

Veröffentlicht in  
Zeitschrift für Versicherungswesen  
Heft 10/ Mai 2004

“Der Faktor Mensch - psychologische Aspekte des  
Risikomanagements ”

Seite 285-288

Mit freundlicher Genehmigung der  
Zeitschrift für Versicherungswesen-Redaktion,  
Allgemeiner Fachverlag Dr. Rolf Mathern, 22301 Hamburg  
([www.allgemeiner-fachverlag.de](http://www.allgemeiner-fachverlag.de))

Dr. Werner Gleißner\*

## Der Faktor Mensch – psychologische Aspekte des Risikomanagements

Auch im Risikomanagement, und speziell in der Versicherungswirtschaft, muss man zur Kenntnis nehmen, dass Menschen nicht gemäß des Idealbilds eines vollkommen rationalen, Nutzen maximierenden Homo Oeconomicus agieren. Gerade bei der Beurteilung von Wahrscheinlichkeiten, der Einschätzung von Risiken und damit der Bedeutung von Risikobewältigungsmöglichkeiten (z.B. Versicherungslösungen) zeigen sich viele Anomalien, die die Praxis der Unternehmen bestimmen. Für den Praktiker im Unternehmen – aber natürlich auch für seine Berater und die Versicherer – hat die Kenntnis solcher Bewertungsanomalien eine große Bedeutung, weil

– sie hilft, einen psychologisch bedingt fehleingeschätzten Bedarf an Risikotransferleistungen zu erkennen und

– die Verkaufschancen von Risikotransferlösungen zu erhöhen.

Im folgenden soll (checklisten-artig) eine Übersicht zu wesentlichen Erkenntnissen der Entscheidungspsychologie (als Teil der kognitiven Psychologie) gegeben werden, die in engem Zusammenhang mit der Wahrnehmung und Einschätzung von Risiken stehen:

### A) Die Einschätzung von Wahrscheinlichkeiten

1. Menschen interpretieren Wahrscheinlichkeiten einerseits als objektive (beobachterunabhängige) Häufigkeit (objektivistische Interpretation) und andererseits auch als rein subjektiven „Grad an Gewissheit“ (subjektivistische Interpretation).

2. Aufgrund so genannter „kognitiver Heuristiken“ (Repräsentativität und Verfügbarkeit) werden die Wahrscheinlichkeiten für Ereignisse um so größer eingeschätzt, je repräsentativer das Ereignis für die zugrunde liegende Grundgesamtheit erscheint

und je leichter bzw. schneller Menschen in der Lage sind, sich (plastische) Beispiele für das Ereignis vorzustellen bzw. in Erinnerung zu rufen.<sup>1</sup> Die Lebhaftigkeit der Darstellung hat hier ebenfalls eine hohe Bedeutung.

3. Menschen machen fast durchgängig gravierende Fehler bei der Beurteilung so genannter „bedingter Wahrscheinlichkeiten“ (vgl. Bayes-Theorem). Insbesondere berücksichtigen Menschen dabei so genannte a-priori-Wahrscheinlichkeiten (Basisrate) nicht.<sup>2</sup>

4. Die Interpretation verbaler Häufigkeits- oder Wahrscheinlichkeitsausdrücke (wie z.B. „selten“) hängt stark vom Kontext ab. In einer Untersuchung (vgl. Fischer, K.; Jungermann, H. 1996) ohne einen vorgegebenen Kontext hat sich beispielsweise gezeigt, dass

– „selten“ im Mittel eine Häufigkeit von ca. 13% meint,  
– „gelegentlich“ 28% und  
– „häufig“ 67%.

5. Menschen neigen dazu, einer präziseren Aussage (geringerer Wertintervall, also z.B. „Schaden liegt zwischen 98.000 und 102.000 Euro“) eher zu glauben, als einer vageren Aussage („Schaden liegt zwischen 50.000 und 200.000 Euro“) und ihr damit eine höhere Wahrscheinlichkeit zuzuordnen (vgl. Teigen, K.H., To be convincing or to be right: A question of three seasons, in: K. Gilhooly, u.a., Lines of Thinking, Wiley, Chichester, 1990).

6. Ein einmal getroffenes Urteil hinsichtlich der Wahrscheinlichkeit eines Ereignisses wird auch bei Vorliegen neuer und valider statistischer Informationen nur mehr unzureichend korrigiert. Dabei nutzen die Entscheider nicht explizit genannte (aber durchaus herleitbare) Informationen wesentlich schwächer als die explizit genannten Informationen.

7. Siebenmorgen und Weber (1999) haben untersucht, wie Testpersonen Ober- und Untergrenzen von Schäden durch das Eintreten von Risiken einschätzen. Testpersonen, die Informationen über die mathematische Verteilungsfunktion des Risikos erhielten, haben das Risiko dabei tendenziell überschätzt, während diejenigen, die historische Daten zum gleichen Risiko (Auswirkungen, „Schäden“) vorgelegt bekamen, dieses tendenziell unterschätzten.<sup>3</sup>

8. Menschen überschätzen die Wahrscheinlichkeit angenehmer und unterschätzen die Wahrscheinlichkeit unangenehmer Ereignisse. Dagegen überschätzen sie ihren eigenen Einfluss auf das Eintreten bestimmter Ereignisse, die auch durch zufällige exogene Größen beeinflusst werden (so genannte „Kontrollillusion“).

### B) Die Bewertung von Handlungsalternativen („Nutzen“)

1. Wenn Menschen ein Ereignis überhaupt nur einmal erwarten (z.B. ein Spiel nur ein Mal spielen), werden die Konsequenzen des Spiels nicht hinsichtlich des Erwartungswerts, sondern tendenziell am häufigsten zu erwartenden Ergebnis (Median oder eventuell Modalwert) beurteilt (vgl. Lopes, L.L., 1981, Decision making in the short run, in: Journal of experimental psychology: Human learning and memory, 7, S. 377/385).

2. Grundsätzlich messen Menschen einem Gegenstand, den sie schon besitzen, einen deutlich höheren Wert (Nutzen) zu, als sie für den Kauf des gleichen Gegenstands zu zahlen

\* Geschäftsführer RMCE RiskCon GmbH & Co. KG und Vorstand FutureValue Group AG, Leinfelden-Echterdingen (E-Mail: w.gleissner@rmce.de)

<sup>1</sup> Vgl. Tversky, A., Kahneman, D., Advances in prospect theory: cumulative representation of uncertainty, in: Journal of risk and uncertainty. – Boston, USA [u.a.] : Kluwer Acad. Publ., Bd. 5 (1992), 4, S. 297-323

<sup>2</sup> Aufgrund des so genannten „Konversionsfehlers“ verwechseln Menschen zudem häufig die Aussagen „alle A sind in der Menge B“ und „alle B sind in der Menge A“ und setzen die entsprechenden Wahrscheinlichkeiten (fälschlich) gleich.

<sup>3</sup> Dabei zeigt sich auch, dass Menschen die Zuverlässigkeit kleiner Stichproben (beispielsweise der eigenen Erfahrung) massiv überschätzen, ebenso wie extreme Ausgänge von Zufallsprozessen (also die so genannte „Regression zur Mitte“ vernachlässigen).

bereit wären („Endowment-Effekt“, vgl. Thaler, R.H., 1980, *Toward a positive theory of consumer choice*, in: *Journal of Economic Behavior and Organisation*, 1, S. 39-60).

3. Aufgrund des so genannten „Sunk-costs-Effects“ sind Menschen um so mehr bereit, in eine Sache zukünftig zu investieren oder an einer getroffenen Entscheidung festzuhalten, je mehr sie bereits dafür an Zeit und Geld ausgegeben haben (vgl. Prospect-Theorie).<sup>4</sup> Je mehr bereits investiert wurde, desto eiserner wird eine Aktivität also fortgesetzt.

4. Unterschiedliche Konsequenzen von Handlungen werden von Menschen oft getrennt bewertet, was Abweichungen gegenüber zusammenfassenden Bewertungen zur Folge hat, weil beispielsweise zunehmende Geldbeträge einen immer geringer werdenden Nutzenzuwachs empfinden lassen (Abnahme des Grenznutzens). Deshalb wird beispielsweise die Kombination aus den Kosten einer Versicherung und eines Rabatts auf die Versicherungsprämie (zwei einzeln bewertete Konsequenzen) tendenziell besser bewertet als eine Versicherung, bei der der Rabatt in der Prämie sofort berücksichtigt wird.

5. Bei der Auswahl von Handlungsalternativen wenden die Menschen Entscheidungsregeln an, deren Komplexität (und Güte) mit der wahrgenommenen Bedeutung der Entscheidung zunimmt. Besondere Bedeutung haben dabei (die aus theoretischer Sicht empfehlenswerte) Regel eines „Multiattribut-Nutzens (MAU)“, die lexikographische Ordnung (LEX) und die Regel „Elimination-by-Aspects (EBA)“.<sup>5</sup>

a) EBA: Verwerfe alle Handlungsoptionen, die nicht durchgängig einen Attribut-spezifischen Schwellenwert erfüllen.

b) LEX: Wähle diejenige Handlungsoption, die auf dem wichtigsten Attribut den besten Wert hat.

c) MAU: Wähle die Handlungsoption mit den höchsten Gesamtnutzen, der sich aus der Summierung der gewichteten Einzel-Nutzenwerte

hinsichtlich sämtlicher Attribute ergibt.

6. Eine Reduzierung der Eintrittswahrscheinlichkeit eines (unangenehmen) Ereignisses von einem sehr geringen Wert auf Null wird von den meisten Menschen als wesentlich bedeutsamer eingeschätzt, als eine vergleichbare Reduktion der Wahrscheinlichkeit ausgehend von einem höheren Niveau.

7. Der wahrgenommene Nutzen einer Entscheidung hängt neben der tatsächlich realisierten Konsequenz (Ergebnis) auch von der Abweichung zwischen dem tatsächlich eingetretenen Ergebnis und dem erwarteten Ergebnis ab. Eine hohe Erwartung führt damit tendenziell zu Enttäuschungen.

8. Neben dem unmittelbaren persönlichen Nutzen aus einer Entscheidung berücksichtigen Menschen auch weitere Aspekte (z.B. moralische). Sie verhalten sich beispielsweise in Spiel- oder Wettbewerbssituationen (vgl. das so genannte Gefangenendilemma) auch dann häufiger (als bei strikter Rationalität zu erwarten) kooperativ, weil diese als gesellschaftlich gefordert erscheint. Dabei wird um so weniger kooperativ gehandelt, je größer die Personengruppe ist, je weniger kooperativ die anderen agieren, und je weniger Kommunikation zwischen den Menschen besteht.

9. Bei der Beurteilung zukünftiger Ereignisse zeigen Menschen oft eine sehr ausgeprägte Diskontierung zukünftiger Resultate. Untersuchungen zeigen, dass ein solcher individueller Diskontierungsfaktor durchaus bei 25% pro Jahr liegen kann, was eine extrem hohe Gewichtung aktueller Konsequenzen gegenüber zukünftigen Auswirkungen mit sich bringt.

10. Grundsätzlich gibt es eine Präferenz der Menschen, Entscheidungen eher zu unterlassen, weil sich Menschen eher für das verantwortlich fühlen, was sie getan haben, als für das, was durch das Nicht-Tätigwerden ausgelöst wird. Allerdings gibt es hier einige Ausnahmen, die vor allen Dingen dann auftreten, wenn man das Handeln bzw. Tätigwerden von einer bestimmten Personengruppe

(z.B. Politiker oder Manager) quasi normativ erwartet.

### **C) Risikobereitschaft und Versicherung**

1. Sieht sich ein Mensch in einer „Gewinnsituation“ (bezogen auf einen vorgegebenen Referenzpunkt, häufig den Status Quo), handelt er tendenziell risikoavers. Sieht er sich dagegen in einer „Verlustsituation“, wird er risikofreudig (vgl. Prospect-Theorie). Man kann also sagen, dass das Risikoverhalten der meisten Menschen geprägt ist von dem psychologischen Prinzip der Gewinnsicherung und der Verlustreparation (vgl. Pelzmann, 2000, S. 28).

2. Die Risikobereitschaft von Managern ist gemäß empirischer Untersuchungen weitgehend unabhängig von der Risikotragfähigkeit des Unternehmens und wird wesentlich durch das persönlich verfügbare Budget bestimmt (vgl. Swalm, R.O., *Utility Theory – Insights into risk taking*, Harvard Business Review, Vol. 44 (6), 1966, S. 123/136). Dieses personenbezogene Risikokalkül führt tendenziell zu einem aus Sicht des Gesamtunternehmens zu geringen Risikoumfang, was interessante Ertragschancen ungenutzt lässt.

3. Menschen haben eine Aversion gegen „Ambiguität“, also das Gefühl von Unsicherheit über den Grad der bestehenden Unsicherheit (fehlende Quantifizierungsmöglichkeit von Risiken). Zur Reduzierung der Ambiguität suchen deshalb Menschen nach zusätzlichen Informationen insbesondere dann, wenn sie Gewinne, die mit hoher Wahrscheinlichkeit zu erwarten sind, oder Verluste, die mit geringerer Wahrscheinlichkeit zu erwarten sind, in Aussicht gestellt bekommen.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Vgl. Tversky, A., Kahneman, D., *Prospect Theorie: An Analysis of Decision under Risk*, in *Econometrica*, Vol. 47 (1979), S. 280-284

<sup>5</sup> Bei vollkommener Ungewissheit bietet sich für die Entscheidung eigentlich die so genannte „Laplace-Regel“ an, bei der sämtliche mögliche Ereignisse als gleich wahrscheinlich angesehen werden (weil eben keine anderweitigen Informationen vorliegen). Quelle: Laux, H., *Entscheidungstheorie*, Springer, 2003, S. 115

<sup>6</sup> Menschen überschätzen zudem die Güte ihres eigenen Wissens, wenn sie nicht häufig mit einer bestimmten Art von „Wissensfragen“ konfrontiert werden. Sie haben zudem erhebliche Schwierigkeiten, zwischen einer alleine statistisch gegebenen Korrelation und einer kausalbedingten Ursache-Wirkungs-Beziehung zu unterscheiden.

4. Empirische Untersuchungen zum Versicherungsverhalten (vgl. Kunreuther, H., u.a., Disaster insurance protection: Public policy lessons. New York, 1978, S. 130/178) zeigen, dass (bei gleichem Erwartungswert der im Experiment mit befragten Versuchspersonen untersuchten „Katastrophen“) eine Absicherung insbesondere gegen Szenarien mit Eintrittswahrscheinlichkeiten von 5%, 10% und 25% vorgenommen wurde, obwohl diese nicht bestandsgefährdend waren. Dagegen haben sich nur 65% gegen eine Katastrophe (mit 1% Eintrittswahrscheinlichkeit und einem Schaden in Höhe von 25% des Gesamtvermögens) und sogar nur 50% gegen eine bestandsgefährdende Katastrophe (Eintrittswahrscheinlichkeit 0,2% und Zerstörung des Gesamtvermögens) entschieden.

Offensichtlich zielt die Absicherung insbesondere auf (an sich ökonomisch durchaus tragbare) Schäden, deren Eintreten man im Rahmen des üblichen Erfahrungszeitraums sich durchaus vorstellen kann. Eine Absicherung gegen extrem unwahrscheinliche (aber existenzgefährdende) Katastrophen wird insbesondere wohl dann vorgenommen (vgl. auch A, 2.), wenn diese Katastrophen so plastisch und emotional berührend sind, dass deren Eintrittswahrscheinlichkeit emotional höher bewertet wird (vgl. Verfügbarkeitsheuristik).

### *Schlussfolgerungen für das Risikomanagement*

Welche Schlussfolgerungen kann man aus den hier knapp zusammengefassten Erkenntnissen der psychologischen Forschung für die Praxis von Risiko- und Versicherungsmanagement ableiten?

An dieser Stelle können natürlich nur einige wenige Konsequenzen für die Praxis dieser psychologischen Erkenntnisse für die Versicherungswirtschaft aufgezeigt werden. Erwähnt sei zunächst die erhebliche Wahrscheinlichkeit, dass Selbsteinschätzung von Risiken durch die Verantwortlichen beim versicherten Unternehmen zu gravierenden – in der Tendenz sogar prognostizierbaren – Fehleinschätzungen führen. Hier ist es eine wesentliche Aufgabe, diesen

Fehleinschätzungen entgegenzuwirken und vor allem statistische Benchmarks heranzuziehen. Notwendig ist es zudem, dafür zu sensibilisieren, dass Menschen in bestimmten Situationen („wahrgenommene Verluste“ oder ausgeprägtes Selbstbewusstsein [Kontrollillusion]) dazu neigen, zu viele Risiken einzugehen bzw. notwendige Risikobewältigungsmaßnahmen (Risikotransfers) nicht zu realisieren.

Auch die Tendenz der Menschen, sich nicht mit den wichtigsten, sondern den plakativsten Risiken zu befassen und die Fokussierung auf eine Vielzahl kleiner (im Gesamtunternehmens-Kontext irrelevanter) Risiken, sind zu beachten. Gerade der letztgenannte Aspekt dürfte maßgeblich dazu beitragen, dass Unternehmen ganzheitliche Risikomanagementmodelle, die auf die Risikotragfähigkeit des Gesamtunternehmens abgestellt sind, aufgrund des eingegengten Fokus Einzelner in der Praxis bisher nur schwierig durchgesetzt werden konnten.

Offensichtlich ist zunächst, dass man keinesfalls (a priori) von einer auch nur halbwegs zutreffenden Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeit und insgesamt der Bedeutung von Unternehmensrisiken durch die verantwortlichen Personen ausgehen kann. Vielfältige (systematische) Ursachen führen zu einer erheblichen Verzerrung der Wahrnehmung, der sich Menschen praktisch nicht entziehen können. Wenn die Quantifizierung eines einzelnen Risikos schon sehr schwierig ist, so ist die Beurteilung des Gesamtrisikoumfangs eines Unternehmens oder gar das Abwägen mit seiner Risikotragfähigkeit ohne geeignete Hilfsmittel kaum möglich. Um zu einer fundierten Quantifizierung von Risiken eines Unternehmens zu gelangen und den Umfang möglicher psychologisch bedingter Fehleinschätzungen zumindest zu reduzieren, bieten sich folgende Ansatzpunkte an:<sup>7</sup>

1. Die bewusste und kritische (gegebenenfalls checklistengeführte) Überprüfung der eigenen Einschätzung eines Risikos mit Hinblick auf die o.g. psychologisch bedingten Anomalien. Da zudem die Risikoneigung der Entscheider in Abhängigkeit der wahrge-

nommenen Situation sich verändert (z.B. erhöhte Risikoneigung bei wahrgenommener Verlustsituation), müssen unternehmerische Entscheidungen auch vor diesem Hintergrund sehr sorgfältig abgewogen werden.

2. Die kritische Diskussionen der Risikoeinschätzung durch verschiedene Personen, möglichst aus verschiedenen Blickwinkeln, um stark personenbezogene Fehleinschätzungen auszuschalten. Hier kann vor allem die weitgehend unabhängige Meinung eines Unternehmensberaters oder Versicherungsmaklers, mit Kompetenz in Risikomanagement, hilfreich sein.<sup>8</sup>

3. Die konsequente (emotionslose) statistische Auswertung von Schadensdaten zur Absicherung der Einschätzung eines Risikos und die Verwendung von Benchmark-Werten. Entsprechend sollten nachvollziehbare mathematische oder simulationsbasierte Verfahren genutzt werden, um die kombinierte Wirkung mehrerer Einzelrisiken zu beurteilen (so genannte „Risikoaggregationsverfahren“).<sup>9</sup>

4. Das Verfahren und die wesentlichen Annahmen bei der Quantifizierung eines Risikos (z.B. der erwarteten Eintrittswahrscheinlichkeit und der Schadenshöhe) sollten für Dritte nachvollziehbar dokumentiert werden. Damit ist insbesondere auch eine kritische Diskussion der zugrundeliegenden Annahmen möglich, um so die Qualität der Quantifizierung zu verbessern.

### **Zusammenfassung**

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass gerade die Bewertung und der Umgang mit Risiken in einem erhebli-

<sup>7</sup> Vgl. vertiefend zu Verfahren der Verbesserung unternehmerischer Entscheidungen und der Ursache für psychologische Handlungsanomalien: Gleißner, W., Faustregeln für Unternehmer, 2000.

<sup>8</sup> Denkbar ist hier beispielsweise auch die unabhängige und nachvollziehbare Bewertung von Risiken in zwei getrennten Arbeitsgruppen, wie sie beispielsweise im Rahmen von Risikoanalysen angewandt wird.

<sup>9</sup> Vgl. Gleißner, W., Identifikation, Messung und Aggregation von Risiken, in: Gleißner, W./Meier, G., Wertorientiertes Risikomanagement für Industrie und Handel, 2001.

chen Umfang durch psychologisch bedingte Phänomene beeinflusst wird. Es ist unvermeidlich, sich der Gefahr einer systematischen Fehleinschätzung von Risiken bewusst zu machen und Verfahrensweisen umzusetzen, die diesen entgegenwirken. Sich der eigenen Schwächen beim intuitiven Umgang mit Risiken bewusst zu sein, ist der erste Schritt für die Verbesserung der Potenziale im Risikomanagement. Gerade weil der Umgang mit Risiken für Menschen nicht gerade einfach ist, ist die Weiterentwicklung der Fähigkeiten zur Beurteilung und zum Abwägen von Risiken ein grundlegender Erfolgsfaktor für das Unternehmertum in einer risikobehafteten Umwelt.

Die Berater des Unternehmens können einen erheblichen Beitrag leisten, um die Risikobewertung in einem Unternehmen zu verbessern. Als kritischer Gesprächspartner der Unternehmensführung können sie auf mögliche Fehleinschätzungen von Risiken aufmerksam machen und werden so zum „Sparrings-Partner“. Durch das Bereitstellen objektiver Daten und Benchmarks ermöglichen sie zudem das Hinterfragen der Risiko-Quantifizierung des Unternehmens.

#### Literatur:

- Dörner, D., Die Logik des Misslingens, 1997.  
 Frey, D./Irle, M. (Hrsg.), Theorien der Sozialpsychologie, Bd. III, 2002.  
 Gleißner, W., Faustregeln für Unternehmer – Leitfaden für strategische Kompetenz und Entscheidungsfindung, 2000.  
 Gleißner, W., Identifikation, Messung und Aggregation von Risiken, in: Gleißner, W./Meier, G., Wertorientiertes Risikomanagement für Industrie und Handel, 2001.  
 Gleißner, W., Die Psychologie unternehmerischer Entscheidungen, in: Wirtschaftspsychologie aktuell, Heft 02, 2003.  
 Jungermann, H.R. Pfister, Fischer, K. Die Psychologie der Entscheidung, Spektrum Verlag, 1998.  
 Laux, H., Entscheidungstheorie, Springer, 2003.  
 Lopes, L.L., 1981, Decision making in the short run, Journal of experimental psychology: Human learning and memory, 7(5), S. 377/385.  
 Kunreuther, H., u.a., Disaster insurance protection: Public policy lessons. Wiley, New York, 1978, S. 130/178.  
 Pelzmann L.: Wirtschaftspsychologie, Behavioral Economics, Behavioral Finance, Arbeitspsychologie. 3., erw. Aufl. Wien-New York: Springer, 2000.  
 Swalm, R.O., Utility Theory – Insights into risk taking, Harvard Business Review, Vol. 44 (6), 1966, S. 123/136.  
 Siebenmorgen, N., Weber, M., Risikowahrnehmung – Wie Anleger unsichere Renditen einschätzen, Reihe „Forschung für die Praxis“ Bd. IV des Lehrstuhls für ABWL, Finanzwirtschaft, insbesondere Bankbetriebslehre, Universität Mannheim, 1999.  
 Teigen, K.H., To be convincing or to be right: A question of three seasons, in: K. Gilhooly, u.a.

Lines of Thinking, Wiley, Chichester, S. 299/313, 1990.

Thaler, R.H., 1980, Toward a positive Theory of consumer choice, in: Journal of economic Behavior and Organisation, 1, S. 39/60.

Tversky, A., Kahneman, D., Advances in prospect theory : cumulative representation of uncertainty,

in: Journal of risk and uncertainty. – Boston, USA [u.a.] : Kluwer Acad. Publ., Bd. 5 (1992), 4, S. 297/323.

Tversky, A., Kahneman, D., Prospect Theorie: An Analysis of Decision under Risk, in Econometrica, Vol. 47 (1979), S. 280/284.

## Neu auf dem Markt

### Vermögensschutz bei Pflegebedürftigkeit

#### Generali mit neuem Seniorenprodukt

Die stetig steigende Lebenserwartung führt zu einem erhöhten Finanzbedarf und höherem Pflegefallrisiko. Wer das Risiko, in hohem Alter mit seinen finanziellen Rücklagen nicht auszukommen, ausschalten möchte, muss zwangsweise das mit der steigenden Lebenserwartung einhergehende Pflegefallrisiko mit abdecken.

Bei der Generali kann jetzt noch im fortgeschrittenen Alter Pflegeversicherungsschutz in lebenslange Sofortrenten eingebaut werden. Das Produkt *Selekta 3-D RentenVorsorge* bietet zu der lebenslangen Privatrente auch Vermögensschutz bei Pflegebedürftigkeit. Ohne Gesundheitsprüfung – bis zu einem Aufnahmealter von 70 Jahren.

Erstmalig kann damit über eine private Altersrente auch das hohe Pflegefallrisiko im fortgeschrittenen Alter abgesichert werden. Sie verhindert eine Enterbung der Kinder als Folge der hohen Pflegefallkosten. Die eingebaute Pflegeversicherung schützt die Kinder aber auch vor Unterhaltszahlungen und Regressansprüchen der Sozialämter.

### Senioren-Bündel-Produkt

#### Volkswahl Bund mit spartenübergreifendem Konzept

Der deutsche Seniorenmarkt gerät immer stärker in Bewegung. Jetzt haben die Volkswahl Bund Versicherungen ein Versicherungsbündel speziell für die Generation 60Plus geschnürt.

Mit einem ganzheitlichen Zielgruppenansatz will der Dortmunder Maklerversicherer hier Neuland betreten. Wichtige Erkenntnis dabei: Aufgrund der spezifischen Gewohnheiten und Lebensumstände können die Beiträge im Vergleich zu Normaltarifen deutlich günstiger ausfallen.

Das Konzept soll alle wichtigen Versicherungsprodukte, die den Bedürfnissen im dritten Lebensabschnitt entsprechen, verbinden. Die einzelnen Angebote zeichnen sich durch spezielle Leistungen und innovative Alleinstellungsmerkmale für Menschen über 60 aus. So z.B. die Sofortleistung in der Unfallversicherung nach einem Oberschenkelhalsbruch – unabhängig von seiner Entstehung. Die Kombi-Police umfasst Privathaftpflicht, Hundehalterhaftpflicht, Bestattungsversorgung, Unfall mit Assistance-Leistung sowie Sofortrente und Hausrat.

### Solvency II-Computermode

#### Aon will Versicherer frühzeitig fit machen

Die neuen Regeln aus dem Solvency II-Abkommen verändern grundlegend die Beaufsichtigung von Versicherungsgesellschaften. Trotz der für das Jahr 2006/2007 geplanten Einführung von Solvency II sind aber längst noch nicht alle der künftigen Regeln festgeschrieben. Speziell für Kunden der Aon-Gruppe hat die Schweizer Aon ReSolution AG nun ein komplexes Solvency II-Computermode mit dem Namen „itiner. Solvency“ entwickelt, das den Versicherern schon heute Aufschluss über die Steuerungsmöglichkeiten im Umgang mit dem neuen Regelwerk gibt.