

# Face

## #youngtalents

### **Chubb.Persönlich**

Wir wollen auf den Bedarf  
der jungen Talente eingehen

### **Chubb.Risikochek**

Der lange Weg  
einer Medizin-App

Es gibt kein „one size fits all“ -  
Captives und andere  
Möglichkeiten



# Grußwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

eines der wohl derzeit mit am heißesten diskutierten Themen ist der Arbeitsmarkt mit seinen aktuellen Veränderungen und vor allem seiner Zukunft - bei uns in Deutschland sowie auch in ganz Europa, vielleicht sogar weltweit. Die Erhöhung des Rentenalters, die erwünschte Zuwanderung von Fachkräften und im Wandel begriffene Arbeitsmodelle sind nur einige Punkte, die Politik, Unternehmen und Arbeitnehmende umtreiben.

Die Finanzdienstleister und damit auch die Versicherungsbranche sehen sich schon seit Jahren mit der Problematik konfrontiert, sich attraktiv für Nachwuchskräfte aufzustellen zu müssen. Es steht außer Frage, dass Versicherer eher traditionell - oder böse Zungen mögen behaupten: altbacken - ausgerichtet sind, wobei dies nur die halbe Wahrheit ist. Verändert sich die Risikolandschaft, verändern sich die Produkte und Deckungen zum jeweiligen Schutz. Und speziell im Industrieversicherungsbereich sind dabei die Möglichkeiten, hier mitzuwirken, vielfältig.

Hat die Branche also eher das Problem, zu wenig mit interessanten Themen auf sich aufmerksam zu machen? Denn „was mit Medien“ kann man auch in der (Industrie-)Versicherung machen und je nach Struktur des Versicherers haben die Marketing- und Kommunikationsverantwortlichen eine beträchtliche Auswahl an Gestaltungsmöglichkeiten. Bei Chubb beispielsweise sind die Übergänge zwischen Marketing und Kommunikation fließend: die Teams in den Ländern können Event-, Programmgestaltung und -organisation genauso wie Social Media-Aktivitäten oder interne Aktionen für Mitarbeiter durchführen, um nur einige Beispiele zu nennen.

Auch andere Rollen sind gemeinsam mit dem klassischen Underwriting Teil des großen Ganzen. Nicht umsonst spricht Andreas Wania, Regional Executive Officer Eastern Region und Country President Germany bei Chubb, über den Versicherer als „Haus der 100 Berufe“. Denn neben der Risikobewertung, der Er- und Bearbeitung von Deckungen bietet nicht nur das Berufsfeld Underwriting mehr als die eigentliche Definition, sondern auch Jobs im Kunden- und Maklermanagement oder im Schadenbereich eröffnen Perspektiven - auch für

Fachfremde. Gleiches gilt auch für Abteilungen wie Global Services, die Makler und Kunden hinsichtlich internationaler Programmdesigns sowie der Umsetzung und der Handhabung von multinationalen Versicherungsprogrammen unterstützen, und dies mit entsprechend hoher Servicequalität. Die kontinuierliche Verbesserung von Dienstleistungen im Kundensinne hat auch für die Mitarbeitenden in der Abteilung Operations einen hohen Stellenwert, sind sie doch verantwortlich für beispielsweise die zeitnahe und korrekte Buchung von Versicherungsprämien oder auch die Dokumentierung von Versicherungsverträgen. Der intensive Kontakt und der abteilungsübergreifende Austausch sind hierbei der Schlüssel zum Erfolg.

In diese Kommunikationsströme sind auch die Expertinnen und Experten unterschiedlicher Qualifikationen eingebunden. Ihre Tätigkeiten im Finanzwesen, bei Credit Control, bei der Rechts- und Compliance-Abteilung, in der Personalabteilung oder bei Facilities stellen einen entscheidenden Faktor in der Gesamtbetrachtung dar, denn schließlich müssen sie ihr spezifisches Wissen fachübergreifend einsetzen.

Das Arbeiten bei einem Versicherungsunternehmen ist also vielfältiger als allgemein hin angenommen. Um diese Erkenntnis auch nach außen zu tragen, gibt es bei Versicherern wie Chubb verschiedene Initiativen, um die Branche einerseits für Nachwuchskräfte interessant zu machen, aber auch um junge Talente, die bereits in der Versicherung arbeiten, entsprechend zu fördern. Die Initiativen Chubb Academy und #youngtalents sind dabei sowohl international als auch lokal angesiedelt.

Fundierte Wissensvermittlung und Weitergabe von Expertise und Know-how bilden hierbei den Kern. Ausgangspunkte sind Workshops und Vorträge im Grundlagenbereich so beispielsweise zum Risk Management in der Life Science-Sparte oder zur Strukturierung von multinationalen Programmen. Aber auch speziellere Themen wie Captives kommen nicht zu kurz.

Was nutzt aber das beste Fachwissen, wenn beim Gegenüber der „Funke nicht überspringt“? Als

Gesamtkonzept ist es uns bei Chubb daher wichtig, auch „skills“ zu fördern, die eher als flankierend, aber nicht minder relevant für den beruflichen - aber auch privaten - Alltag angesehen werden können, wie zum Beispiel ein sicheres und erfolgreiches Auftreten.

Die genannten Themen finden sich auch im Programm der ersten Präsenzveranstaltung *#youngtalents meet Chubb* wieder und sind in der Weiterführung auch Teil dieser Face-Ausgabe.

Nun möchten wir Sie nicht länger vom Lesen abhalten. Ganz gleich, ob Sie ein #youngtalent oder ein „alter Hase“ im Geschäft sind, wir freuen uns über jede Art von Feedback. Schreiben Sie mir daher gerne an meine persönliche E-Mail-Adresse zu unserer #youngtalents-Initiative sowie auch zur Face. Und falls Sie Themen haben, die wir aufnehmen sollten, freue ich mich auch über die entsprechenden Anregungen.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre!

Herzlichst

**Kerstin Hartung Alexandre**  
Head of Marketing & Communications Northern,  
Eastern & Central Regions EMEA  
kerstin.hartungalexandre@chubb.com

# Inhalt

## Chubb.Persönlich

- 4
- Wir wollen auf den Bedarf der jungen Talente eingehen

## Chubb.Risikocheck

- 6
- Der lange Weg einer Medizin-App
- 9
- Drei Fragen an...
- 10
- Es gibt kein „one size fits all“ - Captives und andere Möglichkeiten

## Chubb.Plus

- 14
- Multi: Neue Studien
- 15
- Sicheres Auftreten, klare Botschaften, lockere Ausstrahlung - wie geht sowas?



# Wir wollen auf den Bedarf der jungen Talente eingehen

**FACE: #youngtalents, was genau können wir uns darunter vorstellen?**

**Christian Kruppa:** Es handelt sich hierbei um unsere Initiative für Nachwuchskräfte, im Speziellen die unserer Makler- und Geschäftspartnerinnen und -partner. Wir möchten sie bei der Weiterbildung ihrer jungen Talente unterstützen, damit diese von unserem Know-how und unserer Erfahrung

profitieren und möglicherweise auch einen anderen als den bekannten Blickwinkel kennenlernen können. Unser Ziel hierbei ist eine fundierte Wissensvermittlung, speziell im Grundlagenbereich.

**FACE: Haben Sie dabei eine bestimmte Zielgruppe im Auge?**

**Kruppa:** Wir sprechen alle an, die ihre Kenntnisse erweitern wollen und an

kontinuierlichem Lernen interessiert sind. Die Fachgebiete sind dabei sehr breit gefächert und reichen von multinationalen Programmstrukturen bis hin zu Life Science und Risk Engineering Themen. Wir wollen unseren Partnerinnen und Partnern für deren Nachwuchsförderungen einen wirklichen Mehrwert bieten, da alle unsere Weiterbildungsveranstaltungen IDD-konform gestaltet werden und gleichzeitig kostenfrei sind.

**FACE: Wie kam es zur Idee?**

**Kerstin Hartung Alexandre:** Das Thema Nachwuchskräfte bereitet vielen Unternehmen Kopfschmerzen, gerade auch der Versicherungsbranche. Wir haben schon vor Jahren Gespräche mit verschiedenen Marktteilnehmerinnen und -teilnehmern geführt und immer wieder den Wunsch nach Unterstützung herausgehört. Letztlich hat die Corona-Pandemie den finalen Ausschlag gegeben, das Thema endlich anzupacken. Die Verlagerung von Veranstaltungen in den digitalen Raum hat uns die Möglichkeit eröffnet, mit relativ einfachen Mitteln bundesweit und darüber hinaus einzuladen, vor allem die „young talents“, die möglicherweise nicht so einfach auf Dienstreisen gehen können.

**FACE: Warum heißt die Initiative #youngtalents?**

**Hartung Alexandre:** Das ist unseren Aktivitäten auf Social Media geschuldet. Wir haben irgendwann angefangen, den Hashtag zu benutzen und er hat sich dann einfach durchgesetzt und ist geblieben.

**FACE: Wann und wie sind Sie gestartet?**

**Kruppa:** Der Startschuss war im September 2021 mit einem Vortrag unser Risk Engineering-Kollegin Renate Pochert zu Grundlagen der Medizintechnik in der Life Science-Sparte. Wir haben sehr großen Zuspruch erfahren, und der Webex-Link wurde sogar in „Schwarzmarkt-Manier“ gehandelt.

Wir hatten mehrere Personen in der Veranstaltung, die wir gar nicht eingeladen hatten. Diese hatten die Info wohl über Kolleginnen und Kollegen erhalten und wollten sich die Chance nicht entgehen lassen.

**FACE: Sie teilen freiwillig Fachwissen und Expertise, warum?**

**Andreas Wania:** Für uns bedeutet

Wissen teilen Mehrwert zu schaffen. Wir arbeiten mit vielen unserer Geschäftspartnerinnen und -partner schon sehr lange eng zusammen und wollen das auch weiterhin; entsprechend ist es uns ein großes Anliegen gemeinsam die Zukunft zu sichern. Dazu gehören qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als entscheidender Faktor für den entsprechenden Unternehmenserfolg. Die Förderung von Fachkräften, speziell der jungen, ist insofern ein relevanter Wettbewerbsvorteil, zu dem wir als Versicherer gerne beitragen wollen.

**FACE: Welche weiteren Initiativen gibt es bei Chubb, die sich mit dem Thema Nachwuchskräfte beschäftigen?**

**Wania:** Seit ungefähr zwei Jahren haben wir unser eigenes europäisches Programm, die Chubb Academy, in welchem wir junge Talente über ein „Training on the job“ fördern. Aktuell haben wir in Deutschland und Österreich insgesamt sechs Teilnehmende, die in einen Zeitraum von 24 Monaten über verschiedene Sparten Praxiserfahrungen sammeln.

**FACE: Sie geben auch Quereinsteigern eine Chance, wie gehen Sie in diesem Zusammenhang mit dem - vermeintlich - schlechten Ruf der Versicherungsbranche um?**

**Wania:** Wir wissen aus verschiedenen Umfragen, dass die Finanzdienstleistungsindustrie zwischenzeitlich ein angestaubtes Image hat und die jüngere Generation sich lieber in anderen Bereichen umsieht. Ein Quäntchen Wahrheit ist vielleicht dabei, da die Versicherungsbranche sehr traditionell ist, was aber durchaus ein Vorteil sein kann. Neben Umsatzstärke und Sicherheit bietet die Branche vielfältige Chancen und Möglichkeiten für Talente aus verschiedenen Bereichen. Bei uns arbeiten ja nicht nur Underwriterinnen und Underwriter, sondern auch Expertinnen und Experten im Risk

Engineering, im Schaden, im Finanzwesen, in Marketing und Kommunikation, um nur einige Beispiele zu nennen. Wir sprechen gerne vom „Haus der 100 Berufe“ und ist damit durchaus für Fachkräfte anderer Berufsfeldern interessant. Wir haben daher die Initiative ergriffen, mit Chubb Academy qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine neue Möglichkeit der Weiterentwicklung zu bieten.

**FACE: Was haben Sie für 2023 und darüber hinaus noch für die #youngtalents-Serie geplant?**

**Hartung Alexandre:** Nach zwei erfolgreichen Pilotjahren, die nur virtuelle Veranstaltungen erlaubt haben, gehen wir mit unserer ersten Live-Veranstaltung an den Start, die das Netzwerk #youngtalents auf die nächste Ebene befördern soll. Wir möchten eine Plattform bieten, sowohl für aktive Wissensvermittlung als auch den persönlichen Austausch. Außerdem soll es noch zwei digitale Workshops im Sommer und Herbst geben. Die Themen sind hierbei noch offen, da wir gerne auf den Bedarf der jungen Talente eingehen möchten. Denn wie heißt es doch so schön: Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler. ■

**Marielle Winter**  
marielle.winter@chubb.com



Sie interessieren sich für unsere #youngtalents-Initiative?

**Melden Sie sich gern bei uns!**

Wir freuen uns, Ihre Nachwuchskräfte zu unseren Veranstaltungen einzuladen. Oder haben Sie Themen im Kopf, zu denen Sie sich künftig einen #youngtalents-Workshop wünschen? Schreiben Sie uns gerne, am besten per E-Mail an [kontakt.de@chubb.com](mailto:kontakt.de@chubb.com)





# Der lange Weg einer Medizin-App



**W**er im App-Store seines Smartphones nach dem Begriff „Gesundheit“ sucht, erhält ein überwältigendes Download-Angebot. Gesundheits-Apps gibt es für die unterschiedlichsten Bereiche und sollen helfen, kranken Menschen den Alltag zu erleichtern. Immer mehr Patient:innen messen damit beispielsweise ihren Blutzuckerwert, lassen sich an die Einnahme ihrer Medikamente erinnern oder schlagen Informationen nach. Der weltweite Markt für Gesundheits-Apps boomt. Lag das Marktvolumen im Jahr 2017 gemäß Statista noch bei 2,4 Milliarden US-Dollar, sollen die Umsätze laut Prognosen bis zum Jahr 2025 auf 11,2 Milliarden US-Dollar anwachsen. Kein Wunder also, dass zusätzlich zu den bekannten Playern aus der Life-Science-Branche auch neue Gesichter wie Start-ups oder Technologie-Unternehmen in diesen lukrativen Markt drängen. „Wer eine medizinische App entwickeln und in Verkehr bringen möchte, muss die rechtlichen Rahmenbedingungen, Anforderungen und Fakten kennen. Dabei gibt es wichtige Schritte und Fakten, die gemäß der neuen europäischen Medical Device Regulation (MDR) bei der Entwicklung einer Medizin-App beachtet werden müssen“, erklärt Renate Pochert, Senior Risk Engineer and Life Sciences Industry Practitioner bei Chubb.

**Medizinprodukt – ja oder nein?**  
Auftraggeber und Softwareentwickler haben sich bereits zu Beginn mit der Frage auseinanderzusetzen, ob ihre App gemäß MDR ein Medizinprodukt ist oder nicht. Denn davon ist abhängig, ob eine Zertifizierung als medizinisches Produkt notwendig ist.

Die Entscheidung, ob die App ein Medizinprodukt ist, hängt dabei gemäß MDR allein von ihrer vom Softwareentwickler festgelegten Zweckbestimmung ab: Die App muss einen medizinischen Zweck haben, also einem Menschen, zum Beispiel zur Diagnose, Überwachung von Vitalparametern und Therapie von Krankheiten dienen.

„Ein Beispiel für eine medizinische App wäre eine Anwendung, die Patient:innen bei der Prävention und Therapie von Adipositas helfen soll. Die App stellt anhand der eingegebenen Daten ein persönliches Programm aus Ernährungsberatung, Gewichtskontrolle und Lerninhalten zusammen“, erläutert Renate Pochert.

Zu unterscheiden sind medizinische Apps von sogenannten Wellness- oder Fitness-Apps wie Schritt- oder Kalorienzähler. Diese Apps verfolgen keinen spezifischen diagnostischen oder therapeutischen Nutzen im engeren medizinischen Sinn und unterliegen damit weniger strengen Anforderungen. Auch die Corona-Warn-App ist kein Medizinprodukt, da sie nur dokumentiert und nicht für Diagnose oder Therapie genutzt werden kann. Ebenfalls nicht als Medizinprodukt zählt eine App zur allgemeinen Wissensvermittlung, wie beispielsweise ein medizinisches Wörterbuch.

## Risikokategorisierung – I, IIa, IIb oder III?

Sobald klar ist, dass es sich bei der App um ein Medizinprodukt handelt, muss sie gemäß MDR in eine der vier Risikoklassen eingeteilt werden: I, IIa, IIb und III. Je höher das Gefährdungspotenzial für den Nutzer oder die Nutzerin ist, desto höher ist die Risikoklasse und damit die Anforderungen an deren Zulassung als Medizinprodukt.

Eine App zur Primärprävention wie beispielsweise eine zur Zyklusüberwachung, um die Wahrscheinlichkeit einer gewollten Schwangerschaft zu erhöhen, zählt zur Risikoklasse I. Eine Anwendung, die diagnostische oder therapeutische Entscheidungen unterstützt, fällt laut Klassifizierungsregel 11 der MDR bereits in die Klasse IIa. Sollten die Informationen jedoch zu Entscheidungen führen, die mit einer gravierenden Verschlechterung des Gesundheitszustands eines Patienten einhergehen können, ist das Medizinprodukt in die Klasse IIb einzuordnen. Apps, deren Anwendung zu irreversiblen Schädigungen oder Tod führen können (z. B. Schädigungen durch falsche Dosierungen bei einer Chemotherapie), gehören in die höchste Risikoklasse III. Der Software-Entwickler erstellt zur Kategorisierung des Risikos eine Matrix und legt Akzeptanzkriterien fest. Eine Risikoanalyse zeigt anschließend, welche möglichen Gefährdungen sich aus dem Einsatzzweck ableiten lassen und wie hoch die Wahrscheinlichkeit des Eintretens ist. Außerdem gibt sie Auskunft über ▶

## Medical Device Regulation (MDR)

Ziel der Medical Device Regulation (EU) 2017/745 (MDR) ist es, die Qualität und Sicherheit von Medizinprodukten zu verbessern und damit die Sicherheit für Patient:innen zu gewährleisten. Am 25.05.2017 in Kraft getreten, ist sie unmittelbar in den Mitgliedsstaaten des Europäischen Wirtschaftsraumes gültig. Sie ersetzt die bis dahin geltende Richtlinien über Medizinprodukte (93/42/EWG, MDD) und aktive implantierbare medizinische Geräte (90/385/EWG, AIMDD). Die MDR ist nach einer vierjährigen Übergangszeit seit dem 26. Mai 2021 verpflichtend anzuwenden – Hersteller dürfen seit diesem Stichtag nur noch MDR-konforme Produkte in den Verkehr bringen. Für bestehende Medizinprodukte gibt es Übergangsfristen, d.h. bereits auf dem Markt befindliche Produkte müssen neu bewertet werden.

Die zunehmende Medizinsektor-Digitalisierung machte, unter anderem, die Änderung notwendig, denn die bisherigen Verordnungen wurden den technischen Entwicklungen im Allgemeinen nicht mehr gerecht. Auch mehrere Skandale, darunter der sogenannte PIP-Skandal, trugen dazu bei, die bisherigen Richtlinien zu ersetzen. Beim PIP-Skandal verwendete ein Hersteller für Brustimplantate bewusst Industrie-Silikon anstelle hochreinen medizinischen Silikons.

## Medizinprodukt & Software

„Medizinprodukt“ bezeichnet ein Instrument, einen Apparat, ein Gerät, eine Software, ein Implantat, ein Reagenz, ein Material oder einen anderen Gegenstand, das dem Hersteller zufolge für Menschen bestimmt ist und allein oder in Kombination einen oder mehrere der folgenden spezifischen medizinischen Zwecke erfüllen soll:

- Diagnose, Verhütung, Überwachung, Vorhersage, Prognose, Behandlung oder Linderung von Krankheiten
  - Diagnose, Überwachung, Behandlung, Linderung oder Kompensierung von Verletzungen oder Behinderungen, (...).
- (Quelle: Artikel, 2 Nummer 1 der MDR Verordnung (EU) 2017/745)

Software-Kategorien sind zum Beispiel die Embedded-Software als Teil von Medizinprodukten oder auch eigenständige Software (Stand-alone).

Smartphone-Apps zählen zu Stand-alone Software: Eine App, die auf Basis der eingegebenen Werte Therapieempfehlungen gibt, ist mit einer medizinischen Zweckbestimmung ein Medizinprodukt.





den möglichen Schweregrad der Gefährdung. Sind die ermittelten Risiken nicht vertretbar, werden Maßnahmen zur Risikominimierung identifiziert und implementiert (Softwarearchitektur). Die Hersteller müssen die umfassende Risikobetrachtung über den gesamten Produktlebenszyklus umsetzen und widerspruchsfrei und lückenlos dokumentieren.

#### Apps auf Rezept - digitale Gesundheitsanwendungen

Innerhalb der digitalen Medizinprodukte gibt es seit Oktober 2020 die Kategorie „Apps auf Rezept“. Diese digitalen Gesundheitsanwendungen (DiGA) können in Deutschland von Ärzt:innen oder Psychotherapeut:innen auf Kosten der gesetzlichen Krankenkassen verordnet werden. Die Medizinprodukte-App muss hierfür zwingend in eine der niedrigen Risikoklassen I oder IIa eingestuft sein und als Zielgruppe Patient:innen haben (und nicht Ärztinnen und Ärzte). Die DiGA muss zuvor vom Bundesamt für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM) geprüft und in das Verzeichnis erstattungsfähiger digitaler Gesundheitsanwendungen (DiGA-Verzeichnis) aufgenommen worden sein (<https://diga.bfarm.de>). Das BfArM prüft hierfür Aspekte wie die Sicherheit und Funktionalität, die Einhaltung von Datenschutz- und Datensicherheitsanforderungen sowie die Zugänglichkeit für GKV-Patient:innen. Entscheidend ist auch, dass die App sich positiv auf die Gesundheitsversorgung auswirkt. Die muss der Hersteller durch

klinische Studien belegen. Seit Ende 2019, mit Inkrafttreten des Digitale Versorgung-Gesetz (DVG) in Deutschland, sind bereits 43 digitale Gesundheitsanwendungen (Stand: 19.2.2023) in das DiGA-Verzeichnis (vorläufig oder dauerhaft) aufgenommen. Es finden sich hier Apps wie solche zur Unterstützung bei Depressionen und Burnout, digitales Diabetesmanagement, Therapie gegen Angst oder digitales Tinnitus Counseling.

#### Konformitätsbewertung und Zertifizierung

Nachdem klar ist, dass es sich bei der App um eine Medizinprodukt handelt und die Risikoklasse bestimmt ist, werden in einer Konformitätsbewertung Sicherheit und Funktionalität der App überprüft: Entspricht die App den Vorgaben und Anforderungen der MDR?

Bei Medizinprodukten höherer Risikoklassen muss der Software-Entwickler eine sogenannte Benannte Stelle (Notified Body) in den Zulassungsprozess einbeziehen. In Deutschland sind dies der TÜV oder die Dekra. Diese staatlich autorisierten Unternehmen führen Prüfungen und Bewertungen im Rahmen der vom Hersteller durchzuführenden Konformitätsbewertung durch und bescheinigen deren Korrektheit nach einheitlichen Bewertungsmaßstäben.

Bei Apps der Risikoklasse I kann der Hersteller selbst die Erfüllung der gesetzlichen Produkthanforderungen (Konformität) bestätigen.

#### Versicherung nicht vergessen

Gemäß Artikel 10 Abs. 16 Satz 2 der MDR müssen Hersteller von Medizinprodukten Vorkehrungen treffen, „die der Risikoklasse, der Art des Produkts und der Unternehmensgröße angemessen sind, um eine ausreichende finanzielle Deckung ihrer potenziellen Haftung gemäß der Richtlinie 85/374/EWG zu gewährleisten“. Ein Hersteller haftet für jeden (Gesundheits-) Schaden einer Person, der durch einen Fehler seines Produkts verursacht wird – gleichgültig, ob er diesen Fehler hätte vermeiden können oder nicht. „Eine solche Deckungsvorsorge kann in der Praxis durch den Abschluss einer Produkthaftpflichtversicherung erfüllt werden“, folgert Renate Pochert.

Risikoingenieure prüfen die Risiken eines Personenschadens durch die Nutzung einer App und geben damit die Grundlage zur Versicherbarkeit dieser App im Rahmen einer Produkthaftpflichtversicherung. Sie unterstützen das Underwriting eines Versicherers, um die Höhe des Risikos besser einschätzen zu können. Basis hierfür ist die Risikoanalyse, die der Softwareentwickler bereits im Vorfeld gemacht hat.

Die MDR-konforme Entwicklung einer Medizin-App kann aufgrund der Vielzahl an neuen Vorschriften und Anforderungen eine echte Herausforderung für Softwareentwickler und Auftraggeber darstellen. „Gut, wenn man einen Versicherungspartner an der Hand hat, der sich auf diesem Gebiet auskennt“, resümiert Renate Pochert. ■

**Sabrina Becker**  
[sabrina.becker@chubb.com](mailto:sabrina.becker@chubb.com)

#### Über Renate Pochert

Renate Pochert ist Senior Risk Engineer und Life Science Practitioner bei Chubb in Düsseldorf. Sie evaluiert seit über 20 Jahren Risiken und ist seit 2013 auf den Bereich Life Sciences spezialisiert. Schwerpunkte sind hier Medizintechnik, Biotechnologie und Pharmazeutik.

# Drei Fragen an...

**Renate Pochert,**  
Senior Risk Engineer and Life  
Sciences Industry Practitioner,  
Risk Engineering Services bei  
Chubb



## 1. Wie bewerten Sie den Einfluss der IT in der Medizinbranche?

Ich besuche jährlich die in Düsseldorf stattfindende Medica, die weltweit größte Messe für Medizinprodukte. Die Entwicklung der letzten Jahre ist enorm und zeigt die immense Bedeutung der IT für das Gesundheitswesen – fast alles ist mittlerweile IT-unterstützt. Dies hilft Ärzten Diagnosen und Operationen zu verbessern und letztlich Patienten besser zu versorgen.

## 2. Medizinische Apps speichern sensible Gesundheitsdaten. Wie ist dies aus Cybersicherheit-Gesichtspunkten zu bewerten?

Das Risiko eines Angriffs ist sehr hoch. Nicht mehr funktionierende oder manipulierte Medizinprodukte und gestohlene Gesundheitsdaten können nicht nur zu Reputationsverlust führen, sondern auch Menschenleben gefährden. Von daher müssen sich Produzenten von Gesundheits-Apps strikt an die

gesetzlichen Vorgaben halten, um den Missbrauch dieser Daten zu verhindern. Die Anforderungen der MDR an die Cybersicherheit sind im Anhang I der MDR sowie in der „Guidance on Cybersecurity for Medical Devices“ formuliert.

## 3. Was ist Ihnen beim Risikodialog mit einem medizinischen App-Entwickler wichtig?

Ich lege sehr großen Wert darauf, dass die Design-Entwicklung der App mit großer Sorgfalt durchgeführt wird. Die Erkenntnisse vergangener Jahre haben gezeigt, dass bei der Entwicklung einer

medizinischen App eher inhaltliche Fehler als Programmierungsfehler auftreten. Für mich ist es wichtig, dass der Entwickler auch ein tiefes Verständnis für die zu begleitende Krankheit entwickelt hat und dies in seinem Design zum Ausdruck kommt. Inhaltliche Fehler wie eine falsche Definition einer Krankheit können dazu führen, dass die App patienten-gefährdende Anweisungen geben könnte. ■



# Es gibt kein „one size fits all“ – Captives und andere Möglichkeiten

Obwohl eine Captive für einige Unternehmen eine effektive Lösung zur Risikosicherung sein kann, ist sie kein Allheilmittel

**D**ie schwierigen Marktbedingungen in vielen Geschäftsbereichen haben zu einem deutlichen Anstieg des Interesses an Captive-Versicherungen geführt. Captives können zwar eine äußerst effektive Alternative zu traditionellen Versicherungsmodellen sein, sollten aber nicht überstürzt oder leichtfertig in Angriff genommen werden. Wann sollten Unternehmen also die Gründung einer Captive in Betracht ziehen und welche Alternativen gibt es? Und sind Captives gerade wieder in Mode angesichts des großen Interesses? Hierbei stellt sich die Frage, ob sie jemals aus der Mode gekommen sind. Stattdessen sind sie jetzt einfach relevanter geworden, nicht zuletzt wegen der Möglichkeiten, die sie als Risikomanagementinstrument bieten, insbesondere für multinationale Unternehmen.

## Was ist eigentlich eine Captive?

Bevor wir uns mit einigen der Möglichkeiten von Captives befassen, sollten wir zunächst definieren, was sich hinter dem Begriff überhaupt verbirgt. Eine Captive ist eine zugelassene Versicherungs- oder Rückversicherungsgesellschaft, die sich im Besitz und unter der Kontrolle einer Muttergesellschaft oder eines Konzerns befindet. Ihr Hauptzweck besteht darin, die Risiken ihres Eigentümers, ihrer Eigentümerin oder ihrer Eigentümer zu versichern. Mit anderen Worten: Es ist eine Möglichkeit, sich selbst zu versichern und Risiken innerhalb einer Organisation zu behalten. Einige Captives zeichnen auch Risiken Dritter oder die Risiken der Kunden des Mutterkonzerns.

Es gibt verschiedene Arten von Captives. Einige werden als Direct Writing Captive gegründet, d.h. sie befinden sich im Besitz der Muttergesellschaft, haben aber eine Versicherungslizenz und können Versicherungspolice für ihre Versicherten ausstellen. Eine solche Captive ist in der Regel aber sehr anspruchsvoll, denn sie ist im Grunde

eine Versicherungsgesellschaft mit einer eigenen Gruppe von Underwritern, Versicherungsmathematikern und allen anderen erforderlichen Fachkenntnissen. Sie muss die geltenden Vorschriften, wie Solvabilität II (Solvency II) in der Europäischen Union, einhalten und über alle Berichtsanforderungen verfügen. Unternehmen, die eine Direct Writing Captive besitzen, sind wahrscheinlich schon seit einiger Zeit im Captive-Geschäft tätig oder haben eine sehr langfristige Perspektive für ihre Captive. Viele Captives werden als reine Rückversicherungsunternehmen gegründet, wobei der Bedarf und die Lösung für die lokale Versicherung vom Versicherungsmarkt kommt. In einem als „Fronting“ bekannten Prozess bedeutet dies, dass zugelassene Versicherer wie Chubb, Versicherungspolice im Namen eines firmeneigenen Versicherers ausstellen – wo immer dies erforderlich ist – und einen Teil oder das gesamte Risiko an die firmeneigene Gesellschaft „fronten“, die das Risiko rückversichert. Eine solche Captive kann an verschiedenen Orten in der Welt gegründet werden, zum Beispiel in Luxemburg, Irland und Guernsey, die zu den traditionelleren Territorien gehören. Aber auch die Möglichkeiten für die Ansiedlung einer Captive in anderen Ländern nehmen zu. Frankreich zum Beispiel hat sich mit der Gesetzgebung für Captives befasst und es gibt bereits einige Captives in Deutschland und Schweden. Dies zeigt, dass die Aufsichtsbehörden anerkennen, dass Captives ein wirksamer Mechanismus zur Selbstversicherung von Risiken sein können.

## Welche Vorteile hat eine Captive?

Das zunehmende Interesse an Captives ist zum Teil auf die schwierigen Marktbedingungen in bestimmten Geschäftsbereichen zurückzuführen. Eine Captive kann die Versicherungskosten eines Unternehmens senken und auch den Geldbetrag reduzieren, der den Mutterkonzern netto verlässt. Aber auch die Absicherung gegen bestimmte neue Risiken kann ein

wichtiger Faktor sein. Captives können für Unternehmen, die zum ersten Mal eine Versicherung für bestimmte Risiken abschließen, wie beispielsweise Umwelthaftpflicht, Cyberrisiken oder die Deckung von Streiks, Unruhen und zivilen Unruhen (SRCC), von großer Bedeutung sein. Für diese zusätzlichen Versicherungen kann ein höheres Budget erforderlich sein und die Captive kann die Nettokosten für die Muttergesellschaft abmildern. Diese Risiken können auch problemlos in eine bestehende Captive mit sinnvollen Reserven zur Deckung potenzieller Ansprüche übernommen werden.

Eine Captive kann Risikomanagerinnen und Risikomanagern helfen, eine größere Kontrolle über ihre Risiken und die Risikofinanzierung auszuüben, insbesondere im Falle eines multinationalen Unternehmens.

Des Weiteren ermöglicht eine Captive drei relevante Punkte:

1. Risiken an einem Ort konsolidieren.
2. Einblick in die Verlusterfahrung und die Risikoexposition erhalten.
3. Verständnis darüber, wie die Preisgestaltung auf die Tochtergesellschaften verteilt werden sollte.

Darüber hinaus kann sich ein Diversifizierungsvorteil ergeben, wenn mehrere Sparten eingebracht werden, einschließlich besser zu kalkulierender Risiken. Dies kann es der Captive ermöglichen, langfristig einen nachhaltigen Gewinn zu erzielen und unterstreicht gleichzeitig die Notwendigkeit einer angemessenen Strategie, wenn eine Captive in Betracht gezogen wird.

## Was muss bei einer Captive berücksichtigt werden?

Obwohl eine Captive für einige Unternehmen eine wirksame Lösung zur Risikosicherung sein kann, ist sie kein Allheilmittel und hat auch ihre Schattenseiten. Eine Captive bringt zusätzliche Gemeinkosten und Risiken mit sich, die mit dem Betrieb einer eigenen Versicherungsgesellschaft verbunden ►





sind. Ohne eine sorgfältige Risikoprüfung könnten einige Risiken zu erheblichen Verlusten und finanziellen Schwierigkeiten führen, vielleicht sogar noch Jahre nach der ersten Zeichnung des Risikos. Da jedoch immer mehr Unternehmen die Gründung einer Captive anstreben, scheint es, dass einige von ihnen mit einem Tempo vorgehen, das sie letztendlich bereuen könnten. Es gibt einige Länder, in denen eine Rückversicherungs-Captive innerhalb kürzester Zeit gegründet werden kann – möglicherweise sogar innerhalb eines Monats. Viele Unternehmen planen allerdings mehr als ein Jahr im Voraus. Diese sorgfältige Herangehensweise ermöglicht es ihnen, alle potenziellen Probleme aus dem Weg zu räumen und den firmeneigenen Betrieb so einzurichten, dass sie die Vorteile einer Captive auch wirklich nutzen können. Eine andere Möglichkeit

besteht darin, klein anzufangen und es beispielsweise mit einem einzigen Geschäftszweig zu versuchen. Auf diese Weise können Unternehmen Hinweise sammeln und feststellen, ob die Lösung für sie geeignet ist oder nicht. Sollte dies der Fall sein, können sie mit der Zeit weitere Risiken hinzufügen. Bereits am Anfang ist es also wichtig, auch schon an das Ende zu denken: Eine Captive sollte eine Ausstiegsstrategie haben, denn die Abwicklung eines Risikos braucht Zeit und die Schließung einer Captive und die Vermeidung längerfristiger Kosten muss sorgfältig überlegt werden. Um eine Captive zu schließen, müssen alle Engagements zur Zufriedenheit der lokalen Aufsichtsbehörden vollständig abgewickelt werden. Eine Alternative ist, dass der ursprüngliche Erstversicherer eine Ablösung der verbleibenden Risiken akzeptiert, was

jedoch weitere Verhandlungen und zusätzliche Kosten nach sich ziehen kann.

#### Welche Alternativen gibt es zur Captive?

Auch wenn Captives immer beliebter zu werden scheinen, sind sie nicht für jeden geeignet. Es gibt andere Möglichkeiten, die eine niedrigere Schwelle haben. Eine Möglichkeit ist die Erhöhung der Selbstbeteiligung, je nach lokaler Terminologie auch Selbstbehalt genannt. Dies kann in einer bestimmten Rechtsordnung akzeptabel sein, in einer anderen jedoch nicht: Eine kleinere Tochtergesellschaft ist möglicherweise nicht in der Lage, einen höheren Selbstbehalt in einem bestimmten Fall oder Gebiet zu übernehmen. Aus diesem Grund sind Captives ein nützliches Instrument für multinationale Programme, denn sie können auf lokaler Ebene

niedrigere Selbstbehalte haben und die Captive übernimmt einen Puffer. Sie übernimmt eine sogenannte „Selbstbehalt-Infill“, die das Risiko von einem lokalen Selbstbehalt bis zu einem Gruppenselbstbehalt abdeckt. Das Unternehmen kann mit denselben Selbstbehalten arbeiten wie zuvor, aber mit einem zentralisierten Gruppenselbstbehalt und der Bereitschaft, das Risiko an die Captive abzugeben.

#### Welche spezielle Captive-Lösung gibt es bei Chubb?

Nicht jedes Unternehmen möchte automatisch eine Captive besitzen. Doch was tun, wenn es dort heißt “Es ist nicht unser Kerngeschäft, eine Versicherungsgesellschaft zu sein”? Für diese Unternehmen hat Chubb eine konforme Lösung entwickelt: Chubb Deductible

Recovery. Die Lösung bietet die Möglichkeit, Risiken in einem multinationalen Programm zu zentralisieren, ohne wiederum eine Captive gründen zu müssen. Sie ermöglicht multinationalen Unternehmen, die niedrigeren Selbstbeteiligungen in den lokalen Policen beizubehalten, aber einen höheren Selbstbehalt für alle Risiken auf zentraler Ebene zu übernehmen. Zum Beispiel in den USA ist diese Lösung bereits ein verbreiteteres Steuerungsinstrument und auch in Europa gewinnt sie an Bedeutung.

#### Welches Fazit lässt sich zu Captives ziehen?

Captives sind ein hervorragendes Instrument für das Risikomanagement, aber sie sind auch eine langfristige Angelegenheit, die einer vorherigen sorgfältigen Prüfung bedarf. Es gibt keine

Einheitslösung, wenn es um Risiko-eigenbehalt geht. Die Bestimmung der richtigen Lösung für die Situation eines Unternehmens beginnt immer mit Gesprächen sowie einer gründlichen Analyse über das Geschäft und dessen Risiken. ■

#### Über den Autor

Barry Beard ist Director, European Global Services and Complex Multinational bei Chubb. Er ist für den gesamteuropäischen Global Services Bereich verantwortlich. Die lokalen Teams implementieren und betreuen im Durchschnitt jährlich 6.000 multinationale Programme, darunter auch eine Vielzahl an Captive Programmen.

Barry Beard ist seit 2004 bei Chubb und verfügt über insgesamt 25 Jahre Wissen und Expertise in der Versicherungsbranche.





## Neue Länder, neue Risiken: Checkliste für multinationale Versicherungsprogramme

Neben dem großen Potenzial, das neue Märkte bieten, birgt die Expansion ins Ausland für Unternehmen auch neue Herausforderungen – gerade von regulatorischer Seite: Welche Vorgaben, Richtlinien oder gar Sanktionen gilt es in den jeweiligen Ländern zu berücksichtigen? Drohen im Falle einer Missachtung oder Nichteinhaltung der Bestimmungen durch den Gesetzgeber hohe Strafen oder Geldbußen? Verfügt das eigene Unternehmen über ein adäquates Risk Management, um diesen Risiken begegnen zu können?

Das regulatorische Umfeld ist inzwischen verschärfter denn je und deswegen müssen sich multinationale Unternehmen exakt damit auseinandersetzen, wie sie in den jeweiligen Regionen agieren wollen, gerade wenn es um Non-admitted-Länder geht. Sie müssen das Risiko richtig einschätzen, um dann nicht plötzlich vor Ort in die Situation zu geraten, dass Strafen drohen. Eine genaue Planung, ein vorausschauendes Agieren ist daher ein wesentlicher Faktor, nicht zuletzt auch aus versicherungstechnischer Sicht. Denn auch hier gilt es sich im Vorfeld zu fragen: Ist mein Unternehmen abgesichert, also ist ein umfassender Versicherungsschutz sichergestellt, der tatsächlich in dem jeweiligen Land greift oder müssen in dieser Hinsicht Besonderheiten beachtet werden? Ist mein multinationales Versicherungsprogramm auch rechtskonform? Für Unternehmen ist dies eine anspruchsvolle, aber unverzichtbare Aufgabe. Denn sind sie nicht mit den Regeln, Gesetzen oder Standards eines Landes vertraut, ist das Risiko etwaiger Verstöße gegen Sanktionen und Compliance-Vorgaben natürlich entsprechend groß.

Unsere Checkliste unterstützt bei der Gestaltung und Umsetzung multinationaler Versicherungsprogrammen und zeigt auf, was es bei geschäftlichen Tätigkeiten im Ausland Wichtiges zu berücksichtigen gilt.

Zur Checkliste für multinationale Versicherungsprogramme:



## Risiko Lieferkette: Eine Alternativlösung ist gefragt

Jedes Glied in der Lieferkette ist systemrelevant, sofern am Markt kein adäquater und vor allem schneller Ersatz existiert. Dadurch sowie aufgrund der im Zuge der Lieferantenbündelung zunehmenden Abhängigkeit von wenigen Lieferanten können Störungen entlang der Lieferkette für Unternehmen entsprechend zum echten Problem werden. Denn fällt nur ein einzelner Zulieferer aus, können direkte finanzielle Verluste – als unmittelbare Konsequenz dadurch erfolgter Betriebsunterbrechungen – oder Marktanteilverluste infolge eines entstandenen Imageschadens, etwa bedingt durch negative Auswirkungen auf die eigene Lieferzuverlässigkeit, drohen.

Da viele hochspezialisierte Zulieferer zudem oftmals Teil gleich mehrerer Lieferketten sind, erhöht sich das systematische Risiko für Unternehmen noch weiter. Dennoch agieren viele Firmen häufig erst dann, wenn es bereits zum Bruch beziehungsweise zur Störung gekommen ist und sich die Auswirkungen, wie Lieferengpässe und daraus resultierende Betriebsunterbrechungen, kaum noch verhindern lassen. Ausfälle lassen sich dann oft nur noch schwer kompensieren, vor allem wenn das betroffene Unternehmen nicht auf eine entsprechende Alternativlösung zurückgreifen kann.

Wie es zu Störungen in der Lieferkette kommen und welche Auswirkungen dies für Unternehmen haben kann, erfahren Sie in unserem Bericht zum Thema Lieferketten.

Scannen Sie dafür einfach den QR-Code und Sie werden direkt zum Bericht geleitet.



# Sicheres Auftreten, klare Botschaften, lockere Ausstrahlung – wie geht sowas?



Chubb.Plus

Fünf Sekunden. Was? Nur fünf Sekunden?! Ganz richtig. Wir beurteilen einen Menschen in drei bis fünf Sekunden. Für den berühmten ersten Eindruck bleibt also nicht viel Zeit. Und natürlich macht sich unser Gegenüber in diesen fünf Sekunden auch einen Eindruck von uns. Es ist ein kurzer Augenblick der Wahrheit, in dem man ein bleibendes Bild voneinander formt. Daher sollten wir intensiv auf unsere persönlichen Wirkungsmittel achten:

- Körperhaltung
- Körpersprache
- Stimme
- Kleidung

Wer in diesen Bereichen sicher ist, kann im Umgang mit Geschäftspartner\*innen, Kolleg\*innen und Vorgesetzten leichter punkten und zum Erfolg kommen. Und vor allem – entspannt bleiben.

Damit das gelingt, braucht es eine solide Grundausrüstung:

- Die richtige Atmung
- Eine gute Körperhaltung
- Eine zugewandte Körpersprache (Gestik & Mimik)
- Gute Umgangsformen
- Angemessene Kleidung

Und – ganz wichtig – die richtige Sprache und Ansprechhaltung. Richtig meint in diesem Zusammenhang einen guten Stimmsitz, klangliche Festig-

keit und eine angenehme Lautstärke. Die Ansprechhaltung meint dagegen die Art und Weise, wie ich etwas ausdrücke und wie ich meine Botschaften so vermittele, dass sie nicht nur ankommen, sondern auch positiv aufgenommen werden.

### Gibt es wirklich einen „Baukasten“ für den souveränen Auftritt?

Ja, den gibt es. Es gibt Übungen, die uns helfen, unseren Atem richtig einzusetzen. Übungen für unseren gesamten Sprechapparat, die im wahrsten Sinne des Wortes die Zunge lockern. Es gibt eine Körperhaltung, die Entspannung und Souveränität ausstrahlt. Kleidung, mit der man immer richtig liegt.

Und eine Sprache, die signalisiert: „Ich weiß, wovon ich rede und ich kann es Euch so erklären, dass Ihr mich genau so versteht, wie ich von Euch wahrgenommen werden will.“

Daneben gibt es auch noch ein paar andere Tipps und Kniffe, mit denen wir unsere Auftritte erfolgreich gestalten können. Dabei ist es im Übrigen egal, ob wir vor wenigen Menschen (Kundengespräch, Team-Meeting) oder vielen (Konferenzen, Panels, etc.) sprechen. Das Grundprinzip des guten Auftritts ist immer das gleiche: Locker sein – gelassen und authentisch.

Die erste Lektion, die wir in diesem Zusammenhang lernen müssen, heißt: Loslassen. Weglassen. Den Mut aufbringen, die Dinge kurz und knapp zu formulieren. Das ist oft schwieriger als man denkt. Aber es lohnt sich. Weil es uns mental entlastet. Wenn dieser Druck erst mal von uns genommen ist, können wir uns auf die anderen Faktoren konzentrieren. Auf die Körperhaltung, die Stimme, auf unseren Ausdruck.

### Auftreten nach Schema F?

Keine Sorge. Die oben genannten ‚Werkzeuge‘ sind nur Hilfsmittel. Sie unterstützen uns darin, unsere Persönlichkeit besser zur Geltung zu bringen.

Sobald wir den richtigen Umgang mit Atmung, Stimme, Gestik und Mimik sicher beherrschen, können wir unsere ganze Aufmerksamkeit darauf verwenden, zu WIRKEN. Und das gibt nicht nur Selbstvertrauen, sondern es macht auch noch Spaß. Versprochen! ■

### Über die Autorin

Marion Kuchenny ist Moderatorin bei der ARD (Hessischer Rundfunk). Neben diversen Radiosendungen moderiert sie regelmäßig Events, Podiumsdiskussionen und Charity-Veranstaltungen. Die Politikwissenschaftlerin und Journalistin ist außerdem selbstständige Medientrainerin und bietet Auftritts-Coaching an.



## Impressum

**Herausgeber:**

Chubb European Group SE  
Direktion für Deutschland  
Baseler Straße 10  
60329 Frankfurt am Main

O +49 69 75613 0  
info.de@chubb.com  
chubb.com/de

**Redaktion:**

Kerstin Hartung Alexandre  
kerstin.hartungalexandre@chubb.com  
Marielle Winter  
marielle.winter@chubb.com  
Sabrina Becker  
sabrina.becker@chubb.com

**Auflage:**

200 Exemplare

**Fotos:**

Chubb, Archiv

**Realisation & Druck:**

adfinity  
Humbrachtstr. 2  
60322 Frankfurt am Main  
hallo@adfinity.de

Copyright ©2023, Chubb. Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck, auch auszugsweise, sowie Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers.

Chubb European Group SE ist ein Unternehmen, das den aufsichtsrechtlichen Bestimmungen des französischen Versicherungsgesetzes unterliegt | eingetragen unter der Registrierungsnummer 450 327 374 RCS Nanterre | eingetragener Sitz: La Tour Carpe Diem, 31 Place des Corolles, Esplanade Nord, 92400 Courbevoie, Frankreich | Die Liste der Direktoren ist einsehbar unter <https://www.chubb.com/de-de/impressum.aspx> | Die Chubb European Group SE hat ein voll eingezahltes Aktienkapital von €896.176.662,- und unterliegt der Zulassung und Aufsicht der Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR) 4, Place de Budapest, CS 92459, 75436 PARIS CEDEX 09 sowie in Deutschland zusätzlich den Regularien der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) zur Ausübung der Geschäftstätigkeit, welche sich von den französischen Regularien unterscheiden können | Direktion für Deutschland | Baseler Straße 10, 60329 Frankfurt am Main | Amtsgericht Frankfurt HRB 58029 | Hauptbevollmächtigter Andreas Wania | USt-IdNr.: DE240196168 | VersStNr.: 807/V90807004025 | Citigroup Global Markets Deutschland | IBAN: DE47 5021 0900 0210 1170 24 | BIC: CITIEFF