

# Informations- Technologie: Es geht rund

TITEL

**Netzwerke und andere Werke  
aus der Welt der IT**

Seite 4

FINANZMARKT

**Was kommt nach der  
«Enronitis»?**

Seite 14

PERSÖNLICH

**Wer ist Frank Schnewlin?**

Seite 26



# Magazin

Die Zeitschrift der Bâloise-Gruppe

1|02

# Ein Knopfdruck,

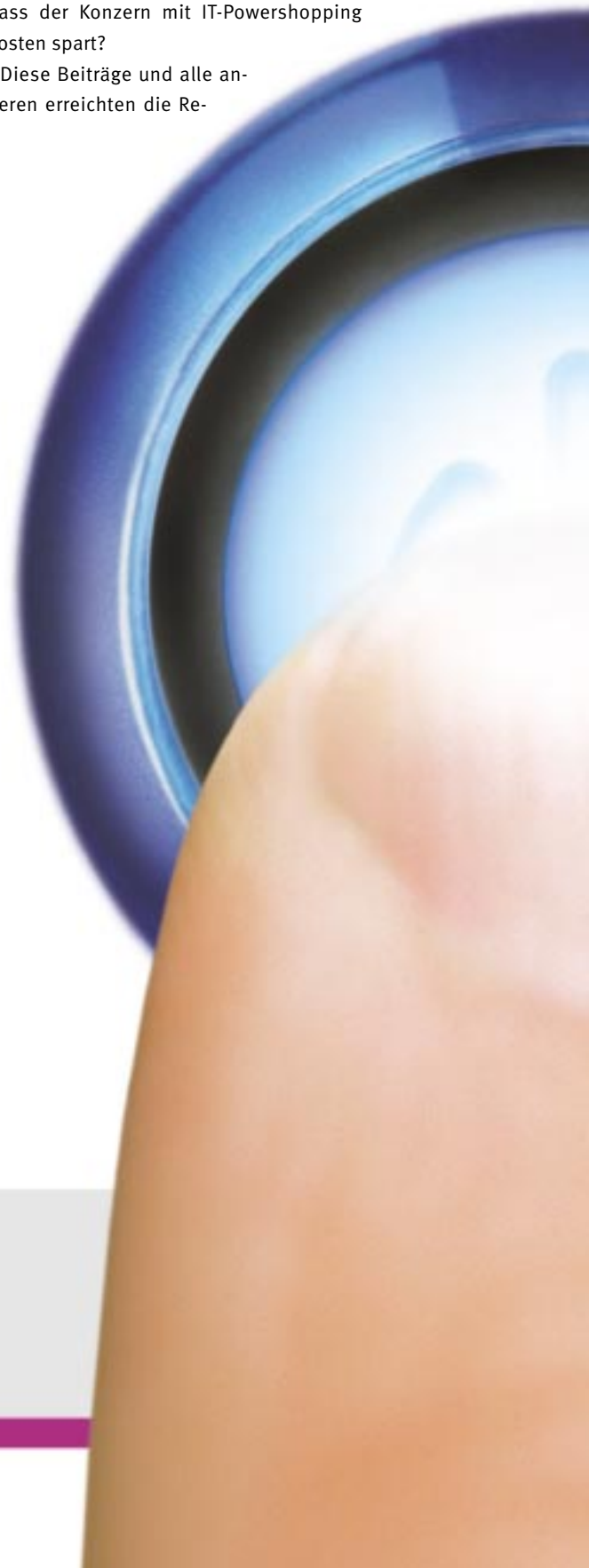
**ein paar Mausclicks, und die Arbeit hat begonnen.**

Nicht nur bei der Basler gibt es kaum mehr einen Arbeitsplatz, der ohne sie auskommt. Ohne unsere PCs mit Lotus Notes, Internet oder Branchen-Applikationen stände vieles still... Informatik berührt fast alle Lebensbereiche. Sie steuert den Verkehr, liefert multimediale Unterhaltung, neue Formen des Lernens, sie entschlüsselt die Bausteine des menschlichen Körpers, erkundet Erde und Weltraum.

Die Informations-Technologie, kurz und kompakt «IT» genannt, ist das Thema, um das sich vieles dreht in diesem

neuen Magazin. Da geht es rund: Martin Strobel, Informatik-Chef der Basler Schweiz und verantwortlich für die IT-Koordination im Konzern, beantwortet unsere Fragen rund um Projekte, Sicherheit, Erfolge, Entwicklungstendenzen. Keine Angst: Seine Programmiersprache ist auch für Nichteingeweihte verständlich! IT-Spezialisten aus der Basler-Gruppe berichten über «fruchtige» Grossprojekte. Und wussten Sie, dass der Konzern mit IT-Powershopping Kosten spart?

Diese Beiträge und alle anderen erreichten die Re-



daktion per Mail-Post – diese Plage – finden Sie nicht? Ratschläge darüber, wie wir uns und unsere angeborene Neugier vor der Infolut aus der E-Welt retten könn(t)en, erteilt uns dazu der Leiter «Informatik-Communication Services». Abgerundet wird diese IT-Titelstory mit dem Gast-Beitrag «Versicherungsroboter», der mit dem verheissungsvollen Satz beginnt: «Manchmal sind Computer doof.» Manchmal...

Auch dieses Magazin wäre ohne Knopfdruck und ein paar Mausclicks nicht zustande gekommen. Von der gestalterischen Seite her

hat das Corporate Design der Basler-Gruppe Einzug gehalten mit seiner Palette an Farben und anderen visuellen Bausteinen. Neue Gestalter sind am Werk. Was die redaktionelle Seite anbelangt, wollen wir unserer Maxime treu bleiben: Die Menschen und ihr Wirken in der gesamten Basler-Gruppe in den Vordergrund stellen und dazu Hintergründe aufzeigen. Ohne Knopfdruck, ohne Mausclicks, offline, aber handfest zum Anfassen.

■ [sabine.lubow@basler.ch](mailto:sabine.lubow@basler.ch)



Ohne PCs, Lotus Notes, Internet oder Branchen-Applikationen stände vieles still. Die Informations-Technologie, kurz und kompakt «IT» genannt, ist das aktuelle Magazin-Thema, per Mausclick in Szene gesetzt.

Seiten 4 bis 12



## FINANZMARKT

- 14 Börse: Was kommt nach der «Enronitis»?
- 16 Wolfgang Drunk zum Geschäftsabschluss

Beziehungsstark: Der neue Geschäftsbericht liefert einen erneuten Ausweis über den Geschäftserfolg, mit neuem Layout und einer neuen Bildergeschichte.  
Seite 17



## TITEL

- 4 Martin Strobel über die Informatik
- 6 IT-Projekte
- 9 Powershopping im Konzern
- 10 E-Mails: Die Infoflut meistern
- 12 Versicherungsroboter

**Positive Echos nach der Bilanz-Medienkonferenz:**  
«In seiner Doppelfunktion als Verwaltungsratspräsident und CEO hat Rolf Schäuble nicht wenig Zuversicht ausgestrahlt, denn die nicht zu den grössten, aber zu den feinsten Adressen der Assekuranz zu zählende Bâloise ist im sehr anforderungsreichen Jahr 2001 ohne nennenswerte Blessuren über die Runden gekommen», schreibt die «Neue Zürcher Zeitung». Seite 18



## BUSINESS

- 17 Der neue Geschäftsbericht
- 18 Bilanz-Medienkonferenz
- 20 Strategie Schweiz 2002
- 23 Jahresauftakt-Veranstaltung Deutscher Ring

## PERSÖNLICH

- 24 «Compliance» und ein neuer «Officer»
- 25 Ein CEO für Baloise Asset Management
- 26 Wer ist Frank Schnewlin?
- 27 Neuer Verwaltungsratssekretär  
z.K. – Das Telefon ist auch nur ein Mensch
- 28 Heinz Busch: Haakon und (k)ein Ende
- 29 Abschied von Luzius Gloor und Jon Pinösch



Das Vorzeigeprojekt Ökohaus feierte Richtfest. Im Schweizer Immobilienmarkt zeigt die Basler zukunftsweisende Perspektiven auf und gleichzeitig die Bereitschaft zu schonendem Umgang mit Ressourcen. Seite 31

Werke des deutschen Künstlers Stephan Balkenhol sind noch bis Mitte Mai in der Eingangshalle «Aeschenpark» am Konzernsitz in Basel zu sehen. Seite 36



Rechtzeitig zum Auftakt des Genfer Automobilsalons lancierte die Basler Schweiz ihre Motorfahrzeug-Versicherung mit Umwelt-Engagement. Seite 37

Anfang März hat VR-Präsident Rolf Schäuble (rechts im Bild) Frank Schnewlin die operative Leitung der Baloise-Gruppe übertragen. Wer ist dieser Mann? Worauf ist er als Berner von der Zürich bei der Basler am meisten gespannt? Antworten auf Seite 26

## BALORAMA

- 30 Internationales Management-Meeting  
Interlaken  
Besser mit Führungsleitlinien
- 31 Abschlag in die Zukunft  
Vorzeigeprojekt Ökohaus
- 32 Telearbeit im Test  
Firmen-Skisportmeister
- 33 Zur Lektüre empfohlen  
Sechs-Tage-Rennen in Gent
- 34 Sozialfonds in Liechtenstein  
Basler-Smart-Fonds ist Spitze
- 35 Für den Schadenfall top fit  
Ring-International DWS ausgezeichnet
- 36 Kunst in Basel und Hamburg
- 37 Versicherung und Umwelt-Engagement  
Top-Leute, die Aussendienstler

# Das Kompetenz-Center-Modell leben

Es gibt bei der Basler heute fast keinen Arbeitsplatz mehr, der ohne sie auskommt. Die Bedeutung der Informatik wächst weiter. Ohne Lotus Notes, Intranet, Branchen-Applikationen stände vieles still ...

**Schon während Schulzeit und Studium hatte er ein eigenes kleines Software-Unternehmen gegründet. Heute leitet er die Geschicke der IT für die Basler Schweiz und wirkt als erfolgreicher IT-Koordinator für die gesamte Gruppe. Ein Gespräch über Netzwerke und andere Werke aus der Welt der Informatik.**

**Uns interessiert, was Sie an der Informatik so fasziniert.**

Es sind die Möglichkeiten der Technologie, Innovationen in spürbaren Geschäftsnutzen umzusetzen. Die Antragsdatenerücknahme ist ein Beispiel dazu. Ein Aussendienstmitarbeiter erfasst mit dem PC vor Ort die Police und druckt sie dem Kunden gleich aus. Dies zeigt, wie die Technologie hilft, einerseits den Kundenservice zu verbessern, andererseits unsere Geschäftsprozesse effizienter zu gestalten und den Kostensatz im Griff zu behalten. Die Basler Schweiz setzt dieses System seit einiger Zeit ein, und auch der Deutsche Ring hat es eingeführt. Ein zweites Beispiel: Datawarehouse. Im Leben-Geschäft läuft beispielsweise eine Lebensversicherung ab und wird dem Kunden ausgezahlt. Der Aussendienstmitarbeiter wird elektronisch auf den bevorstehenden Termin hingewiesen und kann so mit dem Kunden die Möglichkeit einer Anschlussversicherung wahrnehmen. Gemeinsam mit der hervorragenden Leistung des Aussendienstes in der Schweiz konnten dadurch die Wiederanlagequoten bis auf den hervorragenden Wert von 40% gesteigert werden – einzelne Gebietsdirektionen sogar deutlich darüber. Weitere Beispiele sind unsere Internet-Portale.



**Martin Strobel**

1966 in Hamburg geboren, hat an den Universitäten Kaiserslautern, Windsor (Kanada) und Bamberg Informatik, Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik studiert.

Als Berater bei der Unternehmensberatung «The Boston Consulting Group» befasste er sich vor allem im Banken- und Versicherungsbereich mit Fragen des strategischen IT-Managements.

Seit Anfang 1999 ist er als Leiter Informatik der Basler in der Schweiz tätig.

**Beispiele, die auch zeigen, dass in mehreren Ländern ähnlich «programmiert» werden kann. Sie organisieren zwei Mal im Jahr ein Treffen der IT-Chefs der Gruppe. Was steht zur Zeit ganz oben auf der Hitliste der Informatiker?**

Wie für andere Bereiche gilt auch bei uns: Geld sparen, Effizienz steigern. Ein wesentliches Mittel dazu ist der gemeinsame Einkauf (siehe Artikel Seite 9). Das Schöne daran ist, dass jeder davon profitiert. Gemeinsames Einkaufen ist aber nur möglich, wenn gewisse Standards vorhanden sind. Wir haben bei unserem letzten IT-Treffen einen technischen PC-Standard verabschiedet. Die PCs, die in Zukunft im Konzern gekauft werden, sind einheitlich. Solche Standards sollen auch für das E-Business gelten, und wir orientieren uns an den Industriestandards, der Java-Technologie. Dies ermöglicht uns, bei Bedarf ein Portal von Bad Homburg beispielsweise in andere Konzerngesellschaften zu transportieren. Ausserdem können wir Mitarbeitende mit ihrem Know-how von einer Gesellschaft zur anderen einsetzen. So spielen Informationsaustausch und Vernetzung in unserem IT-Gremium eine sehr grosse Rolle. Als sehr schön empfinde ich das gegenseitige Vertrauen, bewusst auch den Rat anderer entgegennehmen und gegenseitig voneinander lernen zu können.



## Wie kommt es, dass gerade der Informatik-Chef der Basler Schweiz für die Koordination im gesamten Konzern verantwortlich ist?

Es handelt sich um ein kollegiales Gremium, und da wird erwartet, dass die grösste Konzerngesellschaft diese koordinierende Aufgabe wahrnimmt. Wir leben das Kompetenz-Center-Modell, in dem jeder, auch die kleinste Einheit, ihre Stärken einbringen kann. Das Tarifrechnermodell, das in Bad Homburg eingesetzt wird, stammt beispielsweise aus Österreich.

## Auch in der Informatik bedeutet gesund sein vorbeugende Massnahmen ergreifen. Wie wird das Thema «Sicherheit» angegangen?

Die so genannte IT-Security steht in unserer Agenda ganz oben. Es werden grosse Mittel aufgewendet, um die steigenden Sicherheitsanforderungen auf dem aktuellen Stand der

Technik zu halten. In unserem so genannten «Business-Continuity-Planning» geht es darum, die nachhaltige Verfügbarkeit unserer Systeme sicherzustellen. Für Katastrophenfälle – Erdbeben oder Industrie-Unglücke – muss vorgesorgt sein, dass mit einem Notrechenzentrum in nützlicher Frist der Betrieb woanders wieder aufgenommen werden kann. Brisanz und Wichtigkeit eines solchen Systems sind am Beispiel des 11. Septembers 2001 leicht zu verstehen. Viele Finanzdienstleister im World Trade Center waren innerhalb einer Woche in der Lage, ihre Betriebe wieder aufzunehmen.

Enorm zugenommen haben auch die «Intrusions» und die «Portscans», umgangssprachlich Hackerangriffe genannt. Allein in der Schweiz haben wir täglich zehn bis zwanzig Abtastversuche unserer Netzwerkverbindungen von aussen durch unbekannte Dritte, so genannte «Portscans», die die Grundlage für Angriffs- oder Eindringversuche sein können. Ein weiteres Thema sind Viren: Etwa 40 Angriffe pro Monat sind bei der Basler Schweiz zu verzeichnen ...

## ... auch eine Frage des Verantwortungsbewusstseins jedes Einzelnen ...

In jedem Fall ist wichtig, dass sich alle Mitarbeitenden mit diesen Gefahren ernsthaft auseinandersetzen, verdächtige Mails löschen und sich sofort mit unserem Helpdesk in Verbindung setzen. Hierfür gibt es auch unsere «IT-Security-Policy». Sie legt die zu treffenden Sicherheitsvorkehrungen fest. Denn: Sicherheit ist technisch teilweise herstellbar, ebenso ist aber die Verantwortung aller Mitarbeitenden gefragt.

## Wie gehen Sie mit der Frage «kaufen oder selber machen» um?

Die Zeiten, in denen ein Informatiker alles selbst machte, sind vorbei. Etwas über die Hälfte unseres Budgets fliesst heute in den Einkauf. Wenn es eine gute, kaufbare Lösung gibt, die nicht zu teuer ist, wird gekauft. Wir sparen dadurch Zeit und können von der Kompetenz des Lieferanten profitieren. Ausserdem: Projekte können schief laufen. Das Risiko beim Selbermachen ist deutlich höher als beim Einkauf von in der betrieblichen Praxis Erprobtem. Gekauft sind bei uns etwa: das ganze System der Baloise Bank SoBa, das SAP-System des Deutschen Rings, das Leben-System in Bad Homburg. In anderen Bereichen wiederum gibt es keine geeigneten Lösungen, oder wir wollen uns vom Markt differenzieren und Wettbewerbsvorteile erzielen. Hier ist z. B. «Target» in der Schweiz ein Beispiel für eine Architektur, die wir selber entwickeln, um uns im Kundenkontakt vom Wettbewerb differenzieren zu können, Stichworte z. B. «flexible Multikanalfähigkeit» und «Gesamtkundensicht». Manchmal kombinieren wir auch interne und externe Fähigkeiten: «KIS», die Front-Office-Lösung der Baloise Bank SoBa, oder balfolio wurden mit Partnerfirmen auf unsere Bedürfnisse angepasst gebaut. Mit der Helvetia Patria Versicherung und der Firma msg bauen wir beispielsweise gemeinsam ein neues Kollektiv-Leben-System (PAKT). So können wir Kosten und Risiko auf mehrere Schultern verteilen. Diese etwas allgemeineren Lösungen lassen sich mit der Idee verbinden, später anderen Versicherungen zum Kauf angeboten zu werden.

## Was bezeichnen Sie als Ihre grössten bisherigen Erfolge?

Innerhalb der Bâloise-Gruppe haben meine Kollegen und ich eine vertrauensvolle und ergebnisorientierte Form der Zusammenarbeit gefunden, was nicht selbstverständlich ist. In der Schweiz freue ich mich über die Erfolge unserer Grossprojekte wie balfolio, Client 2001, Datawarehouse, PAKT beispielsweise. Neben diesen «Big Shots» gibt es aber auch sehr gute Ergebnisse bei mittelgrossen Projekten, z. B. «Easy Doc», neuen Leben-Tarifen, in der Wartung und im Betrieb. All diese Erfolge sind der Arbeit unserer ausgezeichneten Teams – in der Informatik und im Fachbereich – zu verdanken.



**Bei der rasanten technologischen Entwicklung sind die Ansprüche an Informatiker heute besonders hoch.**

**Wie geht die Bâloise damit um?**

Innerhalb von drei Jahren ändert sich die Informatiktechnologie zu 50%, was zeigt, welche Ansprüche heute an die Flexibilität und die Offenheit der Informatiker gestellt werden. Für ihre Entwicklungsmöglichkeiten haben wir mit Human Resources Schweiz ein Programm ausgearbeitet – erfolgreich, denn wir wurden im vergangenen Jahr mit einer Fluktuationsquote von 5% belohnt, wenn man bedenkt, dass der Branchendurchschnitt bei 10 bis 11% liegt.

**Welche Entwicklungstendenzen sehen Sie in den kommenden Jahren in der IT allgemein und auf die Bâloise bezogen?**

Die Tendenz des IT-Einsatzes ist weiterhin steigend, und es ist kein Ende der Automatisierung absehbar. Gerade die interaktiven Möglichkeiten eines UMTS (Universal Mobile Telecommunication System) als eines flächendeckenden Netzes interessieren uns besonders. Die Kommunikationswege werden noch direkter, noch schneller und noch besser werden. Das Thema Allfinanz wird erhebliche Anforderungen an uns stellen, für den Kunden eine Gesamtsicht über Banken- und Versicherungslösungen herzustellen. Nach wie vor werden damit Synergien in der Bâloise-Gruppe eine grosse Rolle spielen.

■ [sabine.lubow@basler.ch](mailto:sabine.lubow@basler.ch)

## Von IT-Projekten kurz berichtet

### Win-Win mit Datawarehouse

#### Österreich

«Wie gut war eigentlich unser Mailing: Welche Abschlüsse haben wir mit welchen Kunden erzielen können?» Um solche und ähnliche Fragen der Geschäfts- und Vertriebssteuerung schnell und präzise beantworten zu können, wurde in Österreich ein umfassendes Datawarehouse aufgebaut.

Ausgangspunkt sind Detaildaten aus unserem Bestandführungssystem IVA/Host. Hier werden z. B. Kundendaten (Adressen u. ä.) und versicherungstechnische Daten (z. B. Policenübersicht) erhoben, tagesaktuell in das Datawarehouse eingespielt und mit weiteren verknüpft (z. B. Schaden- oder Zahlungsinformationen, aber auch Daten aus der E-Welt). Durch Kombination dieser Daten entsteht

ein Gesamtbild des Kunden.

Diese Datenbestände können z. B. zur Kampagnensteuerung im Vertrieb eingesetzt werden: Unser Datawarehouse unterstützt den gesamten Prozess, der bei der Auswahl der anzusprechenden Kunden beginnt und bei der Erfolgsauswertung der Kampagne aufhört.

Basierend auf diesen Detaildaten wurde zur Unterstützung unseres Call Center eine Unterstützungsplatt-

form CSAR (Customer Service Action Reaction) entwickelt. Mit dieser Plattform können nicht nur die Kundendaten erfasst und verwaltet werden. Es wird zusätzlich auch eine Kundenkontakthistorie geführt, die eine Art Buchhaltung über die Kundenkontakte darstellt: Wann hatte die Basler Österreich zu welchem Thema Kontakt mit dem Kunden? So können z. B. gezielt Anrufe des Kunden durch den Vertrieb nachverfolgt werden, der dezentral jederzeit über eine Browser-Schnittstelle auf CSAR zugreifen kann.

Auch das Ergebnis dieser gezielten Vertriebssteuerung – der Vertriebs Erfolg – lässt sich in unserer CSAR-Plattform ablesen. Der Vertriebsmitarbeiter kann ablesen, wie sich sein Geschäft entwickelt hat und wie die Kampagnen gewirkt haben.

So schliesst sich der Kreis: Datawarehouse hilft nicht nur, die Kunden über Datenanalysen besser zu verstehen, sondern durch gezielte Vertriebssteuerung für den Vertrieb mehr Geschäfte abzuwickeln.

■ [christian.hauer@basler.co.at](mailto:christian.hauer@basler.co.at)



Wie gut waren unsere Mailings? Auch darauf gibt Datawarehouse Antwort.

Name1	Name2	PersnrNR	POND	Land	PLZ
...	...	111111	111111	A	1111
...	...	111111	111111	A	1111

Wahlart	Bezeichnung	IP	Strategie	Notizen/Kommentar	Nr
Geburtsdatum VM (YYYYMMDD)	1968/08			Person	
Alter VM	37			Versicherungszust	
ist Onlinekunde	1			Vertragsstatus	
Anzahl Basler Verträge	4			Kartenausgabe	
Anzahl BFTB Verträge	1			Vertragsbeginn (	
Summe alle BFTB-Policen in VT	100.00			Vertragsende (P	
Geschlecht VM	M			Ziehungs Laufze	
Arbeits	frei			Vertrags-Wiederh	
Teildruck				ik anscart	

Eine Maske zur Selektion der anzusprechenden Kunden: mit Click und Drop können die Kunden zielsicher ausgewählt werden.

## Auf zu neuen Ufern ...

Die ehemalige Niederlassung Nicht-Leben arbeitete während 13 Jahren mit eigenen Informatikprogrammen. Die Lebens-Branche benutzte Applikationen aus Basel und Luxemburg. Der Bedarf wurde offensichtlich, mit einem integrierten System zu arbeiten, das es erlauben würde, die Daten der Leben- und Nicht-Leben-Kunden gemeinsam zu bearbeiten. Weitere Programm-Anpassungen wie auch die Möglichkeit, schnell neue Produkte zu entwickeln, standen zur Debatte. Es wurde entschieden, ein bestehendes System zu installieren, das bereits bei der Basler Österreich im Einsatz war: die IVA (Integrierte Versicherungs-Applikation). Dieses Grossprojekt erhielt den Namen IVA ... Lux.

Innert der letzten vier Jahre hat die ganze Informatikabteilung – verstärkt durch zahlreiche externe Mitarbeiter – folgende Projekte auf diesem System eingeführt: Leben (2000), Motorfahrzeug (2001) und EURO. Begleitet von einem internationalen Steuerungskomitee (Österreich, Schweiz, Luxemburg), hatte sich das luxemburgische Team in der Zwischenzeit Fachwissen angeeignet und beschloss deshalb im November 2001, die letzte Phase des Projektes alleine durchzuführen. Dies ist das Resultat von harter Arbeit und ausserordentlichem Ener-

gieaufwand. Die Fertigstellung dieses Projektes braucht zur Zeit weniger Personal und dauert noch ungefähr ein Jahr.

Die Bâloise Luxembourg befasst sich seit einigen Monaten mit der weiteren Modernisierung ihres Informationssystems. Unter den strategischen Informatikprojekten figuriert der Aufbau eines Datawarehouse. Die wegen der Grossprojekte zurückgestellte Internet-Technologie wird 2003 eingeführt werden. Die Erfahrungen der anderen Töchter sind wichtig für die kleinste Niederlassung der Gruppe. Strategische Anwendungen, insbesondere die Lebens-Versicherung auf Fondsbasis, erlauben unseren Kunden einen direkten und effizienten Zugang.

Die Bâloise Luxembourg stand in den letzten Jahren unter enormem Druck und hat sich für eine schnelle Modernisierung eingesetzt. Diese grossen Änderungen in der Informatik sind eine wichtige Voraussetzung für den zukünftigen Erfolg der luxemburgischen Tochter.

■ donat.rohr@baloise.lu

## Luxemburg



IVA, Datawarehouse, Internet: Die Bâloise Luxembourg schafft wichtige Voraussetzungen für den zukünftigen Erfolg.

## DAISY und anderes für den Aussendienst

Produkte aus der Lebens- und der Krankenversicherung werden nicht nur über den Preis, sondern primär über einen kundenorientierten und prozessoptimierten Service verkauft. Der Deutsche Ring führt in seinem Customer Relationship Management alle kundenrelevanten Informationen zusammen und hat eine Kundenkontakthistorie eingeführt, die nun auch dem Aussendienst zur Verfügung gestellt wird. Dadurch lassen sich beispielsweise im Service Management 80% aller Anrufe abschliessend bearbeiten. Telefoniert ein Kunde mit dem Aussendienst und ruft kurze Zeit später das Service Management an, so muss dies bekannt sein. Interessiert sich ein Kunde beim Service Management für eine bestimmte Versicherung, wird der Aussendienst per SMS informiert.

Der Deutsche Ring hat für den Aussendienst das Software-system DAISY (Deutscher Ring Aussendienst Informationssystem) eingeführt. Im August 2001 wurde ein Dokumenten-Management in Betrieb genommen. Durch die Einführung des elektronischen Antrags kann der Aussendienst direkt beim Kunden dessen Wünsche in seinen Laptop aufnehmen und mit dem Angebotsrechner das gewünschte Angebot erstellen. Die

Daten werden nach Hamburg übermittelt und dort bearbeitet. Bei mehr als der Hälfte solcher Anträge ist das Eingreifen des Innendienstes nicht mehr nötig.

Mit neuen Anwendungen soll die Effizienz des Aussendienstes zusätzlich erhöht werden. Derzeit wird beispielsweise der «virtuelle interaktive Versicherungsagent» eingeführt, der 91 Video- und Powerpoint-Einheiten als Erklärungshilfen enthält. Im Test wurde hiermit eine wesentlich höhere Abschlussquote erzielt.

Ende dieses Jahres kommt der Deutsche Ring mit dem Customer Relationship Management so nah an den Kunden, dass sekundenschnell agiert werden kann. Auf dieser Plattform werden nun Anwendungen von Self-Service bis hinein in die Intranets der Kunden entwickelt. Allerdings wird kein elektronischer Antrag ins Internet gestellt, stattdessen wird analysiert, wo im Internet Prozesse mit einem genau definierten Versicherungsbedarf existieren.

■ wa.klein@deutscherring.de

## Deutscher Ring



Das Deutscher-Ring-Aussendienst-Informationssystem DAISY ermöglicht elektronisches Dokumenten-Management.

## VIP, das «Vermittler-Internet-Portal»

### Deutschland



Die Systeme so gestalten, dass die benötigten Daten überall und ohne herkömmliche Leitung über Internet-fähige Endgeräte abrufbar sind.

Seit dem Management-Meeting 2000 (immi) arbeiten wir an unserem innovativen E-Commerce-Projekt, dem Basler-VIP. Seit seiner Markteinführung im Frühjahr 2001 profitieren bis heute 2 500 registrierte Makler und Mehrfachagenten unter anderem von folgenden Angeboten:

- Online-Abschluss unserer Versicherungsprodukte Basler Business Police, Traffix und Rente Option – zum Teil mit automatisierter Risikoprüfung und Policierung
- Online-Auskunft über den Vertragsbestand und das Courtage-Konto des Maklers
- Umfangreiche Informations- und Serviceangebote, z. B. Produktinformationen oder Online-Materialbestellung

Die Entwicklung dieser Funktionen war von einem intensiven Dialog mit den Konzernschwestern begleitet. Die Umsetzung erfolgte in Zusammenarbeit mit erfahrenen IT-Partnern. Bei der Realisierung der Tarifrächner wurde auch ein IT-Produkt der Basler Österreich eingesetzt.

Bestätigt durch die Erfolge im Jahr 2001 werden wir den Weg Basler-VIP im laufenden Jahr konsequent weiterbeschreiten. Neue Produkte und Services werden unser Internet-Angebot für Makler abrunden. Gleichzeitig werden wir unseren Ausschliesslichkeitsvermittlern ein vergleichbares, speziell auf ihre Bedürfnisse abgestimmtes Serviceportal im Internet bereitstellen.

Mit Hilfe neuer Möglichkeiten der Technik wollen wir unsere Systeme so gestalten, dass die benötigten Daten und Funktionen überall und ohne herkömmliche Leitung über Internet-fähige Endgeräte abrufbar sind.

Durch die Umsetzung dieses Szenarios wird das Basler-VIP zur zentralen Plattform für die Bereitstellung von Informationen und Systemfunktionen für unsere Vermittler in den unterschiedlichen Vertriebswegen der Basler Deutschland ausgebaut.

■ franz.winkler@basler.de

## «Peach»: Visionen werden umgesetzt

### Mercator



Höchste Priorität hat die Bereitstellung eines effektiven Front Office.

Das Projekt, welches die belgische Baloise-Tochter bei der Entwicklung zu einer kundenorientierten Allfinanz-Organisation unterstützen soll, heisst «Peach» – der Pfirsich als Symbol, eine attraktive, schmackhafte Frucht mit einem harten, Bestand verheissenden Kern.

Höchste Priorität hat die Bereitstellung eines effektiven Front Office, wodurch Mercator in der Lage sein wird, den Umsatz mittels Cross- und Up-Selling in allen Geschäftsfeldern sowie durch eine verbesserte Gewinnung und

Bindung der Kunden zu steigern. Die ersten Projekte dazu laufen in Kürze an. Eine erste Initiative sieht den Aufbau einer neuen Stammdatenbank für Unternehmenskunden (Bank und Versicherung) sowie einer «Single Customer View» (einer ganzheitlichen Sicht auf den Kunden) mit entsprechender Funktionalität vor. Dies soll eine effektive Verwaltung der Kundendaten und eine reibungslose Aktualisierung von Kundeninformationen ermöglichen. Mit einem Komplettpaket aus Werkzeugen und Informationen für Vermittler und unser Marketing werden in Zukunft potenzielle Kunden

angesprochen und Kontakte sowie Kampagnen gezielt lanciert und verwaltet.

«Peach» wird im Laufe des Jahres 2003 mit der Neugestaltung des Back Office beginnen. Für gewisse Service-Levels sollen die Bedingungen geschaffen werden, zu niedrigsten Kosten arbeiten zu können, was uns bei der Erfüllung «des Kundenversprechens» unterstützen wird.

Seit Januar 2002 sind die ICT-Organisationen (Information and Communication Technology) unserer Bank- und Versicherungsgesellschaften zu einer gemeinsamen Service-Organisation zusammengefasst. Wir haben die Gelegenheit zur Modernisierung unserer Organisation genutzt, um unsere ICT für die Herausforderungen zu rüsten, die «Peach» und andere Programme mit sich bringen: Prüfung der Arbeitsabläufe, Förderung der «Projektmanagement-Kultur» sowie Kompetenz- und Karrieremodelle für alle ICT-Funktionen, aber auch eine ICT-Balanced-Scorecard sind einige wichtige Stichworte dazu.

■ erik.bulte@mercator.be



# Powershopping im Konzern

**Die Basler hat sich vor rund zwei Jahren entschlossen, ihre Einkaufsaktivitäten im Bereich Informatik enger zu koordinieren. Synergiepotenziale zwischen den Konzerngesellschaften können dadurch genutzt und Kosten gesenkt werden.**

Im Juni 2000 trafen sich die Einkaufsverantwortlichen aller Konzerngesellschaften (KG) in Basel, um folgende Ziele in die Tat umzusetzen:

- Aufbau und Etablierung eines eng koordinierten Beschaffungsprozesses für die Informatikmittel im Konzern
- Realisierung von Kostensynergien in der Höhe von etwa 20% des Beschaffungsvolumens durch Konzern-Rahmenverträge
- Umsetzung des Kompetenz-Center-Modells zwischen den KGs: Bei Einkäufen wird diejenige KG als Einkäufer bestimmt, die über die höchste Kompetenz und/oder die besten Preise für das Einzukaufende verfügt

## Rechtzeitige Kommunikation

### ist (fast) alles!

Der Informationsaustausch, das gegenseitige Kennenlernen, der Aufbau eines einfachen und effizienten Koordinationsprozesses und natürlich die ersten gemeinsamen Aktivitäten wurden an dieser ersten Sitzung festgelegt und anschliessend systematisiert. Das gilt als Grundlage für die

alle sechs Monate stattfindenden Einkäufer-Workshops.

Es war schnell klar, dass für eine erfolgreiche unternehmensweite Koordination eine geeignete Kommunikationsdrehscheibe notwendig ist. So wurde eine Notes-Plattform, unsere Buy Box, für alle Konzerntöchter bereitgestellt. Mit diesem Hilfsmittel werden seither viele Beschaffungsvorhaben den anderen Partnern im Konzern mitgeteilt, was eine Koordination überhaupt erst ermöglicht.

## Und die Gewinner ... sind wir!

Bisher wurde ein gesamthaftes Beschaffungsvolumen von ungefähr 8,15 Mio. CHF (5,4 Mio. Euro) bearbeitet. Die damit erzielten Einsparungen betragen rund 2,25 Mio. CHF (1,5 Mio. Euro), das heisst mehr als 25%. Diese Kosten wurden im

Vergleich zu bestehenden Verträgen oder zu den jeweils vorliegenden ersten Offerten für die Konzerngesellschaften reduziert.

Jede KG profitiert von den Einkaufserfolgen (siehe Grafik).

## Konzernstandards

Die Erfahrungen haben gezeigt, dass wesentliche Bedingungen für den Erfolg dieser Aktionen berücksichtigt werden müssen. So müssen die jeweiligen länderspezifischen Beschaffungsprozesse angepasst werden, damit Koordination in unserer schnelllebigen IT-Welt überhaupt möglich wird. Ein grosses Sparpotenzial liegt in der Entwicklung und der Umsetzung gemeinsamer technischer Standards. Dadurch kann erheblich mehr «Gemeinsames» eingekauft werden. Dies hat dazu geführt, dass auch ein «Cheftechniker-Gremium» etabliert wurde, das sich zunächst mit konzernübergreifenden Endgeräte-Standards (PCs, Notebooks, Bildschirme, Drucker und PC-Software) beschäftigte. Im letzten Herbst wurden die ersten Vorschläge für diese gemeinsamen Mindeststandards von den In-

formatikverantwortlichen verabschiedet.

Damit konnte der Grundstein für eine noch engere Koordination gelegt werden.

Die laufende Planung sieht vor, dass wir mit unserem Hauptlieferanten im Grossrechner-Umfeld bis zum Sommer 2002 einen konzernübergreifenden

Rahmenvertrag abschliessen, der alle Aspekte

der Beziehung (Kauf Hardware/Software, Software-Wartung und Dienstleistungen) beinhaltet. Des Weiteren haben der Deutsche Ring und die Basler Schweiz vereinbart, den für 2004 zu erwartenden Neubau (Hardware-/Software-Architekturen) unseres PC-Clients in enger Zusammenarbeit durchzuführen, um dadurch einen beträchtlichen Teil der Entwicklungskosten einzusparen. Möglicherweise schliesst sich Mercator in Belgien dieser Zusammenarbeit ebenfalls an.

Die bisherigen Erfolge zeigen es: Wir sind auf dem richtigen Weg – die Basler-Informatikwelt wächst zusammen und gewinnt dabei.

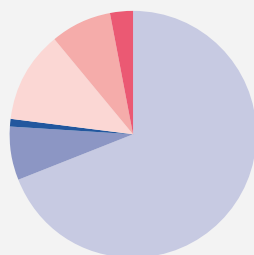
■ [manfred.schneider@basler.ch](mailto:manfred.schneider@basler.ch)



## Kosteneinsparungen nach Ländern

Prozentuale Verteilung der eingesparten 2,25 Mio. CHF

Basler Schweiz	69%
Basler Österreich	7%
Bäloise Luxembourg	1%
Basler Deutschland	12%
Deutscher Ring	8%
Mercator	3%



# E-Mails: Die Infoflut meistern

**Hat Sie auch schon die Infoflut-Welle überrollt, und Sie wissen vor lauter E-Mails weder aus noch ein? Verunsichern Sie Meldungen über den neuesten «I love you»-Virus, und Sie wissen nicht, was Sie tun müssen, um Ihr E-Mail-System sicher zu bedienen? Claus Hertler, Leiter Informatik-Communication Services, «klickt» einige dieser Themen aus der E-Welt für Sie an.**

Sie kommen nach den 14-tägigen Ferien gut erholt an Ihren Arbeitsplatz zurück, starten Ihr Lotus Notes... und wollen es eigentlich direkt wieder abschalten: «Sie haben 223 neue E-Mails» blinkt Ihnen die Statusmeldung auf dem Bildschirm entgegen. Die Informationsflut ist für viele zu einem echten Problem geworden. Es ist keine Seltenheit mehr, zwanzig oder mehr E-Mails – teilweise mit grossen Dateianhängen (neudeutsch «Attachment») – pro Tag zu bekommen.

Ist es eigentlich noch möglich, dieser Informationsflut Herr zu werden? Hier einige praktische Tipps zum Umgang mit E-Mail & Co. und Hinweise zum Thema «Sicherheit bei E-Mail».

## **Organisieren Sie sich!**

Generell hilft Ihnen Organisation und Selbstdisziplin. Durch Anlegen von Ordnern in Ihrem Mailfile können Sie einfach strukturieren und ablegen. Anstatt ständig auf eingehende Nachrichten zu reagieren, wäre eine Möglichkeit, dass Sie einen Tagesplan mit festen Zeiten für Mailings einhalten und dabei die ältesten Nachrichten zuerst bearbeiten. Reservieren Sie sich diese Zeiten unbedingt im Kalender, damit Sie sich auch wirklich die Zeit nehmen, Ihre E-Mails zu bearbeiten.

Bearbeiten Sie jede E-Mail genau einmal und legen Sie sie anschliessend ab, oder – noch besser – löschen Sie sie. Bewahren Sie in diesem Sinne nur das Notwendigste auf.

Hilfsmittel für Teamarbeiten wie Gruppenbriefkästen mit eigener Mailadresse, wie zum Beispiel info@baloise.com, erleichtern die Bearbeitung von Anfragen und Aufgaben.

## **Adressatenkreis bewusst klein wählen**

Gehen Sie möglichst sparsam mit der Verteilerliste um, weniger ist oft mehr. Durch zu viele Kopien verschenken Sie sich Aufmerksamkeit, wenn Sie sie dann wirklich einmal benötigen.

## **Aussagekräftige Titel und so wenig Antworten wie möglich**

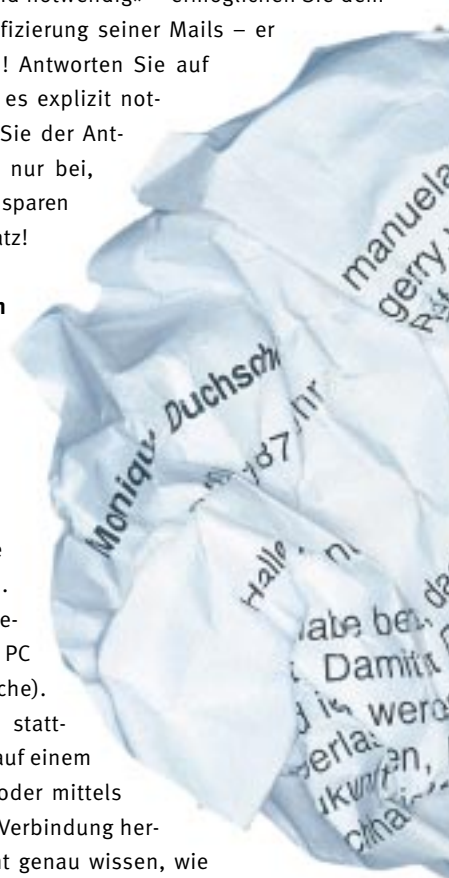
Eine Mail ohne «Thema» zwingt Sie dazu, die Mail zu öffnen, damit Sie den Inhalt abschätzen können. Durch aussagekräftige Titel – gegebenenfalls sogar mit Bearbeitungshinweisen, wie «dringend Entscheid notwendig» – ermöglichen Sie dem Empfänger eine Klassifizierung seiner Mails – er wird es Ihnen danken! Antworten Sie auf Mails auch nur, wenn es explizit notwendig ist und fügen Sie der Antwort die Original-Mail nur bei, wenn es wichtig ist. Sie sparen so Zeit und Speicherplatz!

## **Anhänge komprimieren**

Aber nicht nur die Anzahl, auch die Grösse Ihrer Nachrichten hat einen entscheidenden Einfluss. Wenn Sie grosse Dateien versenden müssen, sollten diese zuvor gepackt werden. Programme hierfür befinden sich auf Ihrem PC (PowerZip oder ähnliche). Vielleicht können Sie stattdessen auf eine Datei auf einem File-Server verweisen oder mittels Link ganz bequem die Verbindung herstellen. Wenn Sie nicht genau wissen, wie das funktioniert, kontaktieren Sie Ihren IT-Supporter vor Ort, der Ihnen gerne bei diesen Themen weiterhilft.



Claus Hertler, Leiter Informatik-Communication Services:  
«Auch bei E-Mail gilt: Kommunikation ist, was der Empfänger versteht.»



Durchforsten Sie von Zeit zu Zeit Ihre Mails, die Sie nach Speicher-Grösse sortieren können (Ihr IT-Supporter zeigt Ihnen gerne, wie das geht) und löschen oder archivieren Sie die «grossen Brocken», um immer unter der Grenze für die maximale Speicherkapazität zu bleiben. Ihre IT bedankt sich herzlich für Ihre Unterstützung.

### Wo macht E-Mail weniger Sinn?

«Grüsse von Deinem Zimmernachbarn»: Viele Themen lassen sich schneller und effizienter im direkten Gespräch erledigen.

Auch manche Bewegungsblockade lässt sich durch einen Gang zum Empfänger lösen. Der Tonfall wird bei Auseinandersetzungen per Mail sehr schnell über Gebühr verschärft, wahre Gefechte werden per Mail-Antwort-Antwort der Antwort ausgetragen. Charakteristisch wächst dann die Liste der Empfänger «zur Kopie». Auch bei E-Mail gilt: Kommunikation ist, was der Empfänger versteht, und dies gerät bei den oft kryptisch in Kurzform gehaltenen Telegrammen gerne in Vergessenheit. Die persönliche, direkte Kommunikation kann hier helfen, solche Meinungsunterschiede zu vermeiden und die wichtigen, zwischenmenschlichen Kontakte zu pflegen.



### Sicherheit

Angst vor Viren, wie dem «I love you»-Virus, der weltweit erhebliche Schäden anrichtete? Bei der Basler sind Sie vor Viren durch entsprechende Werkzeuge (z. B. «Scanner») auf den E-Mail-Systemen, den File-Servern und Ihrem PC geschützt. Neben Ihrem eigenen Schutz sind damit auch Ihre Nachrichten an Kunden oder Kollegen virenfrei.

Sollte Ihnen eine ungewöhnliche Mail auffallen, deren Absender Sie nicht kennen, so löschen Sie diese im Zweifel ungelesen und informieren Sie Ihren Helpdesk, der Ihnen auch bei Sicherheitsproblemen jederzeit weiterhilft.

Mit diesen Tipps und Tricks sollte es Ihnen gelingen, der Infoflut Herr zu werden und so das Medium E-Mail effizient einzusetzen für den Zweck, für den es gebaut ist: für die Kommunikation von Mensch zu Mensch.

■ [claus.hertler@basler.ch](mailto:claus.hertler@basler.ch)

### Regeln, Tipps & Tricks

- Bevor Sie Ihre Arbeit optimieren, machen Sie sich ein paar Gedanken zu Ihren persönlichen Mail-Gewohnheiten.
- Machen Sie sich einen festen Zeitblock für Mailings zur Routine.
- Benutzen Sie aussagekräftige Mail-Titel und antworten Sie nur, wenn nötig.
- Schränken Sie den Empfängerkreis ein.
- Verwenden Sie keine HTML-formatierten Nachrichten, nur Plain-Text.
- Benutzen Sie das Telefon oder machen Sie von Zeit zu Zeit einen Besuch.
- Bewahren Sie nur das Nötigste auf.
- Bearbeiten Sie jede Mail nur einmal, danach ablegen oder löschen.
- Nutzen Sie für private Zwecke einen privaten Mail-Zugang zu Hause (zum Beispiel im Internet [www.yahoo.ch](http://www.yahoo.ch) oder [www.web.de](http://www.web.de)).

### Wussten Sie schon, dass...

... «@» aus der englischen Kaufmannssprache stammt und «at» heisst? Der Programmierer und Hacker Ray Tomlinson schuf 1972 für die damaligen Kommunikationsnetze den elektronischen Postversand. Er suchte nach einem Zeichen, das nie im Namen eines Menschen auftauchen konnte.

... allein am Konzernsitz in Basel im Tagesdurchschnitt 20 000 Mails mit einem Volumen grösser als 2 GByte umgeschlagen werden?

... Mail-Service-Anbieter im Internet ein Grössenlimit für Nachrichten von 1–2 MByte je Nachricht haben?

# Versicherungsroboter

**Kundinnen und Kunden erhalten heutzutage ihre Policen per Mausclick. Damit das klappt, ist ein enormer Aufwand nötig.**

Manchmal sind Computer doof. Besonders dann, wenn der Drucker in dem Moment streikt, in welchem Herr Schlupe die neue Versicherungspolice für seinen Kunden ausdrucken will. Doch ein paar Handgriffe, einige Tasten und ein heimliches Stossgebet später surrt es wieder. Der Apparat druckt die neue Police aufs Papier.

Noch immer ist also der Mensch Herr über den Computer. Vor dessen Einzug ins Versicherungsgewerbe schleppten die Berater dicke Tariffbücher mit sich herum, stellten beim Kunden des Langen und Breiten Berechnungen über den optimalen Versicherungsschutz an. 1991 wurden bei der Basler die ersten Laptops im Aussendienst eingeführt, damals noch grosse, mehrere Kilogramm schwere Geräte.

Die Zeit des Kilobyte-Stemmens ist vorbei: Heute klemmt sich der Berater ein filigranes IBM-Notebook unter den Arm. Das auf der Festplatte installierte Aussendienst-Support-System (ASS), gewissermassen ein Versicherungsroboter in Gestalt einer Software (Betriebssystem Windows 2000), erledigt seit 1996 sämtliche Routinearbeiten: Das Kernsystem bildet die Kunden- und Vertragsverwaltung. Mehrere Eingabemasken nehmen alle Kundendaten auf, die zum Ausstellen einer Police nötig sind. Die Prämie wird automatisch berechnet. Verändert der Berater beispielsweise den Wert des Hausrates, verändert sich entsprechend die Prämie. Die Software zeigt dem Kunden zugeordnete Offerten, Anträge und Verträge an, kennt alle aktuellen Tarife und Regeln. Ein separates Modul unterstützt den Berater bei der Bedarfs- und Risikoanalyse. Falls das Notebook einmal verloren gehen sollte, sind die Daten mit Hilfe der Software SafeGuard verschlüsselt. Fremde sehen bestenfalls nur Datensalat.

Noch erfährt die Basler selbst nichts von den Eingaben ihres Herrn Schlupe: Alles wird auf der Festplatte des schicken Notebooks gerechnet und gespeichert. Berater Schlupe hat zudem sein ganzes Büro dabei: Neben den Kundendaten und -verträgen kann er beispielsweise auch seine Termine verwalten, seine Provisionen führen, Dokumente und Serienbriefe speichern, Faxe und E-Mails versenden.

## Vom Kundensammler zum -berater

«Die Einführung des Computers war die zwingende Voraussetzung, um Policen direkt beim Kunden ausstellen zu können», sagt Pascal Bonny, Leiter Anwendungsentwicklung E-Business und Aussendienst in Basel. Schlankere Strukturen sind möglich geworden: «Der Aussendienst hat im Lauf der Zeit immer mehr Kompetenzen und Aufgaben erhalten.» Mit Hilfe der ausgeklügelten, von der Basler selbst entwickelten Software hat er vom Kundensammler zum Kundenberater mutiert. Mehr als 1 000 mit ASS ausgerüstete Notebooks sind im Einsatz. Über 95% der Sachversicherungs- und 70% der Motorfahrzeug-Geschäfte werden bereits auf diese vollautomatische Art abgeschlossen. Spezialfälle und bestimmte Versicherungstypen führen nicht direkt zu einer Police, sondern werden vorgängig in der Zentrale von Sachbearbeitern geprüft. Dazu muss sie allerdings die Anträge erst erhalten: Dafür ist «Andaru» (Antrags-Daten-Rücknahme) zuständig; so heisst nicht etwa der Velokurier der Basler, sondern ein mit Software eingerichteter «Mechanismus», welcher die Daten

Mit Hilfe der ausgeklügelten, von der Basler selbst entwickelten Software ASS hat der Aussendienst vom Kundensammler zum Kundenberater mutiert. Mehr als 1 000 mit ASS ausgerüstete Notebooks sind im Einsatz. Über 95% der Sachversicherungs- und 70% der Motorfahrzeug-Geschäfte werden bereits auf diese vollautomatische Art abgeschlossen.

vom Notebook des Beraters abholt. Dazu muss dieser sein Gerät via Internet oder dem Netzwerk auf der Generalagentur mit dem Hauptsitz verbinden – normalerweise einmal pro Tag. Die Verbindung ist mit **VPN-Technologie** und einer **SecureID-Card** gesichert. Niemand kann die verschlüsselten Daten abfangen und lesen. Am Hauptsitz werden sie vom **IBM OS/390 Mainframe** automatisch in die richtigen Datenbanken verteilt und können vom zuständigen Sachbearbeiter abgeholt und bearbeitet werden. Haben sich aber beispielsweise nur die Adressdaten des Kunden geändert, aktualisiert die neue Version vom Notebook lediglich die alte auf dem Computer des Hauptsitzes. Umgekehrt erhält das Notebook des Beraters bei einer solchen Synchronisation gleichzeitig zentral durchgeführte Partner- und Vertragsmutationen und kleinere Software-Updates und damit unter Umständen auch neue Tarife.

Die Entwickler der Software haben sich gegen eventuelle Nachlässigkeiten der Berater abgesichert: Nach sieben Tagen ohne Synchronisation mit dem Hauptrechner können vor Ort beim Kunden keine Policen mehr ausgestellt werden.

Für Pascal Bonny hat der technische Aufwand der Basler ganz klar «eine Rationalisierung der Abläufe und eine Erhöhung der Dienstleistungsqualität» gebracht. Während früher Daten schlicht abgetippt wurden, kümmern sich jetzt mehr Spezialisten um jene Anträge, die einer differenzierten, menschlichen Beurteilung bedürfen. Auch bei Herrn Schluop hat sich einiges verändert: Er muss sich weniger um Routinearbeiten kümmern, sondern hat alle Instrumente unter dem Arm, um die Beratungsqualität zu steigern.

#### **Permanent verbunden**

Die Entwicklung bleibt nicht stehen, die dritte Ausbaustufe des ASS soll im Lauf der nächsten Jahre in mehreren Phasen umgesetzt werden. Ziel sei, so Bonny, dass der Berater permanent mit dem Hauptsitz verbunden ist und Daten direkt auf dem Hauptrechner bearbeitet. Das wird erst dank neuer Internet-Verbindungstechnologien wie **ADSL**, **GPRS** und **UMTS** möglich. Der Effekt dieser totalen Vernetzung wäre, dass alle Vertriebsstufen jederzeit auf dieselben Daten Zugriff erhalten. Der Kunde kann beim Berater, bei der Generalagentur oder am Hauptsitz anrufen und stösst überall auf Mitarbeiter mit dem gleichen Informationsstand. Nah beim Kunden: Für Herrn Schluop und seine Kollegen vom Innendienst macht's die Technik möglich.

■ [bruno.habegger@pctip.ch](mailto:bruno.habegger@pctip.ch)

#### **Glossar**

##### **VPN**

«Virtual Private Network»: eine sichere, verschlüsselte Internetverbindung zwischen zwei Computern oder Netzwerken.

##### **SecureID-Card**

Eine Karte, welche vergleichbar mit einer ec-Karte am Bancomaten den sicheren Zugang zu einem Computer ermöglicht.

##### **Mainframe**

«Grossrechner»: Hauptrechner eines Computersystems, an dem viele Arbeitsstationen angeschlossen sind.

##### **ADSL**

«Asymmetric Digital Subscriber Line»: max. 8 Mbit/s schneller Zugang ins Internet ohne Einwahl. Läuft mit speziellen **ADSL-Modems** und über eine normale Telefonleitung, ohne die Leitung für Sprache zu blockieren.

##### **GPRS**

«General Packet Radio Service»: neuer Datenservice für GSM-Handys. Erlaubt Internet-Surfen vergleichbar mit einem Analog-Modem. Gleichzeitig kann telefoniert werden. Zwischenschritt zu **UMTS**.

##### **UMTS**

«Universal Mobile Telecommunication System»: Soll dereinst den GSM-Standard ablösen und benötigt neue Handys und neue Funknetze. Ist 200 Mal schneller als heutige GSM-Handys. Erlaubt so die Übertragung von Videos aufs Handy.

# Was kommt nach der «Enronitis»?

**Wenn von den zuständigen Aufsichtsbehörden in den USA die richtigen Konsequenzen aus dem Fall «Enron» gezogen werden und das Thema an den Börsen an Bedeutung verliert, darf wieder auf steigende Aktienkurse gehofft werden.**

Die weltweiten Aktienmärkte konnten sich gegen Ende letzten Jahres dank der massiven Zinssenkungen und der grosszügigen Liquiditätsversorgung durch die Notenbanken mit einem fulminanten Schlusspurt noch deutlich von ihren im September 2001 erreichten Tiefständen erholen.

Doch wer im neuen Jahr auf eine Fortsetzung dieser Rallye setzte, wurde zunächst enttäuscht. Seit Anfang Januar befinden sich die Börsen in einer ausgeprägten Konsolidierungsphase. Im Verlauf der ersten beiden Monate hat vor allem die amerikanische Technologiebörse Nasdaq über 10% an Wert verloren. Auch viele europäische Aktienindizes, wie der Swiss Market Index, liegen zwischen 2 und 5% unter ihrem Jahresendstand 2001.

## Die Auslöser der Talfahrt

Zwei Ursachen für den plötzlichen Stimmungswandel an den Börsen lassen sich nennen:

Die Aktienmärkte erlebten Ende 2001 de facto nur einen liquiditätsgetriebenen Aufschwung und eilten den fundamentalen Wirtschaftsdaten bereits weit voraus, so dass der Bedarf nach einer Kurskorrektur stetig gestiegen ist. Zwar signalisieren die Frühindikatoren der wirtschaftlichen Entwicklung in den USA, aber auch in einigen europäischen und asiatischen Ländern mehr und mehr, dass die Konjunktur in den nächsten Quartalen wieder spürbar anziehen wird. Aber solange die Gewinne der Unternehmen noch nicht steigen, hat dies eher einen negativen Einfluss auf die Börsen. Denn nach dem relativ guten Wirtschaftsausblick, den der Präsident der amerika-

nischen Zentralbank, Alan Greenspan, Ende Januar gegeben hat, gehen viele davon aus, dass der Zinssenkungszyklus nun beendet ist. Ausserdem tragen die rückläufigen Steuereinnahmen und der zusätzliche Kapitalbedarf vieler Staaten dazu bei, dass sich die Zinsen viel schneller als erwartet wieder erhöht haben. Eine Konsolidierung der Aktienkurse in dieser Übergangsphase von einem liquiditätsgetriebenen hin zu einem gewinnorientierten Börsenaufschwung war somit vorprogrammiert.

Der eigentliche Auslöser für die Abwärtskorrektur an den Aktienbörsen ist die tiefe Vertrauenskrise, die nach der Milliardenpleite des amerikanischen Energiehandelsriesen Enron die internationalen Finanzmärkte erfasste.

Nach den international anerkannten US-Bilanzierungsrichtlinien US-GAAP ist es unter bestimmten Voraussetzungen zulässig, spezielle Geschäftseinheiten SPEs (Special Purpose Entities) zu gründen. Über diese SPEs ist es einer Firma z. B. auch möglich, Kredite aufzunehmen, ohne dass diese in der Bilanz der Muttergesellschaft ausgewiesen werden müssen, sofern mindestens 3% der Geschäftsanteile von fremden Gesellschaftern gehalten werden. Im Falle von Enron wurde diese Sonderregelung unter US-GAAP dazu missbraucht, durch die Gründung von über 3 500 SPEs immer neue Kredite aufzunehmen, einen Teil davon als Gewinn an das Mutterunternehmen abzuführen und dadurch den Jahresüberschuss um 1 Mrd. USD künstlich zu erhöhen.



Bernhard Casar, Leiter Stab Konzernbereich Asset Management: «Aus fundamentaler Sicht sind wesentliche Voraussetzungen für einen Aufschwung an den Börsen gelegt.»

### Im Sog der Entwicklung

Als nach dem Zusammenbruch von Enron in den letzten beiden Monaten auch andere US-Firmen überraschenderweise Konkurs anmelden mussten, grassierte insbesondere an den amerikanischen Aktienmärkten die Angst vor einer Ausweitung der «Enronitis», von der selbst Blue Chips wie IBM, Cisco oder General Electric nicht verschont wurden. Beim geringsten Verdacht, dass die publizierten Unternehmensdaten und Gewinnausweise manipuliert sein könnten, wurden die Aktien dieser Firmen (zumeist unbegründet) auf Talfahrt geschickt. Viele Analysten haben quasi vorsorglich die Gewinnschätzungen einzelner US-Firmen nach unten korrigiert. An

den Börsenpreisen die Investoren seither eine grössere Risikoprämie für Aktienanlagen an. Im Sog dieser Entwicklungen wurden auch die europäischen

Aktienmärkte stark in Mitleidenschaft gezogen, obwohl man hier meist nach anderen Bilanzierungsrichtlinien wie zum Beispiel den International Accounting Standards (IAS) bilanziert, die solche Sonderregelungen wie unter US-GAAP nicht zulassen. Andererseits geben auch die in Europa üblichen Bilanzierungsrichtlinien einen gewissen Spielraum für eine «kreative Buchhaltung», der erfahrungsgemäss stets dann genutzt wird, wenn sich die wirtschaftliche Situation der Unternehmen drastisch verschlechtert. Jüngste Beispiele hierfür sind die zunehmende Anzahl plötzlicher Kon-

kurse von Firmen an den so genannten neuen Märkten (Börsensegmente für junge Aktiengesellschaften) sowie die verschärfte Verschuldungsproblematik der France Telecom oder der Deutschen Telekom.

### Konsequenzen für den Privatanleger

Der Privatanleger mag sich nun die Frage stellen, ob er den Aktienanteil in seinem Portefeuille vorsorglich senken oder gerade jetzt die zumindest «optisch» günstigen Kurse zum Einstieg nutzen sollte. Für die langfristige Aktienkursentwicklung sind drei fundamentale Faktoren massgebend: die künftige Gewinndynamik der Unternehmen, die Inflations- und die Zinsentwicklung sowie die politischen oder steuerlichen Rahmenbedingungen.

Mit der jüngsten Aufhellung der Konjunkturaussichten haben sich auch die Chancen der Unternehmen verbessert, dass die Gewinne in den kommenden Monaten wieder spürbar anziehen. Ausserdem sind angesichts der wachsenden Arbeitslosigkeit und der eher verhaltenen Konsumnachfrage noch keinerlei Inflationsgefahren in Sicht, so dass die Zinsen vorerst stabil bleiben sollten.

Die in den USA beschlossenen Steuersenkungen von bis zu 150 Mrd. USD wirken sich dank der Globalisierung der Wirtschaft mit einer gewissen Zeitverzögerung auch in anderen Ländern positiv auf die Konjunktorentwicklung aus. Aus fundamentaler Sicht sind demnach wesentliche Voraussetzungen für einen Aufschwung an den Börsen gelegt.

■ [bernhard.casar@basler.ch](mailto:bernhard.casar@basler.ch)

Mit der jüngsten Aufhellung der Konjunkturaussichten haben sich auch die Chancen der Unternehmen verbessert, dass die Gewinne in den kommenden Monaten wieder spürbar anziehen.



# Strategie und Risikomanagement haben sich bewährt

**Der Bâloise-Gruppe ist es trotz schwieriger Rahmenbedingungen gelungen, mit rund CHF 404 Mio. Reingewinn das drittbeste Resultat ihrer Konzerngeschichte zu erzielen. Dazu von Finanzchef Wolfgang Drunk ein Kurzkomentar.**

Die Ergebnisse der Bâloise sind – wie bei jedem anderen Unternehmen auch – ein Produkt aus ihrer eigenen Leistungsfähigkeit und dem Umfeld, in dem sie sich bewegt. Die Versicherungsindustrie hatte mit max. rund USD 52 Mrd. World-Trade-Center-Schaden die grösste Einzelleistung in ihrer Geschichte zu erbringen. Die Bâloise war mit USD 3,4 Mio. vergleichsweise gering belastet. Indessen nahmen sowohl der Kapitalmarkt-Zusammenbruch als auch die negativen Währungsentwicklung einen entscheidenden Einfluss auf das Geschäftsergebnis. Sorge bereitete das tiefe allgemeine Zinsniveau, welches im Konflikt steht zu den gesetzlichen Auflagen, die eine im Vergleich zu hohe Mindestverzinsung der Lebensversicherungspolicen im Kollektivleben von 4% verlangen.

## Die positiven Aspekte 2001

Die Grundlage für die kontinuierliche Ertragskraft – auch unter stark volatilen Kapitalmärkten – sind und bleiben die hervorragenden versicherungstechnischen Leistungsdaten.

Das auch in Schweizer Franken erfreuliche überdurchschnittliche Prämienwachstum von **2,6%** im Nicht-Leben- und **7,6%** im Leben-Geschäft zeigt den erfolgreich eingeschlagenen Kurs der ertragreichen Expansion.

Neben der grössten und wichtigsten Einheit Basler Schweiz, die sich durch eine hervorragende Combined Ratio von 98,7% auszeichnet, zeigen auch die beiden deutschen Geschäftseinheiten mit 102,2% und 104,3% Combined-Ratio-Resultate, die im Branchenvergleich beachtlich sind.

Luxemburg kann sogar mit einer Combined Ratio von 91,0% aufwarten und nimmt damit – relativ gesehen – die Spitzenstellung unter den Tochtergesellschaften ein.

Mit 105,7% weist der Konzern wiederum eine gute Gesamt-Combined-Ratio aus.

## Konsolidiertes Eigenkapital und konstante Dividende

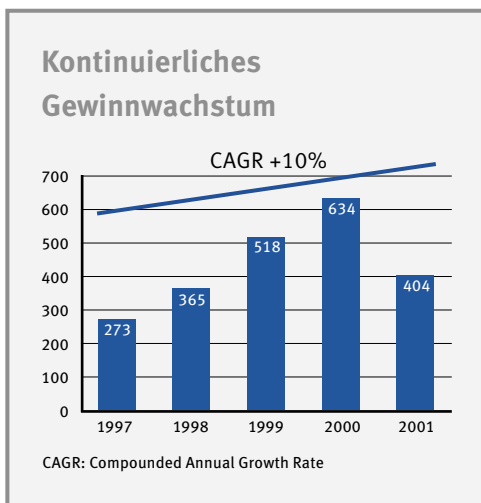
Zusammen mit dem Jahresgewinn von CHF 404 Mio., der Dividendenzahlung von CHF 136 Mio. und den letztjährigen Kapitalreduktionen von CHF 343 Mio. ergibt sich ein konsolidiertes Eigenkapital in Höhe von CHF 5,4 Mrd. Auch wenn dies einen Eigenkapitalrückgang von rund CHF 2 Mrd. bedeutet – im Wesentlichen verursacht durch die tieferen Marktwerte der Aktienanlagen –, ist die Bâloise immer noch hervorragend kapitalisiert. Sie verfügt nach wie vor über die notwendige Substanz, alle Risiken ausreichend abzudecken, auch unter widrigsten Umständen eine hervorragende Solvenz darzustellen und ihr künftiges ertragreiches Wachstum zu finanzieren. Sie wird ihren

Aktionären auch dieses Jahr eine unverändert hohe Dividende von CHF 2.40 pro Aktie beantragen.

In den letzten Jahren konnten via Aktienrückkäufe, Nennwertreduktionen und Dividendenausschüttungen insgesamt CHF 1,85 Mrd. an die Aktionäre ausbezahlt und damit der Return on Equity kontinuierlich gesteigert werden.

In der Betrachtung über fünf Jahre weist die Bâloise-Aktie einen beachtlichen jährlichen Wertzuwachs von 28% pro Jahr auf. Das sind 16 Prozentpunkte pro Jahr über dem Markt (SPI) und 15 Prozentpunkte pro Jahr über dem Vergleichsindex SPI Insurance.

■ wolfgang.drunk@basler.ch



Für Finanzchef Wolfgang Drunk gehört die Beherrschung von Volatilität und Risiko zu den Kernaufgaben einer Versicherungsunternehmung.



## Kapitalmarktkrise gemeistert

Durch die Entscheidung, aktiv auf Gewinnrealisierungen durch Aktienverkäufe zu verzichten, verfügt die Bâloise weiterhin über das volle Potenzial und hat in der Zeit seit September 2001 bereits wieder erhebliche Zuwächse in den Mehrwerten ihrer Aktien verbucht.

# Mehr als eine Zahlenbroschüre

## In elegantem Silber kommt er daher: der Geschäftsbericht 2001 der Bâloise-Gruppe.

Papier gerippt und partieller Drucklack, was die unterschiedlichen Silbertöne ausmacht. Zugegeben, die Wahl des Lackes und des Papiers sind sicherlich nicht entscheidend für die Qualität. Wichtig sind Inhalt, Transparenz und Verständlichkeit unserer Berichterstattung. Und dennoch: Der Geschäftsbericht ist ein Kommunikationsinstrument, bei dem die drei Komponenten Informationsgehalt, zielgruppengerechte Aufbereitung und Layout stimmen müssen.

Der letztjährige Geschäftsbericht dokumentiert bereits den Wandel der Bâloise-Gruppe in ihrer Berichterstattung. Wir wollen nicht nur einen gut gestalteten, mit eindrücklichen Bildern bestückten Bericht kreieren, sondern wir wollen für den Leser einen echten Mehrwert schaffen. So haben wir uns konsequent auf die Kernzielgruppen – die Financial Community, Medienschaffende sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – ausgerichtet und den Informationsgehalt mit zusätzlichen Angaben, wie beispielsweise zu unserer Strategie und unserer Vision, verbessert. Das hat sich auszahlt. In der jährlich vom Magazin BILANZ durchgeführten Bewertung der Geschäftsberichte von Schweizer Unternehmen belegte die Bâloise den ausgezeichneten fünften Rang – im Jahr zuvor war's noch Rang 43.

## Integrierte Finanzdienstleistungen und Corporate Governance

Inhaltlich haben wir mit dem aktuellen Geschäftsbericht neue Schwerpunkte gesetzt: Die Umsetzung unserer Strategie als Anbieter von integrierten Finanzdienstleistungen wird an vier Beispielen aus dem Alltag verdeutlicht. So erfahren wir beispielsweise, was integrierte Finanzdienstleistungen aus der Sicht eines Finanzberaters der Basler Schweiz bedeutet oder wie ein Makler in Belgien mit dem Angebot von Mercator arbeitet. Die Situationen sind fiktiv und heben sich sprachlich bewusst von den übrigen Texten ab. Die Ge-

schichten veranschaulichen, dass die Bâloise bei der operativen Umsetzung ihrer Strategie deutlich sichtbare Ergebnisse aufweisen kann.

Erstmals äussert sich die Bâloise auch zum Thema Corporate Governance. Der aus dem anglo-amerikanischen Rechts- und Wirtschaftssystem stammende Begriff gewinnt in Europa und in der Schweiz zunehmend an Bedeutung. Wirtschaftliche Risiken, das Ansehen der Unternehmen sowie die unternehmerische Verantwortung stehen im Mittelpunkt. Bei der Behandlung dieses komplexen Themas verknüpfen wir das gedruckte Produkt Geschäftsbericht mit dem Online-Medium Internet. Auf [www.baloise.com](http://www.baloise.com) sind zusätzliche und aktuelle Informationen zu Corporate Governance zu finden; im Geschäftsbericht wird jeweils darauf verwiesen.

■ [sandra.monnier@basler.ch](mailto:sandra.monnier@basler.ch)



## Beziehungsstärke: liegt auf der Hand

Das Layout wurde den Richtlinien des Corporate Design angepasst. Für die Gestaltung und die Umsetzung des Berichts zeichnet die Basler Branding- & CI-Agentur Ramstein Ehinger Associates AG verantwortlich. Sie hat bereits den letztjährigen Geschäftsbericht sowie das neue Corporate Design entwickelt.

Ein wichtiges Element in der Gestaltung ist die Bildergeschichte, die sich mit neun Schwarzweiss-Aufnahmen durch den Berichtsteil zieht. Sie greift das Thema «Beziehungsstärke» auf, ein Wert, durch den sich die Bâloise-Gruppe auszeichnet, mit eindrücklichen Aufnahmen von Händen in unterschiedlichen Situationen.

Der Geschäftsbericht 2001 der Bâloise-Holding liegt in den Sprachen Deutsch, Englisch und Französisch auf.

# Wir haben gut gearbeitet

**Mit zwei Premieren konnte VR-Präsident Rolf Schäuble die diesjährige Bilanz-Medienkonferenz im Auditorium Bâloise am Konzernsitz eröffnen.**

Zum Ersten freute er sich, den neuen Chief Executive Officer der Bâloise-Gruppe, Frank Schnewlin, vorstellen zu können.

Zum Zweiten präsentierte er Wolfgang Drunk, Finanzchef seit August 2001, der zum ersten Mal die Detailzahlen erläuterte. Mit ihm sowie Martin Wenk (Leiter Konzernbereich Asset Management) und Bruno Dallo (Leiter Konzernbereich Corporate Center) war die Konzernleitung letzten Sommer verstärkt worden.

## Ein guter Jahrgang

Ausserordentlich schwierig sei 2001 für die Versicherungs- und Finanzdienstleistungsbranche gewesen, und gerade deshalb

## Fragen und Antworten

In der Fragerunde wurde das Engagement der Bâloise im Ausland aufgegriffen. Es sei nicht das erste Mal, dass die ausländischen Töchter – im Gegensatz zur Basler Schweiz – kein gutes Resultat vorlegten. Rolf Schäuble berichtete, dass die Bâloise im Ausland kein Geld verliere, aber zur Zeit auch nicht viel verdiene. Das komme daher, weil beispielsweise Belgien im Motorfahrzeug-Bereich eine hohe Schadenquote und die Deutsche Ring Bausparkasse Verluste im Wertschriftenbereich (u.a. Swissair-Aktien) hinnehmen mussten.

Auf die Frage, wer hinter der niederländischen «Strategic Money Management Company B.V.» stehe, die einen Grossteil des Zürich-Aktienpaketes übernommen hatte, nannte Rolf Schäuble die ABN AMRO Bank. Man habe anfangs Jahr einen kurzen Kontakt gehabt.



Detailinformationen zur Bilanz-Medienkonferenz unter [www.baloise.com](http://www.baloise.com)

könne das Jahr als eigentliche Bewährungsprobe für das Unternehmen und als Top-Ergebnis im Vergleich mit der Branche gelten, fasste der VR-Präsident zusammen. Wolfgang Drunk bestätigte diese Aussagen mit Zahlen. Lesen Sie dazu seinen Kurzkomentar auf Seite 16.

Urs Berger, CEO der Basler Schweiz, konnte ein gutes Ergebnis mit hervorragenden Werten beim Kosten- und beim Schadensatz vorweisen.

## Der neue CEO

Frank Schnewlin wandte sich mit einer kurzen Gussadresse zum ersten Mal an die Journalisten. Noch könne er wenig Materielles zu ihren Fragen bieten. Genau konnte Frank Schnewlin aber sagen, warum er die Bâloise gewählt hat: Das Unternehmen habe ihn überzeugt, es sei erfolgreich, finanziell kerngesund, genieße hohes Ansehen und habe ausgezeichnete Perspektiven. Damit ist für ihn klar, dass auch in Zukunft Kontinuität und das Festhalten am definierten Ziel – ertragreiches Wachstum – an erster Stelle stehen.

## Ein Abschied

Konkrete Prognosen für das laufende Jahr wollte Rolf Schäuble keine machen. Der VR-Präsident ist aber überzeugt, dass die Bâloise – bei vertretbaren Rahmenbedingungen und insbesondere normal «performenden» Aktienmärkten – im Jahr 2002 ein Gewinnwachstum in zweistelliger Prozenzhöhe realisieren kann.

1994 leitete Rolf Schäuble in der Funktion des CEO das erste Mal die Bilanz-Medienkonferenz. «Nun verabschiede ich mich – nicht von der Bâloise, aber von Ihnen, meine Damen und Herren. Die nächste Medienkonferenz wird von Frank Schnewlin geleitet werden. Ich danke Ihnen für den offenen Dialog in den vergangenen Jahren, und ich bin sicher, dass wir uns bei anderer Gelegenheit wieder begegnen werden», leitete Rolf Schäuble zum Apéro im Foyer über.

■ [monika.schweizer@basler.ch](mailto:monika.schweizer@basler.ch)

## Echos, gehört:

Wie beurteilen Sie persönlich die Leistungen der Bâloise?

In der Konzernleitung hat es seit der letzten Bilanz-Medienkonferenz einige Änderungen gegeben. Wie beurteilen Sie diese?



## Charlotte Jacquemart, Redaktion Geld, HandelsZeitung

Die Bâloise ist eine «solide» Firma. Das hat sie auch im letzten Jahr wieder bewiesen, trotz widriger Umstände. Sie konzentriert sich auf das, was sie kann. Sie hat die Kosten gut im Griff, und damit auch das eigentliche Versicherungsgeschäft. Dies gilt zumindest für die Schweiz. Eher enttäuschend ist dafür die Performance im Ausland, vor allem in Belgien und Deutschland. Das Ergebnis im Leben-Geschäft liegt über meinen Erwartungen. Von der Baloise Bank SoBa hingegen habe ich einen grösseren Gewinnbeitrag erwartet.

Die Änderungen sind a priori positiv zu werten, da die Aufteilung von Funktionen Transparenz schafft. Dies gilt vor allem für das Doppelmandat von CEO und VR-Präsident, für welches es meiner Meinung nach keine gute Begründung gab oder gibt. Dies gilt nicht nur für die Bâloise. Wissenschaftliche Untersuchungen zeigen, dass heterogene Teams mehr Geschäftserfolg haben. In diesem Sinne fehlt der Bâloise eine Frau im Top-Management – Ich hoffe, das wird nachgeholt. Die Bâloise



könnte sich profilieren: Sie wäre die erste Schweizer Versicherung mit einer Frau im Top-Management.

Ich traue der Bâloise zu, den Gewinn im laufenden Jahr um eine zweistellige Prozentzahl steigern zu können. Ein Fragezeichen mache ich nach wie vor hinter die «Allfinanz»-Strategie. Mit der Ausnahme von Fortis und ING hat noch kein Konzern diese wirklich überzeugend umgesetzt. Aber vielleicht macht die Bâloise auch das besser! Auf der Produktseite wünschte ich mir, dass die Basler mit einer Motorfahrzeugversicherung aufwarten würde, welche mithelfen würde, den CO<sup>2</sup>-Ausstoss zu senken. Zum Beispiel, indem ein Prämienanteil in diesbezügliche Projekte fliesst.

## André Meier, Finanzanalyst CSFB

Die Bâloise hat sich in einem schwierigen Umfeld sehr gut behauptet. Speziell das Schweizer Geschäft, welches rund 90% zum Gruppengewinn beiträgt, hat einmal mehr eine herausragende Leistung erbracht. Weniger Grund zur Freude bereiten das Motorfahrzeuggeschäft in Belgien sowie der erneute Verlust der Deutschen Ring Bausparkasse.

Die Erweiterung und die Verjüngung der Konzernleitung sind zu begrüßen. Ihr planmässiger Vollzug stellt die Kontinuität in der Geschäftsführung sicher. Kontinuität schafft Vertrauen. Dies nicht nur von Seiten der Investoren, sondern auch von Seiten der Mitarbeitenden und Versicherungsnehmer. Ich bin überzeugt, dass die Bâloise von den offensichtlichen Problemen einiger Konkurrenten profitieren wird.

An dieser Stelle gebührt dem abtretenden CEO, Rolf



Schäuble, Dank. Die in der Vergangenheit eingeschlagene Strategie der Konzentration auf Kernmärkte sowie der sorgsame Umgang mit dem Kapital des Unternehmens haben sich voll ausgezahlt.

Die Bâloise verfügt nach wie vor über eine ausserordentlich starke Bilanz. Massnahmen zu einer Steigerung der Rentabilität des Deutschland-Geschäfts wurden bereits ergriffen. Diese werden Zeit brauchen, um voll wirksam zu werden. Auch die Initiativen im Finanzdienstleistungsbereich werden erst mittel- bis langfristig einen signifikanten Gewinnbeitrag leisten. Die Geschäftsleitung der Bâloise rechnet für das laufende Jahr mit einem zweistelligen Gewinnwachstum. Dies entspricht auch meinen Erwartungen.

Wie wird sich die Bâloise Ihrer Meinung nach entwickeln?

## Echos, gelesen:

Basler Zeitung: Bâloise präsentiert ein ungewohntes Bild  
«Schliesslich musste – auch dies ungewohnterweise – Schäuble einen Konzerngewinn präsentieren, der keinen Rekord darstellt. Die 404 Mio. Franken liegen um 36,3% unter dem Vorjahresergebnis, entsprechen aber immer noch dem drittbesten Ergebnis in der Geschichte der Bâloise.»

L'agefi: La Bâloise se distingue par une approche disciplinée  
«En 1994, les fonds propres du groupe Bâloise se montaient à près de 2 milliards de francs pour le même volume de primes qu'aujourd'hui. Or, ils sont passés entre-temps à 5,4 milliards de francs (sans tenir compte des 1,2 milliard de francs remboursés aux actionnaires). Cela montre la justesse de la réorientation stratégique menée depuis lors avec, en filigrane, une stratégie de valeur.»

Financial Times Deutschland: Bâloise erwartet 2002 deutlich höheren Gewinn  
«Stolz ist Schäuble auf die so genannte Combined Ratio des Unternehmens, das ist das Verhältnis von Schäden und Kosten zu den Prämieinnahmen in der Nicht-Lebensversicherung. Zwar verschlechterte sich der Wert 2001 von 104,7 auf 105,7 Prozent, er lag damit aber immer noch besser als bei vielen Wettbewerbern.»

The Wall Street Journal: Baloise's Net Profit declined 36% Last Year  
«Mr. Schaeuble said he is fairly confident the company will see double-digit percentage growth in earnings this year, if market conditions are «normal». The target shouldn't be hard to meet, analysts say.»

# Dynamik mit Generatoren, Transformatoren und Navigatoren

**Nicht etwa um elektrische Energie ging es im Januar an der Informationsveranstaltung am Konzernsitz, sondern um die gesamte Unternehmensenergie für den Erfolg im Markt.**

Schweiz-Chef Urs Berger und sein Führungsteam begegnen dem kompetitiven Umfeld im Assekuranzmarkt von innen mit Stabilität, einem gradlinigen, strategischen Kurs und hoher Dynamik.

## Kernkompetenzen und Kostenführerschaft

Was es mit dem Geschäftsmodell und seinen Bezeichnungen aus der Welt der Elektrizität auf sich hat, erklärte an dieser Veranstaltung im Auditorium Bâloise Urs Berger, Konzernleitungsmitglied und CEO Schweiz. «in good company» befand er sich dazu mit den Mitgliedern der Geschäftsleitung und natürlich auch mit den rund 400 Mitarbeitenden, die diesen Rück- und Ausblick am Anfang des Jahres «live» erleben wollten. Der neue Slogan «in good company» steht für den Schweiz-Chef vor allem für einen Leistungsausweis, der höher ist als der Marktdurchschnitt. Und dafür reichen Fachkompetenzen allein heute nicht mehr aus. Urs Berger fordert deshalb eine Rückbesinnung auf Unternehmenswerte wie die eigenen Kernkompetenzen. Als vorrangige Massnahme für die Basler Schweiz verleiht er der Aussage von VR-Präsident Rolf Schäuble Nachdruck: Kosten senken, Strukturen vereinfachen, Synergien nutzen und Prioritäten setzen.

Besonders von Bedeutung ist für Urs Berger nebst dem Anspruch an Kostenführerschaft die Welt der elektronischen Kommunikationskanäle. Sie gelten als eigentliche Treiber in der Geschäftsentwicklung und bringen dem Aussendienst Rückenwind für den Erfolg. Mit dem Zusammenführen aller heutigen Internetauftritte unter einem Dach ([www.baloise.ch](http://www.baloise.ch)) entsteht das Abbild sämtlicher Basler-Produkte-, Service- und Dienstleistungen für Versicherung, Vorsorge und Vermögen.

## Das Modell verstehen, Chancen für 2002

Machbar und kundenorientiert will der CEO Schweiz sein Geschäftsmodell verstanden wissen. Als Generatoren bezeichnet er die Verantwortlichen für die Produkte, als Navigatoren sieht



## Doris Wenger, Privatkunden Sach-/Haftpflichtversicherung

«Den Rück- und Ausblick in geraffter Form habe ich sehr geschätzt. Dass sich die Geschäftsleitung die Zeit nimmt, alle Mitarbeitenden über Strategien und Zielsetzungen zu orientieren, finde ich toll. Positiv ist für mich, dass wir den eingeschlagenen Weg nun kontinuierlich weiter gehen werden.»

er diejenigen, welche die Verantwortung für die Kunden und damit den Vertriebs Erfolg tragen. Transformatoren schliesslich sind diejenigen, die das einwandfreie Funktionieren der Unternehmenstätigkeit sicherstellen. Mit dem Projekt «Fit» setzt Urs Berger weiterführende Kostenziele, die in Zukunft die starke Marktposition der Basler gewährleisten.

Seine Aussagen ergänzten die Geschäftsleitungsmitglieder mit Erläuterungen zu ihren Bereichen (siehe Folgeseiten).

■ [sabine.lubow@basler.ch](mailto:sabine.lubow@basler.ch)

Über den «Weg der Schweiz» im Jahr 2002 informierten CEO Urs Berger und die Mitglieder der Geschäftsleitung Schweiz (von links:) Urs Berger, René Stocker, Bernhard Jöhr, Daniel Fluri, Peter Brawand, Philippe Egger, Alois Müller...





**Andreas Schambeck, Financial Consultant,  
Baloise Bank SoBa**

«Zusammenhänge können durch solche Informationen besser erkannt werden, was die aktive Mitgestaltung am Unternehmen ermöglicht. Regelmässige Veranstaltungen dieser Art finde ich begrüssenswert. Das Projekt «Fit» wird sicherlich nicht ganz schmerzfrei sein. Seine Notwendigkeit konnte Urs Berger gut verdeutlichen. Das vorgestellte Geschäftsmodell besteht nicht nur auf dem Papier, sondern ist bereits zum Teil gelebte Form unserer Tätigkeit.»



**Yldiz-Guelender Celik, Personen-Versicherung  
Unternehmensgeschäft Leben**

«Schön, die Geschäftsleitung live zu sehen und zu hören, welche Vorgehensweise uns bevorsteht, um die gesetzten Ziele zu erreichen. Dass die Bâloise im nationalen Umfeld gut positioniert ist, hat mich positiv beeindruckt. Kosten sparen ist sicher notwendig, die Qualität unserer Arbeit darf aber nicht darunter leiden.»



**Rolf Butz, Präsident Mitarbeiterkommission**

«Veranstaltungen dieser Art verschaffen uns einen guten Gesamtüberblick. Herr Berger wirkt überzeugt und motivierend, und er macht auch keinen Hehl daraus, dass der Kostendruck bleibt oder eher noch zunimmt. Es ist gut und wichtig, dass wir diese Infos von ihm bekommen. Beeindruckt hat mich der Zusammenhalt der Geschäftsleitung, der lockere und freundliche Umgang.»

## Ihr Beitrag zum «Fit»-Programm

### **Peter Brawand, Rechnungswesen & Controlling**

Will den Fokus im Projekt-Controlling auf drei Punkte legen: 1. Sicherstellen einer durchgängigen Strategiekonformität der einzelnen Projekte und des Projekt-Portfolios, damit die richtigen Prioritäten gesetzt werden und die Effizienz erhöht wird. 2. Verbesserung der laufenden Berichterstattung mit Aussagen zur Qualität der Projektdurchführung. 3. Verlängerung des Projekt-Controlling-Prozesses über den eigentlichen Projektabschluss hinaus, indem der erreichte Nutzen festgestellt und mit dem erwarteten verglichen wird. Ansatzpunkte zur Verbesserung der innerbetrieblichen Wertschöpfungskette sollen geortet und Projekte aus übergeordneter Fachbereichssicht begleitet werden. Zusätzlich wird ein Pilotprojekt zur Prozesskosten-Rechnung gestartet. Damit sollen Kostenverursacher gerechter zugeordnet und die Veränderung der Prozesseffizienz bei Vergleichen über Zeitperioden oder bei früheren, ähnlichen Prozessen aufgezeigt werden.

### **Philippe Egger, Privatkunden**

Vereinheitlichung und Zusammenlegung der Internet-Auftritte führen zur Erhöhung der Transparenz, lassen Synergieeffekte nutzen und jährlich 2 Mio. Franken sparen.

Das Produkt-Portfolio wird auf nicht gewinnbringende Sparten untersucht. Die Schadenabteilung wurde mit dem Bereich Business zusammengelegt. Mit der Informatik werden neue IT-Systeme für Einzelleben sowie für die Schadenversicherung gebaut. Philippe Egger will «marktgerechte Produkte anbieten und neue Kooperationen erschliessen». Was den per Ende 2003 ablaufenden Kooperationsvertrag Touring Club Schweiz (TCS) anbelangt, setzt der Leiter Privatkunden alles daran, diese Zusammenarbeit weiterzuführen.

### **Ruedi Kellenberger, Business**

Nimmt im schwierigen Umfeld der Kapitalmärkte und der voranschreitenden Deregulierung die Bereiche Underwriting, Schadenleistungsdienst und Prozesse unter die Lupe. «Business stellt Produkte und



Lösungen für Firmenkunden her. Im Endeffekt geht es um bedarfsgerechte Produkte und Dienstleistungen und um den richtigen Preis für ein bestimmtes Risiko. Deshalb ist das Underwriting unser Schlüssel zum Erfolg». Im Schaden-/Leistungsdienst will der Leiter Business mit dem Projekt «Neuausrichtung Schaden» die Basler neu positionieren, kostengünstiger werden und gleichzeitig den Schadensatz positiv beeinflussen. Mit der Lancierung bedarfsgerechter Produkte und der Vereinfachung von Arbeitsabläufen soll Mehrwert für den Kunden geschaffen und die Infrastruktur dahingehend verändert werden, dass «mehr Geschäftsvolumen mit den gleichen Kosten oder das gleiche Geschäftsvolumen mit deutlich weniger Kosten bewältigt werden kann».

#### **Alois Müller, Baloise Bank SoBa**

Sieht durch die Nutzung von Synergien in den Integrationsprojekten der Bank sowie in Prozessoptimierungen den Beitrag zur verbesserten Kostenführerschaft. Für dieses Jahr kündigt er ein neues Kombi-Produkt (Versicherung und Bank) und die Umsetzung eines neuen, auf vermögende Privatkunden ausgerichteten Gebührenmodells an. Im Mobile-Banking (Vertrieb über den Aussendienst) wurde mit einem Pilotprojekt die Voraussetzung für den Roll-out in der ganzen Schweiz geschaffen. Ausserdem soll die Vereinheitlichung des Internet-Auftritts die Baloise als integrierten Finanzdienstleister erkennbar machen. Alois Müller zu den Marktzielen: «Im bestehenden Marktgebiet wollen wir die hohen Marktanteile (zwischen 25 und 30%) trotz der Restrukturierung im Filialnetz halten. Im übrigen Marktgebiet wollen und müssen wir überdurchschnittlich wachsen.»

#### **René Stocker, Vertrieb Financial Solutions, Baloise Bank SoBa**

Die Bank baut auf drei Pfeilern des Erfolgs: Vertrieb über traditionelle Bank mit Filialnetz, die neuen Private-Banking-Geschäftsstellen und Mobile-Banking. Diese drei Kanäle gilt es zu vernetzen. Über die Niederlassung des Marktgebietes Solothurn will die Bank vor allem der Privatkundschaft fokussierte Produkte und Dienstleistungen anbieten. Neben Bankprodukten sollen neu auch Lebensversicherungen in der Höhe von mindestens zehn Millionen Franken Prämien verkauft werden. Die Private-Banking-Geschäftsstellen werden neue gehobene Privatkunden für die Anlageberatung oder das Financial Consulting gewinnen. Vermögen soll beispielsweise in die Vermögensverwaltung oder in Anlagefonds, vor allem aber auch in die Lebensversicherungen und die Leibrenten (Zielgrösse 60 Mio.) eingehen. Im Mobile-Banking soll die Versicherungs- und Vorsorgeberatung vermehrt noch mit Bankprodukten für Sparen, Vorsorge und Vermögen ergänzt werden.

#### **Daniel Fluri, Sales Management**

Der Aussendienst hat in einem hart umkämpften Markt mit einem Nettowachstum von 3,7% nicht nur hochgesteckte Ziele, sondern ein Resultat über dem Marktwachstum erreicht. Mit der neuen fokussierten Broker-Strategie soll der Broker-Kanal als Wachstumstreiber der kommenden Jahre ausgebaut werden. Daniel Fluri möchte die Basler in diesem Segment als führenden Broker-Partner im Schweizer Markt positionieren.

Die Umsetzung der Vision «High-touch» und «High-tech» und der Weg zum integrierten Finanzdienstleister sollen mit dem koordinierten Multichannel-Ansatz vorangetrieben werden. Entscheidende Elemente des Multichannelling stellen die Spielregeln zwischen den Bank- und den Versicherungs Kanälen sowie den Online-Kanälen dar, die nun konsequent umgesetzt werden.

#### **Martin Strobel, Informatik**

Zwei Hauptthemen haben Vorrang: «Target» und «Fit»: «Target» steht für eine Architektur, die die Vision «High-tech» und «High-touch» verbinden und umsetzen soll. Es handelt sich um eine Multikanal-Architektur, die auf einer technologischen Basis aufbaut. Sie hilft der Basler, einheitlich, schnell und flexibel am Markt zu agieren. «Target» wird auch im Konzern (mit Ausnahme von Belgien) umgesetzt und als Standard genutzt.

«Fit» heisst auch für die Informatik verbesserte Kostenführerschaft: Systeme werden vereinheitlicht, um den Betreuungsaufwand zu reduzieren, Strukturen werden vereinfacht und Synergien realisiert. Auch hier wird auf Konzernebene zusammengearbeitet. Durch gemeinsame Einkaufsaktivitäten beispielsweise konnten in den letzten Jahren Kosten in Millionenhöhe eingespart werden. Die Verfügbarkeit liegt den Informatikern am Herzen: «Wir sind daran, die Verfügbarkeit der Systeme zu verbessern und den Jahresdurchschnitt 2001 von 99,35% auf 99,5% zu erhöhen.»

#### **Bernhard Jöhr, Management-Services**

Erklärtes Ziel ist die Attraktivität als Arbeitgeber. Durch die Erweiterung der Personalvergünstigungen und die Einrichtung einer Kinderkrippe konnten Anstellungs- und Arbeitsbedingungen wesentlich verbessert werden. Dieses Jahr steht unter anderem im Zeichen von Kulturprojekten, vor allem an der Führungskultur soll gearbeitet werden. Das Thema «Transparenz durch Information» wird ausgeleuchtet, der Ausbau der Förderprogramme und auch die individuelle Aus- und Weiterbildung stehen auf dem Programm.

Einen ganz entscheidenden Beitrag zur Dienstleistungserbringung leisten die beiden Logistikfunktionen Zentrale Dienste und Facility Management. Sie mussten in den letzten zwei Jahren ihre Ressourcen kontinuierlich reduzieren. Dazu der Leiter Management-Services: «Dies bleibt nicht ohne Auswirkungen auf das Dienstleistungsangebot. Art, Umfang und Qualität dieses Angebots werden im Laufe dieses Jahres mit den Dienstleistungsempfängern neu definiert.»

... über den «Weg der Schweiz» im Jahr 2002 informierten  
CEO Urs Berger und die Mitglieder der Geschäftsleitung Schweiz  
(von links:) Ruedi Kellenberger, Martin Strobel.



# Deutscher Ring bezog «neues Haus»

**Knapp drei Tage lang stand Europas grösster Kongress- und Hotelkomplex, das Berliner Estrel Convention Center (ECC), ganz im Zeichen des Deutschen Rings. Mit rund 1 300 Teilnehmern war die Jahresauftakt-Veranstaltung 2002 der Stamm-Organisation die bisher umfassendste und wohl auch eindrucksvollste in der Geschichte des Deutschen Rings.**

Den symbolischen Startschuss gab Vorstandsmitglied Marlies Hirschberg-Tafel, als sie nach ihrem Beitrag über neue Perspektiven in der Krankenversicherung einen Fussball ins Plenum kickte und damit gewissermassen auch die neue Dynamik

Gleich schon am ersten Abend wurde eine Riesen-Einzugs-party gefeiert, bei der sich alle zwischen Umzugskartons und Renovierungsutensilien völlig zwanglos «einleben» konnten. In fünf thematischen Info-Shops und auf den Landesdirektionstagungen sowie an den verschiedenen Informationsständen gab es am folgenden Tag ein volles Programm mit Neuigkeiten rund um den Deutschen Ring. Der festliche Abend mit einer alle mitreissenden Show war krönender Abschluss der Auftaktveranstaltung.

Die Basler zeigte in Berlin ebenfalls Flagge. Zum eigenen Informationsstand ertete die Veranstaltung des Basler-Info-



Unter dem Motto «Aufbruch und Erneuerung» trafen sich in Berlin Führungskräfte, Mitarbeitende der Hauptverwaltung und an die tausend Vertriebspartner.

des Deutschen Rings dokumentierte. Zuvor schon hatten der Vorstandsvorsitzende Wolfgang Fauter und Vertriebsvorstand Hartmut Mellinger in der kleineren Runde der Gesamtführungskräfte tagung sowie in der Plenumsveranstaltung ihre Visionen für den Deutschen Ring artikuliert. Denn um Aufbruch und Erneuerung ging es bei dieser Jahresauftakt-Veranstaltung, die nicht nur den Start in ein neues Jahr, den Beginn einer weiteren Vertriebsrunde, sondern vor allem den «Einzug in das neue Haus Deutscher Ring» einläuten sollte.

## Mit Leben füllen

Der neue Deutsche Ring, das sind grundlegende Veränderungen in der Arbeitsorganisation, die Neuorientierung am Markt und der umfassende Einsatz neuer Techniken. Viele Einzelprojekte des gesamten Neuauftritts sind bereits umgesetzt. In Berlin ging es nun darum, die Mitarbeitenden zum Eintritt in das neue Haus Deutscher Ring einzuladen, um es «mit Leben auszufüllen», wie CEO Wolfgang Fauter formulierte.

Shops Aufmerksamkeit. Vier neue Produkte für das gewerbliche Geschäft stellte die Basler dort vor. Zu den Informationen gab es ein Quiz, bei dem drei Maurice-Lacroix-Uhren zu gewinnen waren. Aber auch ohne Uhr zeigten sich die Vertriebspartner des Deutschen Rings an den Tarifen Basler Business, Traffix, All Risks und ChefSache höchst interessiert. Erst recht an der ChefSache-Police, zu der Klaus Obereigner von der Basler Deutschland ankündigte, dass sie von den Agentur-inhabern des Deutschen Rings mit einem Sonderrabatt in Höhe von 30% abgeschlossen werden kann. Und auch Gunnar Schröder, neuer Leiter des Vertriebs- und Service-Centers Nord der Basler, gab Positives bekannt: den Umzug in die neuen Geschäftsräume im ehemaligen Hamburger Polizei-Hochhaus.

■ Rainer\_Haase@t-online.de

# «Alle Mitarbeitenden sind Compliance-Officers»

**Mit ihrer Entwicklung vom reinen Versicherer zum integrierten Finanzdienstleister baut die Bâloise-Gruppe gezielt neue Funktionen aus. Eine davon heisst «Compliance». Bruno Dallo, Leiter Konzernbereich Corporate Center, und der neue «Group Compliance Officer», Peter Kalberer, erklären Hintergründe und Absichten.**

**Die Basler ist in verschiedenen europäischen Ländern mit unterschiedlichen Gesetzgebungen tätig. Was gilt nun: die Gesetze des Mutter-Landes oder jeweils diejenigen der Töchter-Länder?**

Bruno Dallo: Wir wollen Regeln festlegen, die mit allen involvierten Einheiten und Personen erarbeitet werden. Daraus ergeben sich die obersten Grundsätze, die in den einzelnen Ländern umgesetzt werden – natürlich unter Berücksichtigung der dortigen Rechtsordnung und Unternehmenskultur.

## Compliance

Ursprünglich aus den USA und Grossbritannien stammende Funktion, die sich in Europa vor allem bei den Banken durchgesetzt hat. Die Gründe sind neben einer Zunahme gesetzlicher Vorschriften und einer Verschärfung der Aufsicht die zunehmende Beachtung ethischer Verhaltensweisen in der Gesellschaft und im Markt.

## Compliance – ein neues Thema bei der Basler?

Bruno Dallo: Grundlagen der Compliance sind in der Bâloise-Gruppe vorhanden, bislang wurde diese Funktion jedoch nicht übergreifend wahrgenommen.

Zwei Entwicklungen sind in diesem Zusammenhang zu nennen: Strategie und Corporate Governance. Mit der strategischen Ausrichtung der Bâloise zum integrierten Finanzdienstleister wird Compliance als «State of the Art» erachtet. Heute verlangen Investoren und Öffentlichkeit eine systematische und überprüfbare Corporate Governance. Es geht um die Kontrolle des Managements im Interesse der Shareholder sowie der Stakeholder. Innerhalb dieses Kontrollmechanismus ist Compliance ein Teilaspekt.



## Warum wurde Compliance gerade im Konzernbereich Corporate Center angesiedelt?

Bruno Dallo: In meinem Bereich sind bereits Konzernfunktionen wie Recht und Human Resources eingegliedert, die einen starken Bezug zum Thema haben. Synergien in der Zusammenarbeit und eine Konzentration der Kräfte sind somit gegeben. Hinzu kommt, dass die oberste Verantwortung für Compliance im Unternehmen nicht dort wahrgenommen werden soll, wo die Ergebnisse verantwortet werden.

## Herr Kalberer, welches sind Ihre ersten Aufgaben?

In einer ersten Phase werde ich dort Gespräche führen, wo bereits Compliance-Funktionen wahrgenommen werden, oder wo sie im Aufbau sind, wie zum Beispiel bei der Baloise Bank SoBa oder im Konzernbereich Asset Management. Die dabei gewonnenen Informationen werden dann in einer zweiten Phase in ein Compliance-Konzept einfließen.

## Sicher haben Sie bereits genaue Vorstellungen darüber, wo Handlungsbedarf bestehen wird?

Dafür ist der Zeitpunkt noch etwas früh. Um den konkreten Handlungsbedarf zu erkennen, braucht es zuerst eine sorgfältige Analyse der gegebenen Situation unter Einbezug der betroffenen Mitarbeiter.



## Peter Kalberer

Peter Kalberer (33) ist seit Mitte Februar als «Group Compliance Officer» im Amt. Nach den Studien der Wirtschafts- und der Rechtswissenschaften in der Schweiz war er als Gründer und geschäftsführender Partner einer Beratungsgesellschaft tätig. In der Folge spezialisierte er sich als juristischer Mitarbeiter eines Zürcher Rechtsanwaltsbüros in Wirtschafts-, Bank- und Kapitalmarktrecht.

Bei UBS Asset Management war Peter Kalberer zuletzt für den Aufbau und Ausbau der Compliance-Organisation Schweiz sowie für den Aufbau von Compliance-Prozessen verantwortlich. Unter anderem trug er auch die globale Verantwortung für alle Internet-rechtlichen Aspekte der Tätigkeit von UBS Asset Management.

Nebenberuflich ist er Dozent für den Nachdiplomkurs «Compliance Management» am Institut für Finanzdienstleistungen in Zug.

### Welches sind Ihre Ansprechpartner?

Es sind alle diejenigen, die jetzt schon wesentlich an der Erarbeitung der Compliance-Ziele mitwirken, sowie die Führungskräfte der verschiedenen Gesellschaften und Geschäftsbe-  
reiche, die neben den rechtlichen Normen auch ethische Werte zu verantworten haben. Im weitesten Sinne sind es aber alle Mitarbeitenden, die diese festgelegten Normen und Werte in ihrem Arbeitsalltag ganz konkret umsetzen.

### Normen und Werte: Für Sie ist Ethik und wirtschaftliches Denken unter einen Hut zu bringen?

Ja. Ethik unter gesellschaftlichen Aspekten betrachtet beinhaltet Normen, die breiten Kreisen gemeinsam sind und die früher oder später in die Gesetzgebung einfließen. Werden diese Normen nicht eingehalten, kann dies einen erheblichen wirtschaftlichen Schaden durch Reputationsverlust zur Folge haben.

Bruno Dallo: Unternehmen richten sich a priori unternehmerisch aus. Die öffentliche Meinung ist heute ein starker Treiber,



Bruno Dallo, Leiter Konzernbereich Corporate Center: «Grundlagen für das Haus bestehen, wir bauen das Dach drüber...»

der die Unternehmen dazu führt, sich richtig zu verhalten. Reputation ist einer der wichtigsten Unternehmenswerte überhaupt.

Peter Kalberer: ... und gerade dieser Punkt muss die Unternehmen dazu führen, wichtige Werte von sich aus zu leben und umzusetzen.

■ [sabine.lubow@basler.ch](mailto:sabine.lubow@basler.ch)

Reto Diezi

## Neuer Leiter Baloise Asset Management

Anfang März 2002 übernahm Reto Diezi (53) die Verantwortung als Chief Executive Officer (CEO) der Baloise Asset Management (BAM) in Basel. Im Zuge des Ausbaus der BAM zu einer Asset-Management-Einheit des Konzerns nimmt der neue Leiter eine zentrale Funktion wahr und ist Martin Wenk, verantwortlich für den Konzernbereich Asset Management, direkt unterstellt.

Die BAM strebt durch die Nutzung von Know-how-Synergien und die Erhöhung der operativen Sicherheit eine optimale Verwaltung der Versicherungsgelder an. Sie hat das Ziel, ins-

besondere durch Vermögensverwaltung für Dritte – so beispielsweise auch für die Baloise-Fund-Invest-Anlagefonds – neue, versicherungsunabhängige Erträge zu generieren.

Reto Diezi bringt für seine Aufgaben als Verantwortlicher für die BAM einen ausgezeichneten Erfahrungsschatz mit. Nach dem Studium der Wirtschaftswissenschaften in Zürich und dem Erlangen des Dokortitels mit der Auszeichnung «magna cum laude» arbeitete der gebürtige Zürcher bei verschiedenen Bankinstituten im Investment-Bereich. Zuletzt war Reto Diezi bei der Zürich Investmentgesellschaft in Frankfurt am Main als Geschäftsführer Zürich Invest und Mitglied der Geschäftsleitung tätig und für Produktentwicklung, Marketing und Business Development verantwortlich.

Im Zuge des Ausbaus nimmt Reto Diezi eine zentrale Funktion wahr.



# «Sich selber treu sein»

**Die Bâloise richtet sich strategisch aus zum integrierten Finanzdienstleister. Die damit gestiegene Fülle und Komplexität der Herausforderungen an der Konzernspitze machte eine Trennung der bisherigen Funktionen nötig.**

**Anfang März 2002 hat Frank Schnewlin die operative Leitung der Bâloise-Gruppe übernommen. Wer ist dieser Mann? Kurz gefragt, kurz geantwortet.**

**Ein Berner von der Zürich zur Bâloise: Worauf sind Sie am meisten gespannt?**

Finde ich bei der Bâloise ein unternehmerisches Umfeld, welches die Schnelligkeit des Zürchers mit der Bodenständigkeit des Berners und mit dem Witz und Charme des Baslers vereint?

**Welche Charakterzüge haben Sie als Teenager bewundert?**

Mut und Zivilcourage gegenüber dem Establishment.

**Wie schätzen Sie sich heute als 51-Jähriger ein?**

Stärke: Ich habe den Blick für das Wesentliche geschärft und handle konsequent danach.  
Schwäche: Ungeduld und wenig Toleranz für Mittelmässigkeit.

**Fast zwanzig Jahre hielten Sie der Zürich die Treue: Was nehmen Sie mit?**

Vielseitige Erfahrung und die Überzeugung, dass Vertrauen das wertvollste Gut eines Unternehmens und seiner Führung ist.

**Was tun Sie in Ihrer Freizeit am liebsten?**

Zeit mit meiner Frau und unserem 6-jährigen Sohn zu verbringen: beim Skifahren, Schwimmen, Bergwandern, Reisen, mit meinem Sohn spielen und ihm eine Gute-Nacht-Geschichte erzählen.

**Wem möchten Sie ähnlich sein?**

Es gibt viele Vorbilder – aber letztlich liegt die Herausforderung darin, den Mut zu haben, sich selber treu zu sein.

**Warum haben Sie sich für die Bâloise entschieden?**

Die Bâloise ist ein attraktives, erfolgreiches und respektiertes Unternehmen, auf das alle Mitarbeiter stolz sein können.

■ [sabine.lubow@basler.ch](mailto:sabine.lubow@basler.ch)



## Frank Schnewlin

Als neuer Chief Executive Officer ist Frank Schnewlin Vorsitzender der fünfköpfigen Konzernleitung mit den Bereichen Schweiz, Finanz, Asset Management, Corporate Center und International. Den letztgenannten Bereich wird Frank Schnewlin selbst leiten.

Der aus dem Kanton Bern stammende Schweizer studierte Betriebswirtschaft an der Universität St. Gallen, an der London School of Economics und an der Harvard Business School. Er war von 1983 bis zu seinem Wechsel zur Bâloise bei der Zurich Financial Services Group in verschiedenen, hauptsächlich internationalen operativen Führungsfunktionen tätig, davon rund neun Jahre in der Konzernleitung. Der neue CEO verfügt über eine langjährige, breite internationale Erfahrung in der Marktführung wie auch in der Leitung geschäftsübergreifender Funktionen wie Finanzen und Konzernentwicklung.

Frank Schnewlin ist 51 Jahre alt, verheiratet und Vater eines Sohnes.

# Das Telefon ist auch nur ein Mensch

Es ist Freitag Nachmittag um vier. Trulliger\* behändigt sein Mobile. Mit traumwandlerischer Sicherheit, die den wahren Könnern verrät, drückt er die Tasten. Hugentobler\*, sein Finanzberater der «Fix-it-Bank», soll ihm die letzten Börsenaufträge erledigen. Bald ist Wochenende. Doch auf «Fix-it» scheint Verlass zu sein, hat einen guten Ruf und Hugentobler jede Menge Stellvertreter. Sie nennen sich Finanzberatungsteam. Und einen griffigen Slogan haben sie auch: why worry?

Der Summton auf der Direktwahlnummer Hugentoblers ertönt. Ein kaum hörbares Knacken lässt Trulliger nichts Gutes ahnen: Anrufumleitung! Tatsächlich: Combox – immerhin hat man sich die Mühe genommen, eine persönliche Nachricht draufzusprechen. Trulliger hinterlässt eine Botschaft. Doch ob der Rückruf vor fünf kommen wird?

Zur Sicherheit hat Trulliger eine zweite Nummer, die er jetzt anwählt: Telesekretär. Die ersten Unmutsregungen steigen in ihm hoch. Doch halt: Die haben ein Call-Center, steht auf der Assistance-Karte. «Fix-it, guten Tag», sagt eine sympathische



Frauenstimme. Trulliger freut sich über den menschlichen Kontakt, bis er merkt: Die Frau kann ihm nicht antworten. Silicon Sue nennen sie die Dame in Trulligers Firma. «Unsere Leitungen sind leider alle besetzt. ... Für Hilfe drücken Sie die Taste Eins.» Trulliger tut wie ihm geheissen. Endlich: Die Telefonzentrale meldet sich. «Wen suchen Sie? Hugentobler? In welcher Abteilung arbeitet der?» Mit dem Mut der Verzweiflung – der Zeiger steht mittlerweile auf zehn vor fünf – entgegnet Trulliger: «Der ist Finanzberater bei Ihnen.» – «Kenn ich nicht, einen Moment.» «Hier Hugentobler, was wollen Sie?» Die Stimme klingt fremd. Trulliger kocht. «Geben Sie mir endlich Hugentobler, meinen Finanzberater!» – «Gerne, bleiben Sie dran.» Schweisstropfen suchen sich einen Weg durch Trulligers Gesicht. Es knackt erneut in der Leitung. «Hier spricht das automatische Sprachverarbeitungssystem der Firma «Fix-it» ...

■ thomas.kaehr@basler.ch

\*Namen der Redaktion bekannt und geändert

Thomas Sieber

## Neuer Sekretär des Verwaltungsrates

Seit Anfang April 2002 fungiert Thomas Sieber zusätzlich als Sekretär des Verwaltungsrates der Bâloise-Holding. Vor vier Jahren trat der 37-jährige St. Galler in den Dienst der Bâloise-Gruppe. Seit September 2001 leitet Thomas Sieber die Abtei-



lung Recht + Steuern im Konzernbereich Corporate Center. Zu seinen Aufgaben gehören die juristische Beratung der Konzernleitung sowie der ausländischen Tochtergesellschaften. Des Weiteren obliegen ihm die juristische Begleitung von Projekten und Vertragsverhandlungen sowie die Beratung und die Planung von Angelegenheiten der Konzern-Steuerbelange.

Eine offene und kommunikative Persönlichkeit, verbunden mit tiefen Fachkenntnissen: ideale Voraussetzungen für die neue Funktion von Thomas Sieber.

# Auf Buschs Spuren

**«Einszweidrei, im Sauseschritt läuft die Zeit, wir laufen mit...», so tönt's in Wilhelm Buschs «Julchen». Passen könnte diese Aussage auch auf seinen Namensvetter Heinz Busch: Immer in Bewegung, immer auf Achse war dieser aus dem Luzernischen stammende Mann.**

Als Bâloise-Mitarbeiter fing er 1957 am Hauptsitz in der Abteilung Rückversicherung an, war für das Unternehmen in England und Frankreich tätig und landete 1967 bei der Firma IRM/Anglo Swiss, der er bis 1980 in leitender Stellung angehörte. Dann, im selben Jahr, der grosse Schritt in die Selbstständigkeit, doch blieb er mit der Bâloise verbunden: Mit Arbeitskollege und ehemaligem Bâloise-Mitarbeiter Hans Moser sowie weiteren Personen aus seinem geschäftlichen Umfeld legte er den Grundstein für eine eigenständige Maklerfirma: Zusammen mit der englischen C. E. Heath als Partner entstand die Haakon Ltd. (siehe Kasten). In den ersten Jahren war die Tätigkeit der Haakon auf den nordamerikanischen Markt ausgerichtet. Sehr früh wurde aber auch das Asien-Portefeuille aufgebaut, wo Heinz Busch wichtige erste Kontakte knüpfte, so auch in Nordkorea. Heute stammt der grösste Kunde aus diesem Land. 1992 eröffnete er eine Niederlassung in Hongkong. Sein Erfolgsrezept? Lassen wir ihn das selber erklären: «Ich bin ein guter Zuhörer und habe die Fähigkeit, mich in andere Menschen hinein zu versetzen.» Vor etwa 15 Jahren hat der heute 65-Jährige seine Reisetätigkeit eingestellt und war bis zu seiner Pensionierung, Ende Januar 2002, für den Bereich Administration/Finanzen verantwortlich.

Der sechsfache Grossvater hofft, nun mehr Zeit zu haben für die Familie und seine sportlichen Hobbys: Velo- und Skifahren, Schwimmen, Pistolenschiessen.

Im letzten Herbst hat er sich auf einer Fernostreise von seinen Geschäftspartnern verabschiedet. Heinz Busch ist froh darüber, die grosse Verantwortung abgeben zu dürfen. Schwer fällt ihm die Trennung trotzdem: Viele Haakon-Mitarbeitende kennt er seit über 30 Jahren und bezeichnet sie als seine zweite Familie. Als Berater wird er aber der Firma weiterhin erhalten bleiben.

## Haakon Ltd: eine erfolgreiche Tochter

Ein Rückversicherungsmakler beschäftigt sich mit dem Vermitteln, Designen und Platzieren von Rückversicherungs-Programmen für Erstversicherer. Seit Jahren behauptet sich die Haakon Ltd. auf diesem Gebiet in diesem internationalen Markt äusserst erfolgreich: Das 19-köpfige Team von Spezialisten überzeugt seine Kunden durch hochstehende Serviceleistungen und meist langjährige Partnerschaft.

In der zweiten Hälfte der Achtzigerjahre drängte der Verlust des Nordamerika-Marktes die Haakon in Engpässe. Durch die Fusion mit einem anderen englischen Broker erfolgte eine strategische Neuausrichtung der damaligen Muttergesellschaft C. E. Heath. In dieser Phase sollten auch die ausländischen Beteiligungen und damit auch die Haakon Ltd. abgestossen werden. Das Management der Haakon prüfte zu jener Zeit verschiedene Alternativen: In der Folge beteiligte sich die Bâloise mit rund 70% an der Broker-Firma. Heute besitzt sie knapp 75% der Aktien. Die restlichen 25% sind in den Händen des Haakon-Managements. Als Tochtergesellschaft ist Haakon natürlich auch in die Platzierungen für die Passive Rückversicherung der Bâloise mit einbezogen.

- hm@haakon.ch (Hans Moser)
- michael.mueller1@basler.ch



«Ich gehe mit einem lachenden und einem weinenden Auge. Den Kontakt zu den Haakon-Mitarbeitenden werde ich am meisten vermissen», sagt Heinz Busch.

Luzius Gloor

## Respekt vor den Menschen

Im November letzten Jahres ist Luzius Gloor nach kurzer schwerer Krankheit in seinem 73. Lebensjahr verstorben. Mehr als 40 Jahre stand er im Dienste der Bâloise. Mit 22 Jahren trat er bei der Basler-Transport ein und war anfangs mehrheitlich im Ausland tätig: Liverpool, London, Paris, Bogotá hiessen seine Stationen. Dank dieser vielfältigen Erfahrungen wurde Luzius Gloor Leiter Ausland/Transport in Basel, später übernahm er die Gesamtverantwortung für das Auslandgeschäft.

1991 wurde der gebürtige Basler Vorsitzender des Direktoriums. Von der damaligen Hauszeitung gefragt, ob er den Führungsstil ändern wolle, antwortete er: «Das ist keineswegs meine Absicht. Im Vordergrund steht für mich der Respekt vor den Menschen.» Er galt als begnadeter Menschenkenner: Mit grosser Treffsicherheit wählte er die richtigen Leute aus und war selber ein fördernder wie auch fordernder Chef.

Luzius Gloor war kein typischer Manager. Wie oft waren ausländische Gäste verblüfft, wenn er – statt mit einer grossen Limousine – mit seinem Fahrrad vorfuhr. Jeglichen Verzicht auf Statussymbole und Privilegien lebte er vor – wie auch den sparsamen Umgang mit Geld und anderen Ressourcen. Ethik war Kerninhalt seines Verständnisses von Führung. Aus ethischen Gründen befasste er sich auch sehr früh mit ökologischen Fragen.

Nach seiner Pensionierung 1993 widmete er sich – neben seinem Engagement für die Politik in seiner Heimatstadt Basel – intensiv der Theologie: Er besuchte Lehrgänge an der Universität der Rhein- stadt und diskutierte engagiert über Fragen zum Thema Religion.

Luzius Gloor war stets Optimist. Im Wissen um die Schwere seiner Krankheit ist er auch seinen letzten Weg mit viel Mut gegangen.



Jon Pinösch

## Die Bâloise-Gesellschaften zusammengeführt

Mehr als 30 Jahre stand Jon Pinösch im Dienste der Bâloise. 1945 begann der Jurist als Subdirektor bei der Direktion der Basler-Leben. Dank seiner ausgesprochenen Führungseigenschaften war ihm ein rascher Aufstieg beschieden: 1950 erfolgte die Ernennung zum Direktor, 1956 zum Generaldirektor. Beim Zusammenschluss der Basler Versicherungs-Gesellschaften wurde er zum Mitglied des Direktoriums ernannt; bis zu seiner Pensionierung 1975 stand er diesem Gremium speditiv und umsichtig vor.

Die Trennung der Sparten Unfall/allgemeine Haftpflicht und Motorfahrzeug von der Basler-Leben und vor allem die Vorbereitung und die Durchführung der Fusion aller Basler-Gesellschaften prägten das Geschehen während seiner Tätigkeit: Jon Pinösch war ein engagierter Befürworter dieses Zusammenschlusses. Er sah die Probleme stets in einem grösseren Rahmen und suchte überall nach einfachen, auch juristisch einwandfreien Lösungen.

Neben seinen Aufgaben war er auch in verschiedenen Kommissionen aktiv: Mit unermüdlichem Einsatz war er bestrebt, für die gesamte schweizerische Privatassekuranz wichtige Probleme zu lösen. Zu denken ist dabei besonders an die Revision des Versi-

cherungsaufsichts-Gesetzes, bei welcher er auch in der Eidgenössischen Expertenkommission mitwirkte.

Jon Pinöschs grosse Begabung lag darin, Menschen zu motivieren. Diese Gabe war verbunden mit einer gewinnenden Liebenswürdigkeit und grossem diplomatischem Geschick. Im Februar ist Jon Pinösch in seinem 92. Lebensjahr verstorben.



## immi 2002: «Gemeinsam stark»

**Konzern** Die letzten drei Tage im August stehen dieses Jahr erneut im Zeichen von «immi». Das Internationale Management-Meeting Interlaken findet alle zwei Jahre statt. «Gemeinsam stark» lautet das Motto von «immi 2002» für 150 Top-Führungskräfte aus Belgien, Deutschland, Luxemburg, Österreich und der Schweiz, die von der Konzernleitung beauftragt sind, ihren besonderen Beitrag zur Weiterentwicklung und Stärkung der Unternehmung zu leisten. Im Zentrum der Projektarbeiten stehen dieses Jahr die drei folgenden Themen:

### Markt

Die Basler richtet sich als Integrierter Finanzdienstleister aus und will damit markante Ergebnissteigerungen erzielen. In den vier Teilprojekten «Strukturvertrieb», «Multichannel-Management», «Makler» und «Integrierte Finanzdienstleistung» werden entsprechende Wachstumspotenziale für die Bâloise untersucht. Leitung: Urs Berger (CEO Schweiz) und Martin Wenk (Leiter Konzernbereich Asset Management) sowie Wolfgang Fauter (CEO Deutscher Ring) und André Bredimus (CEO Bâloise Luxembourg).

1998, 2000 und 2002, Hotel Victoria-Jungfrau: Die Bâloise-Gruppe trifft sich zum Internationalen Management-Meeting Interlaken.



### Wertorientierte Unternehmensführung

Hier geht es um die Erarbeitung und die Umsetzung eines wertorientierten Unternehmensführungs-Verständnisses. Im Rahmen von realen Fallstudien wird aufgezeigt, wie der «Wert-Gedanke» in verschiedenen Bâloise-Projekten zum Tragen kommt. Anhand eines Business-Spiels werden die Grundgedanken der wertorientierten Unternehmensführung erarbeitet. Leitung: Wolfgang Drunk (Leiter Konzernbereich Finanz), Bruno Dallo (Leiter Konzernbereich Corporate Center), Winfried Anolick (CEO Basler Deutschland) und Ronald Everaert (CEO Mercator).

### Corporate Values

Die Frage der Entwicklung und der Pflege gemeinsamer Werte zur Festigung einer konzernübergreifenden Kultur als Basis für die erfolgreiche Entwicklung der Bâloise ist von besonderer Bedeutung. Leitung: Lothar Mayrhofer (CEO Basler Österreich) und Thomas Kähr (Leiter Corporate Communications).

«immi» ist zur Tradition geworden. Die Einmaligkeit jeder Ausgabe darf neugierig machen.

■ [sabine.lubow@basler.ch](mailto:sabine.lubow@basler.ch)

## Führungsleitlinien – und das war nur der Anfang!

**Schweiz** Vor einem Jahr wurden die neuen Führungsleitlinien mit einem farbenfrohen Kick-off lanciert (vgl. Magazin 2/01). Unterdessen sind die Leitlinien in der ganzen Organisation verankert. Kaskadenartig wurden auf jeder Stufe Workshops durchgeführt, in denen der Vorgesetzte sein Führungsverhalten mit seinem Team analysierte. Grundlage dafür war eine anonymisierte Bewertung sämtlicher Vorgesetzter durch ihre Mitarbeiter. Ausgehend von diesen Bewertungen gaben Workshops in der Gruppe die Möglichkeit, konstruktiv und offen über das Führungsklima zu sprechen. Überall sind individuell pro Team Verbesserungsmaßnahmen beschlossen worden.

Erklärtes Ziel der Basler Schweiz: Umfragen und Workshops regelmässig wiederholen, um auch bei der Führung eine kontinuierliche Verbesserung sicherzustellen.

Ausserdem werden 2002 die interne Top-Down-Kommunikation und die Mitarbeitergespräche optimiert. Dabei sieht das Konzept vor, dass Informationen über Beschlüsse der Geschäftsleitung rasch, einheitlich und verständlich mitgeteilt werden sollen. Geplant sind auch regelmässige «Wellness-Gespräche», Mitarbeitergespräche also, die die Befindlichkeit der beteiligten Personen zum Gegenstand haben.

■ [bernhard.sterchi@basler.ch](mailto:bernhard.sterchi@basler.ch)

## Der Abschlag in die Zukunft

Ist es nicht schön, wenn sich kompetente Berater um die Geldangelegenheiten kümmern, während man selbst unbekümmert seiner Leidenschaft, dem Golfspiel, nachgehen kann?

Die in die Zürcher FESPO (Ferien- und Sportmesse) integrierte Sondermesse «World of Golf» gilt als Treffpunkt von Golfern und Golf-Interessierten. Ende Januar 2002 konnte man sich bei mehr als 120 Ausstellern über die neuesten Angebote informieren.

Zwischen Golfballherstellern, Caddy-Verkäufern und Golfreisen-Anbietern stand die Baloise Bank SoBa mit einer Beratungszone, einer kleinen Bar und einem originellen Putting Green den Messebesuchern für die Bereiche Vermögen, Vorsorge und Versicherung zur Verfügung. Die diesjährige «World of Golf» wurde unter dem Slogan «der Abschlag in die Zukunft» propagiert.



Die Baloise Bank SoBa ist seit fünf Jahren als Golf-Sponsor tätig und veranstaltet jährliche Kunden-Golf-Trophys, die grossen Anklang finden.

Ihr elektronisches Putting Green, bei dem der Golfball am Ende des Greens eingelocht werden musste, war an der Messe nicht nur für Golfprofis eine kleine Herausforderung: Auch Kinder erfreuten sich am Spiel – besonders wenn sie einen echten SoBa-Golfball nach Hause nehmen durften.

■ [nancy.gribi@basler.ch](mailto:nancy.gribi@basler.ch)

Das Private-Banking-Team der Baloise Bank SoBa wünscht sich für den Abschlag in die Zukunft einen «hole in one».

## Vorzeigeprojekt im Immobilienmarkt

Vielleicht erinnern Sie sich? Im Sommer 2001 konnten wir über einen erfolgreichen Spatenstich für die Ökoüberbauung in Stäfa bei Zürich berichten. Bereits haben wir den nächsten Meilenstein hinter uns: Im Februar 2002 fand das Richtfest statt.

Anfang Mai geht's weiter: Presse-Anlass und «Tag der offenen Tür». Ab diesem Datum steht auch eine Musterwohnung für Mietinteressenten zur Verfügung. Die Überbauung sollte in der zweiten Septemberhälfte fertig sein, die Wohnungen können offiziell ab 1. Oktober bezogen werden.

Durch den Einsatz von umweltverträglichen Produkten und Materialien und die Verwendung von energiearmen Installationen und Konzepten wird dieses Bauwerk dem Anspruch der Ökologie absolut gerecht. Neben



Energieersparnis können erfreulicherweise auch die Baukosten im vorgegebenen Rahmen gehalten werden, und dies bei einer marktkonformen Rendite. Insbesondere wird hier dem Aspekt der Baubiologie (Stichwort Elektrosmog) eine wichtige Rolle zugewiesen.

Mit diesem Projekt zeigt die Basler im Immobilienmarkt zukunftsweisende, innovative Perspektiven auf und dokumentiert die Bereitschaft zu einem schonenden Umgang mit den Ressourcen – nicht nur kurzfristig, sondern auch langfristig beim Betrieb.

■ [bruno.rogg@basler.ch](mailto:bruno.rogg@basler.ch)

Ökohaus-Architekt Andrea Rüedi aus Chur referierte über das Energiekonzept und die wichtige Rolle der Baubiologie.

Schweiz

Konzern

## Telearbeit beim Deutschen Ring im Test

### Deutschland

Der Deutsche Ring hat Ende 2001 das Projekt «alternierende Telearbeit» mit insgesamt 15 Mitarbeitenden aus den Bereichen «Kranken» und «Informatik» gestartet. Als Faustregel gilt, dass 40% der monatlichen Arbeitszeit zu Hause stattfinden sollen und 40% der wöchentlichen Arbeitszeit in der Hauptverwaltung, wobei die Tätigkeiten der Testbereiche einen hohen Anteil an Sachbearbeitung und an konzeptionellen Arbeiten beinhalten sollen.

Ziel der Mitarbeitenden ist ein Mehr an erreichter Eigenverantwortung, Motivation und eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und privaten Interessen. Ziele der Geschäftsleitung sind Effizienzsteigerung und Raumersparnis, denn vielleicht wirke sich – laut RingMagazin 4/01 – das ungestörte Arbeiten zu Hause auch positiv auf die Qualität und die Menge aus, wodurch sich eine Kostenreduzierung ergeben würde. Der

Deutsche Ring wird so auch als Arbeitgeber attraktiver, weil Beruf und Familie mit der Telearbeit leichter koordiniert werden können, bestehende Servicezeiten besser erfüllt werden und lange Fahrzeiten zur und von der Arbeit entfallen. Dennoch muss für die Kinderbetreuung auch in der Zeit «zu Hause» gesorgt werden.

Obwohl sich während der Testphase nur ausgewählte Testbereiche beteiligen können, soll der Test Ergebnisse für eine möglicherweise generelle Einführung der alternierenden Telearbeit beim Deutschen Ring erbringen.

■ [andrea.scherer@basler.ch](mailto:andrea.scherer@basler.ch)

## Meister im Firmen-Skisport

### Schweiz

Anfang Februar 2002 fanden in Grindelwald die 12. schweizerischen Firmen-Skimeisterschaften statt. Zum zweiten Mal waren vier Basler-Mitarbeitende dabei. Unter nahezu 400 Teilnehmenden, die in Viererteams antraten, gelang es der Basler-Mannschaft, die Tagesbestzeit zu realisieren und sich damit als Schweizer Meister feiern zu lassen. Als Gewinn lockte eine Reise an die japanischen Firmen-Skimeisterschaften. Da die Winner-Crew bereits letztes Jahr als Sieger ins Land der aufgehenden Sonne reisen durfte und auch dort den 1. Platz in der Teamwertung errang, wurde der diesjährige Preis laut Reglement an den Nächstplatzierten weitergegeben.

Zur Firmen-Skimeisterschaft sind Schweizer Unternehmen zugelassen, die im Handelsregister eingetragen sind. Mediensponsor ist die Schweizer Wirtschaftszeitung

CASH. Neben helvetischen Skikanonen starten jeweils auch die Gewinner der Firmen-Skimeisterschaften aus Japan. Die Rennen werden in zwei Läufen ausgetragen, alle vier Fahrer starten gemeinsam. Sobald der letzte Läufer im Ziel ist, wird die Zeit gestoppt. Mit einem Vorsprung von nur einer Hundertstelsekunde gewannen die Bâloisianer erneut das diesjährige Rennen. Herzliche Gratulation.

■ [manuel.zurbuchen@basler.ch](mailto:manuel.zurbuchen@basler.ch)



Sind dieses Jahr ohne Druck gefahren (von links): Manuel Zurbuchen, Interlaken, Daniel Kuster, Engelberg, Frederic Huber, Zermatt, Emil Anthamatten, Saas-Allmagel

## «Das Weiberbuch, das Männer heimlich kaufen!»\*

Die Sprache der Männerwelt ist stärker und lauter als die der Frauen. Sie ist durchsetzt mit Vokabeln aus Militär und Kampfsport.

Leider sind viele Männer der Ansicht, dass «man» sich Frauen am besten fern von «seiner» Welt hält. Denn Frauen sind lästig, weil man nicht mehr ungeübt das Jackett ausziehen kann, wenn einem heiss ist, und weil man nach getaner Arbeit noch nicht mal über einen derben Männerwitz lachen kann – da fast alle solchen Witze von Frauen handeln.

Frauen nerven mit ihrem Perfektionismus, sie bringen Unruhe in die Meute, wenn sie attraktiv sind, und sie haben eine Art zu kommunizieren, die so ganz anders ist als die der Männer. Wie können sich Frauen sprachlich in einer von Männern dominierten Wirtschaft behaupten, wie sich Gehör verschaffen? Ganz einfach: mit einer zickenhaften Strategie der fröhlichen Frechheit! Frech sein, ja – doch bitte stets freundlich, immer mit einem Lächeln auf den Lippen.



Also liebe Zicken: Seid frech, aber freundlich, seht gut aus, doch nicht unverschämte gut, sonst macht ihr den männlichen Kollegen Angst. Seid direkt, bestimmt, zielstrebig und selbstbewusst. Doch vor allem eines: Haltet zusammen, zeigt Solidarität unter Euresgleichen! Denn all die gute Ausbildung, all die Sprachbegabung, all die praktischen Manager-Fähigkeiten, meinewegen auch all die Schönheit nützen den Frauen nämlich nichts, wenn sie nicht endlich lernen, solidarischer zu sein, ganz besonders in der Wirtschaft.

Das ist die wichtigste Lektion dieses «Zickenlateins»!

Darum liebe Zicken: Sucht euch Freundinnen im Geschäft, ladet sie zu euch nach Hause ein, spielt Damenfussball, gründet Weiberclubs, pflegt Frauenkontakte und geniesst es, unter Frauen ganz und gar Frau oder auch Zicke zu sein.

■ Sibylle Ledermann

\*F.A.Z.-Institut, 116 Seiten, Preis ca. CHF 24.– / Euro 15.–

## Ein gelungener Start

Ende 2001 war die Radrennstrecke im Genter «Kuipke» wieder Austragungsort des Sechs-Tage-Rennens. Den Sieg sicherte sich das belgisch-australische Duo Matthew Gilmore und Scott McGrory. An der Seite des deutschen Andreas Kappes erreichte der belgische Veteran Etienne De Wilde den 3. Platz.

Ein anderer Anziehungspunkt war die belgische Bâloise-Tochter Mercator, einer der Hauptsponsoren der Veranstaltung. Der neue Name und das neue Logo der Finanzdienstleistungsgruppe waren Blickfang auf der gesamten Strecke.

Zwei Radrennfahrer verteidigten die Farben

von Mercator: die Schweizer Bruno Risi und Kurt Betschart, Gewinner 1993 und 1996. In ihren neuen grünen Mercator-Trikots waren sie den späteren Siegern konstant auf den Fersen und landeten schliesslich auf dem 2. Platz. Silber für Mercator bei einem ihrer ersten öffentlichen Auftritte: ein gelungener Start.

■ tom.melis@mercator.be



Bonmot zum Startschuss:  
Mark Lambrechts, CEO Mercator Bank, zu ex-Radrennfahrer Patrick Sercu aus Belgien:  
«Sind Sie sicher, dass dieses Handy funktioniert ...?»

Belgien

## Ein verlässlicher Vorsorge-Partner

**Schweiz** Vor zwanzig Jahren wurde die Stiftung Sozialfonds für das Gewerbe (SFG) im Fürstentum Liechtenstein gegründet mit dem Ziel, für alle kleineren und mittleren Unternehmen eine eigene Personalvorsorge-Einrichtung zu schaffen. Heute ist die grösste liechtensteinische Pensionskasse kaum mehr wegzu-denken: Für fast 9 000 Versicherte wird eine kostengünstige Vorsorge-Lösung für das Alter, bei Erwerbsunfähigkeit und bei Todesfall angeboten.

Die betriebliche Personalvorsorge wird als halbautonome Pensionskasse geführt, d. h., den Altersvorsorgeteil verwaltet die Stiftung selbstständig, die IV- und die Todesfallrisiken sind bei diversen Unternehmen rückversichert. Dabei wirkt die Bâloise seit Bestehen als federführende Rückversicherungsgesellschaft mit einem Anteil von 51%. Der bisherige Leistungsausweis kann sich sehen lassen: Gewähr

einer vergleichsweise hohen Überschussbeteiligung, sehr gute Zusammenarbeit mit immer gleichen Ansprechpartnern.

An der Jubiläumsfeier von Ende 2001 in Vaduz fasste Werner Fahrni, Direktionsmitglied der Bâloise, vor rund 500 Gästen zusammen: «Sie wissen, dass Sie mit unserem Unternehmen einen verlässlichen Partner haben. Wir haben das in den vergangenen zwanzig Jahren bewiesen. Nachdem wir inzwischen mit einer eigenen Bank ausgerüstet sind, können wir in Zukunft zusätzlich einen guten Service aus einer Hand anbieten.»

■ [manuela.gregori@basler.ch](mailto:manuela.gregori@basler.ch)

Im kleinen Liechtenstein ganz gross: die betriebliche Vorsorge-Einrichtung «Sozialfonds für das Gewerbe» mit rund 9000 Versicherten.



## Basler-Smart-Fonds: Spitze!

**Österreich** Investment-Fonds haben in den letzten Jahren in Österreich einen enormen Popularitätsboom erfahren. Diese beachtenswerte Erfolgsgeschichte wurde nun zum ersten Mal im Rahmen des «Option – erster österreichischer Dachfonds-Award 2001» anonym und objektiv gewürdigt. Initiiert wurde diese Aktion vom renommierten Fachmedium «Option – Das Magazin für Geld und Anlage». In der Bewertung wurden alle in Österreich angebotenen in- und ausländischen Dachfonds berücksichtigt. Die drei Basler-Smart-Fonds schnitten bei diesem Wettbewerb hervorragend ab. Zwei davon wurden sogar mit einem Dachfonds-Award ausgezeichnet:

Der Basler-Smart-Fonds «Active» belegte in der Kategorie «Aktienfondsanteile bis 75%» in der Einjahres-Performance den 3. Rang. Der erfolgreichste Basler-Smart-Fonds war der «E-Special», der in der Kategorie «Aktienfondsanteile bis 100% mit IT-Beimischung» ebenfalls in der Einjahres-Performance mit dem 1. Rang ausgezeichnet wurde.

■ [silvia.puder@basler.at](mailto:silvia.puder@basler.at)



Spitzenleistung von Basler-Spitzenleuten (von links): Vorstandsmitglied Thomas Riess, CEO Lothar Mayrhofer, Marketing-Spezialist Eduard Jatschka und Gerald Diglas von C-Quadrat.

## Für den Schadenfall top fit

Bestnoten für die Basler: Im Sinne des Werbeslogans «in good company» lässt sie ihre Kunden im Schadenfall nicht im Regen stehen. Sie zeichnet für Verlässlichkeit, Freundlichkeit, Kompetenz und Schnelligkeit. Dies zeigen die Ergebnisse einer Studie, welche die Kundenzufriedenheit und die -bedürfnisse bei der Schadenerledigung in den Branchen Motorfahrzeug, Sach und Privathaftpflicht durch die dezentralen Leistungszentren Ende 2001 erhob. Mit Hilfe dieser Studie wird ein regelmäßiges Überprüfen der Kundenzufriedenheit sichergestellt.

Der Schadenfall ist der «Augenblick der Wahrheit», eine delikate Situation in der Beziehung zwischen Versicherer und Klient. Die Leistungszentren wissen diese Chance zu nutzen. Der Basler-Schadensbearbeitungsprozess wurde mit einer Note von 5,49 (Bestnote 6) gegenüber letztem Jahr mit 5,43 sogar

noch besser bewertet. Die meisten Kunden fühlen sich menschlich verstanden und gut in ihren Interessen vertreten. Auch die Partner – Garagisten und Handwerker –, die vermittelt werden, haben in Sachen Freundlichkeit und Kompetenz einen guten Eindruck hinterlassen. Daher ist es nicht verwunderlich, dass 78% der Befragten die Basler nach einem Schadenfall weiterempfehlen würden. Applaus für alle Leistungszentren!

■ sascha.brodmann@basler.ch

Schweiz

## Ein ausgezeichneter Fonds

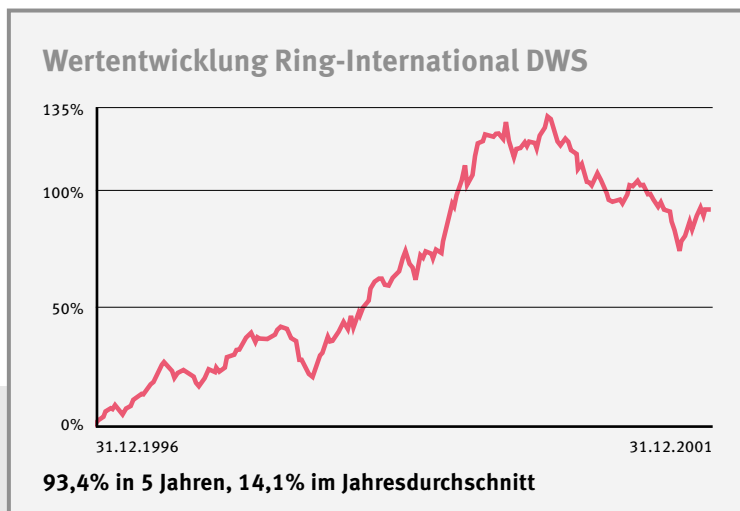
Der Fonds «Ring-International DWS» investiert in internationale festverzinsliche Wertpapiere und Aktien. Entsprechend den Börsentrends liegen die Anlageschwerpunkte in Aktien- oder Zinspapieren. «Diese Mischung erlaubt eine schnelle Änderung des Anlageschwerpunktes. In guten wie in schlechten Börsenzeiten stellt der Fonds somit eine Art goldene Mitte für Anleger dar», erläutert Jürgen Meyer von der Deutschen Ring Financial Services GmbH. Bei rückläufigen Aktienkursen können beispielsweise Teile des Fondsvermögens verstärkt in weniger kursabhängige Rentenwerte und gut verzinsliche Bankguthaben angelegt werden. Die Zahlen beweisen es: In den letzten fünf Jahren hat der

Mischfonds 93,4% zu-

gelegt, im Jahresdurchschnitt waren es 14,1% Wertsteigerung (Stand: 31.12.2001). Mittlerweile wurde «Ring-International DWS» von der Zeitschrift «Finanztip» mit dem Prädikat «Top-Investmentfonds 2000» ausgezeichnet. Bestnoten erhielt dieser Mischfonds auch aus Amerika: Von der weltweit führenden Rating-Agentur Standard & Poor's sowie von Morningstar, der renommierten Fonds-Rating-Agentur.

■ ju.meyer@deutscherring.de

Deutschland



Der Fonds «Ring-International DWS» stellt in guten wie in schlechten Zeiten eine goldene Mitte für Anleger dar.

## Hamburg: Baloise Art Prize

**Kunst** Wie bekannt, fördert die Baloise junge Künstler, welche an der internationalen Kunstmesse «Art» in Basel mit dem Baloise-Kunstpreis ausgezeichnet werden, auch, indem sie Werke aus dem aktuellen Schaffen ankauft und diese bedeutenden Museen schenkt.

Bereits zum dritten Mal hat die Baloise der Hamburger Kunsthalle ein Kunstwerk übergeben dürfen. Dieses Jahr ist es wiederum ein höchst beeindruckendes Werk, eine multimediale Rauminstallation, «Journey to the Edge of the World – The New Republic of St. Kilda», geschaffen vom schottischen Künstler Ross Sinclair.

St. Kilda ist eine Insel, die über tausend Jahre von aller Zivilisation abgeschnitten war und nach ihrer Entdeckung in der Mitte des 19. Jahrhunderts als entlegenster Vorposten des Vereinigten Königreiches galt. Als sich die ansässige

Bevölkerung nicht mehr selbst versorgen konnte, wurde sie 1930 evakuiert. Ein entrückter «anderer» Ort, den Sinclair in die Gegenwart zurückholt. Suggestive Bilder und Filmaufnahmen, historische Dokumente und Fragmente schottischer Folklore verbindet Sinclair in einer raumgreifenden Installation und schafft so einen einzigartigen Ort, der Vergangenheit heraufbeschwört, Verlust anschaulich macht und Ansätze einer Utopie aufscheinen lässt.

■ philipp.senn@basler.ch



VR-Präsident Rolf Schäuble (links) übergab im Beisein des Künstlers Ross Sinclair der Kunsthalle Hamburg eines der ausgezeichneten Werke.

## Basel: «Mann mit grauem Hemd»

**Kunst** Seit November 2001 sind im Kunstforum Baloise Werke des deutschen Künstlers Stephan Balkenhol zu sehen. Der Bildhauer fertigt Skulpturen aus roh behauenen Holz, farbig gefasst, unter- oder überlebensgross als Einzelfigur oder zu Figurengruppen angelegt: durchschnittliche Männer und Frauen, die nichts von sich preisgeben, nichts erzählen und nichts repräsentieren. Ob die Figuren des Bildhauers einmal wie nur abgestellt oder ein anderes Mal optimal platziert wirken – auf faszinierende Weise verbindet sich in ihnen die besondere Aura mit dem Alltäglichen, die Eigenständigkeit der Skulptur mit der Exponiertheit der menschlichen Existenz. Als Vorläufer dienten ihm neben mittelalterlichen Heiligenfiguren auch ägyptische Skulpturen

mit ihrer Ausstrahlung von Ewigkeit und Stille. Dazu Balkenhol: «Sie scheinen beides in sich zu vereinen. Sie vermitteln den Eindruck von Unvergänglichkeit, Realität und Gegenwart – ja sie haben fast etwas Zeitgenössisches an sich.»

Die Ausstellung in der Eingangshalle «Aeschenspark» am Konzernsitz in Basel wurde mit einer Vernissage in Anwesenheit des Künstlers eröffnet und dauert bis Mitte Mai 2002.

■ manuela.gregori@basler.ch



Balkenhol's Kunst ist ein offenes lebendiges Menschenbild, frei von gesellschaftlichen Festlegungen.

## Motorfahrzeug-Versicherung mit Umwelt-Engagement

Wer sein Auto bei der Basler versichert, unterstützt indirekt und ohne zusätzliche Kosten anteilmässig die naturnahe Pflege von über 1 200 Quadratkilometern Tropenwald in Brasilien oder das Aufforsten von 400 Hektaren baumloser Weideflächen in Costa Rica. Ökologie verlangt von der Mobilität gleichzeitig den Schutz der natürlichen Umwelt, die wirtschaftliche Effizienz und die gesellschaftliche Solidarität. Mit der Motorfahrzeug-Versicherung verknüpft die Basler die Vorteile heutiger Mobilität mit den Ansprüchen an Ökologie. Wo es die Anlagepolitik erlaubt und die Anforderungen an die Performance erfüllt sind, tätigt sie Kapitalmarkt-Investitionen gezielt in erfolgversprechende Nachhaltigkeits-Titel. So werden beispielsweise pro neu

ausgestellte Motorfahrzeug-Versicherung zwei Namenaktien der Firma Precious Woods gezeichnet. Die Basler ist mit einer institutionellen Anlage von rund 13% des Aktienkapitals am 1990 gegründeten, unter anderem in Forstprojekten in den Tropenwäldern tätigen Innerschweizer Unternehmen beteiligt.

■ [alfred.rikli@basler.ch](mailto:alfred.rikli@basler.ch)

Schweiz

in good company 



Während Sie gut versichert unterwegs sind...  
...investieren wir in nachhaltige Umweltprojekte...  
...mit jeder neuen Motorfahrzeugversicherung der Basler.

Mit unserer Motorfahrzeugversicherung sind Sie doppelt gut unterwegs. Einerseits profitieren Sie von besonders attraktiven Konditionen und andererseits unterstützen Sie das Engagement der Basler Versicherungen bei nachhaltigen Umweltprojekten wie Precious Woods in Costa Rica und Brasilien. Für jeden Neuantritt kaufen wir 2 Aktien von Precious Woods. Pro Jahr investieren wir rund 2.5 Mio. CHF. Damit kann Precious Woods ca. 400 Hektaren bzw. 400 000 Bäume pflanzen und pflegen. Schon heute gehören wir zu den grössten Aktionären. Auch im Namen unserer Versicherten.



**Ich will gut unterwegs sein:**

- Bitte senden Sie mir eine Motorfahrzeugversicherung
- Bitte senden Sie mir Ihren Umweltbericht
- Bitte senden Sie mir Unterlagen zu Precious Woods
- Bitte wählen Sie mit mir Kontakt auf

Name: \_\_\_\_\_  
 Firma: \_\_\_\_\_  
 Strasse: \_\_\_\_\_  
 PLZ/Ort: \_\_\_\_\_  
 Telefon: \_\_\_\_\_  
 E-Mail: \_\_\_\_\_

Coopern abbinden an Basler Versicherungen, Servicecenter, Postfach, 4002 Basel, Telefon 05600 24 800-800 oder [www.basler.ch](http://www.basler.ch)

Beim Abschluss einer Motorfahrzeug-Versicherung zeichnet die Basler zwei Namenaktien der Firma Precious Woods zu Gunsten eines Umwelt-Engagements in Brasilien und Costa Rica.

## Top5 – Aussendienst geehrt



Im März 2002 wurden die 50 besten Aussendienstmitarbeiter sowie die je fünf erfolgreichsten Verkaufsleiterteams und Generalagenturen prämiert. Zur Feier im Grand Hotel Dolder in Zürich fanden sich auch die Geschäftsleitungsmitglieder, die Gebietsdirektoren, die Generalagenten und der neue CEO der Bäloise-Holding, Frank Schnewlin, ein Daniel Fluri, Leiter Sales Management, (rechts aussen) und Urs Berger, CEO Schweiz, (erster von links) überreichten die Preise.

Hier sind sie, die Top-Leute (von links): Robert Flammer, Thalwil, Marcel Rizzo, Thun, Pablo Scala, Lugano, Markus Stöckli, Biel, und Alain Virchaux, Genf.

Schweiz

## **IMPRESSUM**

**Herausgeber:** Bâloise-Gruppe, Corporate Communications, Basel. Zur Bâloise-Gruppe gehören: Basler Versicherungen, Mercator, Deutscher Ring. **Redaktion:** Sabine Lubow, Leitung; Manuela Gregori, Monika Schweizer. **Redaktionskommission:** Anouk Bläuer Herrmann, Urs Erismann, Regula Düggelin, Wolfgang Herder, Antonia Hueber, Paule Peters, Karl Signer, Eduard Schultheiss, Max Voegelin. **Redaktionsadresse:** Bâloise-Gruppe, Konzernsekretariat/Kommunikation, Aeschengraben 21, Postfach, CH 4002 Basel, Telefon: ++41 61 285 84 79, Telefax: ++41 61 285 90 06, Internet: [www.baloise.com](http://www.baloise.com), E-Mail: [group.konzern@basler.ch](mailto:group.konzern@basler.ch). **Erscheint:** vier Mal jährlich in deutscher, französischer und flämischer Sprache. **Nächste Ausgabe:** Juli 2002. **Gestaltung/Desktop Publishing:** Ramstein Ehinger Associates AG, Basel; **Lithos:** Lithoteam AG, Allschwil; **Druck:** Basler Zeitung AG, Basel. **Fotos:** Fritz Balmer, Contexta, De Jonckheere (Kuipke), Gerd Emmen, Koma Fotografie, Maria Gambino, Jutta Jacob, Michael Pasdzior, Prisma, Jochen Reichwein, Reuters (J. B. Sieber), Peter Schnetz, Gerhard Weinkirn, David Willen.