudium der
Rechtswissenschaften, Schwerpunkt
Unternehmensrecht (JKU Linz),
2009-2013 Bachelorstudium
Wirtschaftsrecht, Schwerpunkt
Unternehmensjurist (JKU Linz)
2013-2016 Doktoratsstudium
der Rechtswissenschaften (JKU Linz)
seit 2016 Rechtsanwaltsanwärter
bei Prof. Haslinger & Partner, Linz

Die Versicherung für fremde Rechnung ist eine Rechtsfigur aus dem Versicherungsvertragsrecht, welche den wirtschaftlichen Bedürfnissen des Versicherungsverkehrs entspricht und heute eine weitverbreitete – und daher überaus praxisrelevante – Form der Versicherung darstellt. Vertragspartner des Versicherers (VR) wird der Versicherungsnehmer (VN), allerdings ist das Interesse eines Dritten, des Versicherten, versichert. Der Versicherte bzw. sein Interesse ist das Subjekt des versicherungsrechtlichen Schutzes.

Aufgrund der Spaltung der Parteirollen und dem dadurch entstehenden Dreiecksverhältnis zwischen VR, VN und Versichertem sowie den verschiedenen Interessen der Parteien ergeben sich in der Versicherung für fremde Rechnung spezifische Besonderheiten und Fragestellungen. Diese betreffen die gesamte Laufzeit und jedes Stadium des Versicherungsvertrags hinsichtlich des gesamten Versicherungs-

rechts. Die Arbeit widmet sich diesen Besonderheiten, untersucht diese wissenschaftlich und versucht sie einer Lösung zuzuführen, wobei die Darstellung – nach Aufarbeitung der Grundlagen der Versicherung für fremde Rechnung – anhand der Laufzeit eines Versicherungsvertrags beginnend beim Abschluss des Vertrags, über den Versicherungsfall bis hin zur Beendigung des Vertrags erfolgt.

Unter anderem wird der Abschluss einer Versicherung für fremde Rechnung mit ihren Besonderheiten näher untersucht. Daran schließt eine eingehende Untersuchung der in Bezug auf die Versicherung für fremde Rechnung auftretenden Besonderheiten bei Eintritt des Versicherungsfalles an. Anschließend erfolgt eine Untersuchung hinsichtlich der Auswirkungen der Insolvenz einer der beteiligten Parteien auf die verschiedenen Rechtsverhältnisse im beschriebenen Dreiecksverhältnis. Es folgt eine Darstellung und Aufarbeitung der Möglichkeiten zur Beendigung des Vertrags, vor allem hinsichtlich der Kündigung, der Veräußerung der versicherten Sache sowie der Schadenfallkündigung.

Am Ende der Arbeit werden die Principles of European Insurance Contract Law (PEICL) dargestellt und untersucht.

JURY-KOMMENTAR:
umfassende Behandlung;
Einbeziehung von Experten;
breite Literaturverarbeitung

Hammurabi – ein Preis, der seit 15 Jahren Wissen schafft

Um 2000 v. Chr. hat sich der babylonische König Hammurabi bereits Gedanken über Armut, Wohlstand und Sicherheit seines Volkes gemacht und in seiner vierzigjährigen Regierungszeit die erste Gesetzessammlung zur Versicherung von Leben und Gut im „Codex Hammurabi“ vereint. Sie beinhaltet mit 282 Paragraphen eine Anordnung zur Herstellung, Verkauf, Höchstpreise, Abgabemengen an die einzelnen, verschiedenen Bevölkerungsschichten, aber auch Strafen. Auf diese Weise schuf König Hammurabi funktionsfähige Assekuranzvorläufer, welche als Grundlage des heutigen Versicherungswesens bezeichnet werden dürfen. Hammurabi ging damit nicht nur als einer der weisesten und mächtigsten Könige des Altertums, sondern auch als ältester Versicherungsmentor in die Geschichte ein.

Der Kodex wurde in Keilschrift in Stein gemeißelt und ist heute, als eine der ältesten Gesetzessammlungen der Welt, im Louvre de Paris zu bewundern.



Bereits zum 15. Mal wurde der Hammurabi-Preis ausgeschrieben. Wie bei anderen Wissenschaftspreisen auch, erwarten sich die Ausschreiber – die Wiener Versicherungsmakler – damit eine Förderung der Forschungsbemühungen im Allgemeinen, besonders natürlich im Bereich der Arbeitsgebiete der Versicherungsmakler.

Ich denke, dass sich die Ergebnisse der letzten Jahre in dieser Hinsicht sehen lassen können. Der Hammurabi-Preis hat mittlerweile einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht, Zahl und Quantität der eingereichten Arbeiten befinden sich auf einem hohen Niveau, was nicht zuletzt daran abgelesen werden kann, dass die Jury zumeist mehrere Arbeiten zur Prämierung vorschlägt, anstatt sich auf eine einzige zu beschränken.

Aus meiner Sicht sind die „Erfolgsfaktoren“ des Hammurabi-Preises vor allem das Engagement der Ausschreiber, die Qualität der eingereichten Arbeiten und der Evaluationsprozess.

Die Jury versucht in ihrem Evaluationsprozess, den Anforderungen der Ausschreiber gerecht zu werden und dabei die Arbeiten fair zu beurteilen. Die Zusammensetzung der Jury erscheint mir dabei ganz wesentlich. Sie ermöglicht, dass dort unterschiedliche Blickwinkel des praktischen Interesses und der wissenschaftlichen Qualität eine angemessene Berücksichtigung finden.

Die Beurteilungen der Juroren werden voneinander unabhängig erstellt und im Finale in einem Rangplatzverfahren gemittelt, sodass sich vereinfachend sagen lässt, dass sich

Die Jury 2017

Dr. Beate Blaschek BMASK für den Konsumentenschutz

Dr. Hans Peer Generali Versicherung für die Versicherungswirtschaft

ao.Univ.Prof.Dr. Michael Theil Wirtschaftsuniversität Wien für die Wissenschaft

die zur Prämierung vorgeschlagenen Arbeiten in vielerlei – und nicht nur in einer – Hinsicht bewähren.

Es erfahren immer jene Arbeiten die beste Resonanz bei den Juroren, die nicht nur eine reine wissenschaftliche Analyse bieten, sondern auch Praxisrelevanz aufweisen und Interessen außerhalb des Wissenschaftsbetriebs zu wecken in der Lage sind.

Das Interesse der Versicherungswirtschaft, das sowohl den prämierten Arbeiten als auch den Autorinnen und Autoren entgegengebracht wird, ist beachtlich und übertrifft andere Preise bei weitem.

Obwohl die eingereichten Arbeiten in der Regel im Rahmen des Studiums der Autoren und (viel öfter) Autorinnen approbiert wurden, also schon erfolgreich waren, ist es nicht selbstverständlich, dass sie auch eingereicht werden. Die Bewerber begeben sich auf ein neues, für sie schwer einschätzbares Terrain mit ungewissem Ausgang. Das erfordert eine Portion Mut. Allein dafür haben es sich alle, die eine Arbeit einreichen, schon verdient, „vor den Vorhang“ zu treten.

Mehr Info finden Sie unter <https://executiveacademy.at>
→ [Universitätslehrgänge](#) → [Risiko-Versicherungsmanagement](#)

Danke an die Juroren für die langjährige Unterstützung

Im Laufe der letzten fünfzehn Jahre wurden tausende Seiten gelesen, um pro Jahr jeweils drei Nominierungen gerecht zu wählen. Seit einigen Jahren leitet Univ.-Prof. Dr. Michael Theil die landesübergreifende Ausschreibung und Jurierung der Einreichungen. Bewertungskriterien sind: Wissenschaftlichkeit, Ergebnis der Arbeit bzw. Neuheitswert, Relevanz für die Versicherungsbranche bzw. für die Versicherungsvermittler und Makler sowie Stil.

Die Hammurabi-PreisträgerInnen der letzten 15 Jahre

2003 Mag. Claudia Meixner
Die primäre Prämiendifferenzierung in der Lebensversicherung

2004 Mag. Philipp Strasser
Beschaffungsseitig orientierte Ansätze im Online-Insuring

2005 Dr. Alexander Tayenthal
Kundenschutz im Versicherungsmaklerrecht

2006 Dr. Petra Reinbacher
Die Abgrenzung der Begriffe Sachschaden und Leistungsmangel in der technischen Versicherung

2007 Dr. Katharina Körber
Recht des selbständigen Versicherungsvertreters

2008 Mag. Andreas Brandstetter
Schadenmanagement und die Akzeptanz alternativer Schadenregulierungsformen in der Kfz-Versicherung

2009 Mag. Sandra Klein
Kundenbindung und Servicequalität von Assistance-Leistungen. Eine empirische Untersuchung

2010 Dr. Isabel Funk-Leisch
Die Umsetzung der Versicherungsvermittlungsrichtlinie im österreichischen Recht

2011 Dr. Vanessa Weidinger
Einflussfaktoren auf die Schadenreserve von Erstversicherungsunternehmen in Österreich untersucht am Beispiel des Zeitraumes 1992-2006

2012 Mag. Nadja Piessnegger
Wissensbewertung aus der Perspektive des demografischen und wirtschaftlichen Wandels

2013 Dr. Markus Dürlinger
„Tätigkeitsschäden“ im Betriebs- und Privathaftpflicht-Versicherungsrecht

2014 Dr. Alexander Habasche
Das Interesse von Konsumenten an Garantierweiterungen. Eine Analyse in Form einer empirischen Studie von Garantierweiterungen für Elektronische Konsumgüter

2015 Dr. Leander D. Locker
„Informed Insurance Choice“

2016 Dr. Arlinda Berisha
Wie europäisch ist der Versicherungsmarkt?

Wir danken allen Damen und Herren, die in den letzten 15 Jahren Arbeiten eingereicht haben. Durch ihre zahlreichen und großartigen Einreichungen ist der Hammurabi-Preis zu einer bedeutsamen Auszeichnung der Branche avanciert.

Sehr bewegend: *Maklertag 2016*



Ein Blick zurück: Der Maklertag 2016.



Zuverlässig, kompetent, kundennah:
Wir schaffen das

In unserer immer digitaler werdenden Welt ist die Beziehung eines Unternehmens zu seinen Kunden von zentraler Bedeutung für den Erfolg. Das Informations- und Kaufverhalten der Menschen hat sich in den letzten zehn Jahren grundlegend verändert. Der Konsument von heute bedient sich unterschiedlichster Kanäle zur Informationsbeschaffung, ist umfassend informiert, soziale Medien werden als Empfehlungstool genutzt, und Beratung sowie Kauf eines Produktes können auf vielen Wegen erfolgen.

Hier kommt die – meist über Jahre aufgebaute – gute Kundenbeziehung ins Spiel. Vertrauen, Kundennähe, das Image des Unternehmens und seiner Mitarbeiter werden künftig eine noch größere Rolle spielen bei der Kaufentscheidung des Kunden – vor allem bei beratungsintensiven Produkten.



Dr. Hubert Schultes
Generaldirektor
Niederösterreichische Versicherung AG

Der Schlüssel zum Erfolg wird das vertrauensvolle Aufrechterhalten und Pflegen der Beziehung mit dem Kunden sein. Die NV ist hier mit ihrem **Fokus auf Kundennähe** und Regionalität gut aufgestellt.

Aufmerksames Zuhören, das Eingehen auf den Kunden und seine Bedürfnisse, kompetente und umfassende Beratung, klare, rasche und transparente Information werden über Erfolg – oder Misserfolg – entscheiden. Versicherungskauf ist Vertrauenssache und wirkt langjährig. Die Persönlichkeit der handelnden Menschen sowie die gesamte Dienstleistungskette nach dem Kauf eines Produktes bestimmen den Wert der Kundenbeziehung.

Beratung, Vertrauen, Erfolg



Mag. Robert Lasshofer
Generaldirektor
Wiener Städtische Versicherung AG

So lautet unser Vertriebsmotto für 2017, das viel mit dem Slogan des heurigen Versicherungsmaklertages gemein hat. Vertrauen ist die Grundlage jeder Beziehung und Beziehung die Grundlage jeglichen Miteinanders – sei es geschäftlich oder privat. Zudem ist professionelle, individuelle Beratung in unserer Branche ein probates Mittel, um Vertrauen und damit Beziehung aufzubauen und zu festigen – trotz zügig fortschreitender Digitalisierung.

Versicherung ist eine Dienstleistungsbranche und funktioniert nicht ohne persönliche Beratung und Kundenkontakt – auch, weil Versicherungsprodukte komplex sind und Erklärungsbedarf haben; Beratungskompetenz und Wissen des unabhängigen Vertriebspartners können nicht digitalisiert werden.

Versicherungen sind komplexe Produkte, deren Nutzen oft weit in der Zukunft liegen. Unsere Kunden schenken uns ihr Vertrauen und wir arbeiten täglich daran, sie rundum zu betreuen. Die österreichischen Versicherungsmakler unterstützen uns dabei – und ich weiß unsere Kunden bei ihnen **in guten Händen**.

Trotzdem: Der Kunde von heute ist selbstbestimmter denn je. Er will frei darüber entscheiden, wann und wie er mit seinen Vertragspartnern kommuniziert – Kundengespräche können auch mittels Video- oder Onlinechat durchgeführt werden. Unabhängige Makler und Agenten bleiben dennoch wichtigstes Bindeglied zwischen Versicherten und Versicherungsunternehmen. Was sich verändert, sind die Kommunikationskanäle, die Art der Informationsgewinnung und die Form der Interaktionen.

Österreichisch, regional, klar auf Kurs:
150 Jahre DONAU



Dr. Peter Thirring
Generaldirektor
DONAU Versicherung

In wirtschaftlich wechselvollen Zeiten steht die gesamte Versicherungsbranche vor neuen Herausforderungen. Die technologischen Veränderungen durch die Digitalisierung eröffnen viele Chancen und werden die Kundenbeziehungen gut etablierter Unternehmen beeinflussen und zu Anpassungen im Geschäftsmodell führen.

Die DONAU Versicherung feiert heuer das 150. Jubiläum der Unternehmensgründung und hat in dieser Zeit schon einige wirtschaftliche Umbrüche miterlebt und erfolgreich gestaltet. Die DONAU Versicherung als österreichisches Traditionsunternehmen ist in der Gestaltung der Beziehungen zu Kunden und Vertriebspartnern stets jung und agil geblieben.

Für die DONAU sind die nachhaltig erfolgreichen und **zukunftsweisenden Beziehungen** zu unseren Makler- und Agenturpartner ein wichtiges Erfolgskriterium. Wir werden diese gemeinsam weiter gestalten.

Beziehungen persönlich zu gestalten und zu leben, zeichnet nachhaltig, erfolgreiche Versicherungen aus. Die DONAU hat durch ihre österreichweite starke regionale Verankerung für unsere Kunden und Vertriebspartner die optimalen Voraussetzungen, gemeinsam die passenden Lösungen zu finden.

Die DONAU Brokerline ist seit bald zwei Jahrzehnten als Partner für unsere Makler- und Agenturen da. Die DONAU Versicherung hat klare Servicestrukturen in ganz Österreich geschaffen. Gewerbekoordinatoren sowie Bestandsmanager in jeder Landesdirektion sorgen für optimales Service und sind persönliche Ansprechpartner. Darüber hinaus hat die DONAU in die wichtigen IT-Schnittstellen investiert, um optimale Abläufe zu bieten.



Mit starken Partnern erfolgreich



Das Umfeld, in dem sich die Versicherungswirtschaft, international wie auch auf dem lokalen Markt, derzeit bewegt, ist herausfordernd. Die Themen sind vielfältig. Neben den immer strikteren regulatorischen Vorgaben ändern sich auch die Wünsche der Kunden immer schneller. Das extrem niedrige Zinsniveau hinterlässt ebenfalls seine Spuren.

Die Versicherungsgesellschaften sind gefordert, all diesen Herausforderungen gerecht zu werden. Digitalisierung ist hierbei ein starker Motor für fortschrittliche Entwicklungen. Sie ist auch mit Sicherheit ein wesentlicher Bestandteil unserer Zukunft und wird allgegenwärtig sein. Wir sollten jedoch einen Aspekt nicht vergessen. Partnerschaften beruhen auf Beziehungen und speziell in der Versicherungswirtschaft, wo sehr viel Vertrauen in den Partner gesetzt wird, auf persönlichen Kontakten.

Die Generali hat schon sehr früh begonnen, Prozesse effizient, Abläufe effektiv und Produkte innovativ zu gestalten. Im Fokus sind und bleiben jedoch unsere Partner und Kunden, die wir mit einer verbesserten, umfassenden Kundenerfahrung noch besser servieren. Starke Partnerschaften werden auch in Zukunft der Garant für erfolgreiche Geschäftsbeziehungen sein.

Starke Partnerschaften werden auch in Zukunft der Garant für **erfolgreiche Geschäftsbeziehungen** sein.



Arno Schuchter
Vorstand Vertrieb/Marketing
Generali Versicherung AG

Schöne Neue Welt –
Schöne Neue Kunden?

Seitdem das iPhone den Markt revolutionierte, ist gerade ein Jahrzehnt vergangen. Bei der Geschwindigkeit, mit welcher neue Technologien unsere Welt verändern, überrascht es mich nicht, dass Aldous Huxley bereits Anfang der 1930er Jahre ein kritisches Zukunftsbild zeichnete. Der Maklertag 2017 steht im Zeichen seines berühmtesten Romans, dem zeitlosen Klassiker »Schöne Neue Welt«. Mein Blick in die Zukunft ist um einiges optimistischer. Allerdings muss die Versicherungsbranche die Trends der digitalen Wende und ihre Auswirkungen genau analysieren und sich anpassen.

Geschäftsbeziehungen und Kaufverhalten nehmen Bezug auf die neuen Medien und verändern sich mit ihnen. Unsere Kunden sind heute stärker als früher, sie fordern mehr und haben individuellere Anforderungen an unsere Produkte.



Ein Großteil des Geschäftes entsteht immer noch über den persönlichen Kontakt. Aber wir müssen uns fragen: Wie wird die **Generation Smartphone** ihre ersten Versicherungen abschließen?

Das stellt Makler wie Versicherer vor neue Herausforderungen. Den Ansprüchen ihrer Kunden an Service und Geschwindigkeit können Vermittler nur dann Rechnung tragen, wenn sie dieselben von ihren Versicherungsunternehmen erwarten können. Erklärtes Ziel von Helvetia ist es, im Bereich Servicequalität von unseren Vermittlern als bester Partner wahrgenommen zu werden und unser Leistungsangebot konsequent an deren neuen Bedürfnissen auszurichten. Nur so können wir im digitalen Zeitalter agil bleiben und brauchen den Blick in die Zukunft nicht zu scheuen.



Werner Panhauser
Vorstand Vertrieb/Marketing
Helvetia Versicherungen AG

Nähe ist gut –
Vertrauen ist besser



Kurt Molterer
Vorstandsvorsitzender
Nürnberger Versicherung AG Österreich

Vertrauen ist die Basis einer jeden guten Beziehung. Das gilt nicht nur für den privaten Bereich, sondern im besonderen Maße auch für die Versicherungsbranche. Kunden vertrauen uns ihre Wünsche, Sorgen und Erwartungen an – und sie vertrauen darauf, dass ihnen unsere Versicherungslösungen im Anlassfall dabei helfen werden, ihr Problem zu lösen oder zumindest zu mildern.

Dass persönliche Nähe einer Beziehung gut tut, steht außer Frage. Ob im Umkehrschluss neue digitale Kommunikationsformen unsere **Beziehung(s)weisen**, also die Art und Weise, wie wir Beziehungen aufbauen, stärken und vertiefen, negativ beeinflussen werden, ist fraglich.

Wir in der NÜRNBERGER sehen die Möglichkeiten, die die „Schöne Neue Welt“ Beratern in der Kundenbetreuung bietet, jedenfalls als Chancen. Ob sich ein Kunde bei seinem Berater und seiner Versicherung gut aufgehoben fühlt, hängt nicht ausschließlich davon ab, wie oft er seinen Berater persönlich sieht, sondern auch von einer ehrlichen Kommunikation auf gleicher Augenhöhe, transparenten Angeboten und davon, welche Erfahrungen er im Schadens- und Leistungsfall macht. Und dass er seinen Berater erreichen kann, wenn er ihn braucht. Gerade dafür eignen sich die neuen elektronischen Möglichkeiten hervorragend.

Digitale Medien werden Beratern **neue Chancen und Möglichkeiten** in der Kundenbetreuung eröffnen.



Immer *ganz nah*: Wir für Sie

Brexit, die Terroranschläge in Europa oder die Präsidentenwahlen – wir leben im Spannungsfeld gesellschaftlicher und ökonomischer Umwälzungen. Wir wissen, dass der Wandel in viele Bereiche des Lebens hinein wirkt. Oft mit unabsehbaren Konsequenzen.

Für die Versicherungswirtschaft, die nach wie vor mit der anhaltenden Niedrigzinsphase kämpft, war 2016 ereignisreich und von Veränderung geprägt. Auch unsere Mitglieder standen vor großen Herausforderungen. Dabei wurden sie von der Fachgruppe Wien mit zahlreichen, öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen unterstützt.

Mitglieder-Betreuung

- In Zusammenhang mit Betriebsgründungen wurden 19 Stellungnahmen an die Behörden abgegeben und 13 Fachgespräche geführt. Die Fachgespräche dienten überwiegend als Grundlage für die Stellungnahme der Fachgruppe an die Magistratsabteilung 63 zur Feststellung der individuellen Befähigung gemäß § 19 GewO.
- Gewerbe-, steuer-, arbeits- und sozialrechtliche Auskünfte und sonstige Unterstützungsmaßnahmen
- Begutachtung von Gesetzes-Entwürfen bzw. Verfassung von Stellungnahmen
- Monatliches Obmanngespräch mit Mitgliedsbetrieben
- Hilfestellungen bei Betriebsgründungen (z.B. Beratung, Gründungsmappe)
- Kontakt zu Behörden
- Ruhendmeldungen/Wiederbetriebsmeldungen
- Wettbewerbsrechtliche Maßnahmen
- Positionierung des Berufsstandes in der Öffentlichkeitsarbeit
- Grundumlagenreduktionen
- Betreuung der Homepage
- Stellungnahme zu Entziehungsanträgen
- 17 Newsletter haben aktuelle Informationen an alle aktiven Mitglieder vermittelt, unser Newsletter-Archiv finden Sie unter www.wiener-versicherungsmakler.at



Mag. Eva Woharcik-Binder
Geschäftsführerin



Michael Lenz
Assistenz

KommR Helmut Mojescick
Fachgruppenobmann

Brigitte Kreuzer
Stellvertreterin

Mag. Wilhelm Hemerka
Stellvertreter

Wir für Sie für uns

Fortbildungsmaßnahmen

Die Fachgruppe hat 2016 insgesamt 75 Weiterbildungstage angeboten, unter anderem:

- „Aktuelles Wissen für den Versicherungsmakler von heute und morgen“: 4 Durchgänge
- 4-tägiges Seminar „Rechtswissen für den Versicherungsmakler“
- Bildungsscheckseminare: Erstmals erhielten die Mitglieder 2016 ein Bildungsscheckheft mit 10 Gutscheinen zur Weiterbildung. Hierfür wurden 6 neue Seminare zu unterschiedlichen Spezialthemen veranstaltet.
- Fachgruppentagung am 13. Oktober 2016
- Gemeinsame Veranstaltungen mit dem Fachverband zum Thema „Rückabwicklung von Lebensversicherungen“



G'scheit werden und bleiben
Das Fortbildungsangebot der Fachgruppe stärkt das Knowhow der Mitglieder.

Jahres Event am 24. Februar 2016

Ein besonderes Highlight des Jahres war der **14. Informationstag**, der unter dem Motto „Bewegt“ im Palais Ferstel stattfand. Namhafte Experten wie Georg Fraberger oder Kurt Matzler beleuchteten das Thema Mobilität auf unterschiedliche Weise. Was zum Beispiel passiert, wenn unsere Mobilität und Selbstbestimmung eingeschränkt ist oder durch die Digitalisierung verändert wird? Rund 450 Gäste konnten erleben, wohin sich unsere Welt bewegt und welche Veränderungen das für uns alle bringen können.

Wie in den vergangenen Jahren, waren auch die Hammurabi-Preisverleihung sowie das beliebte „talk together“ zur anschließenden Kontaktpflege wieder fixe Programmpunkte.



Fachgruppe Wien der Versicherungsmakler und Berater in Versicherungs- angelegenheiten

Schwarzenbergplatz 14, 1041 Wien

Telefon +43 1 514 50/37 52

Fax +43 1 514 50/37 54

Mail dieversicherungsmakler@wkw.at

www.wiener-versicherungsmakler.at

Öffentlichkeitsarbeit & Werbemaßnahmen

Langfristig können wir unsere Ziele nur durch geplante, gut koordinierte und kontinuierliche PR erreichen. Daher wurden 2016 folgende Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit umgesetzt.

Vorsicht Versicherungsfall: Beratung bei der „UniLeben“-Messe

Die Aktion „Vorsicht Versicherungsfall“ bot Anfang Oktober im Rahmen der Messe „UniLeben“ jungen Erwachsenen kostenlose Versicherungsberatung. Mittels Glücksrad wurde das Versicherungswissen der Studentinnen und Studenten spielerisch abgefragt. Wer die richtige Antwort in sechs Kategorien (Haushalt, KFZ, Vorsorge, Haftpflicht, Recht und Unfall bzw. Krankenversicherung) nennen konnte, wurde mit Give Aways beschenkt. Zusätzlich bestand die Chance, im Rahmen einer Verlosung am Messestand, einen Urlaubsgutschein im Wert von 100 Euro zu gewinnen. Rund 800 Studentinnen und Studenten wurden an zwei Tagen am Messestand und im Rahmen von Gratis-Workshops für die richtige Absicherung sensibilisiert.



Nicht in die Falle getappt
800 Studentinnen und Studenten testeten ihr Versicherungswissen.

Kostenlose Erstberatung durch Versicherungsmakler

Etwa die Hälfte der Österreicherinnen und Österreicher hat bisher noch keine Maßnahmen für ihre private Pensionsvorsorge getroffen. Im Zusammenhang mit dem Informationstag der Wiener Versicherungsmakler stehen daher geprüfte Versicherungsmakler kostenfrei für eine Überprüfung und Erstberatung zu allen Fragen der Vorsorge und Versicherung zur Verfügung.

Im Rahmen einer **Google-Adwords-Kampagne**, die auf die Landingpage www.maklertag.at verlinkt, wird jedes Jahr auf diese und andere Service-Leistungen der Wiener Versicherungsmakler aufmerksam gemacht.

Kreativwettbewerb: „Liebesg'schichten und Versicherungssachen – Verliebt, verlobt, versichert“

Was soll der Versicherungsmakler deiner Träume für dich tun? Er verkuppelt dich mit der Versicherung für's Leben, aber was erwartest du von einer Versicherung?

Der Kreativwettbewerb „Liebesg'schichten und Versicherungssachen – Verliebt, verlobt, versichert“ stellte genau diese



Liebe mit Happy End
Der Wettbewerb forderte die Kreativität der jungen Zielgruppe heraus.

Fragen und machten damit auf witzige Art auf das Thema Versicherung aufmerksam. Zahlreiche Antworten wurden in Form von Videos, Geschichten oder Liedern eingesendet und in einem anonymen Auswahlverfahren von der Jury bewertet. Die drei kreativsten Einsendungen gewannen Preise im Gesamtwert von 2.000 Euro.

Aktion SMART

Erstmals wurden im Jahr 2016 zehn, mit dem Logo ausgewählter Partner und dem Maklerlogo, gebrandete Smarts von der Wiener Fachgruppe geleast. Als begleitende Werbeaktion zum Maklertag unter dem Motto „Bewegt“ wurden die Autos den Mitgliedern monatsweise kostenlos zur Verfügung gestellt. Gleichzeitig waren sie Werbeträger und dienten zur Positionierung des Berufsstandes in der Öffentlichkeit.

TV-Spot Richtig versichert

„Richtig versichert?“ Diese Frage stellten Werbetestimonials wie Starkoch Toni Mörwald, Operettenlegende Harald Serafin, die Comedians Christoph Fälbl und Ciro de Luca oder die Heurigenwirtin Romana Martin im TV-Spot der Wiener Versicherungsmakler. Der Spot, der auf ORF Wien zu sehen war, zeigt die bunte Vielfalt der Kunden der Versicherungsmakler.

Außenwerbung

Die Außenwerbung der Wiener Fachgruppe stand 2016 ganz im Zeichen der Bewegung. Unter dem Motto „Der Versicherungsmakler – Ihr Begleiter in bewegten Zeiten“ wurden – zusätzlich zu den zehn Smarts – auch Busse der Linie 13A, Fahrradtaxis und City-Lights mit entsprechender Werbung ausgestattet. Damit wurde in ganz Wien Bewusstsein für die Leistungen der Versicherungsmakler geschaffen.



Are you smart enough?
Die Aktion mit den 10 gebrandeten Smarts stieß auf äußerst positive Resonanz.



Richtig versichert
Auch Comedian Christoph Fälbl stellt sich die richtigen Versicherungsfragen.

Bewegtes Wien
Die Außenwerbung machte unser Thema sichtbar.

Ein Dank an die Partner,
die uns **vertrauen**



Herzlichen Dank an alle, die den Maklertag 2017 unterstützt haben.



Impressum

Veranstalter des Maklertages und
Auftraggeber des Magazins WEITBLICK:
**Fachgruppe der Wiener Versicherungsmakler und Berater
in Versicherungsangelegenheiten**

Konzept und Durchführung des Maklertages 2017:

Andrea Magdoin-Braunsdorfer/redenswert

Sponsoring und Partnerbetreuung:

Maria Scholz-Fischhuber

Visuelle Gestaltung:

Jürgen Brües/altanoite.com

Coverfotos: [pixelfit/istockphoto.com](https://www.pixelfit.com/)

Weitere Fotocredits wie angegeben.

Druck: **DGS Druck, Wien**

IHR VERSICHERUNGSMAKLER
DIE BESTE VERSICHERUNG



NAH BEI IHNEN

Fachgruppe der Wiener Versicherungsmakler
und Berater in Versicherungsangelegenheiten
Schwarzenbergplatz 14, 1041 Wien
Telefon 01 514 50-3752
Email dieversicherungsmakler@wkw.at
www.wiener-versicherungsmakler.at

