



Sichermacher

Leben bedeutet Risiko. Das wiederum ruft den Wunsch nach Sicherheit auf den Plan. Genau hier kommt Klaus Scheitegel ins Spiel. Der Generaldirektor weiß, warum Stabilität in einer veränderlichen Umwelt an Bedeutung gewinnt und wie man 190jährig den Spagat in die digitale Moderne meistert. Ein Paradebeispiel: die Grazer Wechselseitige Versicherung.

Text: KRISTINA RIEGEBAUER **Fotos:** STEPHAN FRIESINGER

Die Zukunft muss man planen. Sein Leben und seinen Berufsweg ebenso. Wer aber hofft, mit gnadenloser Ordnung und nach Skript sein Morgen in Stein meißeln zu können, der sollte sich die Karriere von Klaus Scheitgel vor Augen führen. Diese hatte er nämlich ganz und gar nicht strikt geplant. Und doch steht er heute als Generaldirektor der Grazer Wechselseitigen Versicherung an sicherer Front eines Traditionsunternehmens, das mit Erzherzog Johann einen vielseitigen Gründervater hat, der ebenso couragiert Vieles auf sich zukommen ließ. Chancen zu ergreifen, selbst wenn sie überraschend an die Türe klopfen, und dem Wink des Schicksals zu vertrauen, ist eine lockere Politik, die das Individuum beizeiten wachsen lassen, dem Zufall überlässt das Versicherungsunternehmen aber bestimmt nichts.

Wo seit 190 Jahren aufgeht, was sich Menschen vorgenommen haben, findet sich die Bereitschaft zum aktiven Handeln und das verlangt den Mut, auf Dinge zu reagieren, die nicht immer an einen Plan gebunden sind. Denn als Versicherung muss man mit allem rechnen. Vor allem mit dem Risiko anderer Leute. Das ist das Geschäft mit dem Ungewissen. Zwischen Tradition und Digitalisierung, heißt es für Klaus Scheitgel, mit dem Unternehmen immer wieder neues Terrain zu betreten. Nicht zurück, sondern nur nach vorne zu schauen, ist dabei aber nicht das Credo. Denn der Blick in die bewegte Vergangenheit sei notwendig, um die Zukunft deuten zu können, ist sich Klaus Scheitgel sicher. Als optimistischer Realist ist er einer, der anpackt und nicht wartet. Dass der Generaldirektor auch in Zeiten des Umbruchs mit Empathie und Charme das Steuer in fester Hand hat, zeigt sich bei unserem Besuch im Chefbüro, in der Grazer Herrengasse.

GRAZETTA — **Bei einem Unternehmen, das heuer den 190. Geburtstag feiert, stellt man sich an der Spitze einen angegrauten Manager mit mürrischer Miene vor. So wirken Sie gar nicht.**

KLAUS SCHEITGEL — Meine Persönlichkeit habe ich aufgrund meiner Position nicht verändert, denn sonst hätte ich bereits den ersten Fehler gemacht.

„Mensch bleiben und das große Ganze sehen, ist vielleicht kein schlechter Leitgedanke am Arbeitsplatz.“

Mensch bleiben und das große Ganze sehen, ist vielleicht kein schlechter Leitgedanke am Arbeitsplatz. Hier muss ich einmal täglich lachen können, das ist meine Überzeugung. Wenn man das nicht schafft, ist am Arbeitsplatz irgendetwas falsch. Unsere Agenden am Tisch sind ernst genug. Gerade weil der Schaden unser Thema ist, ist der optimistische Zugang zur Arbeitswelt ein wichtiger.

Sie hatten mit der GRAWE immer nur einen Arbeitgeber. Wie bleibt man da bei Laune?

KS — Das geht ganz leicht. Ich habe viel mit Menschen zu tun. Das fordert, aber führt zu Abwechslung und macht Spaß. Als Versicherung muss man sich mit der Veränderung der Gesellschaft und demographischen Entwicklungen auseinandersetzen. So bleibt es immer spannend. Im Nachhinein kann ich guten Gewissens sagen: Ich habe die richtige Entscheidung getroffen. Die GRAWE ist ein Unternehmen, das sich extrem dynamisch entwickelt. Vor 25 Jahren hatten wir eine Auslandstochter und heute sind es 13. Von 1.600 Mitarbeitern sind wir auf 5.000 gewachsen. Ursprünglich wollte ich Rechtsanwalt werden und eigentlich hat mich eher der Zufall zur GRAWE geführt. Doch ich habe damals bereits nach wenigen Wochen festgestellt, dass die GRAWE ein Arbeitgeber ist, der es mir erlaubt, mich zu entfalten. Das gelingt durch Reflexion und indem man mit dem Unternehmen im ständigen Dialog steht. Bei so einem großen Haus ist das nur möglich, wenn man die richtigen Leute an seiner Seite hat. Es braucht treue Wegbegleiter, die einem unterstützend beistehen.

Generaldirektor ist also kein Einzelgänger-Job?

KS — Ich betrachte mich in meiner jetzigen Funktion als Teamplayer. Wer führt,

muss auch bereit sein, jeden Tag aufs Neue zu lernen. Das Fördern und Fordern der Mitarbeiter sowie das Vertrauen in ihre individuelle Begabung und Leistung, ist etwas, das ich vorleben möchte.

Wie wird man Generaldirektor eines so traditionsreichen Unternehmens?

KS — Dafür gibt es kein Rezept. Man kommt nicht als Top-Manager auf die Welt. Es sind viele Schritte notwendig, um eine Führungskraft zu werden. An Eigenschaften sollte man Gestaltungsfreude mitbringen, einen Sinn für Innovation haben und bereit sein, Verantwortung zu übernehmen. Und wie bei allen Dingen im Leben braucht es auch Glück. Allerdings wäre es völlig vermessen, zu sagen, dass ich in das Unternehmen eingetreten bin und diese Funktion angestrebt habe. Mittlerweile bin ich seit 25 Jahren im Haus tätig und was sich in all der Zeit nie geändert hat, ist, dass Stabilität immer an erster Stelle stehen wird.

Wollen wir darüber sprechen, Dinge neu und anders zu sehen?

KS — Eine Säule unseres Geschäftsmodells ist die Versicherung und Versicherung hat etwas mit Vertrauen und Zukunft zu tun. Vor dem Hintergrund einer sehr langen und wechselvollen Geschichte tut man sich leichter, über neue Wege zu reden. Wenn man Krisen wie Weltkriege und Börsencrash überlebt hat, kann man Erfahrungswerte vorweisen.

Die Geschichte des Hauses ist eine weit zurückreichende und imposante. Erdrückt einen das manchmal?

KS — Überhaupt nicht, ganz im Gegenteil! Geschichte heißt auch steirische Geschichte und die bedeutet für uns stolze Verpflichtung und Auftrag. Als Unternehmen 190 Jahre alt zu sein, heißt, dass es davor viele Menschen gab, die viel richtig gemacht haben. Es ist unsere Aufgabe, weiterhin alles gut und richtig zu machen.

Kann alter Versicherungsadel von junger Start-up-Kultur lernen?

KS — Selbstverständlich. Vor allem im Bereich der Aufspürung von Marktnischen und der Umsetzung innovativer Lösungen sind uns diese ein Vorbild. Wir nutzen die Innovationskraft un-

serer jungen Mitarbeiter hinsichtlich neuer Medien und Entwicklungen im IT-Bereich. Neue Technologien, wie sie auch von Fintechs entwickelt werden, werden durchaus in unsere Geschäftsprozesse integriert. Altbewährtes kann sehr gut mit Neuem kombiniert werden. Die GRAWE betrachtet sich daher sowohl als bodenständiges als auch modernes Unternehmen. Wir setzen Lösungen um und nutzen die Vorteile der fortschreitenden Digitalisierung. Dies insbesondere auch, um unsere Produkte und Applikationen benutzerfreundlicher zu gestalten und eine standortunabhängige Erreichbarkeit unserer Services sicherzustellen.

Versicherung ist kein Thema, das besonders attraktiv ist. Wie erreichen Sie die Jugend?

ks — In der Regel kommt man als junger Mensch beim Kauf des ersten Mopeds oder des ersten Autos in Kontakt mit einer Versicherung. Mit GRAWE „sidebyside“ haben wir eine Jugendmarke entwickelt, die optimalen Versicherungsschutz für alle bis 25 bietet und sich maßgeschnei-

„Momentan befinde ich mich mit dem Unternehmen in einer starken Lern- und Beobachtungsphase, in der wir unseren Kunden genau diese Zukunftsängste mit einem geeigneten Schutz nehmen wollen.“

dert auf individuelle Bedürfnisse einstellt. Die Jugend findet uns außerdem auf diversen Social Media-Plattformen. Das ist in Zeiten der Online-Omnipräsenz wichtiger denn je. So wollen wir uns als Lebensbegleiter präsentieren, aber auch als attraktiver Arbeitgeber erscheinen.

Welche Jobmöglichkeiten gibt es?

ks — Wir sind in Wahrheit die Branche der tausend Berufe. Im Personalbereich sind Pädagogen und Psychologen beschäf-

tigt, im Marketingbereich Kreativschaffende, die sich mit Multimedia und Social Media auseinandersetzen. Ob technischer Mathematiker, Jurist, Ökonom oder Versicherungskaufmann – unsere drei Säulen Banken, Immobilien und Versicherung bieten zahlreiche Berufsmöglichkeiten.

Wie behalten Sie den Überblick?

ks — Das geschieht in einem arbeitsteiligen Prozess. Das aktuelle Vorstandsteam mit Gernot Reiter, Gerald Gröstenberger und Georg Schneider kennt sich schon sehr lange und arbeitet ausgezeichnet zusammen. Ein Ansatz ist unser Leitspruch von Erzherzog Johann: „In der Eintracht Vieler liegt die Kraft, die das Gute bewirkt. Dazu beizutragen ist eines Jeden Aufgabe.“ Gemeinsam ist alles zu schaffen, wenn man in eine Richtung schaut.

Erzherzog Johann war sehr naturverbunden. Ist die Agrarversicherung aufgrund des Klimawandels und durch den Einsatz neuer Technologien ein aktuelles Thema?

STEIRISCHE
VOLKSPARTEI



LH Hermann Schützenhöfer und das Team der Steirischen Volkspartei gratulieren:

**ALLES GUTE
GEBURTSTAG!**

der Grazetta und
all ihren „Machern“
zum 11. Magazin-



KS — Die Klimathematik ist ein Problem mit großem Unsicherheitsfaktor, das uns natürlich sehr beschäftigt. Man darf nicht vergessen, dass es Naturkatastrophen schon immer gegeben hat. In einem alten Geschäftsbericht aus dem Jahr 1830 steht geschrieben, dass 23 Feuersbrünste 300 Gebäude dem Erdboden gleich gemacht haben. Feuer war damals ein Drama. Offene Herdstellen und Bedachungen aus Stroh haben Brandentwicklungen seinerzeit extrem begünstigt. 1827 hat ein Brand fast ganz Mariazell zerstört. Heute halten uns Stürme und Hochwasser auf Trab. Das sind Themen, auf die wir mit dem passenden Versicherungsschutz Antworten geben müssen. In diesem Bereich ist es notwendig, die richtigen Lösungen anzubieten und Präventionsmaßnahmen zu ergreifen.

Was macht Menschen noch Angst?

KS — Im weitesten Sinn: die Digitalisierung.

Durch die Digitalisierung werden Kundendaten zum Kern eines jeden Geschäftsmodells. Das macht das Leben leichter, aber auch anfälliger für Angriffe. Wer haftet, wenn Daten gehackt werden?

KS — Die Suche nach einem Schuldigen im Falle eines Hackerangriffs auf Kundendaten gestaltet sich – auch aus rechtlicher Sicht – schwierig. Beispielsweise ist der für die Geltendmachung von Schadenersatzansprüchen notwendige Schadensnachweis häufig schwer zu erbringen, wenn der Betroffene nicht direkt finanziell geschädigt wird. Hinzu kommt in vielen Fällen, dass die Hacker selbst nicht ausfindig gemacht werden können, aber auch das Unternehmen nicht haftbar gemacht werden kann. Insbesondere, weil sich auch der Nachweis eines Fehlverhaltens des Unternehmens als ein mühsames Unterfangen erweisen kann. Am Ende steht daher in vielen Fällen der Kunde, dessen Daten Zielscheibe des Angriffs

waren, vor der unbefriedigenden Situation, keines Verantwortlichen habhaft zu werden.

Was bedeutet Risiko für einen Versicherungsmenschen?

KS — Zum einen bedeutet Risiko für den Versicherer, dass er definieren muss, welche Risiken zu welchem Preis versicherbar und welche unversicherbar sind – eine Entscheidung, die nicht immer leicht ist. Zum anderen bedeutet Risiko stets einen Präventionsbedarf. Es ist nicht nur Aufgabe des Versicherers, im Nachhinein den Schaden zu ersetzen, sondern ebenso, die Öffentlichkeit und die Kunden im Vorfeld darauf hinzuweisen, dass durch gezielte Präventionsmaßnahmen, Schäden etwa durch Sturm, Hagel und Hochwasser verringert werden können. Hier sind beispielsweise entsprechende bauliche Vorkehrungen angesprochen. Das Wichtigste ist eine offene Kommunikation mit dem Kunden und eine entsprechende fachliche Expertise und Beratung.

Beim Versuch, eine Liste aller Risiken aufzustellen, wird man feststellen, dass das quasi unmöglich ist. Wie legt man nun am besten fest, welche Versicherung man abschließt und welche nicht?

KS — Als Versicherer muss man die Lebensumstände der Menschen erfassen und deren individuelle Bedürfnisse an den Anfang jeder Beratungstätigkeit stellen. Zwar ist sicherlich jeder gut damit beraten, etwa eine Haushalts- und Rechtsschutzversicherung abzuschließen sowie für die Zukunft bzw. Pension vorzusorgen, jedoch gibt es auch innerhalb der entsprechenden Produkte Wahlmöglichkeiten. Der Kunde entscheidet, wo ihm das Classic-Produkt reicht oder ob er eine Premium-Variante benötigt. Beispielsweise wird ein Spitzensportler einen anderen Bedarf haben, als ein Angestellter oder Arzt. Die Aufgabe, ein den individuellen Bedürfnissen des Kunden optimal angepasstes Versicherungspaket zu entwerfen, ist eine verantwortungsvolle. Daher wählen wir unsere Kundenberater sorgfältig aus und legen großen Wert auf ihre Aus-, Fort- und Weiterbildung.

Wie viele Versicherungen haben Sie?

ks — Ich bin durchaus gut aufgestellt, weil ich ja an der Quelle sitze (lacht). Ich würde sagen, dass ich wohl beide Hände brauchen würde, um sie aufzuzählen.

Heute geht es per Mausclick zur Versicherung: Viele holen sich Informationen inzwischen aus dem Internet und reichen auch Schadensmeldungen online ein. Werden lokale Vertretungen bald überflüssig sein?

ks — Nicht wir, sondern der Kunde entscheidet, wie digital wir werden. Wir müssen Jung und Alt Lösungen anbieten. Es sind weit über 10.000 Kunden, die nur digital mit uns kommunizieren wollen. Das ist in Ordnung. Das ist die Zukunft und wir müssen mitgehen. Umgekehrt gibt es genauso Kunden, die es extrem schätzen, dass sie einen unserer 800 Berater aufsuchen können. Die Digitalisierung wird oft als Schreckgespenst dargestellt, doch es muss sich keiner fürchten. Qualifizierte Mitarbeiter werden wir immer brauchen. Ebenso werden wir die Möglichkeit der persönlichen Beratung unserer Kunden stets sicherstellen.

„Vor dem Hintergrund einer sehr langen und wechselvollen Geschichte, tut man sich leichter, über neue Wege zu reden. Wenn man Krisen wie Weltkriege und Börsencrash überlebt hat, kann man Erfahrungswerte vorweisen.“

Auch hinter den Lenkrädern bahnt sich schon seit längerem eine Revolution an. Damit steht der Versicherungsbranche mit dem Markteinzug von autonom fahrenden Autos eine Änderung bevor. Ist das das Ende der Kfz-Versicherung?

ks — Dass sich Unfälle reduzieren, liegt in unserem Interesse, denn Versicherung bedeutet auch Prävention. Je weniger passiert, desto besser ist es. Aufgrund der Sensorik wird der Kollisions- oder

Einparkunfall zwar verschwinden, das heißt aber nicht per se, dass sich das Auto in ein gefahrloses Fortbewegungsmittel verwandelt. Wir dürfen jenen Bereich, der nicht automatisiert ist, nicht vergessen: den Faktor Mensch. Der Mischverkehr, bestehend aus autonomen und herkömmlichen Autos, Fußgängern und Radfahrern, wird neue Risiken mit sich bringen. Durch Softwarefehler und Ausfälle von technischen Systemen werden sich die Schäden verschieben, aber die Kernbotschaft, Risiken abzudecken, bleibt dieselbe.

Was ist Ihre Rolle in dieser Transformationsphase?

ks — Momentan befinde ich mich mit dem Unternehmen in einer starken Lern- und Beobachtungsphase, in der wir unseren Kunden genau diese Zukunftssängste mit einem geeigneten Schutz nehmen wollen.

Sind wir nüchterne Beobachter geworden?

ks — Wenn man jemandem beibrin-

MAG. MICHAEL SCHICKHOFER
Landeshauptmann-Stv.

SPÖ
STEIERMARK

**Kinderaugen
strahlen lassen.
Nicht nur zu
Weihnachten.**

steiermark.spoe.at



gen muss, dass ein naher Angehöriger bei einem Verkehrsunfall, den eine Maschine verursacht hat, zu Tode gekommen ist, wem weist man hier die Schuld zu? Demjenigen, der die Maschine gebaut hat? Demjenigen, der sie programmiert hat? Wir müssen uns davor hüten, solche Themen nüchtern zu betrachten oder zu entmenschlichen, denn dann wird es kritisch. Ein anderer Faktor in diesem Zusammenhang ist folgende Grundsatzentscheidung: Wenn es die technische Entwicklung ist, dass Bereiche von Maschinen übernommen werden, dann ist es meine Aufgabe, neue, interessante Jobs zu schaffen. In Graz sind wir mit der TU und den Fachhochschulen in der glücklichen Lage, Ausbildungsstätten zu haben, die genau diese Innovationen anstreben.

Wie bei den meisten Dingen fragt man sich auch bei Versicherungen: „Geht’s billiger?“ Vergleichsportale sind eine verlockende Informationsquelle. Macht Ihnen das zu schaffen?

KS — Jeder Kaufmann, der davor Angst hat, denkt falsch. Einem Vergleich muss man sich als Dienstleistungsanbieter stellen. Natürlich ist das für den Kunden bequem, denn er muss nicht mehr durch die Stadt laufen und fünf Büros abklappern, sondern kann sich das unkompliziert zuhause anschauen. Ich bin der Meinung, dass man seine Stärken und Schwächen kennen und transparent abbilden sollte.

Sicherheit hat man gerne schwarz auf weiß. Wie sieht es denn mit der Transparenz von Versicherungen aus?

KS — Es gibt Verträge, die sehr leicht zu vergleichen sind und schnell gewechselt werden können. Das ist zum Beispiel die Kfz-Haftpflichtversicherung. Bei Verträgen, die die Zukunftsvorsorge betreffen, dauert das Gespräch schon wesentlich länger. Das ist einfach komplexer. Zumal ist es uns ein großes Anliegen, dass der Kunde auch versteht, was er unterschreibt.

„Die GRAWE ist ein Unternehmen, das sich extrem dynamisch entwickelt. Vor 25 Jahren hatten wir eine Auslandstochter und heute sind es 13. Von 1.600 Mitarbeitern sind wir auf 5.000 gewachsen.“

Der Angreifer aus dem Hintergrund: Amazon. Ist das der größte Konkurrent der Zukunft, der der Versicherungsbranche erhebliche Margen wegnehmen könnte?

ks — Nein, Amazon arbeitet mit ganz anderen Strukturen und ich habe keine Angst, dass dort Versicherungen verkauft werden, weil die von Amazon angewendeten Verfahren und Abläufe mit dem Modell einer Versicherung nicht zusammenpassen. Ich wiederum kenne mein Geschäftsmodell, in das habe ich Vertrauen und das werde ich weiterentwickeln. Wenn ich sage: „Vertrauen Sie mir“, dann denken Sie: „Ok, diese Person managt die GRAWE und ist Generaldirektor, ihm kann ich etwas glauben.“ Sie vertrauen also Menschen und keinen Internetseiten. Eine spannende Entwicklung: Reisebüros sperren wieder auf und raten Sie einmal warum!

Weil so viele Reisen, die über Onlineanbieter gebucht werden, nicht das Erlebnis bringen, das sie versprechen?

ks — Genau! Weil persönliche Dienstleistung im Vordergrund steht, wenn etwas nicht so läuft, wie es laufen sollte. Je digitaler die Welt wird, desto herausragender muss die Dienstleistung werden. Selbst wenn Sie die beste Homepage der Welt haben, kann etwas passieren. Und dann ist Ihre Hotline nicht besetzt. So schnell können Sie gar nicht schauen, wie der anfangs eingefahrene Erfolg in Ihren Fingern zerrinnt.

Beim letzten Interview mit meinem Kollegen meinten Sie, man müsse sich als Unternehmen so aufstellen, dass die Zukunft für einen ungefährlich wird. Was beinhaltet diese Aufstellung?

ks — Gewisse Grundsätze wie Effektivität, Sparsamkeit und Vorsicht zu leben und versuchen, mit möglichst vielen Leuten über die Zukunft zu reden. Das bringt viele Sichtweisen aufs Tableau, über die es wiederum zu reflektieren gilt. Wir können die Zukunft nicht vorhersehen, aber wir können sehr wohl Maßnahmen ergreifen, damit sie keine Gefahr darstellt. —

BIO

KLAUS SCHEITEGEL, geboren am 3. März 1967 in Leoben, verheiratet, ein Sohn.

Ab Juni 1993 im Rechtsbüro der GRAWE AG.

Seit 2013 Mitglied des Vorstands der GRAWE AG.

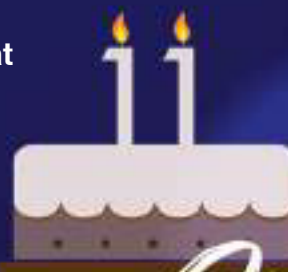
Bis 2013: Vorstand der slowenischen Tochtergesellschaft der GRAWE AG.

Seit Juli 2017 Generaldirektor und Vorsitzender des Vorstands der Grazer Wechselseitige Versicherung AG.



www.fpoe-stmk.at

[f /hermann.fpoe](https://www.facebook.com/hermann.fpoe)



Grazie, Grazetta!

Nach 11 Jahren ist Grazetta aus der heimischen Medienlandschaft nicht mehr wegzudenken. Wir sagen „Grazie“ für viele wichtige Hintergrund-Geschichten, spannende Portraits und jede Menge guter Tipps.

Schön, dass ihr auf diese Weise helft, die Identität von Stadt und Land zu stärken.

Bleibt so, wie Ihr seid!

Mag. Stefan Hermann, MBL
Klubobmann des Freiheitlichen Landtagsklubs

