



# Sprawiedliwa konkurencja

ROZMOWA Z FRANZEM FUCHEM,  
PREZESEM TU I TUNŻ  
COMPENSA ORAZ VIENNA  
INSURANCE GROUP POLSKA

– Vienna Insurance Group jest wiodącym ubezpieczycielem w Europie Środkowej i Wschodniej. Ma swoje spółki w tym regionie m.in. na Białorusi, w Bułgarii, Chorwacji, Czechach, Niemczech, Polsce, Rumunii, Słowacji, Węgrzech

i Ukrainie. Jaka rola przypada Polsce w ogólnej strategii grupy?

– Vienna Insurance Group chce być największym ubezpieczycielem w Europie Środkowej i Wschodniej. I prawie już to osiągnęliśmy. Wprawdzie Grupa Allianz jest większym towarzystwem od nas w tym regionie, ale ich działalność nie koncentruje się wyłącznie na tym obszarze. Obecnie wśród austriackich rynków, na których działa Vienna Insurance Group Polska zajmuje trzecie miejsce, po Czechach i Słowacji, gdy chodzi

o przypis składki. Mam nadzieję, że w 2007 roku staniemy się dla grupy rynkiem numer dwa (wyprzedzając Słowację). Polska jest większym krajem niż Czechy czy Słowacja, z dużo większym potencjałem. Planujemy na koniec bieżącego roku pozyskać 1,8 mld złotych składki. Tak będzie, jeżeli spółki należące do Vienna Insurance Group będą miały wzrost wolniejszy niż to miało miejsce w styczniu i lutym tego roku. Jeżeli uda się nam utrzymać dynamikę przypisu składki z ostatnich dwóch miesięcy, to koniec 2007 roku możemy zamknąć przypisem w wysokości 2 mld złotych. W styczniu średni wzrost spółek należących do grupy wyniósł ponad 50 proc. I to jest bardzo dużo.

– Co było przyczyną tak dużego wzrostu?

– Spółki mają produkty, które zaspokajają potrzeby ubezpieczeniowe współczesnego człowieka. Poza tym dysponujemy profesjonalną i rozległą siecią sprzedaży. Zagospodarowaliśmy około 10 proc. rynku pośredników ubezpieczeniowych (agentów, multiagentów).

– Jaki jest planowany na koniec tego roku udział w rynku spółek majątkowych i życiowych należących do austriackiego ubezpieczyciela?

– W majątku chcielibyśmy mieć powyżej 6 proc. udziału, gdy chodzi o przypis składki, a w sektorze ubezpieczeń na życie powyżej 2,5 proc.

– Vienna Insurance Group jest w Polsce właścicielem 100 proc. akcji towarzystw Benefia i Compensa. Ma 95 proc. akcji w Royal Polska oraz 93 proc. akcji w TUiR CIGNA STU. Niedawno stała się właścicielem ponad 75 proc. akcji TU Polski Związek Motorowy. Czy jest to koniec zakupów?

– Strategiczna wizja grupy w Polsce może wydawać się skomplikowana, ale w rzeczywistości jest przejrzysta i prosta. TUnŻ Compensa koncentruje się na indywidualnych i grupowych ubezpieczeniach na życie. TUnŻ Royal Polska specjalizuje się w bancassurance, Benefia skupia się przede wszystkim na sprzedaży ubezpieczeń przez internet. Gdy chodzi o spółki majątkowe, to TU Compensa oraz TUiR CIGNA STU mają zbliżony profil produktów i zadań. Obie firmy sprzedają ubezpieczenia majątkowe i komunikacyjne, ale TUiR CIGNA STU dodatkowo specjalizuje ▶▶

się w ubezpieczeniach finansowych. TUM Benefia koncentruje się na współpracy z dealerami i sprzedaży przez internet (współpracuje z alternatywnymi kanałami sprzedaży). TU PZM będzie rozwijać sprzedaż ubezpieczeń dzięki współpracy z Polskim Związkiem Motorowym. Chcemy, aby ta firma pozyskała duże agencje sprzedażowe działające na rynku. Pytanie, czy chcemy dalej inwestować w inne spółki? Tak. W majątku mamy już znaczny udział w rynku. Jest to zasługa przede wszystkim dwóch znaczących spółek: TU Compensa i TUiR CIGNA STU. Potrzebujemy spółki, która pozwoli nam umocnić się na rynku życiowym. Chcielibyśmy przejąć towarzystwo z tego sektora o udziale w rynku około 1,5-2 proc.

– **Czy ma pan krótką listę firm?**

– Zawsze mamy listę firm, którym się z uwagą przyglądamy.

– **Czy ten zakup zostanie zrealizowany w tym roku?**

– Trudno powiedzieć.

– **Grupa ekspansywnie wkracza na rynek ubezpieczeń komunikacyjnych (Benefia – system direct, TU Compensa, TU PZM). Czy według pana nie jest to zbyt ryzykowne? Macie dużą konkurencję w tej dziedzinie – PZU, AXA, Link4.**

– Każda z wymienionych naszych spółek rozwija się dynamicznie – powyżej średniej rynkowej. Ale najbardziej zyskową spółką w całej grupie jest TUiR CIGNA STU (portfel składa się w około 50 proc. z ubezpieczeń komunikacyjnych, 25 proc. majątkowych i 25 proc. finansowych). Taką strukturę portfela chcielibyśmy w tej spółce zachować. W przypadku TU Compensa portfel ubezpieczeń składa się w 74 proc. komunikacji i 26 proc. majątku. Chcemy w przyszłości zmniejszyć udział komunikacji do 60 proc., przez szybszy wzrost składki z ubezpieczeń majątkowych. Już obecnie zmierzamy w tym kierunku, ponieważ w 2006 roku mieliśmy wzrost sprzedaży ubezpieczeń mieszkaniowych o 47 proc. Chcemy rosnąć jeszcze szybciej w ubezpieczeniach korporacyjnych (majątkowych) – mam na myśli wszystkie rodzaje ryzyka, poza specyficznymi, jak np. ryzyko energetyczne, ale np. ryzyko terroryzmu ubezpieczamy.

– **W jaki sposób chce pan ochronić portfel ubezpieczeń komunikacyjnych po wprowadzeniu tzw. podatku Religii?**

– Aby być całkowicie uczciwym trzeba powiedzieć, że ubezpieczenia OC komunikacyjne nie są zyskowe. Może jedynie 1-2 firmy, w tym PZU, nie generują strat w tym segmencie. Ale w dłuższej perspektywie jestem przekonany, że towarzystwa będą musiały zwiększyć pobierane składki. Oznacza to, że wszyscy kierowcy, także ci, którzy nie powodowali wypadków będą płacić więcej. To jest przy zaproponowanej formule nieuniknione.

– **Pytanie tylko o ile?**

– Cóż, państwo potrzebuje pieniędzy i tego się nie zmieni. Ale według mnie, jeżeli już musi być wprowadzone dodatkowe 12-proc. obciążenie, to moja rada dla rządzących byłaby, aby nazwać je podatkiem, bo tym w istocie ono jest. Uważam, że każde inne rozwiązanie niż podatek jest błędem.

W naszej gestii jest opracowanie jasnej strategii informacyjnej. Jest to zadanie dla wszystkich zakładów ubezpieczeń oferujących takie produkty. Należy poinformować klientów, dlaczego płacone przez nich składki wzrosną i jaka część składki jest odprowadzana do NFZ. Poza tym w związku z nową sytuacją postaramy się zapewnić posiadaczom takich produktów szerszy zakres ochrony ubezpieczeniowej, np. zwiększając sumę gwarancyjną. Niebawem wprowadzimy nowe ubezpieczenie komunikacyjne (pakiet). Dzisiaj klient kupując u nas OC ma gratis usługę assi-

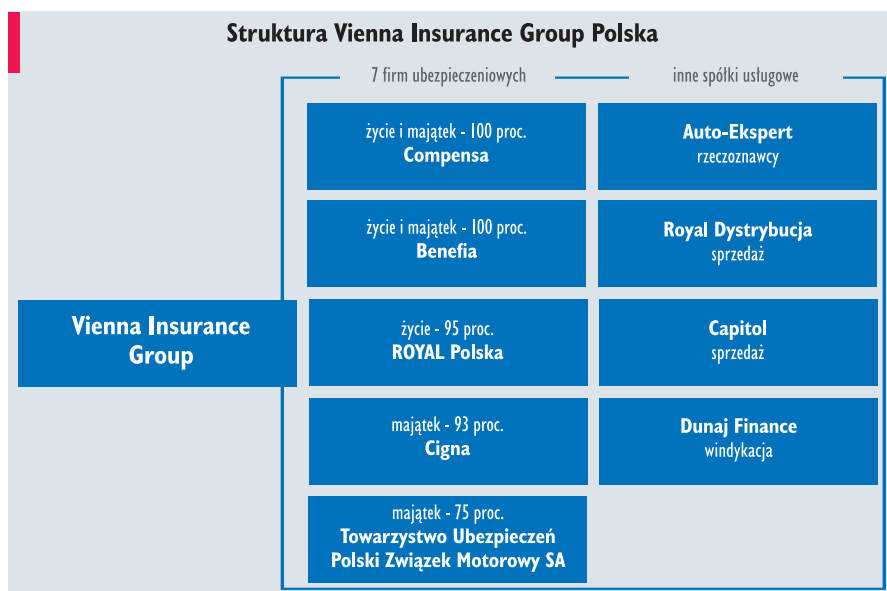
stance. W przyszłości będzie musiał za te dodatkowe usługi zapłacić. Pośrednio to państwo zabiera ubezpieczonym ten dodatkowy bonus, nakładając na towarzystwo obowiązek odprowadzania 12-proc. składki do NFZ. Ktoś musi ponieść te koszty – musimy więc dzielić się nimi z ubezpieczonymi, wszak towarzystwa nie są instytucjami charytatywnymi. Ale przede wszystkim, aby uniknąć większych strat, chcemy podnieść udział w portfelu innych ubezpieczeń majątkowych (poza komunikacyjnymi).

– **Czy agenci będą informowali o opłacie wnoszonej przez ubezpieczycieli do NFZ?**

– Przedstawiciele towarzystw powinni mówić ubezpieczonym ile z ich składek jest przeznaczane na Narodowy Fundusz Zdrowia, aby nie zaistniały żadne niejasności, podejrzenia, że zakłady wzbogacają się kosztem klientów. Poza tym ubezpieczony musi o tym wiedzieć, aby wtedy, kiedy będzie uczestnikiem wypadku komunikacyjnego nie płacił po raz drugi.

– **W połowie 2007 roku ma zostać zaprezentowany „koszyk” świadczeń gwarantowanych w ramach NFZ. Czy wpłynię to na podaż nowych ubezpieczeń?**

– Trudno tak naprawdę powiedzieć, jaki ujawni się popyt na ubezpieczenia zdrowotne w najbliższej przyszłości. TUiR CIGNA STU ma rozbudowaną ofertę ubezpieczeń zdrowotnych. Są one mocną stroną towarzystwa. CIGNA współpracuje obecnie z LUX MED-em,



Źródło: VIG in Poland

a Compensa z Centrum Medycznym LIM. Zastanawiamy się także nad utworzeniem osobnej spółki ubezpieczeń zdrowotnych.

Podstawowa opieka zdrowotna w krajach UE jest gwarantowana przez państwo, a dodatkowe świadczenia medyczne są pokrywane z polis ubezpieczeniowych. Nawet jeżeli państwo będzie rozbudowywać „koszyk” świadczeń gwarantowanych, to i tak w Polsce znajdzie się duża grupa obywateli o znacznych dochodach, zainteresowanych świadczeniami medycznymi o podwyższonym standardzie. Chcemy przejąć, w ramach wykupionych w towarzystwie ubezpieczeń, kompensację za świadczenia medyczne o podwyższonym standardzie, opłatę za operacje i pokrywanie kosztów hospitalizacji.

**– Co łączy spółki Vienna Insurance Group działające w Polsce?**

– Każda firma grupy zachowuje odrębność wizerunkową. Nie będzie tak, że zniknie niebawem w Polsce logo jakiegoś towarzystwa. Są one rozpoznawalne i jako takie pozostaną. Ale z drugiej strony, pod każdym z nich widnieje napis Vienna Insurance Group, co ma świadczyć o przynależności do grupy. Być może obecna strategia wizerunkowa zmieni się za kilka lat, ale na razie nie mamy takich planów. Jeżeli jest jakiś lider o zasięgu globalnym, np. AXA, to ma znaczne korzyści z tego, że na całym świecie korzysta z jednej marki. Ale my jesteśmy zbyt młodą grupą. Może za 10 lat w Polsce wszystkie spółki będą nazywały się Vienna Insurance Group? Ale na pewno nigdy nie będziemy niszczyli wartości, jakie wnosi każda z firm tylko po to, aby je połączyć i nazwać tak samo. Proszę zapytać akcjonariuszy innych spółek, którzy zmieniali logo łącząc spółki, czy to było dla nich korzystne. Takie operacje nie zawsze są udane.

**– Vienna Insurance Group jest w Polsce właścicielem firmy dystrybucyjnej, windykacyjnej, rzeczoznawczej. Czy jest to związane z polityką grupy? Na czym ona polega?**

– My utrzymujemy kilka firm, inni je łączą. Kto wychodzi na tym lepiej? Ale gdyby okazało się, że jakaś firma na rynku ma lepszą ofertę niż któraś z naszych spółek, to skorzystamy z jej usług – liczy się cena. Nasze spółki muszą konkurować z podobnymi podmiotami działającymi na rynku. Muszą być po prostu lepsze niż rynek.

**– Czy to pan ocenia, która z nich jest lepsza?**

– Jeżeli jakaś spółka osiąga lepsze wyniki od podobnej działającej na rynku, to przez takiej firmy ma zapewnioną niezależność – mam na myśli także towarzystwa wchodzące w skład grupy. Jestem zwolennikiem filozofii, aby nie zmieniać zespołu, który wygrywa. Ale to nie znaczy, że nawet w dobrych firmach nie wprowadzamy zmian. W obszarze IT przeniesiemy wszystkie serwery do jednego centrum informatycznego. Zainwestujemy dwa miliony euro, aby mieć jedno centrum przetwarzania danych. Robimy wiele rzeczy wspólnie, dla całej grupy. Niezależnie na pewno pozostaną produkty i sprzedaż.

**– Stosuje pan sportowe zasady oceny: wygrywasz – zostajesz. A jeżeli przegrywasz?**

– To jest sprawiedliwa konkurencja. Na ogół.

**– A kto ocenia pana osiągnięcia?**

– Ocenia mnie szef całej grupy. I ja także mam konkurencję. Konkuruje ze spółkami z Czech i Słowacji. Muszę tak działać, aby Vienna Insurance Group Polska była grupą numer jeden w Europie Środkowej i Wschodniej.

**– A kiedy już osiągnie pan pozycję pierwszą?**

– To stanie się za jakieś 5-10 lat i wtedy pójdę na emeryturę.

**– Jakie widzi pan możliwości rozwoju polskiego rynku ubezpieczeń w 2007 roku?**

– Segment majątkowy powinien rosnąć szybciej niż w roku 2006. W ubezpieczeniach komunikacyjnych „podatek Religi” spowoduje, że łącznie towarzystwa zbiorą zapewne więcej składek niż rok wcześniej. Polacy stają się coraz bardziej majątni, co będzie wpływać na wzrost sprzedaży ubezpieczeń mienia, turystycznych, zdrowotnych. Prognozuję wzrost o 7, nawet do 10 proc. W ubezpieczeniach na życie tempo przypisu składki może nieco zwolnić, ponieważ większość ostatniego, ponad 47-proc. wzrostu w tym segmencie była spowodowana sprzedażą ubezpieczeń inwestycyjnych w bankach (większość to ubezpieczenia ze składką jednorazową). Pozostałe produkty rosły w tempie około 10 proc. Według mnie popyt na bancassurance spadnie do około 25 proc. •

ROZMAWIAŁA MAŁGORZATA DYGAŚ

## AKTUALNOŚCI

**Grupa Ubezpieczeniowa UNIQA** wybrała Inter Partner Assistance Polska SA (dawniej AXA Assistance) na partnera strategicznego. Firma współpracuje ze spółkami UNIQA i FLAR od 2002 r. – oferuje usługi assistance do polis komunikacyjnych. Współpraca zostanie rozszerzona na wszystkie usługi assistance dotyczące ubezpieczeń osobowych i majątkowych oferowanych przez Grupę UNIQA, w tym bancassurance.

**Spółki Grupy Allianz Polska** w 2006 r. zwiększyły przychody ze składek z 1,4 mld do 2,5 mld złotych, a ich łączny zysk brutto wzrósł z 81 mln do 113 mln złotych. Grupa zawdzięcza to m.in. wdrożeniu takich projektów, jak: Wirtualny ubezpieczyciel (Virtual Life Insurer) – wspólnie z Bankiem Pekao; Allianz Direct Nowa Europa – nowa spółka oferuje przez internet ubezpieczenia komunikacyjne na jednej platformie technologicznej w Polsce i Czechach; stworzenie Centrum Obsługowego (Shared Service Center) z siedzibą w Bratysławie – obsługuje kilkanaście spółek Allianz w regionie.

**Oferowane przez Link4** Ubezpieczenie Szyby 24 zostało wyróżnione Medalem Europejskim przez Bussines Centre Club oraz Urząd Komitetu Integracji Europejskiej. Jest to pierwsze na polskim rynku ubezpieczenie szyb samochodowych od rozbicia lub uszkodzenia, skierowane do indywidualnych odbiorców. Klienci kupujący pełen pakiet ubezpieczeń otrzymują je w standardzie, natomiast klienci mający OC mogą dokupić ubezpieczenie Szyby 24 za 58 złotych za cały rok. Jest to pierwsze w Polsce ubezpieczenie dające możliwość naprawy lub wymiany szyby również pod domem klienta.

**STU Ergo Hestia** wyposażyło już ponad dwudziestu mobilnych likwidatorów w technologię umożliwiającą dokonywanie kalkulacji. W ciągu kilku tygodni nowym rozwiązaniem będzie dysponować blisko stu pracowników w całej Polsce. Nagrodzony w 2006 r. Godłem Promocyjnym „Teraz Polska” system likwidacji szkód towarzystwa opiera się na zintegrowanym współdziałaniu całodobowej infolinii, ogólnopolskiej sieci mobilnych ekspertów oraz specjalistów w sopockim Biurze Likwidacji Szkód. W 2006 roku klienci Grupy Ergo Hestia zgłosili prawie 160 000 szkód.

OPRACOWAŁA MAŁGORZATA DYGAŚ