

Nachgefragt bei CxOs

Podcast Tanskript

Zusammenfassung Stichworte

#tomorrowtoday, digital, divers, nachhaltig, Hiscox, Versicherungsbranche, Geschäftsmodell, Wachstum, Cyberkriminalität, Cyberversicherung, Wandel, Transformation, Tradition, Agilität, Dynamik, Extremwetter, Risikolandschaften, Kundenanforderungen, Wertebasis, Veränderungsdruck, Weiterentwicklung, Führungskompetenz, künstliche Intelligenz, Vertrauen, War for Talents, Qualifikation

Sprecher

Markus Niederreiner, Friederike Soennecken

Friederike Soennecken

Herzlich willkommen zu #tomorrowtoday, dem Accenture Strategy Podcast rund um die Themen Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Diversität. Mein Name ist Friederike Soennecken. Ich bin Geschäftsführerin bei Accenture im Bereich Strategy mit Fokus auf Banken und Versicherungen in der DACH-Region. Ich freue mich, Markus Niederreiner, CEO von Hiscox Deutschland, als unseren Gast begrüßen zu dürfen. Herzlich willkommen, Markus.

Markus Niederreiner

Hallo Friederike, ganz herzlichen Dank für die Einladung.

Friederike Soennecken

Markus, ich freue mich auf unser Gespräch heute und auch darüber, eine Menge mehr zu lernen über die Themen Digitalisierung, Nachhaltigkeit und

Diversität in der Versicherungsbranche, denn Hiscox ist eine Versicherung, die sich auf die Absicherung beruflicher und spezieller Risiken konzentriert. Dazu gehören unter anderem Versicherungslösungen für Cyberkriminalität – worüber wir gleich genauer sprechen – und Schutz von hochwertigem Privatbesitz wie Kunst. Lass uns aber doch mit einer persönlichen Frage an dich starten, denn du hast Studien in Wirtschaftswissenschaften, Management und Private Equity absolviert und das nicht nur in Deutschland, sondern auch in Großbritannien. Was treibt dich an, immer wieder weiter zu studieren und neue Themen zu lernen?

Markus Niederreiner

Ja, was mich ganz generell antreibt, ist das Thema Wachstum. Und dazu gehört für mich auch persönliche Weiterentwicklung. Und das bedeutet eben auch, immer wieder neue Kenntnisse und Fähigkeiten zu

erwerben und seinen Horizont zu erweitern. Da steckt mit Sicherheit viel persönliche Motivation und Neugier dahinter. Ich bin allerdings auch der Überzeugung, dass allein schon die Komplexität und Veränderungsgeschwindigkeit unserer Zeit eine konstante persönliche Weiterentwicklung erfordern, um sich eben auch für berufliche Verantwortung diese Flexibilität im Mindset zu erhalten. Dass ich damals mit Mitte 40 noch mal mich hingeworfen habe, um einen Abschluss in Private Equity zu machen, war vor allem getrieben aus einem persönlichen Interesse. Zum einen, weil Private Equity die Dynamik unserer Branche noch mal maßgeblich verändert hat, als große Investitionen in FinTechs, aber auch die Konsolidierung des Maklermarktes geflossen sind, und ich einfach die Basics dahinter verstehen wollte. Zum anderen aber auch, weil mich das Grundprinzip, Investition in Wachstumsprojekte schnell wirksam zu machen, interessiert hat.

Friederike Soennecken

Wachstum ist sicherlich ein guter Antrieb, aber trotzdem auch da meinen Respekt an dich für die Disziplin, weil neben dem Beruf noch immer weiter zu studieren ist ja auch nicht nur das persönliche Interesse, sondern auch ein zeitlicher Einsatz, den man dafür braucht. Und du hast ja nicht nur im Studium verschiedene Aspekte kennengelernt, sondern auch in deiner Karriere ganz unterschiedliche Situationen und Stationen durchlaufen – in der Beratung, bei der Allianz als große Versicherung, im Banking und nun bei Hiscox. Was macht Hiscox denn besonders für dich?

Markus Niederreiner

Ich bin ehrlich gesagt sehr dankbar, dass

ich die Transformation unserer Branche aus verschiedenen Perspektiven begleiten durfte und damit Erfahrung aus der Arbeit in ganz unterschiedlichen Marktsegmenten, Ländern, Unternehmenskulturen und auch Organisationsstrukturen sammeln konnte. Hiscox ist für mich besonders aus mehreren Gründen. Wir zeichnen uns durch eine Unternehmenskultur aus, die eine hohe Performanceorientierung verbindet mit einer sehr partnerschaftlich orientierten Wertebasis. Was Hiscox immer wieder neu geschafft hat, ist, die Stabilität, die Internationalität, die Finanzstärke eines über 100-jährigen börsennotierten Versicherungsunternehmens zu verbinden mit der Dynamik und Agilität eines echten Wachstumsunternehmens. Und diese Fähigkeit, sich schnell auf Marktveränderung einzustellen, schafft einfach ein extrem dynamisches und auch inspirierendes Arbeitsumfeld. Ein Arbeitsumfeld, das es ermöglicht, in und mit dem Unternehmen zu wachsen und auch Branchenentwicklungen immer wieder aktiv mitzugestalten.

Friederike Soennecken

Du hast die lange Historie und die Neuartigkeit jetzt vereint. Ich würde sagen, von außen gilt die Versicherungsbranche erst mal als traditionell mit lang etablierten Geschäftsmodellen und klassischen Führungsstrukturen. Wie erlebst du denn in der Versicherung den Wandel hin zur Digitalisierung? Und würdest du sagen, Hiscox ist da einer der jungen Wilden?

Markus Niederreiner

Ja, dass die Versicherungswirtschaft eher traditionell geprägt, hätte ich zu

meinem Einstieg vor über 20 Jahren so noch unterschrieben. Das gilt aber aus meiner Sicht für große Teile der Branche schon lange nicht mehr. Die zunehmende Dynamik in der Veränderung von Risikolandschaften und Kundenanforderungen, aber auch die Regulatorik und Finanzmarktkrisen haben den Veränderungsdruck einfach massiv erhöht. Dazu sind ganz neue technologische Möglichkeiten gekommen, die nicht nur interne Prozesse und Strukturen verändert haben, sondern auch die Art und Weise, wie Versicherungsdienstleistungen angeboten werden. Und in dem Kontext als jung und wild bezeichnet zu werden, nehme ich jetzt mal als Kompliment und versuche zumindest zu bestätigen, warum ich glaube, dass wir in der Transformation unserer Branche in einigen Punkten vielleicht tatsächlich so was wie ein Vorreiter sind. Hiscox hat die Bedeutung der Digitalisierung sehr früh erkannt und erhebliche und zum Teil auch mutige Investitionen in neue Technologien getätigt. Die Einführung eines neuen Kernsystems und digitale Frontends schaffen uns in der Tat eine ganz neue Basis, auf der wir unsere Zukunft bauen können. Intern ermöglichen uns diese Technologien, effizienter zu arbeiten und unseren Kunden bessere, schnellere, maßgeschneiderte Lösungen anzubieten. Extern sind wir damit in der Lage, schnell auf Veränderungen zu reagieren und den digitalen Wandel eben nicht nur zu meistern, sondern wirklich auch aktiv zu nutzen. Digitalisierung und Transformation sind aber nicht nur ein Technologie-Gain. Die ganzen Investitionen in Technologie sind für die Tonne, wenn man es nicht schafft, auch die organisatorischen Rahmenbedingungen, die Prozesse, die Strategien weiterzuentwickeln. Und wir setzen

hier auf neue Zusammenarbeitsformen, interdisziplinäre Teams, offene Kommunikation und investieren auch viel in die Weiterentwicklung entsprechender Führungs- und Methodenkompetenz und Change-Management.

Friederike Soennecken

Das klingt nach besten Voraussetzungen, um sich auch mit der nächsten neuen Technologie zu beschäftigen, nämlich der künstlichen Intelligenz. Du hast gesagt, bei der Digitalisierung habt ihr mutige Investitionen gemacht und nicht nur die Effizienzen gesehen, sondern auch die Wachstumschance und seid nicht in der Technik stehengeblieben, sondern habt euch auch mit der Führung beschäftigt. Wiederholt sich das für dich alles bei der KI?

Markus Niederreiner

Ja, KI ist ein schönes Beispiel für eine Entwicklung, die aktuell voll im Halbzzyklus steckt und tatsächliche Mehrwerte noch unter Beweis stellen muss. Ich glaube allerdings zu 100 Prozent an das grundsätzliche Potenzial, sowohl Effizienz, Kundenerfahrung als auch das Risikomanagement in der Versicherungswirtschaft wirklich auf eine neue Dimension zu bringen. Entsprechend haben auch wir bereits frühzeitig mit ersten Piloten gestartet, um die tatsächlichen Mehrwerte konstant zu evaluieren. Die größten Piloten erfahren wir aktuell im Bereich Underwriting, also der Bewertung und Zeichnung von Risiken und in der Schadenabwicklung. Wir arbeiten dabei eng mit Technologieunternehmen zusammen, um einfach Zugang zu den neuesten Entwicklungen auch tatsächlich zu haben. Und trotz

aller Offenheit und Pragmatismus gehen wir das Thema aber durchaus auch mit einer kritischen und verantwortungsvollen Haltung an, um eben auch die hohe Sensibilität der Daten im Versicherungsbereich zu wahren und sicherzustellen. Ich glaube, diese ausgewogene Herangehensweise ist wichtig, um technologische Innovationen eben nicht nur einzusetzen, sondern auch sinnvoll in der Wertschöpfung integriert zu bekommen.

Friederike Soennecken

Genau, du hast es angesprochen, es erfordert einen ganz verantwortungsvollen Umgang mit den Daten, mit den Lösungen und du hattest auch schon über eine Wertebasis vorher gesprochen. Jetzt ist für mich eine Währung, die in all den Zeiten des Wandels gleich geblieben ist für Versicherer, eigentlich Vertrauen. Und wie schafft man es denn in diesen dynamischen und von Wandel geprägten Zeiten, das Vertrauen zu erhalten oder auch immer wieder neu zu gewinnen?

Markus Niederreiner

Ich glaube ja, dass Vertrauen als Währung in unserer, ja, zum Teil unvorhersehbaren Welt noch mal bedeutend an Wert und Bedeutung gewonnen hat, also gerade im Vergleich zu Zeiten langfristig planbarer Rahmenbedingungen. Denn gerade, wenn sich Rahmenbedingungen schnell ändern und Entwicklungen eben nicht vorhersehbar sind, ist Vertrauen oft die einzige verlässliche Säule und ein Stabilisator in der Zusammenarbeit mit Kunden, Partnern und auch im Unternehmen selber. Die Tatsache, dass Vertrauen nicht einfach da ist, sondern aufgebaut und immer wieder aufs Neue bestätigt werden muss, erfordert eine klare Verankerung von

Integrität und eben der Ausrichtung auf langfristig orientierte Partnerschaften in den Unternehmenswerten. Was meine ich damit? Vertrauen entsteht und wird bestätigt, wenn Unternehmen konsistent handeln und ihre Versprechen einhalten. Hiscox steht für diese Zuverlässigkeit von der Produktqualität bis hin zur Lieferung unseres Versprechens im Schadenfall. Das heißt, Kunden müssen sich darauf verlassen können, dass wir unser Leistungsversprechen langfristig einhalten und im Schadenfall schnell und effizient handeln. Vertrauen immer wieder aufs Neue zu schaffen, entsteht vor allem durch Dialog. Da geht es um Einholung und Umsetzung von Feedback, genauso wie um transparente Kommunikation, um Missverständnisse zu vermeiden.

Friederike Soennecken

Und wenn du jetzt auf die 20 Jahre von dir in der Branche zurück guckst, wie hat sich denn der Vertrauensaufbau und die Aufgaben zur Beziehungspflege in der Versicherung deiner Meinung nach verändert? Du hast über Zuverlässigkeit gesprochen und einen Dialog, gleichzeitig aber auf die starke Verlagerung zu den digitalen Kanälen. Passt das zusammen?

Markus Niederreiner

Ich glaube, was sich nie ändern wird, ist, dass Vertrauen aus einer persönlichen Interaktion entsteht, also ein Grundinteresse erforderlich ist an Personen und der Schaffung von Win-Win-Situationen. Was sich allerdings weiterentwickelt hat, wahrscheinlich tatsächlich auch getrieben durch die technologischen Entwicklungen, ist, dass mehr Forderungen

gen nach Personalisierung, Schnelligkeit und Frequenz im Dialog entstanden sind. Aber Kunden und Partner erwarten nicht nur effiziente und personalisierte Dienstleistungen, sondern eben auch diese klare Werteorientierung, über die wir gesprochen haben. Und das ist eine Entwicklung, die ich persönlich sehr schätze, weil sie eben nicht einfach austauschbar ist.

Friederike Soennecken

Nicht austauschbar seid ihr auch, glaube ich, in dem Bereich Cyberrisiken, die ihr versichert. Und vielleicht kannst du uns einfach darüber ein bisschen mehr erzählen. Wir kennen es meistens nur aus der Presse, von Hackerangriffen. Was steckt dahinter? Was genau heißt das?

Markus Niederreiner

Ja, Hiscox war in der Tat vor über zehn Jahren der erste Versicherer, der Cyberrisiken für Unternehmen im deutschsprachigen Raum abgesichert hat. Damals noch Nischenprodukt, ist die Cyberversicherung mittlerweile zu einem zentralen Thema der Branche geworden. Das hängt vor allem damit zusammen: Mit einer massiven Professionalisierung der Cyberkriminalität auf der einen Seite und auf der anderen Seite eben einer immer höheren Abhängigkeit und Vernetzung von Daten in unserer digitalisierten Welt. So, was heißt es jetzt, Cyberrisiken zu versichern? Im Kern geht es um die Deckung von Schäden, die durch Cyberangriffe entstehen. Die größten Schadentreiber aktuell sind Ransomware-Attacken, also Schadsoftware, die auf die Blockade von Computersystemen oder auch die Verschlüsselung von Betriebs- und Nutzerdaten abzielen. Das sind zum anderen Angriffe auf Lieferketten und sogenannte

Zero-Day-Exploits, bei der Sicherheitslücken in der Software ausgenutzt werden, bevor Sicherheitsupdates bereitgestellt werden können. Bei der Leistung von Cyberversicherungen geht es dabei längst nicht mehr nur um die Deckung von Kosten, Kosten zur Wiederherstellung oder Ertragsausfällen durch Betriebsunterbrechung, sondern zunehmend auch um den Zugang zu Präventionsdiensten und vor allem auch der Unterstützung beim Krisenmanagement, wenn es beispielsweise um Forensik und die Wiederherstellung von Infrastrukturen geht.

Friederike Soennecken

Jetzt hattest du schon auch ein bisschen über die Kunden gesprochen, die das brauchen. Es sind große Unternehmen vor allem, die einfach dann in ihren Prozessen, Lieferketten lahmgelegt werden. Aber wie bleibt man denn den Gaunern sozusagen einen Schritt voraus? Du hast auch gesagt, es ist eine Professionalisierung der Cyberkriminalität zu beobachten und die werden ja sicherlich sich auch der neuesten Technologien bedienen.

Markus Niederreiner

Ja, ich glaube, das Thema Cyberversicherung ist nicht nur für große Unternehmen relevant, weil es de facto eigentlich Unternehmen und Organisationen aller Branchen und Größen betrifft. Also viele sprechen ja auch von der Feuerversicherung unserer aktuellen Zeit. Um das vielleicht noch mal konkret zu machen auch: Also wir befragen einmal im Jahr Entscheider in über 5000 Unternehmen. Und in dieser Umfrage wurden Cyberangriffe bereits

mehrere Jahre in Folge jetzt als Unternehmensrisiko Nummer Eins benannt, also noch vor Sorgen um Themen wie Rezession oder Fachkräftemangel. Und in der Umfrage gaben ebenfalls über 50 Prozent der Unternehmen an, in den letzten zwölf Monaten Opfer mindestens einer Cyberattacke geworden zu sein. Das ist ein Statement und heißt: Es geht längst nicht mehr um die Frage, ob es mich erwischen kann, sondern wann. Und ja, leider sprechen wir in der Cyberkriminalität nicht mehr von Gaunern, sondern von einer wirklich hochprofessionellen und international agierenden Industry. Der Schritt voraus und wie man den Gaunern den Schritt voraus bleiben kann, fängt im Unternehmenskontext, würde ich sagen, damit an, Mitarbeiter immer wieder zu schulen und zu sensibilisieren, weil wachsame Mitarbeiter sind eine entscheidende erste Verteidigungslinie. Ich glaube, ein weiterer wichtiger Bestandteil der Prävention sind einfach auch entsprechende Standards bei der IT-Sicherheit, im Patchmanagement, der Datensicherung. Und ein gut strukturiertes Sicherheitsmanagement umfasst darüber hinaus einfach auch robuste Richtlinien, Protokolle, Notfallpläne, die immer wieder auch überprüft und aktualisiert werden müssen.

Friederike Soennecken

Und jetzt hast du schon gesagt, es kommen natürlich durch die Digitalisierung und Einsatz von künstlicher Intelligenz immer mehr Daten, immer mehr, die auf irgendwelchen Servern liegen. Wie geht ihr denn mit diesen Risiken um, diesen globalen Risiken? Und du sagst, auch kleine Unternehmen sind die Ziele von Cyberangriffen. Ist das dann ein großer Wachstumsmarkt? Ist es das, was wirklich das

Risiko Nummer Eins wird aufgrund der Komplexität der zunehmenden Daten?

Markus Niederreiner

Das Thema ist omnipräsent, aber diese Entwicklung der Cyberkriminalität geht eben auch in der Geschwindigkeit voran bis hin zu Fragestellungen: Ist Cyber denn überhaupt nachhaltig versicherbar? Und das bringt die Branche natürlich vor eine große Herausforderung. Aber für Hiscox ist es ehrlich gesagt auch ein Umfeld, das uns grundsätzlich zugutekommt, weil wir es einfach auch gewohnt sind und damit täglich umgehen eigentlich, auf veränderte Risikolagen uns schnell neue, innovative Lösungen auch zu überlegen. Und das hat eben auch damit zu tun, dass wir mit unserer Expertise und Aufstellung darauf ausgerichtet sind, Risikoklassen abzusichern, die sich eben nicht über mehrere Jahrzehnte, sondern innerhalb weniger Monate verändern können. Und dabei geht es zum einen eben um die Expertise in der Risikobewertung und Analyse von neuen Entwicklungen, aber eben auch um ein Markt- und Kundenverständnis, ja, diese Expertise auch in sinnvolle Lösungen mit Mehrwert umzusetzen.

Friederike Soennecken

Wenn du aber sagst, wie stellt man sich für die Zukunft auf, wie kann man auf neue Themen, Trends, reagieren, ist natürlich das Thema Nachhaltigkeit. Und Nachhaltigkeit ist auch für euch ein wichtiger Teil der Unternehmensstrategie. Wie definiert ihr das bei Hiscox? Wie setzt ihr das um?

Markus Niederreiner

Also ganz generell basiert unsere Nachhaltigkeitsstrategie nicht nur auf den wachsenden geschäftlichen und regulatorischen Anforderungen, sondern vor allem auf den sich verändernden Erwartungen unserer Stakeholder. Daraus entstanden ist bei uns ein Programm mit fünf Säulen und Schwerpunktbereichen. Die umfassen unsere Mitarbeiter, unsere Kunden und Partner, unsere Governance, aber auch unsere Anpassungsfähigkeit auf veränderte Risikolandschaften sowie einen Rahmen für verantwortungsbewusstes und ethisches Wirtschaften, um unseren Teil auch zur Net Zero Transition beizutragen. Ich würde das allerdings gern eindampfen und auf eine einfache Formel bringen. Wenn wir als Versicherer unsere Arbeit gut machen, profitieren unsere Kunden und die Gesellschaft gerade in schwierigen Zeiten davon. Und ein Versicherer zu sein, der Verantwortung übernimmt und auf den sich alle Stakeholder verlassen können, ist so ein Grund-Mindset, auf dem die tägliche Arbeit passieren muss. Wenn das nicht passt, reduziert sich Nachhaltigkeit auf einen reinen Verwaltungsakt und das ist nicht Sinn und Zweck der Übung.

Friederike Soennecken

Die Zuverlässigkeit zu geben, stelle ich mir in der aktuellen Zeit gar nicht mehr so einfach vor. Denn es gibt immer mehr Extremwetterereignisse. Wir hatten hier bei uns in Bayern ja die Überschwemmungen, extreme Regenfälle in Deutschland. Das ist nicht weit weg, sondern vor unserer Haustür. Und wenn du jetzt nicht nur auf Hiscox schaust, sondern auf die Versicherungsbranche allgemein: Ist das noch versicherbar? Wie geht ihr als Branche damit um?

Markus Niederreiner

Ja, die zunehmende Häufigkeit und vor allem auch die Intensität von Extremwetterereignissen stellen die Versicherungsbranche in der Tat vor Herausforderungen. Und es ist ähnlich wie bei Cyber, wo wir vorher drüber gesprochen haben, dass auch hier das Ganze bis hin zur Frage nach der nachhaltigen Versicherbarkeit geht, ja. Aber im Gegensatz zu Cyber sind Extremwetterereignisse regional begrenzt und können besser mit historischen Daten und etablierten Risikomodellen modelliert werden. Entsprechend sind bei der Absicherung von Extremwetterereignissen auch schon zusätzliche Instrumente wie beispielsweise CAT-Bonds bereits deutlich etabliert, um Risiken über spezielle Anleihen auch am Kapitalmarkt zu platzieren und damit die finanziellen Auswirkungen von Großschäden zu bewältigen. Aber das ist nur ein Instrumentarium.

Friederike Soennecken

Ich glaube, es ist einfach immer dieses ganze Zusammenspiel. Die Digitalisierung führt zum Cyber, die Nachhaltigkeit führt zu den neuen Versicherungsmöglichkeiten, aber auch bei einer zu hohen Eintrittswahrscheinlichkeit zu einer Nichtversicherbarkeit. Du hast auch angesprochen, es verändert ja nicht nur das Unternehmensmodell, euer Betriebsmodell, eure technologische Aufstellung, sondern auch immer wieder: Was bedeutet das eigentlich für das Team, für die Mitarbeiter? Und im Rahmen dieser ganzen technologischen Veränderungen ergeben sich auch neue gesellschaftliche Erwartungen. Als Arbeitgeber wurdet ihr als Hiscox von

kununu als Top Company ausgezeichnet. Was macht euch als Arbeitgeber denn aus und welche Rahmenbedingungen schafft ihr – neben Zuverlässigkeit und einer klassischen Wertebasis, die du angesprochen hast und vielleicht auch als junger Wilder – im War for Talents zu bestehen?

Markus Niederreiner

Ich glaube, was Hiscox als Arbeitgeber ausmacht, ist wirklich das Arbeitsumfeld, das ich vorher beschrieben habe und damit verbunden eben diese Möglichkeit, Perspektiven zu schaffen, in und mit dem Unternehmen zu wachsen. Also ein Arbeitsumfeld, das Vielfalt fördert, persönliche und berufliche Entwicklungsmöglichkeiten bietet und eine positive Unternehmenskultur pflegt. Die Auszeichnungen als Great Place To Work und auch als kununu Top Company sind dabei natürlich eine wichtige Bestätigung, das auch nach außen zu transportieren. Viel wichtiger für uns ist aber die Systematik dahinter. Also wirklich systematisch sich als Unternehmen auch immer wieder gezielt zu challengen und auch weiterzuentwickeln. Und das Ganze ist ja kein Selbstzweck, sondern es ist wirklich auch eine Grundvoraussetzung, um immer wieder auch motivierte Menschen zu finden und auch zu halten, die Lust haben, Verantwortung zu übernehmen, um die Zukunft eines Wachstumsunternehmens, aber auch ihr eigenes Arbeitsumfeld mitzugestalten.

Friederike Soennecken

Jetzt hatten wir ganz eingangs über deine Motivation zum immer kontinuierlichen Lernen gesprochen. Jetzt hast du das aber auch nicht nur in unterschiedlichen Unternehmen, sondern hast dadurch auch ganz

unterschiedliche Führungsstile wahrscheinlich erlebt, in der Versicherung, in der Bank, in der Beratung. Wer tut sich denn leichter mit Diversität in jeder Hinsicht? Also neben Gender und Herkunft auch Studienhintergründe, Alter, Orientierung und ja auch bei euch, in dem, was du uns vorher geschildert hast, eine ganz breite Anforderung an die Skills, die euer Team haben muss.

Markus Niederreiner

Ja, die Frage, wer sich leichter mit Diversität in all ihren Facetten tut, lässt sich pauschal, glaube ich, nicht beantworten, da es extrem stark von der jeweiligen Unternehmens- und auch Führungskultur abhängt, wie gut Diversität in dem Unternehmen umgesetzt und vor allem gelebt wird. Was man aber sicherlich sagen kann, ist, dass Organisationen, die den Mehrwert von Diversität wirklich erkannt haben und aktiv fördern, logischerweise auch erfolgreicher darin sind, ein wirklich diverses und inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen. Grundsätzlich glaube ich, dass sich internationale Kontexte vor allem auch in Branchen, die allein schon aufgrund ihrer Innovationskraft und Problemlösungskompetenz auf ganz unterschiedliche Studienhintergründe und Karriere bauen müssen, deutlich leichter tun, sich mit Diversität in allen Facetten auseinanderzusetzen.

Friederike Soennecken

Und wie fördert ihr das konkret?

Markus Niederreiner

Diversität basiert bei uns in erster Linie auf der Überzeugung, dass wir durch das Zusammenbringen von Menschen

mit unterschiedlichen Hintergründen, Erfahrungen und Perspektiven stärker und innovativer sind. Und ganz ehrlich, unser Geschäftsmodell ist prädestiniert, eine breite Diversität an Profilen und Talenten zusammenzubringen, ja. Wir brauchen Profile mit tiefgehenden analytischen Fähigkeiten und einem präzisen Verständnis für Risikomodelle. Wir brauchen Spezialisten für innovative technische Lösungen, um komplexe Daten zu verarbeiten. Wir brauchen Vertriebsprofis, wir brauchen Juristen. Und diese Mischung aus Fachwissen und unterschiedlichen Perspektiven fördert eben Innovation, aber auf der Basis von einer starken Expertise. Und wichtig für uns ist dabei immer wieder, Persönlichkeiten und keine Lebensläufe einzustellen, um einfach sicherzustellen, dass unsere Teams nicht nur gut zusammenarbeiten, sondern eben auch die notwendigen Ergebnisse erzielen können. Und unser Ansatz zielt darauf ab, wirklich Menschen zu finden, die nicht nur die fachliche Qualifikation mitbringen, sondern eben auch andere einzigartige Perspektiven, kreative Denkweisen und einen kulturellen Fit, der einfach zu uns als Unternehmen passt.

Friederike Soennecken

Ich finde, das ist ein sehr schönes Motiv, zu sagen, wir möchten Persönlichkeiten einstellen, keine Lebensläufe. Und zu dieser Persönlichkeit gehört das sicherlich auch, einen eigenen Standpunkt zu haben. Und bevor unser Gespräch gleich zu Ende ist, möchte ich dir da noch eine persönliche Frage stellen. Wir erleben im Alltag eine unglaubliche Dynamik. Du hast es geschildert, wie sich eine traditionelle Branche mit der Digitalisierung beschäftigt, wie ihr im Geschäftsmodell in den Cyberrisiken wirklich auch stark voraus-

denken müsst, wie die Nachhaltigkeit vielleicht die gesamte Branche vor eine Herausforderung stellt und ihr trotzdem immer wieder Toptalente findet. Wie sieht deine persönliche Vision der Welt in den nächsten fünf bis zehn Jahren aus und was sind deine Ziele?

Markus Niederreiner

Oh, also für eine Vision der Welt in zehn Jahren fehlt, glaube ich, selbst mir die Fantasie. Ja, ich glaube, das Einzige, was sicher ist, ist, dass die Welt in zehn Jahren deutlich anders aussehen wird, als sie das heute tut. Und ich glaube auch, dass die Themen Technologie, Nachhaltigkeit und Diversität über die wir heute gesprochen haben, da wesentliche Treiber sein werden. Mein persönliches Ziel ist daher eher, ich würde mal sagen, etwas pragmatischer gesteckt wahrscheinlich. Ich möchte einfach in dieser Zeit mir eine gewisse Neugier und Offenheit erhalten und versuchen einfach Veränderung aktiv mitzugestalten und damit der nächsten Generation etwas zu hinterlassen, auf dem sie aufbauen kann. Das gilt für meine berufliche Rolle in der Verantwortung für Hiscox Deutschland genauso eigentlich wie für meine Private als Vater, ja.

Friederike Soennecken

Genau. Ich glaube, dieser Zukunftsblick ist doch ein wunderschönes Motiv, mit dem wir heute enden wollen. Ich danke dir ganz herzlich für das persönliche und inspirierende Gespräch. Ich habe einiges gelernt und ja, lass uns zusammen daran arbeiten, dass wir der nächsten Generation etwas hinterlassen, auf dem sie aufbauen kann. Danke dir, Markus.

Markus Niederreiner
Ganz herzlichen Dank.