

VERÖFFENTLICHUNGEN DER
HAMBURGER GESELLSCHAFT
ZUR FÖRDERUNG DES VERSICHERUNGSWESENS MBH, HAMBURG

Ethik in der Assekuranz

Dokumentation über ein Symposium
am 2.– 3. November 2007
in der Bildungsstätte der
Evangelischen Akademie Berlin-Schwanenwerder

Gefördert durch

Aon Aon Jauch & Hübener

www.aon-jh.de

Herausgeber:

Hamburger Gesellschaft

zur Förderung des Versicherungswesens mbH

Heidenkampsweg 58

D 20097 Hamburg

www.hgfv.de

Band 34

Mai 2008

Ethik in der Assekuranz

Dokumentation über ein Symposium
am 2.– 3. November 2007
in der Bildungsstätte der
Evangelischen Akademie Berlin-Schwanenwerder

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2008 Verlag Versicherungswirtschaft GmbH Karlsruhe

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urhebergesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags Versicherungswirtschaft GmbH, Karlsruhe. Jegliche unzulässige Nutzung des Werkes berechtigt den Verlag Versicherungswirtschaft GmbH zum Schadenersatz gegen den oder die jeweiligen Nutzer.

Bei jeder autorisierten Nutzung des Werkes ist die folgende Quellenangabe an branchenüblicher Stelle vorzunehmen:

© 2008 Verlag Versicherungswirtschaft GmbH Karlsruhe

Jegliche Nutzung ohne die Quellenangabe in der vorstehenden Form berechtigt den Verlag Versicherungswirtschaft GmbH zum Schadenersatz gegen den oder die jeweiligen Nutzer.

Herstellung printsystem GmbH Heimsheim

ISSN 0947-6067

ISBN 978-3-89952-388-1

Vorwort

Gegenstand der Hamburger Gesellschaft zur Förderung des Versicherungswesens mbH ist nicht nur die Förderung von wissenschaftlichen Arbeiten im Bereich des Versicherungswesens und des Risk Managements, sondern auch die Organisation und Durchführung von Symposien mit namhaften Vertretern aus Wissenschaft und Wirtschaft.

In den zurückliegenden 25 Jahren seit Errichtung der Gesellschaft wurden insgesamt sechs Symposien veranstaltet, bei denen sehr konkrete, versicherungstechnische Themen im Vordergrund standen. Bei der Vorbereitung des siebten Symposiums war sich der Beirat bei der Themensuche sehr schnell einig: „Ethik in der Assekuranz“. Dem Thema angepasst wurde als Veranstaltungsort die Evangelische Bildungsstätte auf Schwanenwerder in Berlin-Wannsee gewählt.

Abweichend zur früheren Praxis wurde für die mitreisenden Damen kein eigenständiges Programm organisiert, sondern die Damen waren – entsprechend einem vielfach geäußerten Wunsch – herzlich eingeladen teilzunehmen und mitzudiskutieren.

Als Referenten konnten Experten aus Kirche, Versicherungswissenschaft und Versicherungspraxis gewonnen werden ebenso wie ein Vertreter der Pharmaindustrie, der über Gründung, Funktion und Erfolg der „freiwilligen Selbstkontrolle der Arzneimittelindustrie – FSA“ berichten konnte, also einer brancheneigenen Institution zur Formulierung und Einhaltung „ethischer Spielregeln“ im Pharma-Marketing.

Prof. Dr. Farny hatte es dankenswerterweise erneut übernommen, die Diskussion zu leiten und die Moderation zu übernehmen.

Die Podiumsdiskussion am Folgetage wurde bestritten von Vertretern der unterschiedlichen Rechtsformen der Erstversicherer sowie unter Teilnahme eines Rückversicherers. Diese Diskussionsrunde wurde geleitet von Dr. Rüdiger Sachau, Direktor der Evangelischen Akademie zu Berlin.

Der Dank des Beirates gilt zum einen den Referenten, die uns überwiegend ihre Referate zum kompletten Abdruck überlassen haben, der engagierten Mitarbeit der Mitdiskutanten im Plenum und unseren beiden souveränen Diskussionsleitern. Schließlich gilt auch unser Dank Frau Svenja Richartz von der juristischen Fakultät der Universität Hamburg, die für Protokollierung und Dokumentierung verantwortlich zeichnete.

Hamburg, im April 2008

Der Beirat
Hamburger Gesellschaft zur Förderung
des Versicherungswesens mbH

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung.....	1
1. Vom Nutzen der Wirtschaftsethik	
<i>PD Dr. theol. habil. Dr. phil. Nils Ole Oermann</i>	3
Diskussion	14
2. Assekuranz und ethische Unternehmensführung	
<i>Prof. Dr. Jochen Axer</i>	17
Diskussion	30
3. Ethisches Verhalten in der Versicherungswirtschaft	
<i>Prof. Dr. Hans-Balz Peter</i>	33
Diskussion	88
4. Ethische Unternehmensführung in anderen Wirtschaftsbereichen:	
FSA – Freiwillige Selbstkontrolle der Arzneimittelindustrie	
<i>Michael Grusa</i>	91
Diskussion	105
5. Podiumsdiskussion	
<i>Leitung Dr. Rüdiger Sachau</i>	107
Referenten und Mitdiskutanten	115

Vorbemerkung

Der Vortrag von Oermann sollte als Einstieg in die Beschäftigung mit dem Thema Ethik dienen. Es handelte sich um eine allgemeine Einführung, die sich mit den Aspekten des Faches Ethik an sich beschäftigte und dann mit Wirtschafts- und Unternehmensethik im Besonderen. Die Aktualität des Themas Ethik für den Wirtschaftsbereich an sich ist nicht erst seit den Diskussionen um Heuschreckenkapitalismus, Korruptionsvorwürfe gegen Vorstandsmitglieder unterschiedlicher Branchen oder auch die Höhe von Managergehältern gegeben. Insbesondere für den Bereich des Versicherungsrechts hat sich bereits Egon Mahr Anfang des 19. Jahrhunderts in einer Schrift befasst, die allen Teilnehmern zur Vorbereitung auf das Symposium vorlag. Die weiteren Vorträge befassten sich mit spezifischeren Problemstellungen. Der Vortrag von Axer hatte die Untersuchung, ob Versicherungsunternehmen grundsätzlich anderen ethischen Anforderungen in ihrer Unternehmensführung unterliegen als andere Wirtschaftsbereiche und worin die ggf. abweichenden Anforderungen ihre Ursache haben zum Gegenstand. Peter befasste sich demgegenüber insbesondere mit der Produktgestaltung und ihren ethischen Anforderungen. Der letzte Beitrag von Grusa ermöglichte den Blick über die Versicherungswirtschaft hinaus auf die Pharmabranche, die bereits vor einiger Zeit mit einem ethisch als sehr bedenklich eingestuften Branchenverhalten Schlagzeilen schrieb und diese zum Anlass nahm, ihre Geschäftspraktiken einer Revision zu unterziehen. Das Ergebnis dieser Revision ist die freiwillige Selbstkontrolle, deren Entstehung und Werdegang Grusa erläuterte und mögliche Ansätze zur Nachahmung durch die Versicherungswirtschaft anregte.

1. Vom Nutzen der Wirtschaftsethik

PD Dr. theol. habil. Dr. phil. Nils Ole Oermann

1. Ethik und Wirtschaft

Kern jeder Ethik ist nach Aristoteles die Frage nach dem *eu sän*, nach dem also, was ein Leben zu einem guten Leben macht. Und bei Immanuel Kant lautet die Grundfrage der Ethik: „Was soll ich tun?“

Kant (1724–1804), Philosoph aus Königsberg, formulierte im Zeitalter der Aufklärung drei Grundfragen der Philosophie, die zu einer vierten führen:

- Was kann ich wissen? (Erkennen)
- Was soll ich tun? (Handeln)
- Was darf ich hoffen? (Glauben)
- Was ist der Mensch? (Anthropologie)

Allgemeine Ethik widmet sich nun in besonderem Maße der zweiten Kant-schen Frage, dem „Was soll ich tun?“ Ethik ist eine praktische und gleichzeitig abstrakte Disziplin, so wie Ökonomie eine handfeste und gleichzeitig abstrakte, zuweilen vertrackte Angelegenheit ist, aber wem erzähle ich das. Und eben dieses Spannungsverhältnis bleibt nicht ohne Rückwirkung auf das Verhältnis von Ethik und Ökonomie.

Das Verhältnis von Ökonomie und Ethik war im 20. Jahrhundert oftmals durch ein „Entweder-oder“ gekennzeichnet. Die bekannte Antwort des Sa-tirikers Karl Kraus auf die selbst gestellte Frage „*Sie wollen Wirtschafts-ethik studieren?*“ fällt dann auch entsprechend ernüchternd aus: „*Dann entscheiden sie sich für das eine oder andere!*“

Und Niklas Luhmann diagnostizierte eine in jeder Form von Wirtschafts-ethik innewohnende Krankheit namens „Appellitis“:

*Die Sache hat einen Namen: Wirtschaftsethik. Und ein Geheimnis, nämlich ihre Regeln. Aber meine Vermutung ist, daß sie zu der Sorte von Erscheinungen gehört wie auch die Staatsraison und die englische Küche, die in der Form eines Geheimnisses auftreten, weil sie geheim halten müssen, daß sie gar nicht existieren.*¹

Dieser Grad von Fremdheit von Ökonomie und Ethik mag umso bemerkenswerter für diejenigen erscheinen, die sich mit den moralphilosophischen Wurzeln der Ökonomie bei Adam Smith im 18. Jahrhundert oder den christlichen Antwortversuchen auf die „Soziale Frage“ im 19. und 20. Jahrhundert beschäftigen.

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts ist Wirtschaftsethik kein exklusives Kerngebiet theologischen oder philosophischen Nachdenkens, nicht im katholischen Bereich und noch weniger im evangelischen. Schwer eingrenzbar Begriffe wie „soziale Gerechtigkeit“, „Grundwerte“ oder „Gemeinwohl“ bestimmen dabei immer wieder und aufs Neue die öffentliche und wissenschaftliche Diskussion sowie kirchliche Verlautbarungen, ohne dass deren inhaltlicher Gehalt von denjenigen, die solche Termini wie selbstverständlich benutzen, hinreichend präzise definiert werden könnte. Was macht angesichts dieses recht verschwommenen Bildes eine Wirtschaftsethik aus protestantischer Perspektive aus?

Vor diesem Hintergrund argumentiere ich, dass der Kern einer Wirtschaftsethik zumindest aus protestantischer Perspektive nicht in der Aufstellung theologisch untermauerter Forderungen an wirtschaftliches Handeln liegen kann, sondern in einer gerechten und menschenwürdigen Grundlegung von Ökonomie im Zeitalter globaler Märkte. Protestantisch wird eine solche Wirtschaftsethik nicht durch ihre Forderungen – denn die unterscheiden sich oftmals wenig von denen der philosophischen Ethik oder katholischen Soziallehre, wie Sie sie aus den 60er und 70er Jahren mit dem Namen Oswald von Nell-Breuning oder einem der Erfinder der Rentenformel, Joseph Kardinal Höffner verbinden werden. Protestantisch wird

1 N. Luhmann, *Wirtschaftsethik – als Ethik?*, in: J. Wieland [Hrsg.], *Wirtschaftsethik und Theorie der Gesellschaft*, Frankfurt a.M. 1993, S. 134–47 (134).

sie durch ihre Fundierung in einer theologischen Anthropologie, also einer Lehre vom Menschen, deren Hauptfokus auf dem Menschen als einzigartigem Geschöpf Gottes liegt, das mit einer unverfügbaren Würde ausgestattet ist.

Nun kann man Menschenwürde freilich auch rein stoisch-rational begründen. Doch *homo oeconomicus*-Modelle, wie sie in den Wirtschaftswissenschaften immer wieder herangezogen werden, gehen gerade an dieser Stelle in die Irre, wo sie den Menschen verengend allein als rein rational und eigeninteressiert agierendes Individuum wahrnehmen. Denn einer solchen Perspektive ist aus theologischer Sicht zu entgegnen:

Ganz gleich, ob der *homo oeconomicus* als empirische Hypothese oder als methodologische Fiktion verstanden wird, d. h. egal, ob postuliert wird, der *homo oeconomicus* sei nur ein vereinfachendes Modell der Ökonomen oder den *homo oeconomicus* gebe es wirklich: In jedem Fall folgt aus einer solchen Vereinfachung aus wirtschaftsethischer Sicht eine problematische Verengung, da mit ihr die Gefahr einer Enthumanisierung der Ökonomie und der Reduzierung des Menschen zur bloßen Ressource einhergeht.² Wie dem entgegengewirkt werden kann, soll in den folgenden kurz dargelegt werden:

Die ökonomischen Kausalzusammenhänge und Gesetzmäßigkeiten, die innerhalb der Nationalökonomie im Rahmen dessen entworfen werden, was der Harvard-Philosoph und Nobelpreisträger für Ökonomie, Amartya Sen, als rein technischen *engineering approach* bezeichnet, greifen für alle Marktteilnehmer.³ Will heißen: Gesetzmäßigkeiten der Ökonometrie, Mathematik oder Versicherungswirtschaft gelten für Christen wie Nicht-Christen, Philosophen wie Ingenieure. Es gibt keine Sonderwirtschaftsethik für christliche Marktteilnehmer. Daher kann Wirtschaftsethik aus

2 A. Dietz, *Der homo oeconomicus in der Perspektive theologischer Wirtschaftsethik*, Diss. Heidelberg 2004, S. 30.

3 A. Sen, *On Ethics and Economics*, Oxford 1987, S. 4; A. Sen, *Rational Fools: A critique of the behavioural foundations of economic theory*, in: F. Hahn; M. Mollis [Hrsg.], *Philosophy and Economic Theory*, Oxford 1979, S. 87 ff.

christlicher Perspektive in erster Linie auf anthropologischer Ebene ansetzen, nämlich in der Reflektion, wie wir vom Menschen reden.

Das Menschenbild – so bruchstückhaft oder widersprüchlich dies sein mag, oder auch *das* christliche Menschenbild, von dem mancher Politiker so gerne redet, gibt es nicht in dieser Eindeutigkeit nicht. Eben diese Erkenntnis ist es, die Theologie und Philosophie von der Ökonomie in ihren wirtschaftsethischen Prämissen unterscheidet. Dabei hat gerade Ökonomie viel an Erfahrungen beizutragen, denn Märkte bewegen Kapital rund um den Globus. Da sich Wirtschaft – anders als im 19. Jahrhundert – nicht mehr von einem nationalen Zentrum in eine politisch abhängige, koloniale Peripherie erstreckt, kann sich Wirtschaftsethik nicht auf die Interpretationen ökonomisch-ethischer Zusammenhänge innerhalb nationaler Grenzen beschränken. Globalisierung der Wirtschaftsethik meint hierbei einen handfesten Beitrag zur Entwicklung und Reflektion von ethischen Maßstäben in globalen Märkten. Wirtschaftsethische Konzepte von Gemeinwohl und sozialer Gerechtigkeit führen für einen globalen Diskurs deshalb nicht weiter, weil mit ihnen in verschiedenen Regionen der Welt grundverschiedene Inhalte verbunden werden.⁴

Zentral für eine Wirtschaftsethik ist der Begriff der individuell einforderbaren Gerechtigkeit im Sinne von Chancengleichheit und gleichen Zugangsmöglichkeiten zu gesellschaftlichen Gütern und Institutionen. Gerechtigkeit, ganz gleich ob im Sinne von Beteiligungs- oder Verteilungsgerechtigkeit, ist nur dann einforderbar, wenn sie auf Chancengleichheit im Sinne von Chancengerechtigkeit fußt.⁵ Gerechtigkeit hat dabei ihren Maß-

4 Bemerkenswert ist dabei, dass der Begriff „soziale Gerechtigkeit“ als einer der zentralen Termini der katholischen Soziallehre in der Enzyklika *Rerum Novarum* von Leo XIII. (1891) noch gar nicht auftaucht, sondern erst in der Sozialenzyklika *Quadragesimo Anno* von Pius XI. (1931). In späteren Enzykliken wird „soziale Gerechtigkeit“ dann jedoch „zur höchsten objektiven Norm für jedes wirtschaftliche und gesellschaftliche Tun und Verhalten.“; vgl. J. Höffner, *Soziale Gerechtigkeit und soziale Liebe. Versuch der Bestimmung ihres Wesens*, S. 10; zit. in: N. Glatzel, „Soziale Gerechtigkeit“ – ein umstrittener Begriff, in: U. Nothelle-Wildfeuer; N. Glatzel [Hrsg.], *Christliche Sozialethik im Dialog. Zur Zukunftsfähigkeit von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft; Festschrift zum 65. Geburtstag von Lothar Roos*, Grafschaft 2000, S. 139–50 (141).

5 Bei Thomas von Aquin findet sich in Anlehnung an Aristoteles Gerechtigkeitsbegriff im V. Buch der Nikomachischen Ethik die Unterscheidung zwischen *iustitia distributiva* (austeilende Gerechtigkeit), *iustitia commutativa* (ausgleichende Gerechtigkeit) und *iustitia legalis* (Rechtsgerechtigkeit).

stab im Wohlergehen der national wie global am wenigsten Begünstigten. Eben diesen Maßstab bekräftigt etwa das amtskirchlich wenig rezipierte Hirtenwort der Amerikanischen Bischöfe aus dem Jahr 1986 mit der darin geforderten vorrangigen „Option für die Armen“. Der Gerechtigkeits- wie auch der Menschenwürdebegriff haben – anders als der Gemeinwohlbegriff – den Vorteil, dass die mit ihnen verbundenen Rechte und Pflichten global eindeutiger definierbar und einforderbar sind.

Die auf einem so verstandenen Gerechtigkeitsbegriff fußende, globale Wirtschaftsethik kann ihre besondere Stärke dann entwickeln, wenn sie im Rückgriff auf die anthropologischen *propria* theologischen Denkens den Mensch nicht als *homo oeconomicus*, sondern als *homo integralis* beschreibt. Ethik aus christlicher Perspektive fordert vielfach kein anderes Verhalten als allgemeine Ethik, begründet aber menschliche Motivationen anders und versucht den Menschen als eben jenen *homo integralis* wahrzunehmen. Was meint dieser Terminus? Den Menschen als *homo integralis* zu verstehen, beschreibt eine Sicht, die alle Facetten des Menschseins zu integrieren versucht. Eben dies vermögen die meisten Wirtschaftsethiken von ökonomischer Seite nicht zu leisten, da sie menschliche Existenz ökonomistisch verengen. Jeder wirtschaftsethischen Analyse, die mit Kant fragt „Was ist das Gute für die Menschen, die in Märkten agieren?“, wird sich bemühen, das schematische Denken in Markt- oder Planwirtschaft, in neoliberalen und keynesianischen Ansätzen aufzubrechen, um Menschen und Märkte in einem möglichst umfassenden Rahmen zu beschreiben.

An diesen ganzheitlichen Ansatz und sein Freiheitsverständnis werden Ökonomen anknüpfen können, denn viele Wirtschaftswissenschaftler gestehen zu, dass der Mensch, der eben nicht nur *homo oeconomicus* ist, durch Natur, Kultur, Geschichte, Sozialstruktur, globale Vernetzung und durch die schlichte Tatsache seiner Humanität sowie der mit ihr verbundenen menschlichen Bedingtheit und Sterblichkeit geprägt wird.⁶

6 J. Galtung, Ökonomismus als Okzidentalismus, in: J. Jarre [Hrsg.], *Die Zukunft der Ökonomie. Wirtschaftswissenschaftliche Forschungsansätze im Vergleich, Loccumer Protokolle 15/1984*, S. 165–77 (170 f.).

Genau diese Bedingtheit menschlicher Existenz, in der Sprache Dietrich Bonhoeffers das „Vorletzte“ vor „dem Letzten“, können Theologie und Philosophie angemessener verorten helfen, als dies der Ökonomie seit David Ricardo gelungen ist. Geglückt ist die Synthese von Ethik und Ökonomie noch dem schottischen Moralphilosophen und Nestor der Ökonomie, Adam Smith. Smith gehört dabei wie etwa auch John Maynard Keynes zu jenen ökonomischen Klassikern, die ständig zitiert, aber selten im Original gelesen werden. So unterstellt man dem schottischen Moralphilosophen Smith oftmals, er vertrete die These, dass „individueller Egoismus“ die Wirtschaft voran treibe und dadurch allen nütze.⁷ Dabei spricht Adam Smith lediglich von *self-interest*, von Eigeninteresse, das seinerseits in gesellschaftliche Institutionen und die *rule of law* des Rechtsstaats eingebettet sein müsse. Bei genauerer Analyse fällt zudem auf, dass der Terminus *invisible hand of the market* nur einmal in *Wealth of Nations* und nur weitere dreimal im Gesamtwerk des Moralphilosophen vorkommt, der als Deist offen lässt, ob es Gott oder menschliche Kräfte sind, die diese unsichtbare Hand am Ende führen.

Ethisch ist eine grundlegende Neuausrichtung dahingehend notwendig, dass man von einer rein appellativ orientierten Ethik zu einer intervenierenden, am Individuum orientierten Wirtschaftsethik kommt. Warum ist dies notwendig und was unterscheidet eine intervenierende von einer appellativen Ethik?

An das Verantwortungsbewusstsein von Handelnden zu appellieren, ist aus kategorischer Sicht etwas grundlegend anderes als der vermeintlich christliche Appell „Führt einen Mindestlohn ein“ oder „Kappt die Managergehälter um 50 %“ oder „Führt die Tobin-Steuer ein oder schafft sie ab!“

7 A. Smith, *Wealth of Nations*, Book I: Of the causes of improvement in the productive power of labour and of the order according to which its produce is naturally distributed among the different ranks of the people, Chapter II: Of the principle which gives occasion to the division of labour, (*reprint*), New York 1991, S. 20: “It is not from the benevolence of the butcher, the brewer, or the baker, that we expect our dinner, but from their regard to their own interest. We address ourselves, not to their humanity but to their self-love, and never talk to them of our own necessities but of their advantages.”

Appellative Ethiken sind etwa jene Denkschriften oder Stellungnahmen von vermeintlichen Wirtschaftspolitikern, die zum „richtigen Wirtschaften“ aufrufen, ohne die oftmals sehr komplexen Zusammenhänge der Bezugswissenschaft erfasst zu haben.⁸ Denn was dem Leben dienlich, was sozial gerecht und was sachlich zwingend ist, hat *per se* einen so großen Interpretationsspielraum, dass sich solche Begriffe ähnlich wie der Gemeinwohlbegriff im Unbestimmten verlieren. Und der Versuch, einer Institution oder einer Marktwirtschaft als ganzer eine moralische Verantwortlichkeit zusprechen zu wollen, scheitert in der Regel bereits daran, dass Institutionen eben keine natürlichen, sondern juristische Personen sind.

Intervenierend ist hingegen eine Ethik, die sich in die Bezugswissenschaft eindenkt und ihre Rationalität zunächst selbst nachzuvollziehen versucht, bevor sie diese kritisiert. *Inter-veniren* kann nur derjenige, der zunächst gelernt hat, zu *kon-veniren*, zusammenzukommen, und mit dem anderen ein Stück zu gehen oder der zumindest einen realistischen Eindruck hat, wie der Weg des anderen aussieht, von dem er einen Kurswechsel oder sogar eine Umkehr erwartet. Erst dann kann er die Rationalität und vermeintliche „Sachzwänge“, die ihm ökonomisches Denken immer wieder entgegenhält. Gleichzeitig gilt, dass es aus protestantischer Perspektive keinesfalls um ein Konkurrenzverhältnis von Individual- und Sozialethik gehen kann, denn die Freiheit des Einzelnen und der Gemeinschaft hängen eng zusammen. Eine Gemeinschaft ist nicht frei, in der der Einzelne nicht frei ist. Dem Einzelnen wird von Gott eine innere Freiheit ermöglicht, die ihn überhaupt erst in die Lage versetzt, das Potential dieser Freiheit zum Wohl anderer einzusetzen.⁹

8 U. Duchrow, *Weltwirtschaft heute – Ein Feld für Bekennende Kirche?*, München 1986, S. 117–23. An dieser Stelle nimmt Duchrow zum „dämonischen Machtmißbrauch in Politik, Wirtschaft und Technik“ Stellung.

9 Gott stiftet also eine Freiheit *zu* etwas, nämlich die Freiheit einander zu dienen, und er stiftet die Freiheit *von* etwas, nämlich von der Sünde. Indem Luther aber die innere Freiheit permanent zu etwas kategorial anderem macht als jede menschliche Freiheit, schafft er damit überhaupt erst eine – wenn auch spannungsvolle – Grundlage äußerer Freiheit.

2. Zur konkreten Anwendung und den Wurzeln der Wirtschaftsethik

Was bedeuten diese Beobachtungen konkret für die Möglichkeiten einer Wirtschaftsethik im Zeichen globaler Märkte? Wer die Frage nach dem „Soll“ beantworten möchte, scheint gut beraten, einleitend die Frage nach dem „Ist“ zuzuspitzen. Der Satz, den Sie im ersten Semester im Strategiekurs der Harvard Business School lernen, nämlich „*The business of business is business*“, der stimmt eben so pauschal nicht. Unternehmer haben neben der Profiterzielung und ihren rechtlichen Obligationen noch andere Verpflichtungen, nämlich darum, weil sie in Staat, Markt und Gesellschaft mit anderen Menschen zu tun haben, die genauso wie sie selbst Würde und Respekt verdienen und nach Gerechtigkeit im Wege von Chancengerechtigkeit streben. Ethik ist die Wissenschaft, die reflektiert, was moralisches Handeln ausmacht und bedingt.

Wirtschaftsethik im Besonderen erinnert Ökonomen, Unternehmer und in Ihrem konkreten Fall im Finanzwesen leitend Tätige an Verpflichtungen, die über rechtliche Verpflichtungen hinausgehen. Nicht alles, was nicht strafbar ist, ist auch in Ordnung! Sie werden darüber noch einiges im Bezug auf den *Corporate Governance Kodex* zu diskutieren haben. Aber denken Sie doch einmal an die ethischen Wurzeln Ihres eigenen Gewerbes, die Ihnen zeigen, wie eng Ethik und Ökonomie zusammenhängen. Wirtschaftsethik hilft dabei, dem Menschen über die Frage, was „Was soll ich tun?“ eine Struktur an die Hand zu geben, mit der er für sich ergründen kann: „Was ist für mich und für andere im Leben wichtig, und wie beeinflusse ich dies von mir erkannte Gute durch mein Handeln. Sie erinnert den Menschen, dass es letztlich immer um höchstpersönliche Verantwortung geht. Der evangelische Theologe, Musiker und Tropenarzt Albert Schweitzer hat eben diesen Zusammenhang mit folgenden Worten sehr treffend beschrieben:

Der Mensch darf niemals aufhören, Mensch zu sein. In aller Tätigkeit darfst du nie unpersönliche Energie, Ausführungsorgan irgendeiner Sache, Beauftragter der Gesellschaft sein, sondern du mußt dich in allem mit deiner persönlichen Sittlichkeit auseinandersetzen, so unbequem, so verwir-

*rend es für dich ist, und versuchen, in allem, was du tun musst, nach der Menschlichkeit zu verfahren und die Verantwortung für das Los, das du einem anderen Menschen bereitest, zu tragen.*¹⁰

Dieser Satz bedeutet: Eine Firma oder der Staat ist nicht „gut“ oder „böse“ sein, nicht „moralisch“ oder „unmoralisch“, weil er kein Subjekt ist? *Enron* oder *Flowtex* sind nicht als Firmen verwerflich oder kriminell, sondern die Entscheidungen der sie steuernden Individuen. „Die Wirtschaft“ gibt es so wenig wie „die Gesellschaft“. Menschen handeln immer in konkreten Zusammenhängen, unter bestimmten und bestimmbareren Umständen und brauchen, um sie zu meistern, Vorbilder und Leitbilder, wie etwa das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns, der eben weit mehr ist als ein ehrlicher Kaufmann. Ehrlichkeit kann man im Verweis auf das HGB von jedem Kaufmann erwarten, während der ethische Anspruch des „ehrbaren Kaufmanns“ bereits an sich selbst ein weitaus höherer ist: Er will mit seinem Geschäftsgebaren nicht nur vor seinen Kunden, sondern auch vor sich selbst gerade stehen können. Das Beispiel des *Corporate Governance Codex* in Deutschland verdeutlicht dies:

Ökonomisch betrachtet mag man ein makelloses Image rein instrumentell unter das Eigeninteresse eines Unternehmers subsumieren. Nur steht aber nicht jedes menschliche Handeln allein unter dem Nutzenkalkül, gerade wenn es um ethische Themen geht. So fragte bereits Lessing, welchen Nutzen denn der Nutzen habe. Und darum liegt auch die Annahme nicht fern, dass etwa das Image, als unredlich oder unfair zu gelten, vielen Menschen in ihrem Selbstverständnis als Angriff auf ihre Person so zu schaffen macht, dass sie von sich aus bereit sind, sich etwa einem solchen Kodex zu unterwerfen, um als ehrbarer Kaufmann wahrgenommen zu werden. Offenbar gibt es mindestens zwei Arten von Marktteilnehmern: Erstens diejenigen, die ein Projekt wie den *Corporate Governance Kodex* initiiert haben, weil sie für sich selbst und ihre Firmen transparente ethische Standards akzeptieren und in ihrer Branche durchsetzen wollen. Und zweitens

10 A. Schweitzer, *Predigten 1898–1948*, hrsg. von R. Büllmann; E. Gräßler, München 2001, S. 1269; A. Schweitzer, *Was sollen wir tun? 12 Predigten über ethische Probleme*, Heidelberg 1974, S. 77 f.

diejenigen, die sich aufgrund von öffentlichem Druck einer solchen Initiative anderer anschließen wollen. Dazu verpflichtet sich öffentlich und freiwillig eine Firma dann, wenn es sich aus ihrer Sicht lohnt.

Die Tatsache, dass solch ein Kodex von den eigenen *peers* entworfen und eingefordert wird, spricht viele Unternehmer deshalb an, weil sie nicht außerhalb ihrer eigenen Berufsgruppe und gegen deren Werte und Vorbilder stehen wollen. Ethische Kodizes greifen in der Wirtschaft vor allem dann, wenn sie von den Unternehmen selbst getragen werden – wie etwa regionale Bündnisse in der Bauindustrie zum ethisch verantwortlichen Verhalten im Vorfeld von Ausschreibungen.

Nun ist es nicht Aufgabe einer Wirtschaftsethik, die Höhe der Vorstandsbezüge festzulegen, aber doch auf Verhältnismäßigkeiten und ethische Maßstäbe hinzuweisen. Ob ein Gehalt von Spitzenmanagern 30-, 60- oder 90-mal höher sein darf als das ihrer einfachen Angestellten, kann man diskutieren. Sich als Wirtschaftsethiker aber nicht mit Kritik zurückhalten, wenn manche Manager zwischen 500- und 1000-mal mehr verdienen, ohne die von ihnen erwartete Leistung zu bringen und dennoch ihr Gehalt gar für sich als legitime Entlohnung ihrer Leistung beanspruchen, wäre im Sinne Luthers eben kein „gerechter Lohn“, sondern unverhältnismäßig und damit eben nicht mehr „recht und billig“. Oder wie gehen wir damit um, dass wir Getreide zur Energieproduktion verbrennen, während anderswo Menschen hungern. Mögliche Antworten können wir nachher kontrovers diskutieren, aber meine Aufgabe in diesem Vortrag war es, mit ihnen für solche Fragen eine ethische Struktur zu entwickeln.

Fazit

Wirtschaftsethik beschäftigt sich im Kern mit der Frage, wie man „anständig“ Geld verdient. Und wie jede Ethik setzt sie beim Individuum und dessen Verantwortung an. Wer hingegen eine ethische Verantwortung nicht von konkreten Individuen, sondern pauschal von „der Wirtschaft“ einfordert und damit eine Ethik im Sinne eines Strohmannes aufbaut, den erinnere ich an die Antwort von Prof. Michael Porter an der Harvard Business

School, der von einem Studenten gefragt wurde, ob die Firma A, B oder C „gut“ sei. Porter rollte mit den Augen und sagte nur: *Good, bad, happy, sad! Stick with their respective leaders, my friend!*

Diskussion

Die an den Vortrag anschließende Diskussion wies drei hauptsächliche Diskussionsfelder auf. Zunächst wurde hinsichtlich der methodischen Vorgehensweise bei der Bestimmung von ethischen Maßstäben die empirische Erhebung kontrovers diskutiert. Es wurde in Abrede gestellt, dass Meinungsumfragen zu bestimmten Themen bzw. ethischen Standards zu rationalen und ethisch vertretbaren Ergebnissen führen könnten. Dies wurde insbesondere an dem Beispiel der Einführung der Todesstrafe problematisiert. Der Referent stellte klar, dass er eine empirische Erhebung nicht als das einzige Mittel zur Bestimmung eines ethischen Maßstabes verstanden wissen wollte, sondern als eine Kennziffer unter mehreren. Das Ergebnis einer Umfrage, die im Übrigen nur einen Ausschnitt wiedergebe, sei nicht ausreichend, jedoch sei es einer unter mehreren Aspekten. Insbesondere bezüglich Fragen der sozialen Gerechtigkeit, die immer die Masse betreffen, sei ein Meinungsbild hilfreich, aber nicht alleine ausschlaggebend. Dies umso mehr als Ethik das Verständnis in einer Gesellschaft bestimme, Handlungsweisen Einzelner als gut oder schlecht zu charakterisieren und damit auch als bestimmender Faktor für das Verhalten in einer Gesellschaft dienen solle. Ethik setze beim Einzelnen an und daher müsse der Einzelne gefragt werden. Dazu wandte Paqué ein, dass er eine striktere Unterscheidung zwischen dem Individualverhalten und dem jeweiligen sozialen Ergebnis vermisse. Er führte den Unterschied der Begrifflichkeiten am Beispiel des viel in der Presse diskutierten Mindestlohns aus. Demnach sei es für den Einzelnen unter ethischen Gesichtspunkten sicherlich wünschenswert einen Mindestlohn für seine Tätigkeit zu erhalten. Es sei aber fraglich, ob man dieses vor dem Hintergrund aufrechterhalten könne, dass dadurch anderen die Chance auf einen Arbeitsplatz verbaut würde. In umgekehrter Weise würde sich das ebenfalls in der allgemeinen Debatte um Gehälter für Manager wiederfinden. Es würde als ethisch fragwürdig gesehen, dass ein Topmanager derartige Gehälter verdiene, es würde im Gegenzug von den gleichen Personen aber nicht in Frage gestellt, dass Rockstars z.T. noch erheblich höhere Beträge erhalten würden. Paqué griff mit diesem Beispiel die zuvor bereits geäußerte Kritik an empirischen Erhebungen auf. Der Referent entgegnete darauf, dass die Befindlichkeit des Einzelnen als Chiffre zu sehen sei und erst, wenn man sich dessen Wahrnehmung bewusst sei, könne man unter ethischen Gesichtspunkten weiter voranschreiten. Der Begriff soziale Gerechtigkeit sei ebenfalls nur ein Chiffre. Es gäbe

aus wissenschaftlicher Sicht keine klare Definition. Man könne sicherlich in Parteiprogrammen etwas zu dem Begriff lesen, allerdings immer aus einer anderen Perspektive. Es gehe zunächst darum Befindlichkeiten überhaupt wahr zu nehmen und sich dann mit ihnen zu beschäftigen und dann im Rahmen der Beschäftigung mit dem Thema weitere Aspekte heranzuziehen und so zu einer ethischen Gesamtbetrachtung zu gelangen. Farny ergänzte die Ausführungen um eine Gegenüberstellung von angestellten Topmanagern und Freiberuflern. Die unterschiedliche Wahrnehmung sei auch in der unterschiedlichen Position zu sehen. Der Topmanager, der als Angestellter fremdes Geld verwalte, erführe innerhalb der Gesellschaft eine andere Wahrnehmung als ein Freiberufler, der seine eigenen Interessen verwalte und auch sein eigenes Kapital einsetze, um diese zu verwirklichen.

Von der Schulenburg merkte weiter an, dass die Ausführungen des Referenten zum Themenkomplex Wirtschaftsethik die unterschiedlichen Ausgangsbedingungen außer Acht lasse. Innerhalb der Gesellschaft hätte nicht jeder die gleichen Chancen und der jeweils eingreifende „Zufallsgenerator“ würde in der Betrachtung außen vor bleiben. Viele ethische und moralische Vorstellungen würden aus der eigenen Situation und Einschätzung erwachsen, die durchaus von den eigenen Möglichkeiten bzw. Chancen abhängen. Dem widersprach der Referent mit Hinweis auf seine Ausführungen zur Chancengleichheit bzw. Chancengerechtigkeit. Er betonte, dass die Menschen nicht gleich seien, aber jeder bei gleicher Fähigkeit die gleiche Chance erhalten müsste. Diese Art von Chancengerechtigkeit sei momentan nicht als verwirklicht zu betrachten, wie man z. B. anhand der Pisa-Studie sehen könne, und daher ethisch problematisch. Der ethische Appell aus dieser Analyse müsse sein, für alle Schüler den gleichen Zugang und damit die gleiche Chance zu ermöglichen. Hier ergäben sich auch Überschneidungen mit der zuvor diskutierten Empirie.

Der letzte umfangreichere Diskussionspunkt knüpfte an das aus versicherungstechnischer Sicht sehr relevante Thema der „adverse selection“ an. Daraus resultiere ein obrigkeitliches Interesse, bestimmte ethische Verhaltensformen einzufordern. Der Referent stimmte dem grundsätzlich zu, stellte aber klar, dass vor der Regulierung durch den Staat die Frage nach

der Sozialethik stehe, nämlich unter welchen Voraussetzungen sich der Staat anständig verhält. Der Staat vertrete den einzelnen Bürger und dieser müsse sich daher zunächst fragen, wie er zu dieser Fragestellung stehe. Es sei nicht im Interesse des Einzelnen und damit auch nicht des Staates, dass sich ein schlechtes Verhalten durchsetzt. Und aus dieser Fragestellung könne eine Institution wie ein Corporate Governance entstehen, indem eine Gruppe von Individuen einen derart hohen moralischen Druck aufbaue, dass auf das Verhalten von Unternehmen eingewirkt wird. So wäre aus ethischer Sicht „das Klassenziel“ erreicht.

2. Assekuranz und ethische Unternehmensführung

Prof. Dr. Jochen Axer

Kaum eine andere Begrifflichkeit findet ein so unterschiedliches, ja gegensätzliches Spektrum an Definition und Beschreibung wie die Termini Ethik und Moral. Und während die eine sich auf den fatalistischen Standpunkt stellt, „Moral sei jenes Maß an Anständigkeit, das gerade modern sei“ (Frederico Fellini), so behauptet die andere ganz im Gegensatz, „das Moralische verstehe sich immer von selbst“ (Friedrich Theodor Vischer – Kaiser Wilhelm I); und um die Unsicherheit voll zu machen, kennt ein jeder die pessimistische Sicht Bertrand Russells, der uns gar eine „doppelte Moral“ zuordnet, „eine, die wir predigen, aber nicht anwenden, und eine andere, die wir anwenden, aber nicht predigen“.

Lassen Sie mich zunächst einige allgemeine Gedanken zum gesellschaftlichen Ausgangsbefund, zum Ansehen der Assekuranz und zu grundlegenden Kategorien der Ethikdiskussion vorausschicken, die aus meiner Sicht die Relevanz und Sinnhaftigkeit der Betrachtung der Dimension Ethik auslöst und dann in konkrete Fragestellungen für die Assekuranz führen mag:

I. Gesellschaftliche Entwicklungen

Bemerkung 1:

Wissenschaftlich-technischer und ökonomischer Fortschritt sowie empfundene Komplexität führen generell zu einem zunehmenden Bedarf an Orientierung.

Bemerkung 2:

Die Individualisierung in den Industriegesellschaften geht einher mit einem Abbau allgemein akzeptierter kollektiver Wertesysteme (Familien, Kirche, Vereine u. a.). Dies führt zu Verunsicherung und dem Wunsch, wieder „vertrauen zu können“ („Grund- oder Urvertrauen“).

Bemerkung 3:

Normenkataloge im Rahmen und als Ergebnis demokratischer Prozesse füllen Lücken aus, stehen aber in der Gefahr tatsächlicher oder empfundener Unübersichtlichkeit und Lückenhaftigkeit. Es bleibt die Unsicherheit, ob von Dritten (Legislative, Judikative) vorgegebene Handlungsanweisungen und formulierte Pflichtenkreise hinreichend sicherstellen, dass der Unterworfenen sich entsprechend verhält.

Bemerkung 4:

Der Wunsch, Vertrauen haben zu können, wird durch Normen („Soll-Anweisungen“) allein nicht befriedigt, sondern nur durch das tatsächliche Verhalten Dritter, seien es von Menschen geführte Institutionen oder der einzelne Mensch.

Bemerkung 5:

Im Rahmen bestehender Alternativen wählt der Homo Oeconomicus diejenige, welche ihm den größten materiellen Nutzen verspricht.

II. Aktueller empirischer Befund zum Ansehen der Assekuranz

Empirische Untersuchungen zum Ansehen oder zur Akzeptanz von Institutionen und Menschen sind generell mit großer Vorsicht zu werten. Zu unterschiedlich sind Resultate und Methoden der Erhebung. Gleichwohl sei auf die aktuellen Aussagen einer unisys-Studie aus dem Oktober 2007 hingewiesen, wenn dort das Studienergebnis veröffentlicht wird, dass „die Verbraucher am wenigsten Vertrauen den Energieversorgern, der Bundesregierung und den Versicherungen entgegenbringen.“ Zugleich gelten dem befragten Personenkreis als Kriterien für Vertrauen und vertrauensbildende Maßnahmen „eine gute Unternehmensführung“ – was auch immer darunter verstanden wird – „Produktqualität, Respekt gegenüber Kunden und Respekt gegenüber Mitarbeitern.“ Trotz aller Relativierung: Der Befund ist in der Grundaussage bezogen auf Versicherungen – leider – nicht neu.

III. Nutzbare allgemeine Kategorien der Ethik

Hilfreich für die weiteren Ableitungen mögen noch Stichworte und Kategorien sein, die das Strukturieren des Nachfolgenden (vgl. in Anlehnung an Göbel, Elisabeth, Unternehmensethik, UTB, Stuttgart 2006), erleichtern können:

Hierzu gehören die Differenzierungen

nach dem Ort der Ethik (Wo findet Ethik und Moral statt?) mit den Stichworten der *Individualethik* (Ort der Moral ist das sittliche Subjekt mit seiner Gesinnung, seinen Tugenden und Handlungen), der *Institutionenethik* (Ort der Moral sind die öffentlichen Regelsysteme und etablierten sozialen Verfahrensweisen) und die *Öffentlichkeitsethik* (Ort der Moral ist der Diskurs der Öffentlichkeit);

nach dem Typus ethischen Argumentierens mit den Grundrichtungen der *Gesinnungsethik* (Moralisch ist, Gutes zu wollen und seinem Gewissen zu folgen), der *Pflichtenethik* (Moralisch ist, das Pflichtgemäße zu tun und es aus Pflicht zu tun) sowie der *Folgenethik* (Moralisch ist, das Gute zu erreichen, also auf die Folgen des Handelns zu achten);

schließlich im Rahmen der Ökonomik

nach den Auslegungsoptionen der ethischen Ansätze, nämlich dem Ziel bestmöglicher Versorgung der Menschen unter effizienter Ausnutzung der Ressourcen (*materiale Auslegung*, bereits Aristoteles, Politik Buch 1, Werke Band 9/1, S. 1258a,b; unter dem Stichwort der Mittel zur Bedürfnisbefriedigung Schmalenbach, Die Privatwirtschaftslehre als Kunstlehre, Zeitschrift handelswissenschaftliche Forschung 1911/12, S. 304. ff.; nach Abdruck 1970, S. 490 ff. in Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung) oder dem bloßen [ggf. sinnentleerten] Primat des Handelns nach dem ökonomischen Prinzip [*formale Auslegung*, Nutzen- und Gewinnmaximierung, Mitteleinsatzminimierung, etwa Rieger, Einführung in die Privatwirtschaftslehre, 1959, S. 41]).

IV. Besondere Anforderungen an eine ethische Unternehmensführung in der Assekuranz aufgrund des Geschäftsmodells

Die Diskussion über Wirtschaftsethik und ethische Unternehmensführung hat in der Vergangenheit wenig ausdrückliche Anforderungen für einzelne Branchen, auch die Assekuranz, formuliert. Hieraus abgeleitet lassen sich folgende (weitere) Thesen aufstellen:

These 1:

Die grundsätzlichen modelltheoretischen Anforderungen an eine ethische Unternehmensführung in der Assekuranz weichen im Grundsatz nicht von den Notwendigkeiten und Anforderungen in anderen Branchen ab.

These 2:

Es ist nicht davon auszugehen und auch nicht empirisch untersucht, belegt und erwiesen, dass die handelnden Personen in der Versicherungswirtschaft in ihrer Gesamtheit in ihrer Kompetenz, ihrer Persönlichkeit und ihren Moral- und Ethikvorstellungen vom Durchschnitt der Unternehmensführer in anderen Geschäftsbereichen abweichen.

These 3:

Aber: Die Erwartungen bestimmter Interessengruppen („stakeholder“) an die Unternehmen und Unternehmer der Versicherungswirtschaft gehen über das Übliche und den Durchschnitt hinaus.

These 4:

Die Gründe hierfür liegen in der Urangebot vor Unsicherheit und der Sehnsucht, Risiken über „Versicherung“ minimieren und ausschließen zu können. Dies setzt voraus, dass man in besonderer Weise auf die Kompetenz und die Seriosität des Risikoübernehmers setzt, in erster Linie nicht, weil man ihm Geld gibt und für seine Gegenleistung bezahlt, sondern weil man erwartet, dass dieser andere das eigene Risiko zu „seinem“ macht. Hierbei besteht zusätzlich regelmäßig eine deutliche Kompetenzunterlegenheit in der „Preisfindung“ für den Versicherungsschutz, die nochmals das Mo-

ment des Vertrauensfordernis für den Kunden in den Vertragspartner „Versicherung“ erhöht. Der Kunde erwartet von seinem Vertragsgegner eine ausgewogene Beratung; außerdem wird neben der Risikoübernahme die zutreffende Organisation des Ausgleichs von Risiken nach dem Gesetz der großen Zahl erwartet. Damit geht das empfundene Geschäftsmodell regelmäßig deutlich über ein durch Gleichgewichtigkeit geprägtes beurteilbares Austauschverhältnis gleich starker Vertragsparteien hinaus. Versicherungsprodukte sind damit „Vertrauensprodukte“; im Umkehrschluss setzt der Markt Seriösität und Kompetenz des Anbieters sowohl beim Vertragsabschluss (Know-how; Beratung; keine Ausnutzung des Kompetenzgefälles) wie während der Vertragslaufzeit (Sicherheit, Service, Schadenübernahme) voraus, um die tatsächliche „Risikoübernahme“ durch das gekaufte Produkt zu erreichen. Unabhängig von dem unterschiedlich stark betonten Charakter des Gesichtspunkts der Solidargemeinschaft ist zu konstatieren, dass der Markt seinerseits Schwierigkeiten hat zu erkennen, dass sich nicht nur zwei Vertragsparteien gegenüberstehen, sondern Versicherung unter dem Gesetz der großen Zahl aus Unternehmenssicht zu großen Teilen sich auf die Funktion der Organisation von Versicherungsschutz zu konzentrieren hat – und sich deshalb auch das Verhalten des Marktes (der Versicherungsnehmer) unmittelbar auf die Leistungsfähigkeit und Preisgestaltung des Versicherungsunternehmens auswirkt.

These 5:

Dieser Ausgangsbefund ist als Sachverhalt nicht änderbar, sondern zwingender Bestandteil des erfolgreichen Geschäftsmodells „Versicherung“.

V. Praktische Beispiele zu einzelnen Stichworten

Treffen diese Ausgangsthesen zu, so ist anhand praktischer Beispiele zu prüfen, in welchen Situationen und warum Unternehmen und Unternehmer in der Assekuranz in besonderer Weise unter öffentlichen und öffentlichkeitswirksamen Druck geraten unter dem ausgesprochenen oder unausgesprochenen Vorwurf unethischen Verhaltens.

1. Stichwort „Vertrauen“ in ordnungsgemäße Gegenleistung („seriöser Preis und Risikoübernahme“):

Auf der Ebene „Versicherungsvertrag“ kennt nahezu jedermann kritische Kommentare zu Einzelfällen, durch die die Vielzahl völlig ordnungsgemäß abgewickelter Schadenfälle verdeckt wird. Mit dieser sehr maßgeblichen Einschränkung seien gleichwohl Typen problematischer Einzelfälle genannt: Nichts verunsichert einen Versicherungsnehmer mehr als die Aussage der Versicherung, es bestehe keine Deckung, wo man sich doch gerade in Sicherheit wähnte. Dies mag beispielhaft an der nach meinen persönlichen Erfahrungen fast reflexhaften Ablehnungsreaktion in der Berufshaftpflichtversicherung beschrieben sein, ohne dass Sachverhalte bereits hinreichend geprüft wären. Als weiteres Beispiel mag das Auseinanderklaffen von durch das Versicherungsunternehmen extern vertretener Rechtsposition und intern eingeschätzter Risikoposition gelten, jedenfalls dann, wenn die externe Position mit Blick auf die Hoffnung vertreten wird, Zeit zu schinden oder darauf zu setzen, dass der Anspruchsteller finanziell keinen langen Atem hat. Auch kann wohl kaum manch leichthin gesagte Sprachverirrung, Versicherungsnehmer eher als unbotmäßige Anspruchsteller und nicht als Kunden und Beitragszahler zu sehen, als vertrauensbildende Maßnahme angesehen werden. Und könnte es sein, dass besonders günstige Angebote nur für Neukunden die Bestandskunden zumindest verwundern, wenn nicht verärgern? Der Beispiele gibt es einige, gleichwohl bleiben es weitgehend Einzelfälle, allerdings in einigen Fällen mit möglicherweise für das Image der Branche flächendeckender Sprengkraft (siehe letztgenanntes Beispiel) – und beantworten nicht die maßgebenden Fragen:

- Ist der an die Versicherungsunternehmen gerichtete Vorwurf nicht ordnungsgemäßer Regulierungspraxis oder Gewinnbeteiligung (Schaden/Unfall und Leben) zurückzuführen auf eine übersteigerte Erwartungshaltung?
- Oder ist er Ergebnis des Unverständnisses der Kunden über den Inhalt des Versicherungsvertrages? Und vielleicht nicht nur der Kunden, sondern sogar weiter Teile von Judikative und Legislative, wenn man die jüngsten Entwicklungen zur Lebensversicherung im Rahmen der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts und der VVG-Reform betrachtet? Die Komplexität des Produkts macht zu-

treffende Wertungen für den externen Dritten (als „Geschäftsmodell-Laie“) offenbar sehr schwierig.

- Oder ist er vielmehr Reaktion und Gegenwehr auf unklare Versicherungsbedingungen, rigide Regulierungspraxis, aufgrund werblicher Aussagen enttäuschte Erwartungen? Diese Gegenwehr kann für das Versicherungsunternehmen teuer werden. Denn in allen Fällen, in denen subjektiv das Verhalten eines als übermächtig empfundenen Vertragspartners als „unfair“ empfunden wird, führt dies zu Gegenreaktionen, überzogenem Anspruchsdenken, Tendenzen zu betrügerischem Verhalten und Auseinandersetzungen, die weniger von ordnungsgemäßem („ethischem“) Verhalten, sondern eher juristischen Spitzfindigkeiten geprägt sind. Jedenfalls kann es nicht im Interesse der Versicherungswirtschaft sein, dass die Sachverhalte von einem „Wettlauf der Cleveren“ geprägt werden und der Versicherungsnehmer, aus welchen Gründen auch immer und unabhängig von der Berechtigung seines Gefühls, das Versicherungsunternehmen eher als Gegner, denn als „eigene Sicherheit“ empfindet. Ein paralleles Phänomen mag aus dem Steuererhebungsrecht herangezogen werden: Auch hier führt nachweislich verstärkter staatlicher Abgabendruck zu Ausweichbewegungen und dem Verlust jedes Gefühls für materielle Gerechtigkeit seitens der Steuerunterworfenen. Das Erleben, dass der Staat Geld verschwendet oder falsch einsetzt, führt zu ungehemmten Versuchen, dem Fiskus ein Schnippchen zu schlagen – zulässigerweise in der Gestaltung, unzulässigerweise in der Steuerhinterziehung: Aber auch hier sind die Grenzen fließend und aus dem Gesetz nicht ohne weiteres abzuleiten – wohl aus „ethischem“ Empfinden?

2. Stichwort „Vertrauen“ durch Transparenz

Auf einer völlig anderen Ebene wird der Versuch einer quasi abstrakten Vertrauensbildung vorgenommen. Durch „Rechnungslegung“ wird unter dem Stichwort „Corporate Governance“ durch eine Vielzahl neuer Regelungen eine verbesserte Transparenz durch die Gesetzgebung im Verhältnis zum Markt, zum Investor, zum Shareholder angestrebt. In der Versicherungswirtschaft besteht – so meine These – bereits jetzt kein Mangel an

rechtlichen Regelungen, die auf unterschiedliche Weise den Handlungsspielraum der Akteure begrenzen. Damit ist aber nicht Transparenz im materiellen Sinne oder gar ethisches Verhalten sichergestellt. Vielmehr besteht das Risiko einer formal abgebildeten Transparenz, ohne dass damit die materielle Ordnungsmäßigkeit oder Richtigkeitsgewähr sich verbessert hätte (Stichwort: „Gerechtigkeit durch Verfahren“) – (Beispiel „notes“ im Jahresabschluss nach IFRS und anderes aus der Rechnungslegung)

Es besteht das Risiko, dass in einer sehr detaillierten Regelungswelt der moralisch geprägte, ethischen Meta-Werten verpflichtete Blick sogar eher verkümmert. Im Vordergrund – auch der Ausbildung der Führungselite – steht nahezu ausschließlich der legalistische, wissenschaftliche und ökonomische Blick, der durch die Unzahl detaillierter Einzelregelungen eher verstärkt wird, weil er damit technokratisch bestätigt wird; Beispiele aus der Hochschulpraxis insbesondere auch der neueren Business-Schools, aber nicht nur dort, lassen sich unschwer finden. Die hier geäußerte und von anderen bereits vorgetragene (vgl. Mintzberg, 2004) Kritik impliziert die Frage, dass es gerade trotz oder wegen der Vielzahl der geschriebenen Regelungen schwierig sein kann, Grundwerte und Systeme zu erkennen. Und sie führt in das Thema, dass menschliches Verhalten sowohl von Führungskräften wie Mitarbeitern beeinflussbar ist. Geht die Kritik an die Adresse der Führungskräfte, so ist als Leitbild für die Mitarbeiter dasjenige, was „die da oben“ tun, von erheblicher Bedeutung. Alle Studien belegen, dass dieses Verhalten deutlich mehr Einfluss ausübt („Nachahmung“) als jeder „Code of Conduct“; die Binnenmoral wird durch Tun („IST“) geprägt, nicht durch Regeln („SOLL“).

3. Stichwort „Habgier

(zu Karl Homann, Ethik in der Marktwirtschaft, Roman Herzog Institut 2007, S. 47)

- „Habgier“ des Unternehmens

Hohe Eigenkapitalrenditen, gute Performance, steigende Aktienkurse und beste Profitabilität sind in ihrer Notwendigkeit sehr weitgehend anerkannt. Sie werden aber in Frage gestellt, wenn eine in der Öffent-

lichkeit als extrem empfundene Grenze („mindestens 25 %-Eigenkapitalrendite“) überschritten wird oder der wirtschaftliche Erfolg andere Interessengruppen, insbesondere die Arbeitnehmer, beschädigt erscheint.

Von Arbeitnehmern in der Assekuranz – und dann aber auch der Öffentlichkeit – wird letzteres nochmals in einer anderen Dimension empfunden als in anderen Branchen: Jede Einbuße von Sicherheit wird insoweit auch als Blessur in der Gesamtbotschaft eines Versicherungsunternehmens verstanden („Sicherheit nach innen und nach außen“).

Dieser Effekt tritt auch ein, wenn akzeptiert wird, dass die Unternehmen nicht primär für die Schaffung von Arbeitsplätzen zu sorgen haben (Hommann, aaO, S. 37, S. 42). Kunden – oder auch Teile der Öffentlichkeit – ziehen den (Kurz-)Schluss, dass es mit der Entsprechung zum entgegengebrachten Vertrauen nicht weit her sein könne, denn wenn das Unternehmen schon die Arbeitnehmer „schlecht“ behandle, dann doch auch sicher die Versicherungsnehmer/Kunden.

- „Habgier“ des Managements

Vorstandsvergütungen werden in einer Marktwirtschaft grundsätzlich akzeptiert, auch wenn sie hoch sind; Ausnahmen exorbitanter Vergütungen bestätigen mehr die Regel, als dass sie gegen diesen Befund stünden. Vergütungen in der Assekuranz haben nach meiner Wahrnehmung nicht zu besonders erwähnenswerten Reaktionen und Diskussionen geführt. Der Weg der erhöhten Erfolgsabhängigkeit von Vergütungen (Aktienoptionen) ist ebenfalls dem Grunde nach in Ordnung, beinhaltet aber das Risiko, dass der Manager rigoros darauf abzielt, den Vergütungsmaßstab zu beeinflussen (shareholder-value-Konzept zum eigenen Nutzen).

Die eigentlichen Brüche erfolgen in der gesellschaftlichen Wahrnehmung erst an einer anderen Stelle:

- Nutzt der Manager seinen Informationsvorsprung aus, um seine Aktien zu einem besonders günstigen Zeitpunkt zu veräußern? (Insiderhandel)
- Erhält der Manager eine Vergütung „on top“, für die es weder eine vertragliche Basis noch einen ökonomischen Grund gibt?

- Werden Konditionen zwischen dem Manager und dem Entscheidungsgremium „ausgehandelt“ oder handelt es sich um einen Akt der Kumpanei zu Lasten Dritter?

Diskussionen auf politischer Ebene führen zu nichts; insbesondere ist der Gedanke einer staatlich verordneten Höchstgrenze notwendigerweise zum Scheitern verurteilt. Selbst wenn eine Gerechtigkeitslücke aufgrund auseinanderklaffender Gehaltsentwicklungen konstatiert wird, ist es der Markt, der Lösungen entwickeln muss. Funktioniert der Markt, gibt es hierzu keine Alternative. Wird aber eine der drei gestellten Fragen bejaht, scheidet das marktliche Prinzip des Wettbewerbs, des Out-des und des Interessenausgleichs.

Immerhin zu erwägen ist allerdings, Habgier als notwendigen Reflex auf bestehende Notwendigkeiten anzusehen, etwa

- aus Sicht des Unternehmens als Notwendigkeit zum Zwecke der Wertemaximierung zum Schutz des Unternehmens vor feindlichen Übernahmen?,
- aus Sicht der Manager als Notwendigkeit, sich aufgrund erhöhten persönlichen Risikos finanziell „absichern“ zu müssen?

Überzeugend im ethischen Kontext klingen beide Ansätze nicht. Weder ist die Abwehr von Übernahmen ein Wert an sich noch ist die finanzielle Ausstattung die einzige Möglichkeit der Absicherung von Managerrisiken.

VI. Risiko des Glaubwürdigkeitsverlustes von Versicherungsaktivität

Wenn erfolgreiches Versicherungsgeschäft zu einem großen Teil auf dem Vertrauen der Marktteilnehmer in die Leistungsfähigkeit und Seriösität des Versicherers und seiner Geschäftsleitung, noch mehr als in anderen Branchen, beruht, dann wirkt der Verlust an Glaubwürdigkeit gerade für Versicherungsunternehmen stark negativ für das weitere Geschäft. Deshalb sind auch Turbulenzen etwa aufgrund vertraglicher Absprachen zwischen Erst-

und Rückversicherer deutlich mit negativer Wirkung belastet, unabhängig davon, dass nicht das Primärgeschäft betroffen ist. Dies betraf in den letzten Jahren und Monaten nicht nur das internationale, sondern auch national geprägte Rückversicherungsgeschäft, nicht zuletzt unter dem Stichwort der financial reinsurance. Und in der Aufarbeitung spielt weder die Unklarheit der Rechtslage noch die Praxis noch die Differenziertheit der Konzepte eine Rolle. Die Kritik trifft alles und jeden. In der öffentlichen Wahrnehmung ist nicht vermittelbar, dass weit überwiegend das Ziel aller Vertragsabreden die Unternehmenssicherung und Risikoabdeckung im Rahmen des Risikoausgleichs war.

Glaubwürdigkeit oder auch Reputation der Branche und des einzelnen Versicherers ist ein zentrales Thema der Assekuranz aufgrund des fachlichen Ungleichgewichts der Vertragsparteien jedenfalls im Privatkundengeschäft, dem damit einhergehenden und gleichzeitig mit der Komplexität der Produkte verknüpften Vertrauensproduktecharakter der Angebote und dem Sicherheit zusagenden Risikoübernahmeprozess. Hinzu kommt für Versicherungsunternehmen – in Abweichung zu anderen Branchen – die Langfristigkeit der Vertragsbeziehung, aber auch der allgemeinen Reputation als Schlüsselement. Aufgrund der regelmäßig langfristig angelegten Vertragsbeziehungen mit den Kunden geht es darum, auf Dauer glaubwürdig zu bleiben. Über lange Jahre aufgebaute Reputation ist sehr schnell auch wieder zerstört.

Glaubwürdigkeit im Handeln des Unternehmens ist hierbei in erster Linie im originären Segment des geschäftlichen Handelns zu gewinnen. Gesellschaftliches Engagement, Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship können zwar unterstützend wirken, werden aber als Teil des wirtschaftlichen Kalküls jederzeit erkannt. Diskrepanzen zwischen solchen Aktivitäten und dem originären Geschäftsgebaren wirken verstärkt negativ.

Glaubwürdigkeit kann auch bedeuten, übersteigerte Erwartungen zu verhindern. Damit schließt sich der Kreis. Transparenz in der Inhaltlichkeit dessen, was an Risiko übernommen wird, reduziert deutlich das Moment der Enttäuschung des Kunden im Schadenfall. Die Kompetenz, Seriosität

und Überzeugungskraft eines Vertriebs ist insoweit ein Schlüsselement. Wird aber Glaubwürdigkeit durch hinreichende Transparenz von Verhalten und Produkt sowie durch schlichte Ehrlichkeit im Sinne der Verhinderung übersteigter Erwartungen erreicht, so ist eine Imagegewinn möglich, in Sonderheit durch zusätzliche Verdeutlichung der positiv empfundenen Risikoübernahme.

Bereits aus letztgenanntem ist ableitbar, dass der hohe „Vertrauensanteil“ des Versicherungsgeschäfts aufgrund der versicherungsspezifischen Komplexität bei der Erklärung des Produkts und des Geschäftsmodells sowie aufgrund der Übertragung von „eigenem“ Risiko nicht nur eine besondere Aufmerksamkeit auf das Thema der allgemeinen Reputation erfordert, sondern zugleich auch Chance und Vorteil im Verhältnis zu anderen Marktteilnehmern sein kann. Ist aber davon auszugehen, dass derartige vertrauensbildende Vorgänge immer auf dem Verhalten von Menschen beruhen, so setzt das Transportieren einen Wertekanon und damit ein Wertemanagement voraus. Diese Anforderung an die Erforderlichkeit eines „Wertekansons und Wertemanagements“ führt zwingend zu der Notwendigkeit der Diskussion und des Diskurses in der Unternehmung, mit den Mitarbeitern, aber auch den Kunden und der Öffentlichkeit. Die ständige Erneuerung über interne Regeln, die sich möglichst verfestigen und nach außen wirken, ohne verordnet zu sein, ist eine Option der ethischen Stabilität und Weiterentwicklung. Nicht nur ist das Thema zu adressieren, sondern auch durch kontinuierliches Training in den Hochschulen, aber auch den Unternehmen zu implementieren. Hierbei mag es regelmäßig richtig sein, unabhängige Dritte als Externe in den Diskurs einzubeziehen, um das Risiko der Entstehung einer unternehmensinternen Binnenmoral auszuschließen oder weitestgehend zu vermeiden. Dieser Notwendigkeit entspricht, dass auch der für Ethik und Compliance Verantwortliche mit einer weitestgehenden Unabhängigkeit ausgestattet wird. Dies sagt sich so leicht, wird aber im Einzelfall immer eine besonders schwierige Anforderung sein, geht es doch nicht nur um eine Weisungsunabhängigkeit oder finanzielle Unabhängigkeit, sondern im besten Sinne um eine persönliche Unabhängigkeit. Es wird dabei bleiben, dass die Anzahl der Personen, die dieses Kriterium erfüllen, geringer ist als die benötigten Menschen. Dies gerade vor dem Hintergrund, dass grundsätzlich auf jeder Ebene diese Unabhängigkeit gesucht wird; nichts weniger – und dies ist dann die eindeutige

Botschaft an die besonders erfolgreiche Führungs- und Managerelite – als der „demütige Siegertyp“ ist gesucht, der Erfolgreiche mit selbstkritischer Haltung, der Wettbewerbsorientierte mit ethischer Reflexion. Er kann Vorbild und damit Maßstab für andere sein.

Fazit

Die Berücksichtigung ethischer Unternehmensführungsgrundsätze ist für die Versicherungswirtschaft von elementarer Bedeutung aufgrund des auf Glaubwürdigkeit, Seriosität, Vertrauen und Langfristigkeit angelegten Geschäftsmodells. Die Bedeutung des Verhaltens der handelnden Menschen in der Unternehmensführung sowohl als Personen als auch als Verantwortliche des Unternehmens kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden. Die Verantwortlichkeit für das Unternehmen und das konsequente Eintreten für die wirtschaftlichen Interessen des Unternehmens werden gesamtgesellschaftlich akzeptiert; dies gilt in besonderer Weise bei Versicherungsunternehmen aufgrund deren gesellschaftlicher Funktion. Diese Akzeptanz durch Kunden, Mitarbeiter und andere Interessengruppen ist überlebenswichtig, weil nur sie zum Vorgang des „das eigene Risiko anvertrauen“ führen kann. Die nicht einfachen Inhalte der Verträge müssen ebenso wie die bilanzielle Abbildung der Risikomodelle immer aufs Neue erklärt und möglichst transparent gemacht werden, ohne gleichzeitig kalkulatorische Elemente offen legen zu müssen. Trotz der diesbezüglichen Schwierigkeiten und hohen Erklärungshürden gegenüber anderen Institutionen oder Gruppen (Gesetzgeber, Verwaltung, Gerichte, Öffentlichkeit, Kunden) ist das ständige Bemühen um inhaltliche Transparenz zentrales Element für die notwendige Akzeptanz des Geschäftsmodells Versicherung; gelingt dies, so hat die Branche ob ihrer „Risikoübernahme für Dritte“ gegenüber alternativen Anbietern eindeutige Vorteile. Die zwingende Einführung von Risikomanagementsystemen und die allgemeine Erfüllung aller auferlegten Pflichten (Compliance) reicht allein nicht notwendigerweise aus; die prinzipienorientierte (ethische) Haltung des Unternehmens und seiner verantwortlichen Mitarbeiter bleibt mit entscheidende Basis des Erfolgs.

Diskussion

Farny fasste zusammen, dass die ethischen Anforderungen an die Versicherungswirtschaft denen anderer Wirtschaftszweige entsprechen und die besondere Situation der Assekuranz vielmehr durch die Besonderheiten ihres Geschäftsmodells bedingt werden. Die Stichworte, die im Zusammenhang mit ethischen Problemstellungen fallen müssten, seien demnach das Vertrauen der Kunden, die Langfristigkeit der Verträge insbesondere in der privaten Kranken- und der Lebensversicherung und die Unkenntnis des Kunden über die technischen Details des Produktes Versicherung. Der Ruf nach verstärkter Transparenz führe in der Praxis leider nur zu einer formalen Transparenz, die dem Kunden nicht weiterhelfe. Es nütze dem Einzelnen nicht zu wissen, dass eine „Diskontierung von Toten“ für die technische Abbildung in der Lebensversicherung erforderlich ist, ohne zu wissen, worum es sich dabei praktisch handelt. In diesem Zusammenhang wurde auch das Problem der Empirie erneut angesprochen. Fürstenwerth widersprach der Einschätzung, dass es keine besonderen ethischen Anforderungen an die Versicherungswirtschaft gäbe. Er nannte als Beispiel die so genannten „misselling cases“ aus Großbritannien. Eine vergleichbare Diskussion sei im Zusammenhang mit den Beratungen im Bundestag im Rahmen der Einführung der Riester-Rente geführt worden. Die Abgeordneten hätten dabei explizit an die besondere ethische Verantwortung der Versicherungsunternehmen appelliert. Als weiteres Beispiel fügte er den Fall der Mannheimer Versicherung an und die Anstrengungen der Branche zur Vermeidung des Insolvenzfalles. Es wäre juristisch korrekt gewesen die Mannheimer Versicherung in die Insolvenz gehen zu lassen und es wäre in anderen Wirtschaftszweigen auch so geschehen, jedoch hätte sich die Versicherungswirtschaft dies aus Reputationsgründen bzw. ethischen Anforderungen nicht leisten können. Hinsichtlich der Diskussion um die Empirie fügte er hinzu, dass man nach einer aktuellen Studie des Allensbachinstituts zwischen dem Fern- und dem Nahbild der Versicherungsunternehmen unterscheiden müsse. Das Nahbild, also die Frage nach der Zufriedenheit der Kunden mit ihrem Vermittler, hätte mit 70 % den höchsten je gemessenen Wert aufgewiesen. An dieser Stelle fiel Paqué ein und unterstrich, dass es ein generelles Phänomen sei, dass eine Diskrepanz zwischen dem (fehlenden) Vertrauen zur Organisation und dem Vertrauen zum Einzelnen bestehe. Er brachte das Beispiel der Politik, die insgesamt eher ein negatives Bild hätte, der einzelne Politiker vor Ort jedoch durchaus positiv be-

wertet wird. Der Referent ergänzte zustimmend, dass dies auch dem Medienreflex geschuldet sei. Die Medien sind auf Sensationen aus, also werden die negativen Fälle besonders hoch gehängt und dadurch entstünde das schiefe Bild. Der Hinweis auf die positivere Bewertung der Versicherungsunternehmen im Gegensatz zu den Banken sei wenig hilfreich, da die Versicherungsunternehmen viel mehr auf ihre Reputation angewiesen seien als die Banken.

Werber ging auf die verschiedenen Schulen der Wirtschaftsethik ein, insbesondere die realistische Schule wie sie von Homann vertreten wird. Demnach seien die Gesetze des Marktes zu respektieren. Diese Schule vertraut also auf die Wirkung der Rahmenordnung und damit auf den juristischen Rahmen wie er im deutschen Recht z. B. durch §§ 138, 242 BGB und auch wettbewerbsrechtliche Vorschriften geschaffen ist. Diese Vorschriften enthielten bereits ethische Implikationen und man wäre sicherlich weiter, wenn die Unternehmen diese Rahmenordnung einhalten würden. Er wandte sich mit der Frage an den Referenten, inwieweit man darüber hinausgehende ethische Anforderungen sinnvoll außerhalb der bereits bestehenden Rahmenordnung systematisieren könne. Michaels spitzte die Anmerkung auf die Interpendenz zwischen der zunehmenden Regelungsdichte und die geringer werdenden Möglichkeiten für eigenverantwortliches ethisches Handeln zu. Axer stimmte zu, dass Ausgangspunkt der legalistische Rahmen ist. Es sei eine Entwicklung zu beobachten, dass immer minutiösere Vorschriften über das Verhalten geschaffen würden, die zu einem weitgehenden Detaillierungsgrad führen. Es würde bei dem Erlass neuer Regelungen nicht mehr auf den dahinter stehenden Wertekanon abgestellt, sondern es käme vielmehr zu einem „Heruntertropfen“ von Vorschriften. Diese Aufstellung von detaillierten Katalogen, deren Anforderungen dann nur noch abgehakt werden müssten, stamme aus dem US-amerikanischen Rechtsraum und führe zu einer rein technokratischen Prüfungsweise. Diese gegenläufigen Strömungen könnten aber nutzbar gemacht werden, dazu bedürfe es aber eines Diskurs auf der Zwischenebene, also den Marktteilnehmern. Über diesen Diskurs ließen sich ggf. Definitionen eines Anforderungsprofils schaffen, aber man sei mit dieser Methode stets auf dem Weg und nie am Ziel. Oermann wandte ein, dass eine über §§ 138, 242 BGB hinausgehende Systematisierung nicht erforderlich sei. Diese Tatbestände würden durch ihre Konstruktion als Auffangtatbestände alles Erforderliche

zur Verfügung stellen. Des Weiteren sei mittlerweile ein Informationsvorsprung (gegenüber früher) des Verbrauchers durch die neuen Informationstechnologien gegeben, die es ihm ermöglichten sich gezielte Informationen über einzelne Versicherungsunternehmen zu verschaffen. Internetforen böten z. B. eine Vielzahl von Informationen zur Regulierungspraxis von Unternehmen und damit praktische Entscheidungshilfen für den Abschluss von Versicherungsverträgen. Eine generelle Kritik an der Erörterung übte Meyer. Ihm fehlte vorab eine Klarstellung über welche ethischen Kriterien man diskutiere, z. B. die in Mitteleuropa vorherrschende oder vielleicht die in China geltenden. Man müsse zunächst klarstellen, ob es einen weltweit gültigen Mindestkatalog gäbe oder es sich um vereinzelte Betrachtungen von Ausschnitten handele.

3. Ethisches Verhalten in der Versicherungswirtschaft

Prof. Dr. Hans-Balz Peter

Einstieg

„Ethisches Verhalten in der Versicherungswirtschaft“ wurde vom Veranstalter meinem Beitrag als Überschrift gegeben. „Verhalten“ schließt Haltung, Charakter und Tugend ein. Da sind wir schon mitten in ethischen Fragen; und da uns Ethik häufig in einem (heraus-)fordernden Modus begegnet, lassen Sie mich beginnen mit einer freundlichen, positiven Bemerkung:

In einer bestimmten Hinsicht ist die Assekuranz – sind die Versicherungen also – gewiss **tugendhafter** als die meisten anderen Firmen oder auch Privatpersonen: bekanntlich zeichnen sie sich durch **besonders geringe Schadenfreude** aus.

Und nun zu den anderen Aspekten im Zusammenhang mit Ethik und Assekuranz... (Sie mögen mir diesen einleitenden Kalauer verzeihen!)

Gegenüber dem schriftlichen Beitrag, den Sie in der Dokumentation zu diesem Symposium vorweg erhalten haben, möchte ich mit dieser Präsentation der Form nach etwas anders vorgehen, zudem habe ich zusätzliche Aspekte aufgenommen. Nach wie vor führt Sie mein Beitrag vom Allgemeinen über Ethik und ethische Methode hin zu spezifischen Fragen einer Versicherungsethik und zum Umgang mit der „ethischen Dimension“ bei praktischen Fragestellungen aus dem Versicherungswesen.

1. Versicherungsunternehmen tragen ethische Verantwortung

Mein erster Punkt betrifft gleichsam unsere gemeinsame **Gesprächsgrundlage**. Sie dürfte in diesem Kreis nicht umstritten sein, soll trotzdem festgehalten werden, weil keineswegs alle Unternehmer und Ökonomen damit einverstanden sind:

- Versicherungsunternehmen tragen – wie Unternehmen überhaupt – über ihre ökonomische Funktion für Risiko-Transfer und Risikoab-

wehr hinaus auch ethische ‚soziale‘ Verantwortung, gerade in der Marktwirtschaft.

Folie 1

Symposium „Ethik in der Assekuranz“ HGFV Berlin 2./3.11.2007
Ethisches Verhalten in der Versicherungswirtschaft
(H.-B. Peter)

- ❑ **Versicherungsunternehmen tragen – wie Unternehmen überhaupt – über ihre Verantwortung als wichtige Funktion für Risiko-transfer und Risikoabwehr hinaus *auch ethische ‚soziale‘ Verantwortung, gerade in der Marktwirtschaft.***
- ❑ Milton Friedmans Maxime „**The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits**“ (1970) genügt nicht
- ❑ Weil der Markt (a) nicht „ideal/vollkommen“ funktioniert und (b) bestimmte wirtschafts-gesellschaftliche Ziele/Erfordernisse grundsätzlich nicht zu erfüllen kann (Gerechtigkeit, Grundversorgung für alle als „Sinn“ des Wirtschaftens)
- ❑ **→ Gelingende Marktwirtschaft setzt ethische Orientierung der Unternehmungen unverzichtbar voraus.**
- ❑ **→ Ethik ist nicht „sachfremd“ für Unternehmen, sondern neben der wirtschaftlichen eine unbedingte weitere Dimension unternehmerischer Entscheidung.**

Eine Position, die in der ‚echten‘ Marktwirtschaft keinen Raum sieht für ethisches Verhalten von Unternehmungen, das über die Gewinnoptimierung hinausgeht, wird nicht nur von Milton Friedman vertreten. Diese Haltung wird von mehreren ‚reinen‘ Marktwirtschaftstheoretikern vertreten, aber auch von Wirtschaftsethikern, namentlich von Karl Homann und seinen Schülern; dies geht u. a. aus seiner Schrift „Ethik in der Marktwirtschaft“¹¹ hervor, die den Referenten des heutigen Symposiums zur Vorbereitung zugestellt wurde. Ohne mich im Detail mit dieser Sicht auseinander setzen zu können, möchte ich anmerken, dass ich jeweils mit dem ersten

¹¹ Karl Homann (2007), Ethik in der Marktwirtschaft.

Teil von Homann's Beiträgen weniger einverstanden bin als mit dem letzten Teil, wo er sich auf Probleme der realen Marktwirtschaft einlässt. In seiner theoretischen Konzeption macht er für mich zuwenig deutlich, dass die Marktwirtschaft nur so weit als „ethische Veranstaltung“ verstanden werden kann, als sie dem theoretisch-idealen Modell entspricht und sich dabei auf grundlegend moralische Voraussetzungen stützt. Dieses Modell (im Hintergrund das Bild vollständiger Konkurrenz mit völliger Transparenz der Märkte) abstrahiert jedoch von grundlegenden Grenzen und Defiziten und kontrastiert damit zu allen „real existierenden“ Marktwirtschaften. Unternehmerische Verantwortung schließt, wie ich zu zeigen versuche, eben gerade auch Verantwortung für die „Spielregeln“ ein, innerhalb derer die Unternehmen ökonomisch vernünftige „Spielzüge“ vollziehen; und darin zeigt sich eine notwendige, unumgängliche unternehmerische Zuständigkeit auch für ethische Belange.

1.1 Grundlage der Wirtschaftstätigkeit: Treu und Glauben

Dass Marktwirtschaft – oder konkreter wirtschaftliches, bes. unternehmerisches Handeln in der Marktwirtschaft – ethische Voraussetzungen und Grenzen habe, ist weder eine Forderung aus der Zeit vorindustrieller Gesellschaften noch eine Idee des Kommunismus, wie es z. B. Milton Friedman sah. Seit es ein Handelsrecht (oder weiter: ein Zivilrecht bzw. ein bürgerliches Recht) gibt, gibt es die Erkenntnis, dass das Recht nicht alles regeln kann – dass es dem Recht vorausgehende Grundlagen geben muss, aus dem das Recht überhaupt erst entwickelt werden kann. So findet sich im für den gesamten wirtschaftlichen Verkehr unter Privaten geltenden 2. Artikel des Schweiz. Zivilgesetzbuches der Satz „Jedermann hat in der Ausübung seiner Rechte und in der Erfüllung seiner Pflichten nach Treu und Glauben zu handeln“. Eine analoge Formel findet sich an zwar weniger prominenter Stelle im BGB, § 242, wonach der Schuldner verpflichtet ist, die Leistung so zu bewirken, „wie Treu und Glauben mit Rücksicht auf die Verkehrssitte es erfordern“. Ohne die Grundlage von Treu und Glauben gibt es keinen Wirtschaftsverkehr; der § 242 BGB wird denn auch als Generalklausel behandelt, der für den gesamten Rechts- und Wirtschaftsverkehr Gültigkeit zukommt und die der Rechtsausübung – auch der wirtschaftlichen Freiheitsrechte – „unter der Berücksichtigung herrschender

sozialethischer Wertvorstellungen Grenzen setzt“ (rechtslexikon-online). In der Schweiz ist der Grundsatz von Treu und Glauben darüber hinaus 1999 als selbständiges Grundrecht in Art. 9 der Bundesverfassung aufgenommen worden, soweit es das Handeln von staatlichen Organen betrifft.

1.2 Ethik als Führungs- und Managementaufgabe

Folie 2

Ethik als Managementaufgabe

(nach J. Wieland, in Ruh/Leisinger, Ethik im Management, Zürich 2004, 213ff.)

Ethische Werte nicht unvereinbar mit Wettbewerb und Management, sondern unverzichtbar – wirksame Umsetzung nur im Rahmen eines umfassenden integrativen Werte-Management-Systems (WMS)

Vier Bereiche als Treiber des Ethik-Themas in der Wirtschaft

- ❑ **Risikomanagement** – Risiko aus menschlichem Fehlverhalten nicht allein durch Kontroll- und Sanktionssysteme zu verhindern; braucht eindeutig bestimmte Unternehmenskultur - ohne Werte-Management nicht zu haben
- ❑ **Qualitätsmanagement** – bes. in Personalfragen → Bedeutung des „soft factors“ im Management. Humankapital kann man – anders als Sach- und Finanzkapital – nicht besitzen, nur Nutzung erwerben...
- ❑ **Umweltmanagement**: auch hier Einstellung und Wille = Schlüssel zum Erfolg
- ❑ **Corporate Citizenship** – bürgerschaftliches Engagement der Unternehmen (nicht nur Philanthropie – z.B. Global Compact)

Ethik im Management ist kein Goodwill-Thema mehr, sondern unabweislicher Bestandteil der Leistungserbringung und Existenzsicherung des Unternehmens

Prof. Wieland vom Zentrum für Wirtschaftsethik des Deutschen Netzwerkes Wirtschaftsethik beschreibt Ethik als zentrale Managementaufgabe. Als solche sehe ich sie als Führungsaufgabe an, d. h., sie sind prominent, wenn auch nicht exklusiv „Chefsache“. Wieland nennt vier „Treiber“ für aktuelles wirtschaftsethisches Engagement in der Wirtschaft, und mir scheint, diese vier treffen in besonderer Weise für Versicherungsunternehmen zu.

- Wenn ethische Überlegungen zu den Kernaufgaben der Versicherungsgesellschaften und der Managementaufgaben in der Assekuranz zählen, ist es umso erstaunlicher, dass die *professionelle Ethik sich bisher wenig* in spezifischer Weise mit der Versicherungswirtschaft befasst. Es findet sich kaum ein Buch zur Thematik, nur vereinzelte Aufsätze dazu.¹² Dabei bildet die Assekuranz einen wichtigen Zweig unserer Volkswirtschaft. Sie trägt in der Schweiz rund halb so viel zur Beschäftigung und zur Volkswirtschaft (BIP) bei wie die Bankwirtschaft¹³ und leistet einen gewichtigen Beitrag zur Aussenwirtschaft. Die Versicherungswirtschaft stellt einen Kernbereich unserer Wirtschaft dar, dessen Bedeutung kaum hinreichend gewürdigt wird, wenn man allein die Beschäftigungs- und BIP-Kennzahlen beachtet; denn beim Versicherungswesen handelt es sich um eine Branche mit „transversaler“ Funktion für alle Bereiche der Wirtschaft wie für die privaten Wirtschaftssubjekte.

1.3 Rascher Wandel der Versicherungswirtschaft birgt neue ethische Herausforderungen

Die Versicherungswirtschaft befindet sich seit einer Reihe von Jahren in einem tief greifenden und *raschen Wandel*. Ein wichtiges Moment der Beschleunigung ist die weitgehende Deregulierung, die mit der Liberalisierung (in der Schweiz 1996) eingeleitet wurde. Diese erscheint mit den Neuerungen im Versicherungsrecht, die Anfang 2006 in Kraft getretenen sind, als vorläufig abgeschlossen. Deregulierung verschärft den Wettbewerb und drängt die Versicherer zur Produktinnovation sowie zu offensiverem Marketing. Sie führt aber auch zu *neuen ethischen Herausforderungen*. Soll alles, was der Markt zulässt oder gar „erzwingt“, auch für wirtschaftsethisch „gut“ gelten und „gemacht“ werden?

12 Eigentliche Ausnahmen bestätigen die Regel; es sei hingewiesen auf die am heutigen Symposium ebenfalls anwesenden S.F.J. Ziegler, Die Rolle der Ethik in der Versicherung. Verantwortung als Leitbegriff eines ethisch orientierten Handelns der Assekuranz (Diss.phil. München 2005) und J.M. Graf von der Schulenburg und dessen Artikel „Versicherungen“ im Handbuch der Wirtschaftsethik, Bd. 4 (Gütersloh 1999).

13 Umfangreich ist auch die bankenethische Literatur nicht; immerhin kann hingewiesen werden auf Thielemann/Ulrich (2003); Wagner (1999); Peter/Ruh/Höhn (1981).

In einer thematischen **Einleitung** werde ich in die **ethische Perspektive** in meinem Konzept einer integrativen, dialektischen Wirtschaftsethik einführen. Von diesen allgemeinen, eher abstrakten Grundlagen führt der Beitrag schrittweise hin zur Konkretion an exemplarischen Problemen.

Innerhalb der breiten Thematik „Versicherungswirtschaft und Ethik“ möchte ich einige spezifische Fragen der **Produktgestaltung** und in der Folge der **Tarifgestaltung** besonders ansprechen. Ich werde den Trend zu immer ‚individueller‘ ausgestalteten Produkten und damit den Trend zu der Bildung kleinrastriger Risikogruppen und entsprechend systematisch differenzierten Prämienkalkulationen exemplarisch angehen. Auch wenn sich inzwischen in der Schweiz die Auseinandersetzung – leider – schon gelegt zu haben scheint.

Inwiefern und inwieweit sollen bei Versicherungsleistungen die Risiko- und damit implizit die *Solidaritätsgruppen – immer kleinmaschiger differenziert* werden, offensichtlich um im Wettbewerb unter Versicherern nicht ins Hintertreffen zu geraten? Die Versicherungen beruhen ja auf dem Risikotransfer von den Versicherten auf die Versicherer, was nur möglich ist vor dem Hintergrund des „Gesetzes von der grossen Zahl“. Die Mitglieder des Netzes „der grossen Zahl“ bilden eine teils freiwillige, teils versicherungsmathematisch definierte Solidaritätsgruppe. Je kleinrastriger die Risikogruppen desto engmaschiger – oder geringer – die Solidarität „mit den anderen“. Ist die „kleinkarierte Methode“ in Zukunft weiterhin wünschenswert – oder hebt sich so der Sinn der Versicherung allmählich selber auf, weil es darauf hinaus läuft, dass am Ende jeder für sich allein mit seiner „individuellen Risikoprämie“ das Risiko trägt und gar kein solidarischer Ausgleich mehr stattfindet?

Ethische Überlegungen stehen dem Trend zur Differenzierung von Risikogruppen nicht pauschal entgegen – es gilt kein „moralisches Vorurteil“ grundsätzlich gegen Risikoselektion. Aber diese wirft neue ethische Fragen auf, je mehr sie sich auf verschiedene Versicherungsbereiche ausdehnt, Fragen, die explizit erörtert zu werden verdienen. Diese Frage bildet hier den Ausgangspunkt einer vertieften ethischen Auseinandersetzung mit den

Entwicklungen in der Versicherungswirtschaft und den Schlusspunkt bei der exemplarischen Konkretisierung der allgemeinen Einsichten.

- **Nach welchen Kriterien** sollen Risikogruppen und Prämien differenziert werden und differenziert werden dürfen? Das Verb „sollen“ in dieser Frage weist auf deren ethische Dimension hin und darauf, dass sich ethische Fragen anders stellen können als rechtliche. Zwar haben **Recht und Moral** durchaus einen in aller Regel positiven Bezug, indem Recht als Kristallisation von Moral, gleichsam als institutionalisierte Minimalmoral, und Moral als Voraussetzung von Recht betrachtet werden kann. Aber Ethik fordert mehr.

Folie 3

Adam Smith: Ethos – Ethik – Recht - Markt

Gelingende Marktwirtschaft beruht auf Voraussetzungen:

1. Persönliches Ethos (individuelle Moral)
2. Gesellschaftlich anerkannte Normen/Richtlinien („Kultur“)
3. Recht und Gesetz („Staat“)
4. Erst in diesem Rahmen funktioniert der Wettbewerb als Ordnung („Markt“)

Das heißt aber auch: Die **Moral, oder besser: die sittliche Reflexion und Orientierung**, die im Unterschied zur ‚herrschenden‘ Moral als Ethik bezeichnet wird, geht dem Recht wie dem Ökonomischen voraus. Recht und

Wirtschaft gründen notwendigerweise auf Voraussetzungen, die sie selbst weder schaffen noch sichern können¹⁴. Diese Voraussetzungen des Rechts gründen – so sah es übrigens schon Adam Smith¹⁵, s. → Folie 3 – in einer kulturell verankerten Moral, die ihrerseits stets wieder auf Adäquatheit mit der sachlichen, gesellschaftlichen und nicht zuletzt wirtschaftlichen Realität im öffentlichen ethischen Diskurs geprüft, diskutiert und entwickelt werden muss.

Angesichts der raschen Entwicklung des Versicherungswesens, die sich durch die gesetzliche Liberalisierung eröffnet hat und die gleichzeitig auf die Regulierung zurückwirkt, und angesichts einer Anzahl Probleme, die insgesamt im Finanzmarkt – der in Kürze einer einheitlichen Aufsichtsregelung unterstellt werden wird – und auch in der Versicherungswirtschaft als Teil des Finanzmarktes, scheint es so sinnvoll wie dringend, wenigstens ansatzweise eine *spezifische* „Versicherungsethik“ zu entfalten.

2. Unternehmensethik – ist „Selberdenken“ in Kommunikation mit anderen

2.1 Was will die Ethik in der Privatversicherung?

Auf die Frage „Was will die Ethik“ müsste man wohl am besten antworten: sie will gar nichts. Oder: weil Ethik die Reflexion auf sittliche Werte und Kriterien bedeutet, „will“ die Ethik diese Reflexion auch im Bereich der Privatversicherung und ihrer spezifischen Aspekte fördern. Die Ethiker sind von Berufs wegen dazu da, dieses „ethische Durchdringen“ der Lebensbereiche¹⁶, darunter der Wirtschaft, systematisch zu pflegen. Aber Ethik erscheint nicht mehr – wie vielleicht ein veraltetes Image meint – in Person einer moralischen Autorität (oder eines Ethikers), der sagt was gut und recht sei und wo es ‚lang‘ gehen müsse. Das müssen die je zuständigen

14 "Der freiheitliche, säkularisierte Staat lebt von Voraussetzungen, die er selbst nicht garantieren kann." Böckenförde (1976); Böckenförde (1995).

15 Recktenwald (1990).

16 Vgl. die Formulierung des seit bald 25 Jahren aktiven „Gesprächskreises Kirche/Wirtschaft“ bereits in dessen grundlegendem Dokument: Gesprächskreis Kirche-Wirtschaft (1983).

Verantwortlichen vielmehr selbst herausfinden und bestimmen. Die Aufgabe der Ethiker kann nur sein, immer wieder dazu herauszufordern, sich den Fragen nach „gut und recht“ zu stellen, auch dort, wo andere scheinbare Autoritäten wie „der Markt“ oder „die Politik“ die Frage als obsolet hinstellen möchten, und praktikable Methoden für zielgerichtetes Fragen darzustellen.

Das Sittliche ist eine der Fähigkeiten des Menschen und neben dem Recht unabdingbar für ein friedliches, dem Wohl der Menschen dienendes Zusammenleben. Aber es kann weder dekretiert noch diktiert – es muss gewonnen werden über den intensiven Dialog. Darin spiegelt sich bereits der Sinn dieses Symposiums. Ethik „will“ einladen zur Reflexion der ethischen Dimension von Entscheidungen und dazu, diese Dimension – bei aller Bruchstückhaftigkeit der Bemühungen, die insbes. in der theologischen Ethik stets gegenwärtig mitbedacht wird – im praktischen Handeln umzusetzen.

2.2 Methode (Weg) zeitgenössischer praktischer Ethik

Es gibt nur eine Ethik: Die Frage nach dem sittlich Guten und nach dem rechten Handeln. Es gibt jedoch verschiedene Wege (Methoden) der ethischen Reflexion und Handlungsorientierung. Nach zeitgenössischem Verständnis haben sie indessen einiges gemeinsam.

Ethik bedeutet nicht autoritative Anweisung, sondern Fragen + Suchen

- Unternehmensethische Orientierung bedeutet nicht, z.B. von „besserwissenden“ Ethikern Handlungsweisungen zu erhalten
- Sondern sich – auf dem Boden eines sittlichen Grundentscheides
- **Methodisch/systematisch mit der ethischen oder Werte-Dimension zu befassen**, nach ethischen Herausforderungen zu fragen und nach Kriterien zu suchen
- Und sie mit den Erfordernissen der „**realen Welt**“ **(selbst-)verantwortlich in Beziehung** zu setzen

Vor allem kirchliche und teilweise – ältere – theologische Ethik lassen die Absicht spüren (und man wird verstimmt), die Ethik wolle der Lebenswelt, der Gesellschaft in Politik und Wirtschaft, den Menschen konkretes Handeln oktroyieren oder vorschreiben. Vor allem theologische Ethik leidet in ihrer modernen Wirkung – ich meine heute: zu Unrecht – unter dieser Last.

Nicht erst die moderne Diskursethik betont den reflexiven und suchenden Charakter der Ethik, der moralische Besserwisserei ausschließt. Schon bei *Aristoteles* finden sich entsprechende Überlegungen, und ins Zentrum gerückt wird dies bei *Immanuel Kant*: **Ethik ist „Selberdenken“** – aber nicht beliebiges Denken, sondern *eigenständig und konsequent* (*Kant: kategorisch*) *ausgerichtet an einem ‚abstrakten‘ methodischen Prinzip, an Werten*

oder Kriterien – allen voran der „**Goldenen Regel**“¹⁷, die von Kant im „**kategorischen Imperativ**“¹⁸ präzisiert und als universalisierbare Pflicht begründet wird.

Damit hängen auch die verschiedenen zeitgenössischen Konzepte von Wirtschaftsethik wie die von mir vertretene **Methodik einer praxisorientierten integrativ-dialektischen, prozessualen Ethik** zusammen. Danach sind ethisch begründete *Handlungsleitlinien nicht einfach von höheren Zielen, Prinzipien oder Werten „deduzierbar“*, vielmehr *methodisch diszipliniert zu entwickeln*. Die praktische Ethik setzt einen wichtigen Schritt voraus und führt zu einem dreistufigen Verfahren ethischer Urteilsbildung (vgl. → Folie 5):

- Erstens einen **sittlichen Grundentscheid**, den *moral point of view* einzunehmen, also das sittlich Gute verbindlich zu wollen.
- Zweitens ethische (präskriptive, als verbindlich anerkannte) **Kriterien** als Regulative praktisch-ethischer Entscheidungen;
- Drittens das Formulieren von **Leitsätzen**, die durch Vermittlung von Kriterien (Normativität) und der Sachlichkeit (Faktizität) zur praktischen ethischen Handlungsorientierung gewonnen werden können.

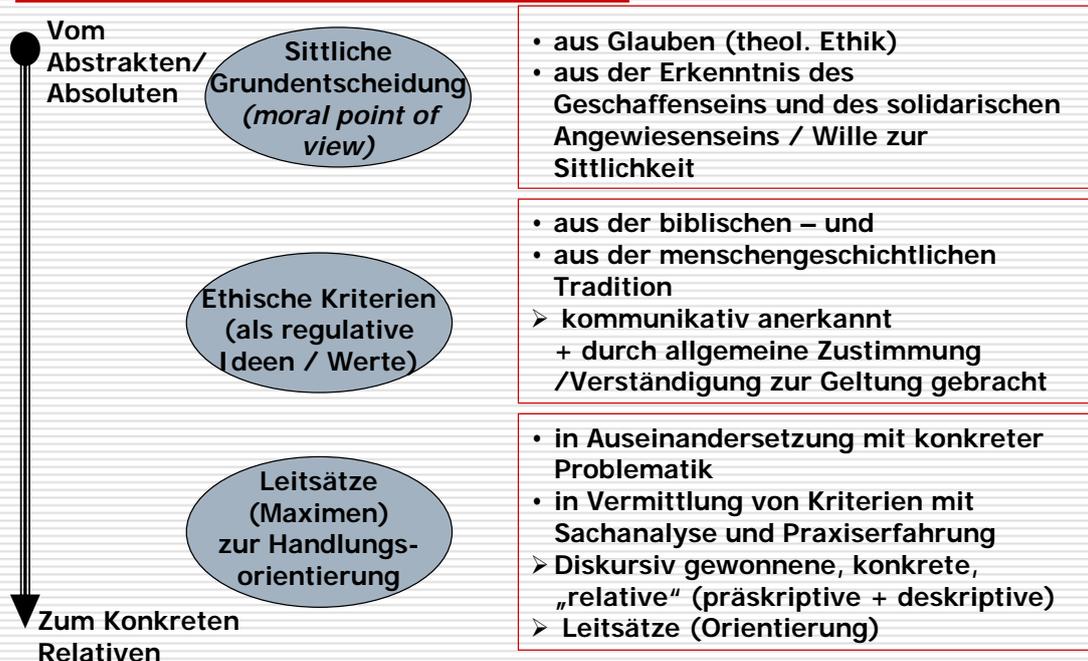
17 Sprichwörtlich findet sich die **Goldene Regel** in der negativen Form: „Was du nicht willst, dass man dir tu, das füg auch keinem andern zu“. Positiv etwa in der Form: Richte dein Handeln anderen gegenüber danach aus, wie du selbst in derselben Situation behandelt werden möchtest.

18 Ich denke hier vor allem an den **Kategorischen Imperativ** in der Form: „Handle so, dass du die Menschheit, sowohl in deiner Person, als in der Person eines jeden anderen, jederzeit zugleich als Zweck, niemals bloß als Mittel brauchest.“ (I. Kant, Grundlegung der Metaphysik der Sitten (1785/86), Kant Werke IV, BA 66-67.

Folie 5

Wirtschaftsethik als integrativ/dialektische Verfahrensethik

Ebenen der Normativität



© H.-B. Peter / PEWI

F04-5 Drei Ebenen Normativität

5

2.2.1 Zu (1): Grundentscheid – sittlicher Wille

Einen **sittlichen Grundentscheid**, den *moral point of view* einzunehmen: bedeutet, sich zu entscheiden – sei es als private **Einzelperson** oder im Beruf, als Manager, oder sei es *abgeleitet* davon als Institution oder **Firma** – dass man sich ethisch orientieren und konsequent ethisch verantwortlich handeln will (unbedingter ethischer Wille). Daraus folgt ein **logischer Vorrang des Ethischen** vor dem Rechtlichen oder Wirtschaftlichen: d. h., man kann nicht ein bisschen ethisch sein, wenn's gerade gut geht, sondern ethische Reflexion hat jeden nicht nur technischen Handlungsschritt zu begleiten. Wenn sich dieser Grundentscheid bei der Privatperson daran zeigt, dass sie „Charakter“ hat, dann könnte man analog auch vom „*Charakter*“ einer *Unternehmung* sprechen.

2.2.2 Zu (2): Kriterien:

Weil ethische Einsicht weder vom Himmel fällt noch von einer Autorität verordnet werden kann, muss sich jede Gesellschaft/Kultur im Zuge der Zeit immer wieder *selberdenkend und selbstverantwortlich auf ethische Kriterien* i.S. von Leitwerten oder Normen als „regulativen Ideen“ *verständigen*.

Auch im Zeitalter der Post- oder Post-Postmoderne ist solche Verständigung möglich, weil die einzelnen Personen auch in ihrem persönlichen Alltagsbereich wie im Beruf ‚im Kern‘ nach impliziten Kriterien leben: niemand will angelogen werden, niemand will ungerechte Entlohnung bekommen – auch wenn die Praxis durchaus vielfältig ist. Die Menge der Defektierer (Abweichler) einer Norm ist kein Beweis dafür, dass die Norm „falsch“ ist – sondern ein Hinweis, dass möglicherweise das institutionelle *Setting* (Anreizstrukturen, *market failure* oder *state regulation failure*) und die moralische Kraft zur Selbstkontrolle (*failure* oder *defect of character*) noch nicht optimal sind.

Bei den ethischen Kriterien geht es um **Gesichtspunkte „jenseits“¹⁹ der Fakten**, wie in jeder Gesellschaft und Kultur, insbesondere auch in der christlich-abendländischen, seit Alters her²⁰ Werte und Normen bekannt und im Grundsatz anerkannt sind. Um deren Anerkennung und Geltung muss in jeder konkreten Lage neu gerungen werden. Für sittliche, ethisch reflektierte Orientierung gelten moralische Prinzipien oder Normen und Werte – im alten Sinn von Platons „Ideen“ – oder wie ich vorzugsweise formuliere: ethische Kriterien als Prüfsteine des sachlich geplanten Handelns. Sie dienen als „Regulative“, aufgrund derer in Auseinandersetzung mit der Faktizität konkretes sachliches Handeln als ethisch begründet und legitimiert ausgewiesen werden kann oder eben verworfen werden muss.

19 „Jenseits“ bedeutet hier nicht Metaphysik, sondern transzendiert das reine Fakten- oder instrumentelle Wissen; vgl. dazu im wirtschaftsethischen und wirtschaftspolitischen Kontext den Liberalen Wilhelm Röpke (1958), „Jenseits von Angebot und Nachfrage“ z. B. mit der Aussage: „die Marktwirtschaft ist nicht alles. Sie muss in eine höhere Gesamtordnung eingebettet werden, die nicht auf Angebot und Nachfrage, freien Preisen und Wettbewerb beruhen kann“ (S. 19).

20 Ich habe sie deshalb andernorts als Fundus oder kulturellen Schatz bezeichnet; Peter (1996).

Zum „Schatz des kulturellen Gedächtnisses“ zählen namentlich die **Kriterien** (→ Folie 6):

- Freiheit,
- Verantwortung,
- (soziale) Gerechtigkeit,
- Partizipation und Mitbestimmung sowie
- Nachhaltigkeit

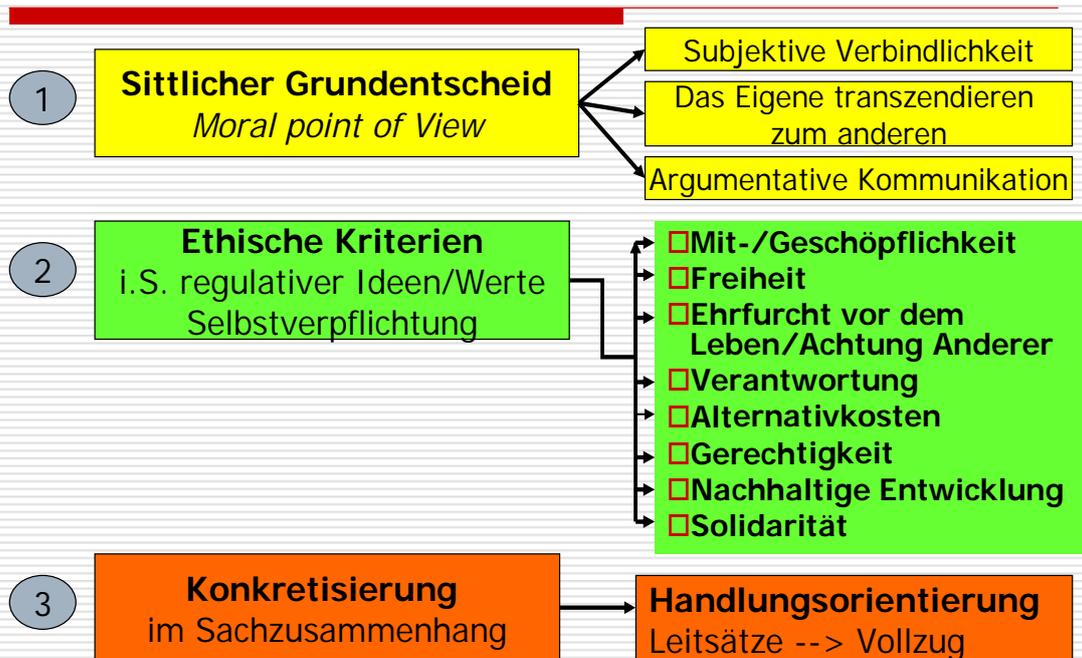
– gleichsam zusammengefasst im Begriff der

- Solidarität.²¹

21 Vgl. Peter (1996), S. 16 ff. sowie: Ökumenische Konsultation (1998), und Ökumenische Konsultation/Schweizerischer Evangelischer Kirchenbund/Schweizer Bischofskonferenz (2001), 4 f. („Grundwerte“). – Das Kriterium „**Alternativkosten**“ auf der Folie ist ungewohnt und ein Spezifikum meinerseits; es soll andeuten, dass man auch ethisch vorzügliches Handeln nicht einfach „additiv“ fordern kann, weil für seine Verwirklichung Ressourcen (humane, finanzielle) eingesetzt werden müssen, die anderswo – womöglich ebenfalls für ethisch begründete Zwecke – nicht zur Verfügung stehen. Dies ist bei jeder ethischen Urteilsbildung mit in Rechnung zu stellen, will man sich nicht auf gut gemeinte Appelle beschränken.

Folie 6

Stufen ethischer Normativität/Urteilsbildung: Moralischer Gesichtspunkt – Kriterien – Konkretisierung/Vollzug



2.2.3 Zu (3): Leitsätze

Durch die Vermittlung von Kriterien (Normativität) und der Sachlichkeit (Faktizität) können diskursiv und interdisziplinär Leitsätze der **praktisch-ethischen Handlungsorientierung** gewonnen werden (s. dazu Näheres im folgenden Abschnitt 2.3).

2.3 Konkretisierung der Kriterien für die Praxis

Kriterien, Werte und Normen definieren noch kein Handeln, sondern sind Richtungsanzeiger, „regulative Ideen“, an denen Handlungsvorschläge kritisch überprüft werden sollen. Da konkrete ethische Orientierungen *nicht*

deduziert werden können, müssen sie für bestimmte Situationen und Problemlagen von verantwortlichen Personen/Institutionen gewonnen und entwickelt werden.

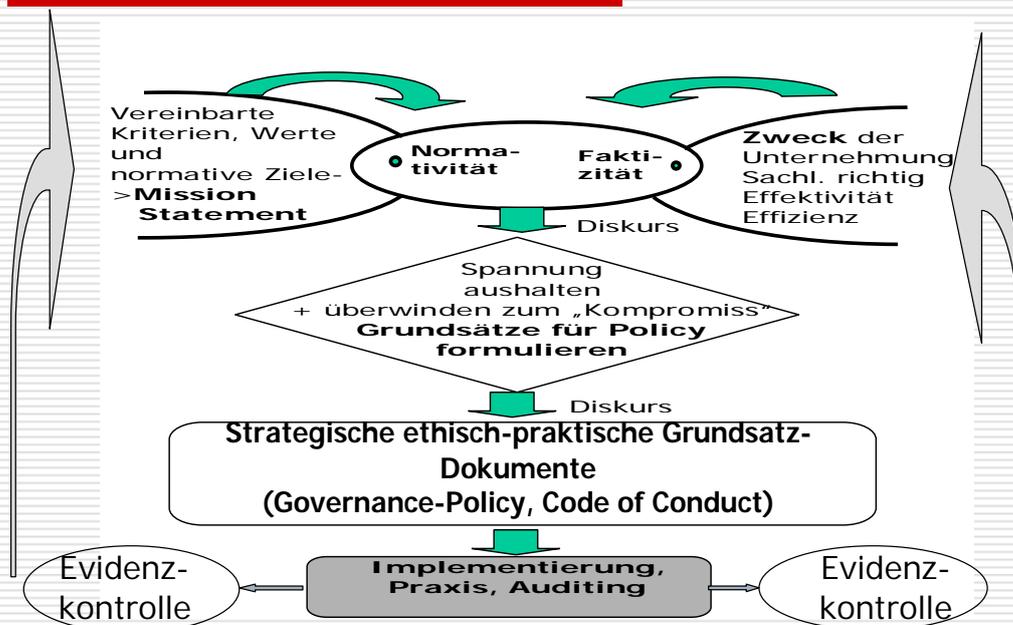
2.3.1 Der doppelte Anspruch von Normativität und Faktizität

Leitsätze mit Bezug auf praktische Handlungsorientierung haben immer zwei Ansprüchen zu genügen, und deshalb spreche ich von einer „integrativ/dialektischen Verfahrensethik“ (vgl. dazu → Folie 7), und zwar:

- dem **Anspruch der Sachgemäßheit (Faktizität)** bzw. der „instrumentellen Vernunft“, die sich mit Fakten und Sach-Zusammenhängen, z. B. im Rahmen der ökonomischen Logik befasst; auch wenn man eine als ethische Herausforderung empfundene Problematik klären will, muss zuerst deren sachliche, sachwissenschaftliche und praktische Seite aufgearbeitet werden;

Versicherungswirtschaft und Ethik

Modell integrativer/dialektischer Unternehmensethik



- dem **Anspruch der Normativität aus Lebensdienlichkeit und Menschlichkeit**, wie er in den ethischen Werten, Normen oder Prinzipien oder eben ethischen Kriterien als Prüfsteinen festgelegt bzw. vereinbart wurde (inhaltlich s. Abschnitt 2, zu [2]).

Ethische Reflexion und Urteilsbildung zur praktisch-ethischen Orientierung hat darum unbedingt sowohl die **sachliche** wie auch die **normative**, im engeren Sinne ethische Dimension zu umfassen; nur in dieser doppelten Perspektive mit Gesichtspunkten „jenseits“ der Fakten bzw. über sie hinaus ist praktische Orientierung möglich.

2.3.2 Zur Vermittlung zwischen Normativem und Faktischem

In der praxisorientierten Ethik geht es genau um die verantwortungsvolle und spannungsreiche diskursive Vermittlung zwischen den beiden Polen der **Ellipse**, die von der „abstrakten“, theoretischen und letztlich unbedingten „Normativität“ und der sachlichen Analyse der „Faktizität“ gebildet wird (→ Folie 7). Die Vermittlung hat zum Zweck, durch die Verknüpfung der beiden Dimensionen des Denkens eine dynamische **Konkretisierung** der abstrakten – und deshalb zwar meist gesellschaftlich breit anerkannten – ethischen Kriterien praktisch-ethische *Leitsätze in Form von ethischen Handlungsorientierungen zu gewinnen*.

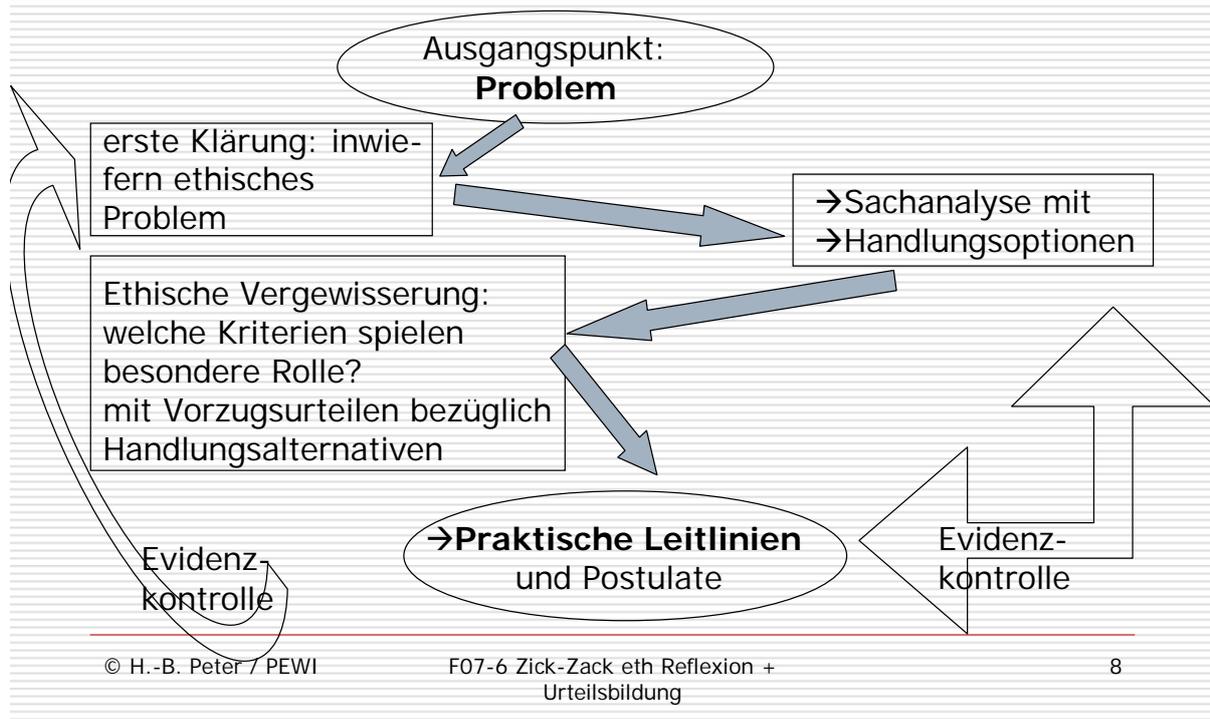
Die **Zehn Gebote** des Alten Testaments können als solche Leitsätze verstanden werden:²² als in ihrer Entstehungszeit wichtige ethische Orientierungen, die indes für jedes „Heute“ neu interpretiert, ja „erfunden“ werden müssen.

Den aus der Vermittlung von Norm- und Sachanspruch konkretisierten **Leitsätzen** kommt *keine unbedingte Gültigkeit* zu. Sie sind nicht mehr ‚reine‘ normative Aussagen, sondern vermittelt mit Empirie, und ihr Geltungsanspruch ist „relativ“, d. h. zeit- und situationsbedingt. In aller Regel werden deshalb bei der Konkretisierung der normativen Kriterien zum Beispiel mit Bezug auf spezifische Probleme der Versicherungswirtschaft keine Schwarz-Weiß-Urteile gefällt werden können. Sondern es wird darum gehen, „relative“, praxisbezogene ethische Orientierung zu gewinnen im Sinne von – dennoch klaren – Vorzugsurteilen. Mit anderen Worten, wie ich manchmal provozierend, aber dem Wortsinn entsprechend sage, es geht notwendigerweise um „**Kompromisse**“: um die Zusammenführung von Normativität und Sachlichkeit.

22 Vgl. zu dieser Deutung – mit Verweis auf Luther – Rich (1991), S. 237 f.

Folie 8

Zick-Zack-Weg ethischer Reflexion und Urteilsbildung



Die Vermittlung zwischen dem Normativen und dem Faktischen kann meiner Überzeugung und Erfahrung nach nicht von Ethikern oder von kirchlichen oder anderen Autoritäten oder Eliten allein geleistet werden. Vielmehr ist dies nur im weitesten Sinn im gesellschaftlichen Diskurs möglich, konkret im interdisziplinären Diskurs, der – wie im Symposium „Ethik in der Assekuranz“ gleichzeitig verschiedene Wissensrichtungen wie die sog. Theorie und die sog. Praxis mit einander verbindet. Ihr *Ergebnis* können nichts weiter als Hypothesen sein, als von unbedingten Kriterien geleitete **Leitsätze**, Prüf-Merkmale und manchmal sehr *hartnäckig zu stellende kritische Fragen* – als Herausforderungen, zuweilen wortwörtlich *Zumutungen* an konkretes Handeln, das jeweils von den ‚zuständigen‘ Akteuren verantwortet werden muss.

2.4 Was bringt die Ethik der Versicherungswirtschaft?

Die utilitaristische Frage nach dem „Nutzen“ der Ethik zielt eigentlich an ihrem deontologischen, also ihrem schlechthin verpflichtenden Sinn vorbei: Ethik hat nicht zu nützen, sondern ist schlicht Pflicht verantwortlicher Menschen im sozialen Umfeld. Sie „nützt“ im Ganzen, als Grundlage für ein menschliches Zusammenleben in Frieden und Wohlergehen.

Auch die Versicherungswirtschaft ist nicht zu ethischer Orientierung aufgefordert, damit es ihr wirtschaftlich besser geht, sondern „an sich“.

2.4.1 Ethik und Wirtschaftlichkeit

Wirtschaftlicher Erfolg dank ethischer Orientierung kann, muss aber nicht sein – ist jedenfalls nicht Maßstab der Ethik. Unternehmen, die den Grundentscheid getroffen haben, ihre Geschäftstätigkeit nach ethischen Gesichtspunkten auszurichten, werden alle Politiken, Geschäftspraktiken etc. *auch* unter dem Gesichtspunkt der ethischen Verantwortung prüfen (logischer Vorrang der Ethik). Gleichzeitig aber sind und bleiben sie Unternehmen, die sich dadurch definieren, dass sie Produkte herstellen, welche von Kunden nachgefragt werden. Die sachliche Ausrichtung auf bedarfsgerechte Produkte, um damit für die Kunden „Werte“ zu schaffen und sich für sie zahlen zu lassen, ist ihr Zweck, der selbst keinen ethischen Wert darstellt, aber ethisch bedeutsam ist, soweit er der Lebensdienlichkeit und Menschlichkeit entspricht.

Ethik und Wirtschaftlichkeit

- ❑ **“Ethik“ ist nicht das Gegenteil von Wirtschaftlichkeit oder Effizienz**
- ❑ Sondern bringt eine **andere Dimension** (Kategorie) ins Spiel.
- ❑ Sie **erweitert** die „ökonomische Vernunft“ zu einer „**ethischen Vernunft**“ (inkl. ökonomischer etc.)

2.4.2 Wirtschaftlichkeit und ethische Orientierung: zwei Dimensionen

Wirtschaftlicher Erfolg und ethische Qualität sind mithin weder gegenläufig (z. B. je mehr Gewinn, desto unmoralischer und umgekehrt) noch gleichläufig (dann wäre das eine der Kriterien überflüssig), sondern sie sind eben verschiedenen Dimensionen zuzuordnen: der ethischen und der sachlogischen (→ Folie 10).

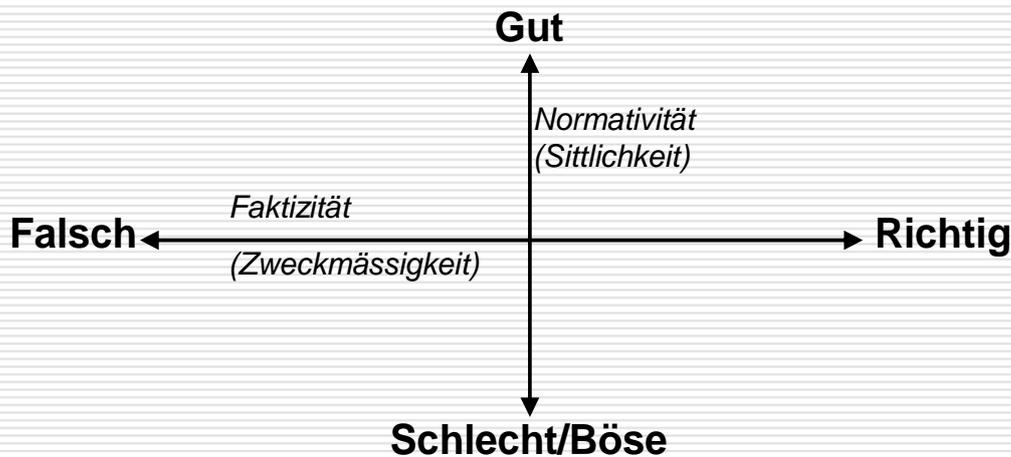
- Ethisch verantwortete Unternehmensführung (z. B. Stichwort „Mit Werten führen“²³) ist also die Kunst, jene Handlungen, Geschäftspraktiken usw. aus der Palette der ‚technisch‘ (einschließlich wirt-

23 So das Jahresthema des BKU (Bund katholischer Unternehmer in Deutschland), etwas zwiespältig abgewandelt für den Kongress christlicher Führungskräfte von 2007 in „Mit Werten in Führung gehen“, vgl. BKU Journal 2/2006, S. 20, 21, 27.

schaftlich und rechtlich) möglichen Handlungsalternativen auszuwählen, die den ethischen Kriterien besser genügen als andere – und dabei allenfalls auch im Sinne des Kategorischen Imperativs selbst gesetzte, unbedingte moralische Verbote oder Gebote zu berücksichtigen, wie sie sich aus der Logik ethischer Argumentation ergeben können.

- Ethik und Wirtschaftlichkeit, Gerechtigkeit und Effizienz usw.: Noch immer werden diese Begriffspaare oft als „Entweder – Oder“ verstanden. Besonders bei jungen Theologiestudierenden erfahre ich regelmäßig, dass jedes Gewinnstreben deshalb suspekt scheint, weil sie von der Annahme ausgehen, dass Gewinn ja nur zulasten der Güter und Ansprüche anderer möglich sei – und nicht, dass in gelungener Kooperation von Anbietern und Nachfragern eben Mehrwert, also eine win-win-Situation, entstehen und diese unter günstigen Strukturbedingungen beiden Parteien fair zugute kommen kann.

Zwei Dimensionen: Normativität und Faktizität (Sittlichkeit und Zweckmässigkeit)



Aufgabe der ethischen Unternehmensführung ist es gerade, Verhaltensweisen, Strategien, Produkte, Absatzmethoden usw. so zu konzipieren, dass sie ökonomischen wie der „anderen Dimension“ und den darüber hinausgehenden ethischen Ansprüchen genügen („win-win-Strategien“ im Bezug auf die zwei Dimensionen des Schemas, also Handlungen im rechten oberen Quadranten der → Folie 10).

3. Wo gibt es spezifische ethische Probleme in der Versicherungsunternehmung?

3.1 Spezifische ethische Probleme in der Versicherungswirtschaft

Im Sommersemester 2006 habe ich ein Oberseminar über „Ethik und private Versicherungswirtschaft“ durchgeführt (auf der Grundlage einer Ein-

führung „Ethik und Versicherungswesen“ im Winter davor). Die Studierenden haben aufgrund ihrer Recherchen die folgenden spezifischen Probleme zusammengetragen (→ Folie 11):

Folie 11

Stichworte: einige ethische Probleme in der Versicherungswirtschaft

Individuelethisch:

- Moral point of view/Grundentscheid
- Moralische Integrität
- Ethische Kompetenz
- Sittlicher Wille

Personaethisch

- Goldene Regel: ...Zielpunkt „der andere..“
- Zwischenmenschlicher Umgang
- Personalselektion + „Tugend“
- Weiterbildung
- Verlässlichkeit

- Fairness z.B. im Aussendienst

Sozialethisch

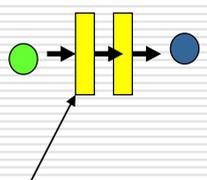
- Generell unternehmensethische Ziele
- Informations-Asymetrie und Folgen → Vertriebsmethoden, Informationspolitik; adverse selection
- Werte-Management-System
- Risiko-Differenzierung vs. Solidarität
- Gestaltung fairer Rahmenbedingungen (Staat, global) → Spielregeln
- Wettbewerb bei Pflichtversicherungen

Die Gliederung folgt einer Begrifflichkeit, die anhand eines Schemas kurz erläutert werden muss.

3.2 Individual-, Personal- und Sozialethik

Ich unterscheide Individual-, Personal- und Sozialethik nach ihrer Beziehungsart (→ Folie 12). In jeder der drei Beziehungsarten ist die **Person** das **moralische Subjekt** als Träger von → Folie 12.

Beziehungsfelder der Ethik: Individual-, Personal-, Sozialethik

<i>Beziehungsart</i>	<i>Direkte Beziehung</i>	<i>Indirekte Beziehung</i>	Mikro • Meso • Makro
<i>Ich <--> selbst</i>	Individualethik	→ Ich in einer Rolle	
<i>Ich <--> Du</i> 	Personaethik	→ Ich in Familie, Gruppe, Arbeit etc.	
<i>Ich <--> Es</i>  (= Institutionen und Strukturen)	Bereichs-Ethiken →	Sozialethik → Ich in/bezügl. Strukturen / Institutionen <ul style="list-style-type: none"> ■ Politik-Ethik ■ Wirtschafts- & Unternehmens-Ethik ■ Ökologische Ethik ■ Bio-/Medizin-Ethik etc. 	

© H.-B. Peter / PEWI

F20-4 Beziehungsfelder Indiv - Pers - Sozialethik

12

Verantwortung. Als abgeleitete, institutionalisierte Erscheinungsweise der verantwortlichen Person werden **sekundär** auch **Organisationen und Unternehmen zu moralischen Subjekten** – wie das in der französischen Übersetzung der juristischen Person, nämlich der „personne morale“ deutlich wird. Die ethische Verantwortlichkeit kann **direkter** Art sein (*face to face* in der Weise der Individual- und der Personaethik) oder aber, und das ist im Bereich der Wirtschaft regelmäßig der Fall, **indirekter** Art, nämlich durch die in Gestalt von Strukturen und Institutionen vermittelte Verantwortung. Die Verantwortlichkeit des Subjekts bezieht sich dann – mit dem Zweck des Guten für andere Personen – gerade auch auf die Ausgestaltung dieser Strukturen und Institutionen.

Ein **Beispiel** dafür aus dem Banken- und Versicherungswesen sind die **Boni und Provisionen**. Deren Gestaltung liegt in der Führungsverantwortung der Unternehmung. Bonus-Systeme steuern das Verhalten z. B. der Versicherungsvertreter wesentlich mit. Deshalb kann z. B. die Verantwortung für die Vermeidung von unnötigen Versicherungen oder den Abschluss von Versicherungsverträgen mit Personen, die sich diese gar nicht leisten können, nicht allein auf die Versicherungsvermittler abgewälzt werden. Vielmehr liegt er primär bei den Führungspersonen im Bezug auf die Ausgestaltung des von ihnen etablierten Entlohnungssystems.

3.3 Vier Richtungen versicherungsunternehmerischer Verantwortung

Die Differenzierung von Individual-, Personal- und Sozialethik erlaubt, die unternehmerische Verantwortung (nicht nur von) Versicherungsunternehmen präziser zu beschreiben. Ich möchte zwischen vier Richtungen unterscheiden, in denen Führungs- und organisationelle Verantwortung zum Tragen kommen sollte, und jeder dieser Richtungen lassen sich spezifische unternehmerische Maßnahmen oder Strategien zuordnen (→ Folie 13).

Vier Richtungen unternehmensethischer Verantwortung

- **Unternehmensstrategie / -Politik** ⇒ □ **Selbstverpflichtung** im Rahmen einer Unternehmensethik eng.S. → **Vision / Mission / who we are**
- **Geschäftspolitik** gegenüber Anspruchsgruppen (**Stakeholders**) Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten ⇒ □ **Konkretisierung** in ethisch-praktischen Handlungsrichtlinien, z.B. Risikogruppen → **Code of Conduct**;
- **Unternehmen als System in der offenen Gesellschaft** ⇒ □ **Kollektive Selbstverpflichtung** freiwill. → **Branchenvereinbarungen** (z.B. Verzicht, irgend jemand von Versicherung auszuschliessen)
- **Unternehmen gegenüber Staat und internat. Organisationen** (z.B. Versicherungs- und Finanzmarktaufsicht, Vertragsrecht) ⇒ □ **Konstruktive Good Citizenship** Mitverantwortung an gesetzlichen + internat. → **Rahmenordnung** (fair trade, Wettbewerbs-Regeln, Korruptionsbekämpfung etc.)

3.4 Ethische Fragen stellen sich in allen versicherungsbetriebswirtschaftlichen Funktionen und in der Beziehung zu allen Stakeholder

Ethische Probleme stellen sich mehr oder weniger intensiv bei allen betriebswirtschaftlichen „Funktionen“ von Versicherungsgesellschaften. In der versicherungs-betriebswirtschaftlichen Literatur konnte ich keine adäquate bildliche Darstellung finden – das folgende Schema (→ Folie 14) ist deshalb mein Versuch, die verschiedenen Funktionen einer Versicherungsgesellschaft grafisch darzustellen. → Folie 15 zeigt dieselben Funktionen, ergänzt durch die Zuordnung der entsprechenden Stakeholder bzw. sog. Anspruchsgruppen.

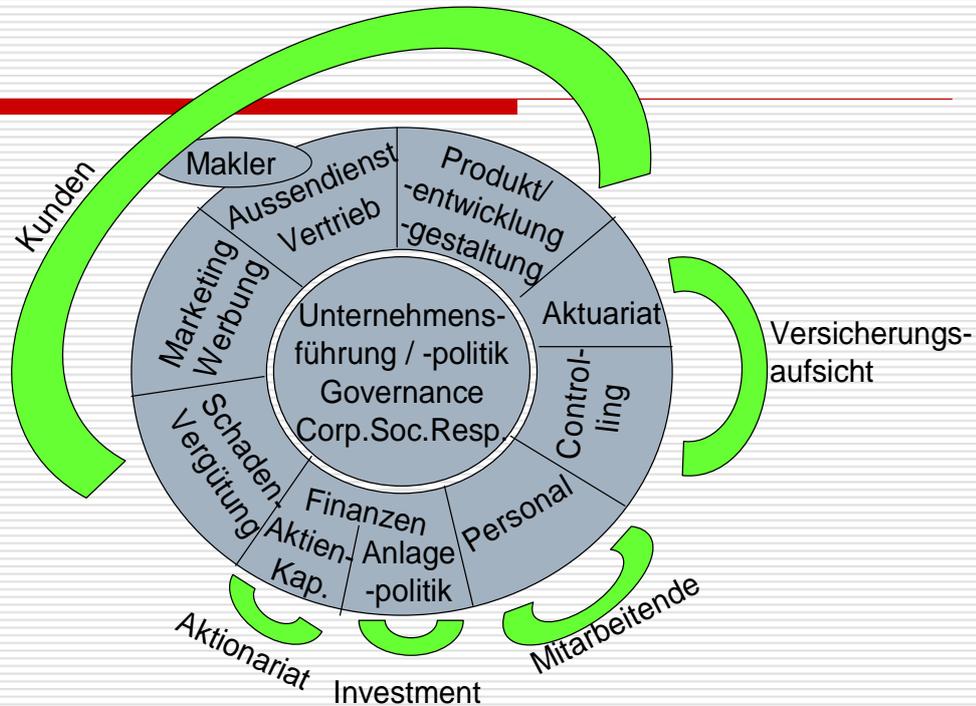
Folie 14

Wo gibt es ethische Probleme in der Versicherungsunternehmung ? - Betriebswirtschaftliche Funktionen



Folie 15

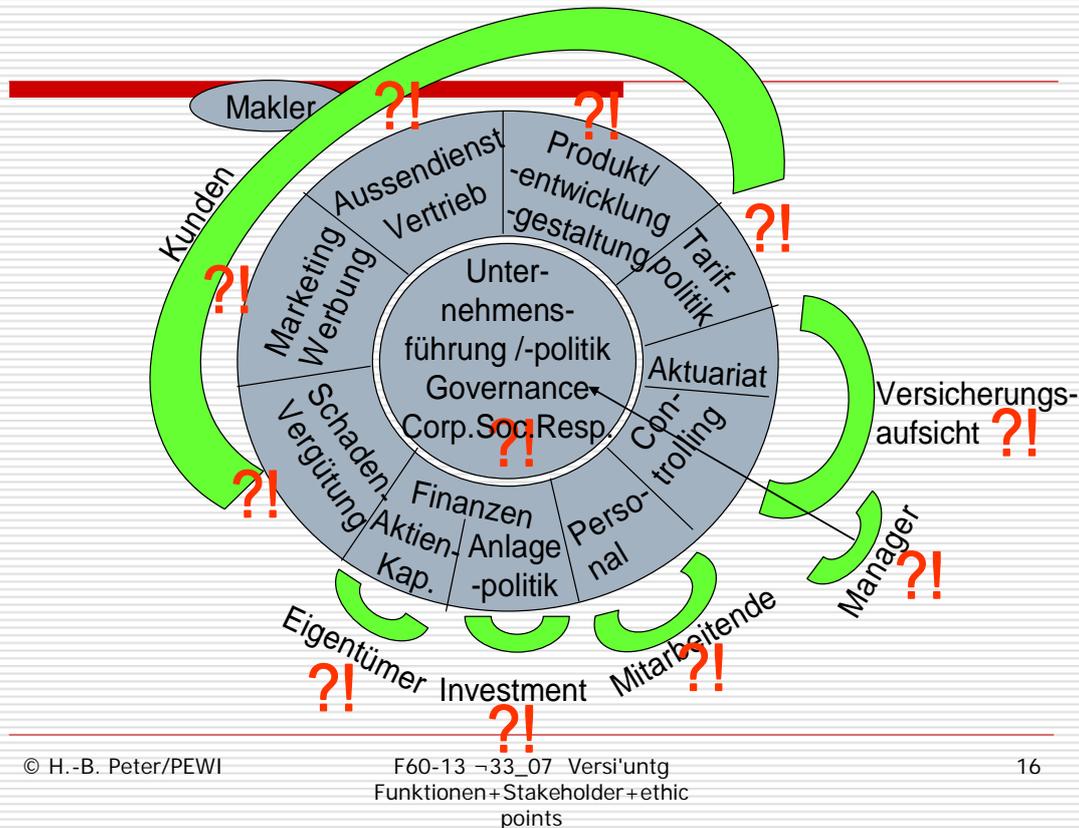
Versicherungsunternehmung – Funktionen und zugeordnete Stakeholders



→ Folie 16 schließlich ergänzt diese Darstellungen um die fragend-warnenden Hinweise (?!), wo ethische Probleme besonderer Art – über die allgemeine unternehmensethische Verantwortlichkeit hinaus – bestehen (können), folglich besondere Reflexion und Diskussion erfordern. Selbstverständlich ist dabei schon die Frage, ob in diesen Darstellungen die

Folie 16

Versicherungsunternehmung – Funktionen, Stakeholders und ethische Herausforderungen



© H.-B. Peter/PEWI

F60-13 -33_07 Vers!untg
Funktionen+Stakeholder+ethic
points

16

versicherungswirtschaftlichen Funktionen adäquat erfasst und die damit verbundenen ethischen Fragezeichen richtig gesetzt sind, ob sie allenfalls korrigiert und ergänzt werden müssen, der kritischen Prüfung und Diskussion mit Fachleuten des Versicherungswesens bedürftig. Dasselbe gilt für von mir – aufgrund beschränkter Einsichten ins Versicherungsgeschäft – ausgewählten und anschließend kurz erläuterten Beispiele. **Wo stehen gemäß der Erfahrung von Führungspersonen und spezialisierten Wissenschaftlern der Assekuranz die wichtigsten ethischen Herausforderungen an?**

3.5 Beispiele

3.5.1 Beispiele: Vertrieb/Versicherungsvermittler/Versicherungsmakler

- (a) Die **Rechtsschutzversicherung** ARAG wolle im Lebensmitteldiscounter Penny-Markt in D Rechtsschutzversicherungen vertreiben ... ohne Beratung ... mit der Gefahr, falscher Kunde/falsches Produkt (Hinweis im Internet durch Aufruf des österreichischen Fachverbandes für Versicherungsmakler)
- (b) **Bewerbung von 14 jährigen** Schülern und Schülerinnen (nach obligatorischem Text oder Versicherungsspiel in der Schule) – heftige Kontroverse, bes. seitens Eltern, im Internet (umfangreiche Chats von Eltern im Internet)
- (c) **Versicherungsvermittler** und -fachleute „Das Image ist nicht das Beste“ – Hochschulanzeiger 2003 – warum? Was soll dagegen unternommen werden?
 - Ob das neue (D) Gesetz zur **Neuregelung des Vermittlerrechts** und die Verordnung über die Versicherungsvermittlung (in Kraft seit 22.6.2007 – Umsetzung der EU-Vermittlerrichtlinie – bisher weitgehend unregelter Bereich!) eine Wende zum Besseren bringt, bleibt abzuwarten. Die Zeit der bisherigen Anwendung ist für die ethische Einschätzung der neu geregelten Praxis zu kurz. Mindestens bleiben wichtige ethische Fragen offen: u. a. weil und insofern die „Anreizmechanismen“ unverändert wirksam sind, bleibt für die Vermittler die Versuchung bestehen, die Möglichkeiten auszunutzen (asymmetrische Information zum Vorteil der Vermittler). Anreizsysteme können eine moralschädigende Wirkung entfalten, die den einzelnen in seinem Tugend-Vermögen überfordert.
 - Ob für die **Berufszulassung** (Eintrag ins Register, Voraussetzung: Gewerbeerlaubnis einer IH-Kammer; Abschluss einer Berufshaftpflicht; Zuverlässigkeit des Vermittlers; Sachkundeprüfung) auch charakterliche („moralische“) Qualitäten abgeschätzt werden können? Lichtblicke sind m.E. die Pflicht zur Dokumentation der Beratung (oder bringt sie nur Bürokratie?) und die Einrichtung von Schlichtungsstellen bei den Ombudsleuten der Versicherungswirtschaft.

3.5.2 Beispiel: Finanzierung/Kontrolle/Aufsicht

- (d) **Solvency II:** Dieses transnational konzipierte Instrument der **Versicherungsaufsicht** halte ich aus ethischer Sicht für begrüßenswert. Es bringt eine weniger pauschale Risikoeinschätzung und weniger bürokratische Interventionen, dafür eine klar risikobezogene Aufsicht. Der Paradigmenwechsel ist gepaart mit entsprechend differenzierten Eigenmittelvorschriften, welche für die Kunden wie für die Gesamtwirtschaft die „Sicherheit der Versicherung“ gewährleisten sollen (vgl. die Ergebnisse des Mitte Oktober 2007 durchgeführten gemeinsamen Medienworkshops der Versicherungsverbände von Deutschland, Österreich, Lichtensteins und der Schweiz).

3.5.3 Beispiel: Kapitalanlagen

- (e) Versicherungsgesellschaften haben typischerweise hohe **Kapitalreserven**, insbesondere Lebensversicherer. Wie werden diese Mittel angelegt? Wichtig wäre, ethische Überlegungen einzubeziehen und Reserven so weit möglich in **nachhaltigen Investitionsformen** anzulegen (zertifizierte „ethische Anlagen“); die Anlagen nach unternehmenseigenen, auch ethischen Kriterien zu tätigen.

3.6 Ethische Werte und Kriterien in „Codes of Conduct“ von Versicherungsunternehmen

Im Rahmen des erwähnten Seminars „Versicherungswirtschaft und Ethik“ wurden auch die Verhaltensrichtlinien bzw. *Codes of Conduct* der zwölf wichtigsten schweizerischen Versicherungsunternehmen einer ersten Untersuchung unterzogen, soweit solche Codes tatsächlich bestehen und für Außenstehende zugänglich sind. Einen Überblick über die darin verwendeten ethischen Begriffe aufgrund einer studentischen Auswertung gibt → Folie 17 wieder.

3.6.1 Werte und Kriterien in bestehenden „Codes of Conduct“

Das Bild (→ Folie 17) zeigt eine fast verwirrende Vielfalt an Begriffen, die vielfach methodisch-ethisch nicht geklärt und noch keineswegs standardisiert sind. Es ist vorgesehen, die ethisch-relevanten Unterlagen, soweit sie von den Versicherungsunternehmen zur Verfügung gestellt werden, in einer Dokumentation zusammen zu stellen, und sie mit systematischem Vergleich und Analyse ihres „ethischen Gehalts“ in Form einer Publikation für Interessierte herauszugeben. Selbstverständlich sind auch nicht-schweizerische Versicherungsunternehmen eingeladen, sich am praxisorientierten Forschungsprojekt zu beteiligen und einbeziehen zu lassen.

Folie 17

Ethische Werte in Codes of Conduct schweizerischer Versicherungsunternehmen

<input type="checkbox"/> Anerkennung/Recognition	<input type="checkbox"/> Glaube, guter, s. Treu + Glauben	<input type="checkbox"/> Rücksichtnahme
<input type="checkbox"/> Ausgrenzung (gegen)	<input type="checkbox"/> Gleichbehandeln	<input type="checkbox"/> Sexuelle Belästigung, gegen
<input type="checkbox"/> Aufklärungspflicht	<input type="checkbox"/> Gleichstellung	<input type="checkbox"/> Steuerehrlichkeit
<input type="checkbox"/> Chancengleichheit	<input type="checkbox"/> Integrität	<input type="checkbox"/> Transparenz
<input type="checkbox"/> Compliance	<input type="checkbox"/> Klarheit	<input type="checkbox"/> Treu und Glaube,
<input type="checkbox"/> Diskretion	<input type="checkbox"/> Kommunikation	<input type="checkbox"/> Toleranz, gegenseitige
<input type="checkbox"/> Diskriminierung	<input type="checkbox"/> Kontinuität	<input type="checkbox"/> Tugend (Führung)
<input type="checkbox"/> Eigenständigkeit	<input type="checkbox"/> Korrekt: Ethisch korrekte Geschäftstätigkeit	<input type="checkbox"/> Verantwortung (häufigst!)
<input type="checkbox"/> Engagement, soziales in der Öffentlichkeit	<input type="checkbox"/> Nachhaltigkeit	<input type="checkbox"/> Verbindlichkeit
<input type="checkbox"/> Excellence	<input type="checkbox"/> Offenheit s.a. Transparenz	<input type="checkbox"/> Vertrauen
<input type="checkbox"/> Fairness	<input type="checkbox"/> Partnerschaft	<input type="checkbox"/> Wertschätzung
<input type="checkbox"/> Fragwürdige und undurchsichtige Geschäfte	<input type="checkbox"/> Pioneering	<input type="checkbox"/> Whistleblowing/Meldung von Verstößen
<input type="checkbox"/> Gesetz: Über gesetzliches Minimum hinaus	<input type="checkbox"/> Prävention	<input type="checkbox"/> Vertrauenswürdigkeit
<input type="checkbox"/> Gewissen, -nöte vermeiden	<input type="checkbox"/> Reputation/guter Ruf	<input type="checkbox"/> Zuverlässigkeit / Verlässlichkeit

© H.-B. Peter / PEWI F60-7 Eth Werte in Codes of Conduct Versi'wi 17

3.6.2 Code of Conduct – ein ambivalentes Instrument?

In mittlerweile verbreitetes Instrument zur „Durchsetzung“ unternehmensethischer Standards – besser: zur **ethischen Durchdringung aller Unternehmensbereiche** – ist der Code of Conduct.

In der Nomenklatur „Individual-, Personal- und Sozialethik“ setzen Codes auf der wirtschaftsethischen, der Struktur nach sozial- oder institutionenethischen „Meso-Ebene“ an: sie sind ein Instrument (eine Institution) der systematischen Wahrnehmung ethischer Verantwortung der Unternehmen *direkt* „nach innen“ und *indirekt* – über das entsprechend gesteuerte Verhalten der Mitarbeitenden – auch nach außen. Sie dienen der Umsetzung unternehmensethischer Selbstverpflichtung auf die gesamte Unternehmenskultur und, dem Anspruch nach, auf die Kooperationskultur der Mitarbeitenden.

Doch auch hier zeigt sich eine Ambivalenz aller Institutionalisierung, auch wenn sie ethisch motiviert ist. Denn die verbindliche Etablierung und sodann Durchsetzung von Verhaltenskodices, sofern sich die Mitarbeitenden (schriftlich) darauf verpflichten müssen und ihre Beachtung mit Sanktionen bis hin zur Kündigung gestützt werden, bedeuten gleichzeitig auch eine „Personalisierung der Verantwortung“. Durch sie werden mögliche Interessenkonflikte zwischen moralischem Verhalten und persönlichem Erfolg – z. B. im Zusammenhang mit Schmiergeldzahlungen, „Überreden“ von Kunden zu möglichst bonus-trächtigen Versicherungen usw. – auf das Personal abgewälzt, also an die Ebene „Personalethik“ delegiert, statt sie mit der Überprüfung und Korrektur von Ablaufstrukturen „sozialethisch“ zu bewältigen.

Diese Gefahr besteht insbesondere, indem an den Schnittstellen der personalethischen Verantwortung von Mitarbeitenden die wirtschaftlichen Anreizsysteme „ethisch nicht stimmen“. Hier sehe ich die größte Krux aller Unternehmen, deren Erfolg direkt vom „Verkaufserfolg“ einzelner Mitarbeitender abhängig ist: Der Druck auf die Mitarbeitenden nimmt zu – nicht nur auf die besonders „verführungs-gefährdeten“ Außendienstler – je mehr sie mit Erfolgsvorgaben, Umsatzzielen und mit Anreiz verstärkender Pro-

visionen oder Boni „motiviert“ werden, allenfalls auch zu unlauteren Methoden zu greifen.

Solange z. B. Versicherungsunternehmen also Verhaltenskodices erlassen und Verstöße dagegen ahnden, *ohne* die Anreizsysteme zu überdenken und anzupassen, wird die moralische Verantwortung durch solche Kodices tatsächlich personalisiert und – in sozialetisch unzulässiger Weise – an die Mitarbeitenden delegiert (vgl. Bemerkung oben, Abschnitt 3.2).

4. Hinweis: Korrespondierende Verantwortung der Stakeholder

Nur als kurzer Hinweis – weil der Focus des Symposiums „Ethik und Assekuranz“ auf der Anbieter- bzw. Unternehmensseite liegt – sei vermerkt, dass grundsätzlich jeder Verantwortlichkeit von Versicherungsunternehmen eine „korrespondierende Verantwortung der *Stakeholder*“ gegenüber steht; dies trifft insbesondere auf die Kunden zu, in deren Verantwortung es steht, nicht dem *moral hazard* zu erliegen²⁴, nicht die Schadensprävention, -verminderung und –verhütung zu vernachlässigen und jedenfalls die Versicherungsunternehmen (und damit alle anderen *Stakeholder*) nicht zu betrügen. Die → Folie 18 vermittelt einen stichwortartigen Anstoß zu weiterführenden Überlegungen.

24 In einem Beitrag im Tages-Anzeiger vom 3. Juli 2006 macht Berger (2006) auf entsprechende Mängel im revidierten Versicherungsvertragsgesetz aufmerksam.

Versicherung + Ethik: Korrespondierende Verantwortungen der Stakeholder

Versicherungsunternehmung

- Unternehmensstrategie** ←
- Geschäftspolitik** gegenüber Anspruchsgruppen (Stakeholder, auch Mitarbeitende, Lieferanten,...) ←
- Unternehmen im System wechselseitiger Selbstkontrolle der offenen Gesellschaft** ←
- Unternehmen gegenüber **Staat/internat. Rahmenordnung** (z.B. Versicherungs- und Finanzmarkt-aufsicht, Vertragsrecht) ←

Stakeholder-Verantwortung

- Wachsame Beobachtung** nicht nur auf finanzielle Benchmarks hin; auch Funktion der **Medien**
- Stakeholder, z.B.: → Aktionäre:** finanzielle + ethische Aufsicht; auch → **Kunden** sind „Treu und Glauben“ verpflichtet, sollen „moral hazard“ nicht erliegen
- Branchen-Verantwortung** Branchenstandards + Dienstleistungen für das „Ethik-Management“
- Stabilität/Berechenbarkeit der staatl. Rahmenbedingungen** Fairness und Universalität der internat. Rahmenordnung (z.B. keine Diskriminierung)

5. Praktisch-ethische Konkretisierungen: Produktgestaltung – Prämiendifferenzierung und sog. ‚individuelle Risikoselektion‘: nach welchen Kriterien?

5.1 Produktgestaltung

Die Veranstalter des Symposiums „Ethik in der Assekuranz“ haben gewünscht, ich möchte mich besonders auch zum Thema „Produktgestaltung“ äußern. Für eine Recherche zu dieser Thematik habe ich einige Zeit investiert, und dennoch konnte ich in den mir zugänglichen Quellen kaum nützliches Material finden. Auch Gespräche mit Partnern in einem Institut für Versicherungswirtschaft und in der Praxis haben wenig konkrete Einblicke gebracht. Das spärlich Gefundene versuche ich mit aller Zurückhaltung in ethischer Perspektive zu kommentieren.

5.1.1 Grundsätzliches zur Produktgestaltung

Grundsätzlich halte ich es unter ethischen Aspekten für richtig, dass die Versicherungswirtschaft – eine wie das Bankwesen typischerweise „transversal“ und langfristig arbeitende Branche – zum Zwecke des Kundenschutzes einer *strengeren Aufsicht und Kontrolle* unterstellt ist als andere Wirtschaftszweige.

Gleichzeitig halte ich es unter ethischen Aspekten für wichtig, dass Versicherungsunternehmen in der Marktwirtschaft (insbesondere nach der sog. Liberalisierung) – *sofern* der Markt mit einer Rahmenordnung so ‚geregelt‘ und kontrolliert ist, wie dies nach den neuen EU-Richtlinien und Solvency-II der Fall sein soll – über *weitgehende Freiheiten zur Produktgestaltung* verfügen. Nur so können sie die sich „am Markt“ äussernden Versicherungs-Bedürfnisse der Kunden bedienen (und dabei gewiss – es wäre naiv, das nicht zu sehen – manche Kundenwünsche auch erst wecken).

5.1.2 Grenzen der Produktgestaltung

Wenn ich die oben besprochenen ethischen Kriterien bedenke, sehe ich – in aller Vorläufigkeit der Einschätzung, die im Dialog mit Praktikern erhardt oder korrigiert werden müsste – **mehrfache ethisch motivierte Grenzen in der Produkte-Gestaltungsfreiheit:**

- (a) Für Versicherungsbedürfnisse, die **gegen die guten Sitten** verstossen oder **Anordnungen des Gesetzgebers unterlaufen**, sollten auch dann keine Produkte angeboten werden, wenn eine Nachfrage besteht. Z. B. würde ich eine im Gespräch erwähnte Versicherung gegen das „*Risiko Scheidung*“ prima vista als problematisch ansehen. Eine Versicherung gegen *Bussen für Verkehrssünden* – z. B. zu schnelles Fahren – wäre nicht nur sitten-, sondern auch rechtswidrig und sollte auch in „abgewandelter“ Form nicht angeboten werden. Versicherungsschutz gegen einen *Führerschein-Entzug* aufgrund verkehrskriminellen Verhaltens halte ich ebenfalls für bedenklich, auch wenn dadurch nicht das Risiko des Entzugs, sondern dessen finanzielle

Folgen abgesichert werden sollen. Die Bedenken ergeben sich aus den wahrscheinlichen Einschränkung der generalpräventiven Wirkung der gesetzlichen ‚Androhung‘ des Führerschein-Entzugs. – Im Allgemeinen scheint mir die sich bezüglich der Sitten- oder Gesetzeswidrigkeit ergebene Grenze der Produkt-Gestaltungsfreiheit durch die einschlägigen rechtlichen Bestimmungen hinreichend gesichert zu sein und also keine *zusätzliche* ethische Herausforderung an die einzelnen Versicherungsunternehmen mehr darzustellen. Im Sinne des „*good citizenship*“ als minimaler Anforderung, die sich aus einer ethischen Grundhaltung ergibt, wird sich allerdings die Assekuranz nicht gegen Regeln stemmen, die eindeutig sitten- und gesetzeswidrigen Produkten oder Kundenwünschen eine Grenze setzen, und entsprechende richterliche Entscheidungen konstruktiv anerkennen.

- (b) Auch **für marktwirtschaftlich handelnde Unternehmungen sind Kundenwünsche kein „Gebot“**; diese dürfen aufgrund eigener sittlicher Vorstellungen hinterfragt werden. Gerade darin zeigt sich der (ethische) Charakter einer Unternehmung. Auch die Mehrheit der Kunden hat – ethisch gesehen – nicht immer recht.²⁵
- (c) Produkte, die nach einschlägigen Erfahrungen der Versicherungswirtschaft dazu führen, dass die **individuelle Risikoabwehr und Risikovermeidung vernachlässigt**, hingegen das Wagnis, Risiken einzugehen, animiert wird, sollten auch dann nicht angeboten werden, wenn rein versicherungstechnisch die Prämien die Risiken des Geschäftes decken (ein praktisches Beispiel ist mir mangels Insiderkenntnis dazu allerdings nicht zur Hand).
- (d) Als **Regel** postuliere ich, dass neue Produkte stets darauf hin geprüft werden sollten (abgesehen vom *Adverse Selection*-Effekt), ob sie das **Risikoverhalten der Kunden zulasten Dritter** vergrössern. Ist dies der Fall, dürften sie auf der Grundlage der sittlichen Grundentscheidung (*moral point of view*) folgerichtig nicht ins Angebot aufgenommen werden.
- (e) Sodann will ich nochmals darauf hinweisen, dass sich, den gängigen **Provisions- und Bonus-Systemen** entsprechend, **Versicherungs-**

25 Wie auch in der Demokratie nach deutschem Grundgesetz die Mehrheit nicht „Recht“ hätte, wenn sie Kerngehalte der grundgesetzlichen Normen verletzte (eine verfassungsmässige Schranke, die es leider in der Schweiz noch nicht gibt).

makler und -vertreter häufig ethisch gesehen „auf Messers Schneide“ bewegen²⁶. Denn jeder von ihnen autonom verantwortete, moralisch begründete Verzicht auf einen Vertragsabschluss wird unmittelbar einkommenswirksam und zieht mithin eine vermeintliche „Strafe“ nach sich. Eine Art von *Adverse Selection* funktioniert also auch auf Versicherungs-, nicht nur auf Kundenseite. Dass hier die Anreizsysteme falsch sind und es zur Führungsaufgabe von Versicherungsunternehmen gehört (und nicht nur als Eintrag in einen *Code of Conduct*, der die Last der Normen-Umsetzung an die Mitarbeitenden delegiert), wurde weiter oben schon erwähnt.

- (f) Schließlich greife ich ein Beispiel aus der Podiumsdiskussion auf: die „**Restkreditrisikoversicherung**“. Dabei kommt es zu einer *unglücklichen Verknüpfung von eigentlich ethisch bedenklichen Praktiken im Bankensektor und der Assekuranz*. Auch an wirtschaftlich schwache Kunden werden offenbar sog. „Kleinkredite“ vergeben, wenn sich der Kunde verpflichtet, eine Restkreditrisiko- oder Restschuldversicherung abzuschließen, eine spezielle Form der Risikolebensversicherung. Sie schützt den Gläubiger wie den Schuldner im Todesfall oder bei Zahlungsunfähigkeit durch Sicherung der Rückzahlung. Die Kosten der Versicherung trägt allein der Kreditnehmer.²⁷ So kann der Vertreter des Kreditgebers – statt auf den Abschluss eines nicht tragfähigen Kreditvertrages zu verzichten – risikolos seine Abschlussprämie einstreichen, evtl. zusätzlich noch einen Bonus für den Versicherungsabschluss. Die Versicherungen sind gleichsam im Zugzwang (und der Versicherungsvertreter hat wiederum risikofrei einen Bonus ‚verdient‘) – aber nur scheinbar, denn sie könnten durch rigorose Ausrichtung ihrer Produktpolitik an ihren ethischen Standards schlicht darauf verzichten, in solchen Fällen Restkreditrisikoversicherungen überhaupt anzubieten. In diesem Beispiel kommt aber auch die **sozialethische Dimension** versicherungs-

26 Auf sie passt vielleicht besonders die Mahnung, die im Buch Sir 26, 29 generell auf den Kaufmann gemünzt ist: „Schwerlich bleibt ... (er) frei von Schuld; ein Händler wird sich nicht rein halten von Sünde“.

27 Zur Information s. BaFin/Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht, Restschuldversicherung (www.bafin.de/versicherungsaufsicht/va_restdschuld.htm) und die Dokumentation zu einer Fernsehsendung des NDR vom 25.04.06 (www.ndrtv.de/plusminus/20060425_4.html); hier wird aufgrund eines Test aufgezeigt, dass sich durch die Restschuldversicherung die effektiven Kosten eines Kleinkredits praktisch verdoppeln.

unternehmerischer Verantwortung zum Ausdruck: Ein echter Schutz der Kunden, die aufgrund ihrer wirtschaftlichen Lage weder einen Kredit zu bedienen vermögen noch eigentlich die Versicherungsprämie bezahlen können, kann nur stattfinden, wenn die Assekuranz als *Branche auf derartige Geschäfte verzichtet* (s. oben: Branchenvereinbarung; kollektive Selbstverantwortung). Zudem könnte und sollte es Aufgabe eines Versicherungsverbandes sein, *beim Partnerverband des Bankensektors dahin zu wirken*, dass an wirtschaftlich zu wenig leistungsfähige Kunden keine (Klein-) Kredite unter Auflage des Abschlusses einer Restkreditversicherung mehr gegeben werden. Dies zum Schutze der Kunden, aber auch „aus Pflicht“, wie Kant sagen würde, ohne Ansehung der Folgen, weil es der Charakter eines ‚anständigen‘ Unternehmens nicht erlaubt, Geschäfte auf dem Buckel von Menschen abzuschließen, die objektiv nicht in der Lage sind, die wirtschaftlichen Folgen zu tragen. Denn: „Handle so, dass du die Menschheit, sowohl in deiner Person, als in der Person eines jeden anderen, jederzeit zugleich als Zweck, niemals bloß als Mittel brauchest.“ S. oben, Fussnote 8).

5.2 Klimaänderung und „Versicherung für alle“ – eine Anfrage und eine Anregung

5.2.1 Assekuranz, Umweltkatastrophen und Klimawandel

Namentlich die auf sehr lange Fristen angelegten Lebensversicherungen bzw. die entsprechenden Versicherungsunternehmen verfügen in aller Regel über ausgezeichnete, langfristig orientierte Abteilungen für Recherche und Analyse. Nebst den Klimaforschern an Universitäten und in internationalen Netzwerken sowie den aus Pflicht oder Neigung an ökologischen Fragen interessierten Menschen zählen diese Institutionen wohl zu den best qualifizierten zur Abschätzung von Risiken der Klimaänderung. Aufgrund ihres Wissens, dem man zudem in der politischen Debatte nicht Wirtschaftsfeindlichkeit nachsagen kann, wie es „grünen“ und ökologisch ausgerichteten Institutionen oft geschieht, sollten sich Lebensversicherer meines Erachtens als moralisch verpflichtet fühlen, sich stärker in der politischen Öffentlichkeit zu engagieren und ihr Wissen im Hinblick auf wirk-

same Maßnahmen einzubringen. Auf → Folie 19 sind diese Überlegungen als Fragen formuliert, die zur selbstkritischen Diskussion anregen sollen.

Folie 19

Umweltkatastrophen – was können/sollen Versicherungen tun?

- Die Zahl der Umweltkatastrophen hat sich seit 1970 vervierfacht.
- Die versicherten Schäden stiegen im gleichen Zeitraum auf das Zehnfache. (min. teilweise Folge des Klimawandels)
- Was können und sollen Versicherungen tun?**
 - Prämien erhöhen?
 - Prävention?
 - Einfluss auf „Politik“ → CO2-Steuern usw.?
- Natürlich auch: und was Staaten, Staatengemeinschaften, Versicherte?

Quelle: Swiss Re, sigma 2/2006 – J+W Input 2/2006

© H.-B. Peter / PEWI

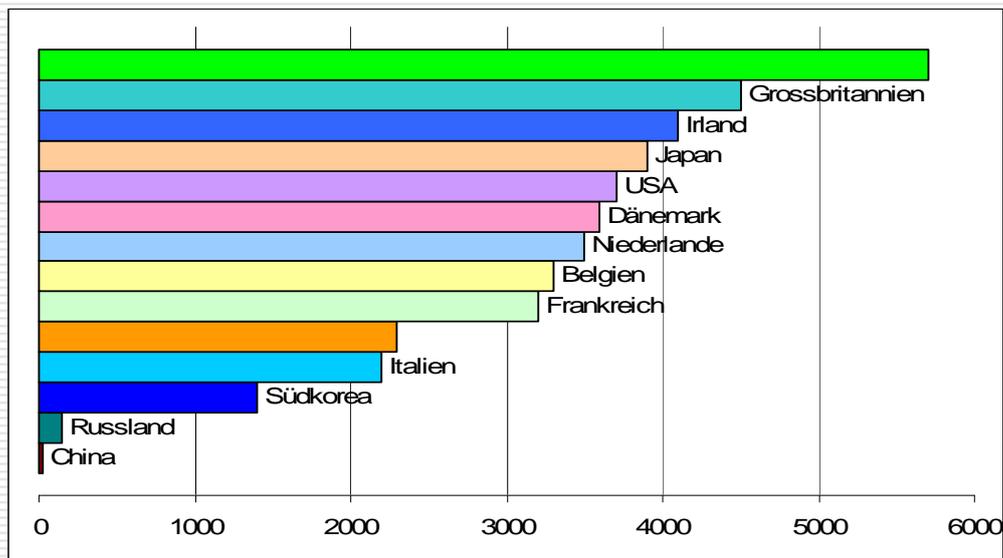
F60-16 Umweltkatastrophen +
Versi - was tun?

5.2.2 „Versicherung für alle“ – durch „Mikro-Assekuranz“

Der Versicherungsmarkt gilt bereits als weitgehend globalisiert. Viele große Versicherungsgesellschaften sind im Prinzip weltweit tätig, ob mit Produkten oder Anlagen. Dennoch ist auffällig (→ Folie 20), wie unterschiedlich die „Versicherungsdichte“ zwischen den verschiedenen Ländern und Weltregionen ist.

Versicherungsdichte

Prämien pro Einwohner in US-Dollar



Quelle: Sigma Swiss Re; SVV: Zahlen und Fakten 2006; Jugend+Wirtschaft (2006)

Bei allen Vorbehalten betr. Präzision und Interpretationsbedarf der Statistik zeigt → Folie 21 augenfällig, wie ungleich der Versicherungsschutz über den Globus verteilt ist. Ich schätze grob, das 2/3 der Menschheit keinen Zugang zu Versicherungen – weder Privat- noch Sozialversicherungen – haben. Von einer wirksamen *Globalisierung des Versicherungsschutzes* kann *keine Rede* sein. Soll man das einfach als Tatbestand hinnehmen? Weil das nun halt ein Defizit der Marktwirtschaft sei, dass sie nur dort hinreicht, wo Zahlungsvermögen ist, auch wenn es um eine Grundversorgung wie jene mit „Sicherheit“ geht?

Vermutlich bleibt dabei gerade jene Hälfte der Menschheit, die in Armut, also in existenzieller Unsicherheit und Lebensbedrohung lebt, vom Versicherungsschutz ausgeschlossen. Ich denke angesichts der Klimaerwärmung und ansteigendem Meeresspiegel z. B. an Bangladesh und viele weitere

Küstengebiete. Muss es dabei bleiben, dass diese Risiken eben für das moderne marktwirtschaftliche Versicherungswesen nicht zugänglich sind?

Ähnlich wurde bis vor wenigen Jahren auch bezüglich des Bankwesens in armen Weltregionen argumentiert. Bis Innovationskraft und Imagination aufgewendet und das Stichwort „**Microfinance**“²⁸ geboren wurde. Aus diesem Vorbild könnte der intellektuelle Anreiz gewonnen werden, *als Antwort auf die Nicht-Globalität der Möglichkeiten zum Versicherungsschutz so etwas wie eine „Mikro-Assekuranz“* zu entwickeln. Ich bin gespannt, wie die Führungsverantwortliche aus dem Versicherungswesen auf diese Idee reagieren.

5.3 Versicherungen im Wettbewerb – individualisierende’ Risiko-selektion

Das *Versicherungswesen steht in einem tief greifenden Wandel.*²⁹ Eines der neuen Phänomene ist besonders in der Privatversicherung die stärkere Selektion der Versicherten durch die Versicherer nach „Risikogruppen“. Ehemals einheitlich behandelte Klassen von Versicherten werden mit detaillierten Methoden in kleine Risikogruppen untergliedert und mit differenzierten Prämien belastet.

Was spricht in ethischer Perspektive gegen und was für die Selektion und prämiemäßige Ungleichbehandlung von tendenziell immer kleinmaschiger definierten Risikogruppen – inwiefern bzw. inwieweit? Sind „risikogerechte“ Versicherungsprämien automatisch auch „gerecht“ im weiteren Sinn?

28 Im Dezember 2006 wurde einer der entschiedensten Begründer der Microfinance, Prof. Muhammad Yunus, und die Grameen Bank in Bangladesch mit dem Friedensnobelpreis ausgezeichnet – in Anerkennung der positiven Wirkungen von Mikrofinanzierungs-Institutionen zur Verringerung der Armut in Entwicklungsländern.

29 Vgl. dazu etwa: Schweizerischer Versicherungsverband/ASA/SVV (2006); Scherer/Ackermann (2005), Enz (2005); vgl. auch das „Insurance Forum“/Jahrestagung für die Versicherungswirtschaft, organisiert vom Swiss Re Centre for Global Dialogue in Rüslikon (www.euroforum.ch/conf)

5.3.1 Die versicherungstechnische Sicht

In der Schweiz nahm vor zwei Jahren der Präsident des Schweizerischen Versicherungsverbandes zur Tendenz der vermehrten Risikoselektion Stellung. In der Medienberichterstattung wurden diese Ausführungen zusammengefasst zu einer Aussage, *„individuell risikogerechte‘ Prämien seien versicherungstechnisch und marktwirtschaftlich geboten‘ das habe nichts mit Moral und Solidarität zu tun.* Die Stellungnahme steht im Zeichen der Trennung von „Einteilung aufgrund mathematischer und betriebswirtschaftlicher Grundlagen“ und „ethisch-moralischen Bewertungen“. Diese beiden Aspekte, bemängelte der Präsident, würden in der Kritik an der Risikoselektion in der Motorfahrzeug-Haftpflichtversicherung „vermischt“. Risikogerechte Prämien würden moralisch bewertet, „obwohl unserem Verhalten keine entsprechenden Wertvorstellungen zu Grunde liegen“ und „die Grundlage dieser unterschiedlichen Behandlung rein gar nichts mit moralischer oder gar politischer Wertevorstellung zu tun hat“³⁰.

5.3.2 Gelten im Wettbewerb nur marktwirtschaftliche Kriterien – oder bleibt die ethische Perspektive relevant?

Im Sinne der dargelegten ethischen Perspektive muss gefragt werden: sollten nicht markt- und betriebswirtschaftliche ‚Gebote‘ zwar nicht mit ethischen Kriterien „vermischt“, aber doch eben „vermittelt“ werden, um sowohl ökonomisch kluge wie ethisch vernünftige Einsichten und Handlungsweisen gewinnen zu können? Müssten nicht gerade neben Markt und Versicherungstechnik gewisse ethische Kriterien als Grenzen der Prämien-differenzierung herausgearbeitet und beachtet werden? Wenn die ethische Frage gleichsam analog zu Fausts Gretchenfrage „Wie hältst Du’s mit der Ethik?“ gestellt wird, ist damit weder implizit schon eine Antwort gefunden noch ein Urteil gefällt, sondern eben: nach dem Modus der Ethik kritisch, d. h. prüfend gefragt.

Sach- und (ethische) Wertefragen sind zwar tatsächlich – wie oben gezeigt – zwei unterschiedliche Dimensionen des Denkens und Argumentierens.

30 Ebd. S. 2.

Die Sach- und Werte-Perspektive sind dabei weder deckungsgleich noch müssen sie sich gegenseitig ausschließen, vielmehr bedingen sie sich wechselseitig. Eine Frage mag durchaus (einerseits) technisch-ökonomischer Natur sein und technischer bzw. betriebswirtschaftlicher Antworten oder Lösungen bedürfen. Damit ist aber die ethische Dimension der Frage noch keineswegs automatisch verneint: Es gibt hier kein „Entweder-oder“, entweder technische/ökonomische Rationalität oder ethische Vernunft, sondern nur ein „Sowohl-als-auch“: Die Vernunftperspektive übersteigt den rein instrumentellen Zweck-Mittel-Verstand, schließt ihn jedoch ein und erweitert ihn um das Werte- und Zieldenken, zur (praktisch-ethischen) Orientierungsvernunft. Ökonomisch Vernünftiges kann sich allenfalls im konkreten Fall durchaus ethisch rechtfertigen, indessen: nicht alles, was technisch und marktökonomisch „geboten“ scheint, ist ohne weiteres - ethisch gerechtfertigt.

In ethischer Perspektive stellt sich daher tatsächlich die – öffentlich zu diskutierende – Frage, ob sich hinter dem Begriff „individuell risikogerechte Prämien“ keine ethisch fragwürdige Ungleichbehandlung versteckt, die Menschen in ihrem Wohl und ihrer Würde trifft und Ungerechtigkeit anzeigt.

Die Praxis der ungleichen Behandlung kleinzelliger Risikogruppen betrifft zurzeit besonders die Motorfahrzeug-Haftpflichtversicherung. Die Prämienberechnung greife „mittlerweile auf mehrere Duzend Kriterien zu“, wie es die Mitteilung einer Versicherungsgesellschaft formuliert. Dabei wird allerdings nicht transparent³¹ gemacht, *welche* Kriterien konkret berücksichtigt werden, welchen Einfluss die Kriterien auf die Prämien haben und *wie* der Versicherte durch strategisches Verhalten die Prämie beeinflussen könnte. Zudem: Welcher Kausalzusammenhang besteht zwischen den statistisch feststellbaren Merkmalen des Fahrzeug-*Halters* – der allein mit Gewissheit der Versicherung bekannt ist – und dem konkreten Fahrzeug-*Lenker* oder der Lenkerin als „Risikoverursacher“?

31 Ich kann hier nur auf zwei wirtschaftsethisch besonders bedeutsamen Stichworte im Sinne von Problemanzeigen hinweisen: *Transparenz* und *(as-)symmetrische Information* Vgl. den detaillierten versicherungsethischen Problemkatalog bei Schulenburg (1999) sowie Schulenburg (1993), sowie Zweifel/Eisen (2003), S. 293 ff.

Die Liberalisierung hat im freien Versicherungsmarkt – wobei die MFZ-Haftpflichtversicherung immer noch obligatorisch, also nur „halb“ liberalisiert ist – den Wettbewerbsdruck unter den Versicherern gesteigert. Damit steigt zweifellos der Druck nach Risikoselektion und differenzierten Prämien, um die so genannten „guten Risiken“ nicht an Konkurrenten zu verlieren, sondern mit günstigen Prämien zu „behalten“.³² „Ungünstigere Risiken“ unterliegen einer negativen Selektion: sie können sich nur noch gegen wesentlich höhere Prämien versichern lassen; es bleibt offen, ob Versicherer auch bestimmte Kategorien von Risiken (also von Haltern) ausschließen können – es besteht ja kein strikter „Kontrahierungszwang“.

5.3.3 Versicherungsmarkt und Solidarität

Die Frage der Unterscheidung von Versicherungsprämien je nach „Risiko-Gruppe“ verweist auf die **Kriterien oder Werte der Gerechtigkeit und der Solidarität**.

Bis vor der Liberalisierung beruhte die MFZ-Haftpflichtversicherung auf der **Solidarität**³³ aller Halter einer bestimmten Fahrzeug-Kategorie (mit der Ausnahme: Anfänger/Junge), kombiniert mit einem Bonus-Malus-System für den individuellen Schadensverlauf. Dabei hatten (nach heutiger Beurteilung) „gute Risiken“ durch vertraglich geregelte Solidarität mit ihrer Prämie auch zur Kostendeckung für die „schlechten Risiken“ beigetragen. Dennoch bleibt auch in der modernen Versicherungswirtschaft, wo Risikoabsicherung als „Produkt“ zu einem Preis (Prämie) verkauft wird und keine Solidargemeinschaft mehr sichtbar ist, in ethischer Hinsicht – anders als beim Kauf von Käse, Kleidern oder Autos – der Sinn der Versicherung in der Solidarität einer bestimmten Risiko-Gruppe, also gerade im „Über die Individualität hinaus“: wer vor Risiken steht, welche Leben oder Lebensqualität bedrohen und im individuellen Fall nicht einschätzbar sind, will sich versichern. Eine Versicherung ist versicherungsökonomisch mög-

32 Zur versicherungsökonomischen Darstellung dieser Zusammenhänge vgl. Zweifel/Eisen (2003), bes. 239 ff.

33 Zur Bedeutung der Solidarität im Versicherungswesen vgl. ausführlicher: H.-B. Peter, Symposium "Versicherungswirtschaft und Ethik": Einleitung – Ethische Perspektive, par-texte 15, Hinterkappelen/Bern: 2006, S. 6-33, bes. 30 ff.

lich, weil derartige Risiken in der „großen Zahl“ (eine minimale Größe muss auch in der kleinkalibrigen Risikogruppe vorhanden sein) kalkulierbar und bezahlbar gemacht werden können. In kleinen und kleinsten Risikogruppen beschränkt sich die Solidarität auf die Mitglieder innerhalb dieser Gruppen, während sie zwischen den Gruppen schwindet.

Die **Sache der Solidarität** ist mit der zunehmenden Komplexität und Ausdifferenzierung unserer Gesellschaft schwieriger, unübersichtlicher geworden. Solidarität setzt ein Wir-Empfinden voraus. Gelebte Solidarität von Menschen gilt zuerst der eigenen Gruppe oder der Gemeinschaft, und sie grenzt die Anderen von dieser Solidaritätsverpflichtung aus. Im Zuge der gesellschaftlichen Entwicklung ist die „Wir-Einheit“ vielfach aufgegliedert worden. Im Zuge der Internationalisierung des Wirtschaftslebens und der Kommunikation erfuhr ihre Geltung eine Universalisierung – Zeichen der „einen Menschheitsfamilie“, die z. B. bei großen Katastrophen zum Tragen kommt (Beispiel: Tsunami).

Solidarität setzt in jedem Wir-Kreis eine minimale Homogenität, also Gleichartigkeit der Erfahrungen und des Verhaltens, man könnte auch sagen: die *Anerkennung und Einhaltung von Spielregeln voraus*. Die Bereitschaft zu Solidaritätsleistungen bedingt, dass sich im Prinzip *alle* in einer bestimmten Masse konform verhalten und die gleichen Spielregeln einhalten. In Solidargruppen gesicherte Teilnehmende dürfen nicht als Trittbrettfahrer bloß von den solidarischen Leistungen anderer profitieren. Sozial- und Privatversicherungen müssen sich im Interesse nachhaltiger Wirkung gegen Missbrauch und Ausbeutung schützen. Flankierende Maßnahmen müssen entsprechend regelkonformes Verhalten gewährleisten und schließlich jene von der solidarischen Unterstützung ausschließen, welche die minimalen Voraussetzungen einer Solidar-Gemeinschaft – zum Beispiel die Einhaltung von Verkehrsregeln – grob missachten.

Hier liegt ein **wunder Punkt neuzeitlicher Solidaritätseinrichtungen**. Kraft moderner Methoden können Personen, die nicht im Rahmen geltender Spielregeln der Gemeinschaft kooperieren, als besondere Risikogruppen identifiziert und zu besonderen Leistungen (Prämien) verpflichtet wer-

den (wie zum Beispiel Extremsportler in der Unfallversicherung). Das ist auch im Lichte von Solidarität und Gerechtigkeit begründet, denn es sollen nicht jene, die sich an anerkannte Risikogrenzen halten, für die Defektierer zahlen müssen. Die angewendeten **Kriterien** sollten indessen für die Versicherten *bekannt und transparent* sein, ihre Anwendung durch die Versicherten muss überprüfbar und die Zuteilung zu bestimmten Hochrisiko-Gruppen muss *durch besseres Verhalten revidierbar* sein.

Damit stellt sich nachdrücklich die ethische Frage nach der **Gerechtigkeit**, die *faire Gleichbehandlung von gleichartigen Fällen* verlangt. Inwieweit werden verschiedene Versicherte gegen bestimmte Risiken (Motorfahrzeug-Haftpflicht, Krankheit, Alter, Einbruchgefährdung von Liegenschaften je nach Ort in der Mobiliarversicherung) in gleichartiger Lage gleich behandelt (oder in ungleicher eben ungleich), und inwiefern unterscheiden sich ihre Fälle?

5.3.4 Wettbewerb und Risikoselektion: Markt und Moral

Auch *eine der Solidarität gerecht werdende Prämien-gestaltung bedarf der Differenzierung* – da liegt aus ethischer Sicht kein Widerspruch vor. Ebenso sind Maßnahmen gegen *moral hazard* und Ausbeutung der Solidarität legitim. Doch welches sollen die **Kriterien** sein?

- Sollen sie nur konkretes (schuldhaftes) *Verhalten* und praktizierte Verantwortlichkeit spiegeln (→ Bonus-Malus-Systeme)?
- oder auch auf Merkmale zurückgreifen, die der Versicherte nicht beeinflussen kann?

Es geht nicht eigentlich um einen Gegensatz zwischen Solidarität und Gerechtigkeit einerseits und Effizienz andererseits, sondern um die Art der Vermittlung der beiden unterschiedlichen Dimensionen: um die Orientierung an Solidarität und Gerechtigkeit wie um ökonomische Effizienz – aber nicht nur um das zweite zulasten des ersten. Sonst wird die *menschengerechte* Solidarität zerstört zugunsten der „Individualität“ ausschließlich *risiko-gerechter* und effizienter Prämien.

5.3.5 Risikogruppen nach Verhaltenskriterien und ‚kontingenten‘ Kriterien

Wenn die Kriterien für die Bildung von Risikogruppen mit Merkmalen zusammen fallen, „für die man nichts kann“, die nur zugefallen sind, ist höchste Vorsicht am Platze. Uns „zugefallene“, kontingente Kriterien – sie haben zu oft in der Geschichte zu willkürlichen Diskriminierungen geführt – sind etwa Herkunft, Rasse (Ethnie), Geschlecht, Alter, Sprache, soziale Stellung, Lebensform, religiöse, weltanschauliche oder politische Überzeugung sowie körperliche, geistige oder psychische Behinderung (Aufzählung analog dem Diskriminierungsverbot in Art. 8 der Schweizerischen Bundesverfassung). Fünf davon, nämlich Herkunft, Ethnie, Geschlecht, Alter und allfällige Behinderung bilden nach meiner Einschätzung den *Kern der ‚unveränderbarsten‘ der kontingenten Kriterien* und erfordern besondere Rücksichten betr. Nicht-Diskriminierung.

Werden Risikogruppen nach diesen Merkmalen gebildet – und kann man sich dazu noch durch kein „konformes“ Verhalten aus einer solchen Risikogruppe befreien – kommt es zu unberechtigter „Sippenhaftung“. Dies scheint tendenziell bei den besonders hohen Autoversicherungsprämien für Autofahrer aus den Balkan-Staaten der Fall zu sein.

- Selbst wenn es sachlich zutrifft, dass ein statistisch signifikant hoher Anteil der Raser unter den Bürgern bestimmter Herkunftsstaaten zu finden ist, rechtfertigt dies nicht, *alle* Bürger dieser Staaten einer besonderen Risikogruppe zuzuordnen. Das Beispiel des aus Tschechien stammenden Professors, der seit über 20 Jahren in der Schweiz lebt, unfallfrei fährt und nun, einfach weil er Tscheche ist, die „Balkan-Prämien“ zahlen muss, macht dies deutlich.
- Aus ethischer Sicht darf ein „zufälliges“, also uns zufallendes Merkmal wie Geschlecht, Nation, Volk nicht zum Kriterium einer gleichsam versicherungstechnischen Vorverurteilung führen. Nicht das Sein, sondern *Merkmale des Verhaltens* (und allenfalls die individuelle Verhaltenstendenz) sollen *als Beurteilungskriterien* für spezifische Risiko- und mithin Solidargruppen gelten (s. Hypothese → Folie 21).

Folie 21

Versicherungswirtschaft + Ethik

MFZ-Haftpflicht: Risikoselektion + Prämiendifferenzierung nach Risiko-Kriterien

1. Technische und Verhaltens-Merkmale
 - Fahrzeugtyp /Fahrpraxis /Km-Leistung etc.
 2. Kontingente Merkmale – kein Verhaltenseinfluss möglich
 - Herkunft /Ethnie /Geschlecht/ Alter, Behinderung
- **Ethische Hypothese:** aus ethischen Gründen Risikoselektion nach kontingenten Kriterien wettbewerbskonform **ausschliessen:**
- Vorzugsweise durch kollektive Selbstverpflichtung (Branchenvereinbarung)
 - oder rechtliche (BG, VO) Einschränkung

HBP F60-8

Kontingente Risikoselektion
ausschliessen

Ich bin aufgrund dieser ethischen Überlegungen der Überzeugung (die ich aber wie eingangs begründet als zu diskutierende Hypothese vorlege), dass eine *Risikoselektion nach den erwähnten „kontingenten Kern-Merkmalen“* durch die Versicherer nicht vorgenommen werden sollte. (Das betrifft auch die Jungen: nicht weil sie jung sind, sondern allenfalls als Fahrer noch unerfahren: „Anfänger“ sollten einen besonderen Risikozuschlag bezahlen müssen). Mich besticht auch das Argument, das vom Bundesamt für Justiz und jedenfalls vom zuständigen Minister, Bundesrat Merz, in seiner Stellungnahme im Parlament³⁴ in den Vordergrund gestellt wurde, nicht: danach sollte diese Risikoselektion nicht als Diskriminierung gelten, wenn versicherungstechnisch für die bestimmte Gruppe tatsächlich ein deutlich erhöhtes Risiko ausgewiesen werden kann. Mein Widerspruch hat wieder-

34 S. Nationalrat/Zisyadis/Hochreutener/Merz/et al. (2006), Ausführungen von Bundesrat Merz (S. 2 f.). Vgl. zur Argumentation des Bundesamtes für Justiz den Beitrag von Thomas Braunschweig in Peter (2006c).

um mit der inneren Logik von Ethik zu tun: was aus *kategorischen* (also nicht bedingten) Gründen ausgeschlossen werden muss, kann nicht aus bloß *empirischen* Gründen doch zugelassen werden. Das gilt analog für Grundrechts-Überlegungen.

6. Folgerungen und Zusammenfassung

6.1 Folgerungen

Die *Vermittlung zwischen dem ethisch „Verbotenen“* und dem versicherungsökonomisch-*marktwirtschaftlich „Gebotenen“* soll wiederum – aufgrund der logischen Vorrangregel – nicht zulasten der ethischen Rücksichten erfolgen, aber auch nicht einseitig zulasten der ökonomischen Nachteile jener Versicherungsunternehmen, die sich in ihrer Geschäftspolitik an diese Rücksichten halten. Das würde jene, die defektieren, im Wettbewerb nur privilegieren. Falls es sich um ökonomisch wichtige Marktsegmente handelt, ist hier also die Grenze der unternehmerischen Einzel-Verantwortung erreicht. Ich sehe einen *Ausweg aus diesem Konflikt in zwei Richtungen*, für die sich die Versicherer im Rahmen ihrer bürgerschaftlichen Verantwortung einsetzen könnten und sollten:

- Auf dem ersten Lösungsweg müsste der **Gesetzgeber** klar regeln, welche Kriterien (eben der kontingenten Art) jedenfalls für alle Versicherer oder für bestimmte Typen von Versicherungen (beispielsweise MFZ-Haftpflicht) bei der Risikoselektion und Prämien differenzierung ausgeschlossen sind. Am Beispiel der Krankenversicherung wird deutlich, dass eine solche ethisch motivierte, politisch umgesetzte Unterscheidung möglich ist. Seit der Einführung des erneuerten Krankenversicherungsgesetzes ist den Versicherern untersagt, unterschiedliche Prämien nach Geschlecht – also teurere Prämien für Frauen – zu verlangen. Durch gesetzliche Festlegung werden die „Spieße“ der Versicherer in Bezug auf diese Risiken gleich lang und der Wettbewerb kann in diesem Rahmen spielen.
- Den zweiten Lösungsweg würde ich vorziehen, weil er rascher zu verwirklichen ist, wohl ebenso „dicht hält“ wie der gesetzliche und gegebenenfalls als Vorläufer einer gesetzlichen Lösung dienen könnte: im Rahmen der **kollektiven Selbstverpflichtung** könnten die

Versicherungsgesellschaften eine Vereinbarung aller in diesem Bereich tätigen Versicherer treffen³⁵, durch welche die „kontingenten Kern-Kriterien“ bei der Risikoselektion und Prämiendifferenzierung ausgeschlossen werden (unter Androhung von Konventionalstrafen wie seinerzeit bei der Sorgfaltspflicht-Vereinbarung der Banken)³⁶. Die Wirkungen wären analog: die kategorische Berücksichtigung der kontingenten Merkmale wäre gesichert, die wettbewerblichen Spielregeln wieder für alle dieselben, die Marktkräfte könnten wirken und Trittbrettfahren wäre ausgeschlossen.

Mit diesen Ausführungen habe ich unter dem Titel „die ethische Perspektive“ von sehr generellen, aber eben grundsätzlichen Überlegungen, also vom Abstrakten stufenweise zu spezifischen, konkreten Fragen der Versicherungsethik geführt und schließlich – als Hypothese – einen Vorschlag zur praktischen Umsetzung in einer praktischen Fragestellung skizziert und zur Diskussion gestellt. Ich bin auf die Debatte gespannt.

6.2 Zusammenfassung

1. Versicherungsunternehmen tragen besondere **ethische Verantwortungen**, gerade in der Marktwirtschaft
2. **Ethik** – nicht von anderen „vorgeschrieben“, sondern von sittlichem Grundentscheid aus **selbstverantwortlich zu entwickeln** (z. B. 1° Mission Statement – 2° Geschäftspolitische Grundsätze – 3° Code of Conduct – 4° Review/Auditing)
3. **Versicherungsethische Verantwortung** umfasst individual-, personal- und sozialetische Komponenten und zielt in **vier Richtungen**: eigenes Handeln nach innen und nach aussen, Vereinbarungen inner-

35 Ein bekanntes Beispiel aus dem deutschen Versicherungswesen ist die „Freiwillige Selbstverpflichtung der Mitgliedsunternehmen des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV)“ betr. prädikative Gentest, die m.W. seit 2001 gilt und deren Geltung inzwischen bis 2011 verlängert wurde (www.gdv.de/Themen/Lebensversicherung...).

36 Vgl. zur sozialetischen Argumentation Peter/Ruh/Höhn (1981), S. 5 (Exkurs) und S. 39 f. sowie Peter (2006b), wo auch auf berechnete ethische Bedenken und Risiken betr. kollektiver Selbstkontrollen hingewiesen wird, insbes. da sie öfter erst zustande kommen, um politische Prozesse für verbindlichere gesetzliche Regelungen zu unterlaufen.

halb Branche, konstruktive Mitarbeit an staatlichen und internationalen Rahmenbedingungen.

4. Spezifische versicherungsethische Probleme stellen sich **grundsätzlich in allen „Funktionen“** einer Versicherung, aktuell:
 - Herausforderung Stichwort **„Mikro-Assekuranz“**
 - sozialetische Prävention betr. Umwelt- und **Klimakatastrophen**
 - im ‚heimischen‘ Geschäft bes. in der **Produktgestaltung** und betr. **Risikoselektion/Prämiendifferenzierung** angesichts des Wandels der Lebensverhältnisse und der Wirtschaftsstrukturen
5. Die **Konkretisierung** versicherungsethischer Kriterien verlangt nach **Diskurs und Kooperation** zwischen Versicherungsfachleuten und ethischer Kompetenz (z. B. Erstellung von Codes of Conduct, Beurteilung neuer Produkte).

Literatur

- Böckenförde, E.-W., 1976, Die Entstehung des Staates als Vorgang der Säkularisation. In: ders. (Hrsg.), Staat, Gesellschaft, Freiheit. Studien zur Staatstheorie und zum Verfassungsrecht, Frankfurt/M.
- Böckenförde, E.-W., 1995, Von welchen Ressourcen leben wir? Erfolge und Herausforderungen der Aufklärung. Neue Zürcher Zeitung 116, 20./21.5.95, S. 66.
- Bundesamt für Justiz/Braunschweig, Thomas (Sachbearbeiter), 28-1-2005, Motorfahrzeughaftpflichtversicherung (MHV) – Ausschluss bestimmter Nationalitäten vom Abschluss von MHV-Verträgen.
- Gesprächskreis Kirche-Wirtschaft, 1983, Kirchen und wirtschaftliche Unternehmen im internationalen Spannungsfeld. Thesen 1977: Die Aufgaben der christlichen Kirche / Die Aufgabe der wirtschaftlichen Unternehmen. Leitlinien 1980: Leitlinien für die Internationale Geschäftstätigkeit. Leitlinien 1982: Leitlinien für das Verhalten der Kirchen im internationalen Bereich. 2. erw. A., Zürich: Gesprächskreis Kirche-Wirtschaft.
- Homann, Karl, 2007, Ethik in der Marktwirtschaft. In: Roman Herzog Institut (Hrsg.), München: Deutscher Instituts-Verlag.
- Kant, Immanuel, 1983, Werke in zehn Bänden. Herausgegeben von W. Weischedel, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Oekumenische Konsultation, 1998, "Welche Zukunft wollen wir?". Diskussionsgrundlage – Oekumenische Konsultation zur sozialen und wirtschaftlichen Zukunft der Schweiz. Bern: Oekumenische Konsultation/ISE/J+P, S. 1-32.
- Oekumenische Konsultation/Schweizerischer Evangelischer Kirchenbund/Schweizer Bischofskonferenz, 2001, Wort der Kirchen: Miteinander in die Zukunft – Oekumenische Konsultation zur sozialen und wirtschaftlichen Zukunft der Schweiz. Bern/Freiburg: Institut für Sozialethik SEK/J+P Justitia et Pax.
- Peter, Hans-Balz, 1996, Auf der Suche nach Kriterien für die Wirtschaftsethik. In: Nutzinger, Hans G. (Hrsg.), Wirtschaftsethische Perspektiven III, (Schr. d. Verf. Socialpolitik; 228/III) Berlin: Duncker & Humblot, S. 13-60.
- Peter, Hans-Balz, 2006a, Entwicklungspolitik – Wirtschaft – Ethik. Einführung in die praktische Wirtschafts- und Entwicklungsethik. 2., überarb. A., (par-texte 4) Hinterkappelen/Bern: PEWI.
- Peter, Hans-Balz, 2006b, Selbstverantwortung und Mitverantwortung von Unternehmen für die Gestaltung von fairen nationalen und globalen Rahmenbedingungen, (par-texte 16 – Praktische Ethik – Analysen – Reflexionen) Hinterkappelen/Bern: PEWI.

- Peter, Hans-Balz, 2006c, Symposium "Versicherungswirtschaft und Ethik": Einleitung – Ethische Perspektive. In: Peter, Hans-Balz (Hrsg.), 2006, Versicherungswirtschaft und Ethik. Gefährden "individuell risikogerechte Prämien" in der Privatversicherung die Solidarität? Dokumentation des Symposiums vom 30. Juni 2006 im Haus der Universität, Bern. (par-texte 15) Hinterkappelen/Bern: PEWI.
- Peter, Hans-Balz, 2007, Wirtschaft und Ethik – ein Konfliktfeld? 10 Thesen. (par-texte 18) Hinterkappelen/Bern: PEWI.
- Peter, Hans-Balz/Ruh, Hans/Höhn, Rudolf, 1981, Schweizer Bankwesen und Sozialethik. Teil I und II (I: Sozialethische Erwägungen und Folgerungen; II: Bankwirtschaft, Bankwesen und Sozialethik, Fluchtkapital aus Entwicklungsländern, Steuergerechtigkeit, Änderungsvorschläge zum rechtlichen Rahmen des Bankwesens – Bankeninitiative, Bankengesetz). (Studien und Berichte) Bern/Lausanne: Institut für Sozialethik SEK.
- Recktenwald, Horst Claus, 1990, Würdigung des Werkes. In: Recktenwald, Horst Claus (Hrsg.), Adam Smith, Der Wohlstand der Nationen, München: DTV (Beck), S. XV-LXXIX.
- Rich, Arthur, 1991, Wirtschaftsethik (I). Grundlagen in theologischer Perspektive. 4, Gütersloh: Gütersloher V., und ders., 1992, Wirtschaftsethik II. Marktwirtschaft, Planwirtschaft, Weltwirtschaft aus sozialethischer Sicht. 2., durchges. u. erg. A., Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.
- Röpke, Wilhelm, 1958, Jenseits von Angebot und Nachfrage. 2. durchges. A., Erlenbach/Zürich und Stuttgart: Rentsch.
- Schulenburg, J. Matthias Graf von, 1999a, Versicherung. In: Korff, W./et al. (Hrsg.), Handbuch der Wirtschaftsethik 4, Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus, S. 633-647.
- Thielemann, Ulrich/Ulrich, Peter, 2003, Brennpunkt Bankenethik. Der Finanzplatz Schweiz in wirtschaftsethischer Perspektive. (St. Galler Beiträge zur Wirtschaftsethik, 33) Bern: Haupt, S. 1-159.
- Wagner, Andreas, 1999, Unternehmensethik in Banken. (Bankwissenschaftliche Schriftenreihe, 89) Wien: Orac.
- Ziegler, Stefan Friedrich Johannes, 2005, Die Rolle der Ethik in der Versicherung. Verantwortung als Leitbegriff eines ethisch orientierten Handelns der Assekuranz (Diss. phil. München). München: Univ. der Bundeswehr.
- Zweifel, Peter, Eisen, Roland, 2003, *Versicherungsökonomie*. Berlin: Springer.

Diskussion

Farny griff das Stichwort der Mikroversicherung auf und konstatierte, dass der Vorläufer dieser Versicherungsmöglichkeit Anfang des letzten Jahrhunderts die so genannte Volksversicherung gewesen sei. Michaels ergänzte die Ausführungen um Informationen über die bereits existierenden Mikro-Versicherungsmodelle u. a. in China und Indien. Fürstenwerth merkte an, dass aus seiner Sicht im Rahmen der bereits bestehenden EU-Richtlinien für den Raum der Europäischen Union die Diskussion über die von Peter genannten „unveränderbaren kontingenten Kriterien“ als abgeschlossen betrachtet werden könne. Demnach sei eine Unterscheidung aufgrund dieser Kriterien nicht zulässig. Offen sei die Diskussion noch hinsichtlich der Bewertung der Gendiagnostik. Hierzu sei in absehbarer Zeit mit einer Entscheidung des Ethikrates zu rechnen. Der aktuelle Stand ist die von der Versicherungswirtschaft abgegebene Selbstverpflichtungserklärung. Der Referent merkte dazu an, dass dieser Punkt aus seiner Sicht noch nicht abschließend bewertet werden könne, da die heutigen Möglichkeiten ja nur eine potentielle Veranlagung aufweisen könnten und damit noch keine Aussage über die Wahrscheinlichkeit eines tatsächlichen Eintritts getroffen werden könne. Aus seiner Sicht stellt die Selbstverpflichtungserklärung der Versicherungswirtschaft jedoch die redlichste Lösung dar. Farny und Klatt sprachen beide die Problematik von Versicherungsprodukten an, die Risiken abdecken würden, deren Schadenerwartung als sehr gering einzustufen und die dafür erhobene Prämie deutlich zu hoch bemessen sei. Farny berichtete in diesem Zusammenhang von einer empirischen Studie aus Amerika, die sich mit der „Produktsinnigkeit“ befasst hatte. Es wurde diskutiert, ob es ethisch vertretbar sei ein Produkt zu verkaufen, das keinem nütze. Im Vergleich zu anderen Wirtschaftsbereichen ließe sich jedoch feststellen, dass allgemein Produkte ohne konkreten Nutzen angeboten und verkauft würden, es also nur darum gehen könne, ab welchem Grad eines fehlenden Nutzen man eine Grenze ziehen könne und solle. Der Referent setzte hinzu, dass dieser Bereich insbesondere durch die Asymmetrie in der Informationsverteilung problematisch sei und insofern den Versicherungsunternehmen ein Vorwurf zu machen ist. Ziegler brachte die Diskussion auf die D&O-Versicherung und ihre ggf. problematische Einordnung. Peter stimmt ihm zu, dass es sich um ein zwiespältiges Produkt handele. Zum einen sei das legitime Interesse der Vorstandsmitglieder zu berücksichtigen und zum anderen die adverse selection Funkti-

on, die vermehrt zu einem unvorsichtigen Verhalten verleiten könnte. Diese Konstellation sei auch in anderen Versicherungssparten zu beobachten. Er schlug vor, sich dem Problem über ein abgestuftes Modell vergleichbar den Unterscheidungen fahrlässig, grob fahrlässig und vorsätzlich im Bereich des Strafrechts zu nähern. Materne berichtete über die in der Kraftfahrsparte anscheinend übliche Praxis Bestandskunden nicht über günstigere Tarife zu informieren und diese Neukunden vorzubehalten. Er schätzte, dass der Prämienverlust bei ca. 10 % für die Versicherungsunternehmen liegen würde, wenn alle Kunden von den günstigeren neuen Tarifen erfahren und diese nutzen würden. Peter kritisierte derartiges Verhalten als ethisch verwerflich, da kein höherer ökonomischer Sinn dahinter stehe, sondern lediglich ein gewinnorientiertes Streben. Er schloss die Diskussion mit der Anmerkung, dass aus seiner Sicht der Gesetzgeber ein ausreichendes Regelwerk geschaffen hat, um sittenwidrigen Versicherungsprodukten begegnen zu können.

4. Ethische Unternehmensführung in anderen Wirtschaftsbereichen: FSA – Freiwillige Selbstkontrolle der Arzneimittelindustrie

Michael Grusa

Der Vortrag von Grusa beschäftigte sich zunächst mit den Gründen, die die Pharmabranche zur Einführung der FSA brachten und danach mit den damit verknüpften Erwartungen. In einem dritten Teil berichtete der Referent von praktischen Beispielen anhand derer man den Erfolg der bisherigen Bemühungen messen könne.

Auslöser für Überlegungen zur Schaffung des Kodex und der Einrichtung einer zentralen Stelle zur Überwachung der Einhaltung, war eine empirische Erhebung im Jahre 2003, nachdem der Herzklappenskandal bereits für eine Vielzahl negativer Schlagzeilen gesorgt hatte. Diese Erhebung wurde zu dem Thema, welches nach Meinung der Befragten die korruptesten Branchen in der Bundesrepublik seien, durchgeführt. Grusa beruhigte die anwesenden Vertreter der Versicherungswirtschaft, dass ihre Branche nicht aufgeführt gewesen sei, aber die Pharmabranche in dieser Erhebung den dritten Platz belegt hatte. Durch den zusätzlichen Druck von Seiten der damaligen Bundesregierung kam es im Februar 2004 zur Gründung der FSA. Die Anzahl der Gründungsmitglieder von 40 Pharmaunternehmen ist angesichts der Gesamtzahl, der in der Bundesrepublik tätigen Pharmaunternehmen verhältnismäßig gering, jedoch gemessen am Umsatz dieser 40 Unternehmen waren ca. 80 % der Branche vertreten.

Der Anspruch der FSA durch die Schaffung des Kodex einen verbindlichen Standard für die gesamte Branche zu setzen und auch als Abmahnverein gegenüber Nichtmitgliedern auftreten zu können, machte die kartellrechtliche Genehmigung erforderlich, die im April 2004 gewährt wurde. Mittlerweile ist der FSA von den Gerichten als Abmahnverein anerkannt.

Hinsichtlich der Handhabung des Kodex stellte Grusa klar, dass man die Kommunikation zwischen Ärzten und Pharmaunternehmen grundsätzlich

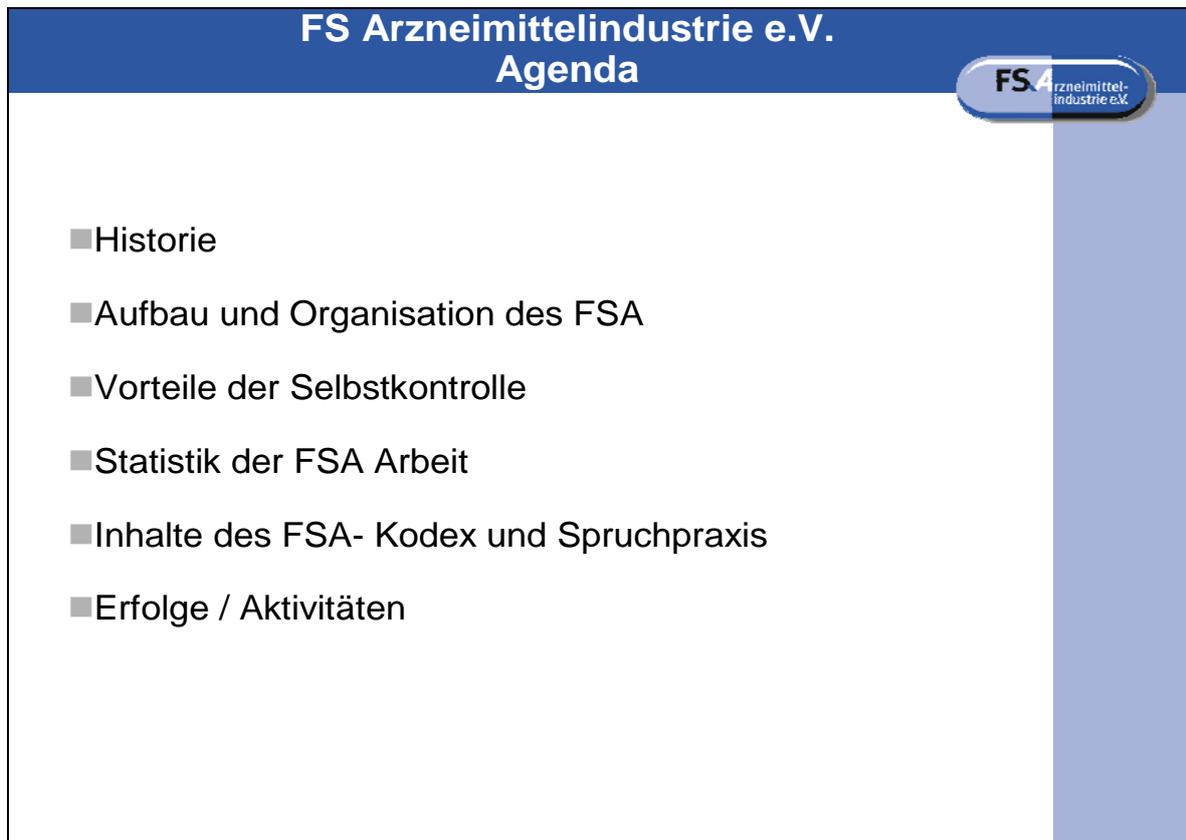
als etwas Positives sehe, das beiden Seiten von Vorteil sei. Es gehe aber darum mit dem Kodex einer unethische Beeinflussung der Ärzteschaft vorzubeugen. Der FSA habe nicht zum Ziel einzelne Unternehmen an den Pranger zu stellen, sondern vorrangig durch die Schaffung von Leitlinien und Handlungsrahmen für die branchenweite Durchsetzung der geschaffenen Standards zu sorgen. Die Regelungen des Kodex seien dabei keine Auflistung eines detaillierten Verhaltenskataloges, sondern eine grundsätzliche Rahmenvorgabe, die im Einzelfall ausgelegt werden müsse. Als Auslegungsmaßstab empfahl er eine einfache, unjuristische Reihenfolge: „Was sagt die Oma? – Was sagt die Presse? – Was sagt der Bauch?“ Damit seien ethisch problematische Sachverhalte zuverlässig aufzuspüren.

Hinsichtlich der Sanktionierung erläuterte er das abgestufte Verfahren, insbesondere die Handlungsspielräume der FSA bei der Höhe der zu verhängenden Ordnungsgelder, die nicht starr festgelegt sind, sondern je nach konkreter Situation und Unternehmen festgelegt werden und ggf. durch zusätzliche Strafgebühren erweitert werden können bis hin zu einer öffentlichen Rüge. Zur Verdeutlichung der Staffelung zog der Referent ein bildhaftes Beispiel aus dem Straßenverkehr heran: das Geschwindigkeitsbegrenzungsschild, das in seinem Fall Tempo 100 vorsah. Die „einfache“ Überschreitung würde als Ordnungswidrigkeit einen gewissen Geldbetrag kosten, ab einem Tempo von 121 würde ein Punkt hinzukommen und der zu zahlende Geldbetrag deutlich steigen und schließlich ab einem Tempo von 140 würde der Führerschein entzogen und die Überschreitung würde den Betroffenen immens viel Geld kosten.

Ziel der Selbstkontrolle ist die Hebung des Ansehens der Branche in der öffentlichen Wahrnehmung. Dies sei aus seiner Sicht bereits zu einem guten Teil gelungen. Die Organisation Transparency International habe die Bemühungen und auch die Erfolge der FSA mittlerweile anerkannt, obwohl sie zu Beginn der Tätigkeit der FSA diese noch als „Feigenblatt“ bezeichnet hatte. Die Anzahl der bisher geführten Verfahren spreche ebenfalls dafür. Die Pharmaunternehmen würden sich gegenseitig verstärkt beobachten und Fehlverhalten zur Anzeige bringen. Die Bindung an den Kodex hat für die Mitgliedsunternehmen keinen Wettbewerbsnachteil gebracht, sondern vielmehr zu einer stärkeren Beobachtung der Nichtmitglie-

der und ihrer Praktiken geführt. Er unterlegte diese Aussage mit genauen Zahlen über die Anzahl, die Beteiligten und die Art der bisher durchgeführten Verfahren.

Als ein sehr wesentliches Kriterium für den Erfolg der Selbstkontrolle qualifizierte der Referent die Transparenz der FSA. Alle Verfahren und die dazu ergangenen Entscheidungen sind auf der Homepage der FSA veröffentlicht. Durch die Veröffentlichung steht den Mitgliedsunternehmen – aber auch anderen – die Möglichkeit offen sich bereits vorab einen Eindruck zu verschaffen, ob geplante Veranstaltungen, Werbemaßnahmen, etc. gegen den Kodex verstießen und als unethisch zu qualifizieren seien. Den Schluss der Ausführungen bildeten eine Vielzahl von anschaulichen Beispielen für die Grenzziehung zwischen ethisch vertretbarem und nicht mehr vertretbarem Handeln der Pharmaunternehmen.



The slide features a dark blue header with the text "FS Arzneimittelindustrie e.V." and "Agenda" in white. A logo for "FS4 Arzneimittelindustrie e.V." is positioned in the top right corner. The main content area is white and contains a bulleted list of agenda items. A vertical blue bar is on the right side of the slide.

FS Arzneimittelindustrie e.V.
Agenda

- Historie
- Aufbau und Organisation des FSA
- Vorteile der Selbstkontrolle
- Statistik der FSA Arbeit
- Inhalte des FSA- Kodex und Spruchpraxis
- Erfolge / Aktivitäten

Patient

Arzt

**Pharma-
Unternehmen**

- Die pharmazeutische Industrie ist als Partner nicht akzeptiert
- Partnerschaft verlangt Vertrauen
- Vertrauen gründet auf Integrität
- Keine Integrität ohne Selbstverpflichtung

- Regeln schaffen
- Regeln kennen
- Regeln einhalten
- Regeln durchsetzen

1. Instanz: Einzelperson als Spruchrichter
 2. Instanz: Vorsitzender Richter
- Weitere Spruchkörper:
- 4 Industrievertreter
 - 3 Ärztevertreter
 - 1 Patientenvertreter
- sowie eine entsprechende Anzahl
Stellvertreter

Sanktionen:

- Strafbewehrte Unterlassungserklärung oder Untersagungsverfügung

Androhung finanzieller Sanktion im Wiederholungsfall;
Zweck: 1. Ziel gilt lautere Standards zu schaffen!

- Strafraumen bei Verstößen
 - bis zum 20-fachen des Beitrages des betroffenen Mitgliedes
 - Höchstgrenze 250 TEUR
- In schweren Fällen zusätzliche Geldstrafen im gleichen Rahmen
- Bei wiederholten und besonders schweren Verstößen:
„Öffentliche Rüge“ = Veröffentlichung mit Namensnennung

- Zusammenarbeit bewahren, aber unlautere Beeinflussung ausschließen
- Ständige prozessimmanente gegenseitige, von den Unternehmen getragene, Überwachung und Aufsicht (gegenüber punktuellen staatlichen Eingriffen)
- Schaffung gemeinsamer verbindlicher Standards für ein ethisches Pharmamarketing und einen fairen Wettbewerb
- Klare Orientierung für die Industrie, Ärzte und andere Beteiligte im Gesundheitssystem
- Durch Transparenz das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Integrität der Beteiligten im Gesundheitssystem fördern

FS Arzneimittelindustrie e.V. Tätigkeitsübersicht der Schiedsstelle

FS4
Arzneimittel-
industrie e.V.

- Beanstandungen insgesamt: **205** (Stand 9/07)
 - davon abgeschlossen: 182
 - 91 x Entscheidung / Abmahnung
 - 91 x Einstellung
- Wer wurde beanstandet?
 - Mitglieder 150 x
 - Nichtmitglieder 55 x
- Wer hat beanstandet?
 - Mitglieder 150 x
 - Nichtmitglieder 50 x
 - Vorstandsbeschluss 5 x
- Wie viele Mitgliedsfirmen wurden beanstandet?
 - 36 Mitgliedsfirmen

FS Arzneimittelindustrie e.V. Themenbereiche der Zusammensetzung der Beanstandungen

FS4
Arzneimittel-
industrie e.V.

Rahmenprogramm / Begleitpersonen	11%	(15)
Fortbildung (Tagungsort/Kostenübernahme)	36%	(24)
Fortbildung zu allgemeinen Themen	4%	(9)
Fortbildung /Übernachtung, Reise- Bewirtung	2%	(15)
Sponsoring	0%	(0)
Preisausschreiben, Geschenke	18%	(18)
Anwendungsbeobachtungen	9%	(6)
Muster	7%	(9)
Bewirtung	0%	(0)
Fachbücher	2%	(3)
Werbung	9%	(3)

Freiwillige Selbstkontrolle für die Arzneimittelindustrie e.V. - Microsoft Internet Explorer

http://www.fs-arzneimittelindustrie.de/

Freiwillige Selbstkontrolle für die Arzneimittelindustrie e. V.

29.07.06 wurden 4 neue Berichterstattungen veröffentlicht +++ Mit Datum
Über den FS Arzneimittelindustrie e.V.

Die Mitglieder des Verbands Forschender Arzneimittelhersteller haben am 16. Februar 2004 die "Freiwillige Selbstkontrolle für die Arzneimittelindustrie e.V." gegründet. Dieser Verein mit Sitz in Berlin überwacht die korrekte Zusammenarbeit der pharmazeutischen Unternehmen mit den Ärzten und sanktioniert gegebenenfalls Regelverstöße. Hierdurch wurde den in den Vorjahren erarbeiteten Verhaltenskodizes Nachdruck verliehen, um legitime Formen der Zusammenarbeit nicht durch das Fehlverhalten einzelner Ärzte oder Unternehmen pauschal in Misskredit zu bringen.

Der Verein wurde am 14.04.2004 im Vereinsregister des Amtsgerichts Charlottenburg unter der Vereinsregister Nr. 23352Nz eingetragen. Das Bundeskartellamt hat mit Mitteilung vom 08.04.2004 den Inhalt des Kodex als Wettbewerbsregeln anerkannt. Mit Wirkung vom 29.04.2004 hat der Verein seine Tätigkeit offiziell aufgenommen. In der Mitgliederversammlung vom 02.12.2005 wurde der Kodex auf wettbewerbs- und heilmittelwerbende Tätigkeiten ausgedehnt. Zudem wurde die Zusammenarbeit über die Ärzteschaft hinaus auf die "Fachkreise" erweitert. Damit wurde auch eine Anpassung an den europäischen Kodex vorgenommen. Die Erweiterung des Kodex wurde durch das Bundeskartellamt mit Beschluss vom 13.03.2006 und Bekanntgabe vom 16.03.2006 als Wettbewerbsregeln anerkannt.

Aufgegriffen werden Beanstandungen gegen den Kodex, die seit dem Tag der Mitteilung (08.04.2004 / 16.03.2006) der erfolgten Anerkennung des Kodex durch das Bundeskartellamt begangen worden sind.

Die Schiedsstelle des Vereins besteht aus zwei Instanzen: Bei Verstößen gegen den Kodex kann der so genannte *Spruchkörper 1. Instanz* Geldstrafen bis zu 50.000 Euro gegen Unternehmen verhängen. Der *Spruchkörper 2. Instanz*, in dem Ärzte, Patienten und ein unabhängiger Richter gegenüber der Industrie die Mehrheit haben, kann Geldstrafen bis zu 250.000 Euro verhängen, bei besonders gravierenden Fällen ist eine öffentliche Rüge durch beide Instanzen möglich.

Verstöße gegen den Vereinskodex können bei der Schiedsstelle von Jedermann und jeder Institution angezeigt werden, etwa von Patienten, Ärzten, Unternehmen, Krankenkassen oder Behörden. Der Verein

FS Arzneimittelindustrie e.V. | Friedrichstr. 50 | 10117 Berlin | Tel.: +49 (30) 20659-144 | Fax: +49 (30) 20659-200

powered by atacama | VIS

Freiwillige Selbstkontrolle für die Arzneimittelindustrie e.V. - Microsoft Internet Explorer

http://www.fs-arzneimittelindustrie.de/

Freiwillige Selbstkontrolle für die Arzneimittelindustrie e. V.

Berichterstattung

Entscheidungen 1. und 2. Instanz

- 28.07.2006 **§ 20 Abs. 3 Satz 2 des Kodex – Auswahl des Tagungsortes** • Az.: 2006.3-118 (1. Instanz) - neu
- 28.07.2006 **§ 21 des Kodex – Abgabe von Fachbüchern bei Kongressen** • Az.: 2006.4-121 (1. Instanz) - neu
- 28.07.2006 **§ 22 Satz 1 des Kodex – Bewirtung von Ärzten anlässlich eines Kongresses** • Az.: 2006.1-108 (1. Instanz) - neu
- 28.07.2006 **§ 7 des Kodex; § 7 HWG i.V.m. § 47 AMG; Neuregelung ab 16.3.2006** • Az.: 2005.10-98 (1. Instanz) - neu
- 19.06.2006 **Auswahl des Tagungsortes § 20 Abs. 3 Satz 2** • Az.: 2006.4-120 (1. Instanz)
- 19.06.2006 **Einladung von Begleitpersonen § 20 Abs. 7** • Az.: 2006.3-116 (1. Instanz)
- 19.06.2006 **§ 18 des Kodex – Abgrenzungskriterien für vergütungsfähige Beratertätigkeiten von Ärzten zu Fortbildungsveranstaltungen** • Az.: 2006.2-113 (1. Instanz)
- 19.06.2006 **§ 20 Abs. 1 des Kodex – Tagungsort für deutsche Ärzte im Ausland** • Az.: 2006.3-117 (1. Instanz)
- 19.06.2006 **§ 20 Abs. 2 und 3. des Kodex – Anzahl der Übernachtungen bei eintägiger Fortbildungsveranstaltung** • Az.: 2006.2-112 (1. Instanz)
- 21.03.2006 **§ 18 des Kodex – Abgrenzung zu internen Fortbildungsveranstaltungen gemäß § 20 des Kodex** • Az.: 2005.12-104 (1. Instanz)
- 21.03.2006 **§ 20 Abs. 3 des Kodex – Monte Carlo als Tagungsort** • Az. II. Instanz: FS II 7/05/2005.9-89 (2. Instanz)
- 21.03.2006 **§ 20 Abs. 7 des Kodex – Einladung von Begleitpersonen zu Fortbildungsveranstaltungen** • Az.: 2005.8-86 (1. Instanz)
- 21.03.2006 **§ 20 des Kodex – Unterbringung, Bewirtung, Hotelauswahl, Vorträge mit allgemeinen Inhalten, Begleitpersonen** • Az. II. Instanz: FS II 1/06/2005.9-90 (2. Instanz)
- 21.03.2006 **§ 23 Abs. 2 des Kodex – Angemessene Preise bei Preisausschreiben** • Az.: 2005.12-105 (1. Instanz)
- 17.02.2006 **Vorträge mit allgemeinen Inhalten anlässlich von Fortbildungsveranstaltungen § 20 Abs. 1 des Kodex** • Az.: 2005.7-79 (1. Instanz)
- 17.02.2006 **§ 19 des Kodex; Anwendungsbeobachtungen – Zulässigkeit, Grundsätze für die Aufwandsentschädigung und Vergütung für Nachverordnungsdocumentation** • Az.: 2005.8-87 (1. Instanz)
- 17.02.2006 **§ 20 Abs. 3 Satz 2 des Kodex, Auswahl eines Bahnmuseums als Tagungsort** • Az.: 2005.11-102 (1. Instanz)
- 17.02.2006 **§ 21 des Kodex** • Az.: 2005.11-103 (1. Instanz)

FS Arzneimittelindustrie e.V. | Friedrichstr. 50 | 10117 Berlin | Tel.: +49 (30) 20659-144 | Fax: +49 (30) 20659-200

powered by atacama | VIS

FS Arzneimittelindustrie e.V. Information an Mitglieder und Öffentlichkeit

FS4
Arzneimittel-
industrie e.V.

Berichterstattung FS Arzneimittelindustrie Spruchkörper 1. Instanz
Az.: 2004.8-19 II.

Leitsatz

Allein die Tatsache, dass sternedekorierte Köche ein Essen für Ärzte anlässlich einer Fortbildungsveranstaltung zusammenstellen, stellt keinen Kodexverstoß gemäß § 6 Abs. 3 dar.
Die Beanstandung war daher gemäß § 10 Abs. 1 Satz 3 in Verbindung mit § 21 der „FS Arzneimittel-industrie“-Verfahrensordnung als unbegründet einzustellen. Die Einstellungsentscheidung war nach § 19 Abs. 2 Satz 3 der „FS Arzneimittelindustrie“-Verfahrensordnung unanfechtbar.

Sachverhalt

Ein Mitgliedsunternehmen wurde beanstandet, weil es eine Fortbildungsveranstaltung im extra eingerichteten Kongressbereich in der Burg Wernberg-Köblitz durchführte und die Auswahl der Burg Wernberg nach Auffassung des beanstandenden Unternehmens kein sachliches Auswahlkriterium für die Wahl des Tagungsortes darstelle.
Vielmehr sei der Freizeitwert für die Wahl ausschlaggebend gewesen, da der Restaurantbereich durch einen „Dreisternekoch“ ausgezeichnet und bekannt sei.

Wesentliche Entscheidungsgründe

Der Spruchkörpers 1. Instanz konnte keinen Verstoß bei der Auswahl des Tagungsortes wegen seines Freizeit- und Unterhaltungswertes feststellen. Zum einen war die Auswahl des Tagungsortes für die durch die Teilnehmerlisten belegten anwesenden Ärzte günstig zu erreichen (Umkreis von 25 - 45 km), zum anderen ist das in der Burg Wernberg eingerichtete „Gedanken-Tageszentrum Gedankengebäude“ sowohl hinsichtlich der Ausstattung der Tagungsräume als auch der Tagungstechnik durchaus geeignet, eine Fortbildungsveranstaltung im Sinne des § 6 des Kodex durchzuführen. Die Tatsache allein, dass die Burg Wernberg auch einen hohen touristischen Attraktivitätsgrad hat, konnte an der Zulässigkeit der Veranstaltung im Sinne des Kodex nichts ändern, da nachweislich eine zeitlich intensive Fortbildungsveranstaltung durchgeführt wurde und somit eine Nutzung des möglichen Freizeitwertes der Burg nicht zum Tragen kam, da der Fortbildungsanteil gut 2/3 und der anschließende Imbiss max. 1/3 der gesamten Veranstaltungszeit in Anspruch nahm.
Der Spruchkörper war weiterhin der Ansicht, dass bei dem anschließenden Stehimbiss ein Aufwand von EUR 17,50 pro Person als angemessene Bewirtung im Sinne des § 6 Abs. 3 zu sehen war. Hierbei spielt es keine Rolle, ob die Küchenleistung durch einen „Dreisternekoch“ erbracht wird oder nicht. Maßgeblich für die Angemessenheit der Bewirtung und damit auch für eine mögliche Beeinflussung des Arztes ist allein der Wert der zugeflossenen Verpflegung und nicht, durch wen die Speisen zubereitet werden.

Berlin, im November 2004

FS Arzneimittelindustrie e.V. Regelungsgebiete

FS4
Arzneimittel-
industrie e.V.

Werberegeln (entspricht weitgehend europäischem und deutschem Werberecht)

- § 7 Irreführungsverbot
- § 8 Verbot der Schleichwerbung / Transparenzgebot
- § 9 Verbot der Werbung für nicht zugelassene Arzneimittel und nicht zugelassene Indikationen
- § 10 Pflichtangaben
- § 11 Bezugnahme auf Veröffentlichungen
- § 12 Vergleichende Werbung
- § 13 Unzumutbare belästigende Werbung
- § 14 Rote Hand
- § 15 Muster
- § 16 Verbot der Fernbehandlung / Beantwortung individueller Anfragen

Zusammenarbeit mit den „Angehörigen der Fachkreise“

- § 17 Verordnungen und Empfehlungen
- § 18 Beratungs- und Referentenverträge
- § 19 Anwendungsbeobachtungen
- § 20 Interne und externe Fortbildungsveranstaltungen
- § 20 Kongresse / Sponsoring
- § 21 Geschenke
- § 22 Bewirtung
- § 23 Gewinnspiele / Preisausschreiben

§ 1 Anwendungsbereich

■ Anwendungsbereich: Zusammenarbeit mit „Angehörigen der Fachkreise“ im Bereich verschreibungspflichtiger AM

■ Erweiterung um produktbezogene Werbung für verschreibungspflichtige Humanarzneimittel

§ 5 Werbung

■ Werbung muss zutreffend, ausgewogen, fair, objektiv und vollständig sein

§ 6 Zusammenarbeit

■ Die Angehörigen der Fachkreise dürfen in ihren Therapie-, Verordnungs- und Beschaffungsentscheidungen nicht in unlauterer Weise beeinflusst werden

■ Es ist verboten, ihnen oder einem Dritten unlautere Vorteile anzubieten, zu versprechen oder zu gewähren

- Trennung
- Transparenz
- Dokumentation
- Äquivalenz

FS Arzneimittelindustrie e.V. 4. Abschnitt:
Themenbereiche der Beanstandungen

- Fortbildungsveranstaltungen mit **allgemeinen Inhalten (AVWG, Diabetiker)**
- **Zulässige Auswahl eines touristisch attraktiven Tagungsortes;**
Kriterien: regional, Erreichbarkeit, straffes Programm,
kein Hinweis auf Freizeitwert, keine attraktiven Ereignisse
 - Im Ausland w/ Betriebsbesichtigung unter 50%
 - Freizeitpark mit Hinweis auf Nutzung/Begleitpersonen
 - Im Ausland 50% Fortbildung / 50% Freizeit
 - **Zumutbare Dauer der Fortbildung**
 - Über 9 ¼ h; 13 - 14 Std. inkl. Heimfahrt
 - Fortbildung 9,5 h inkl. Pausen + Heimfahrt > 4,5 h = 2
Übernachtungen
- **Filmtheater als geeignete Tagungsstätte für Fortbildung**
- **Übernachtung von „unterordneter“ Bedeutung?**
- **Einladung von Begleitpersonen, Übernahme von Kosten;**
Einladung „Praxispersonal“ / Begleitpersonen

FS Arzneimittelindustrie e.V. 4. Abschnitt: Themenbereiche der Entscheidungen

FS4
Arzneimittel-
industrie e.V.

- **Sponsoring: Nennung als Sponsor; Einladung von Begleitpersonen**
- **Sponsoring von Fortbildung: hier Übernahme von Kosten für Frühstück / Abendessen und Ausnahmen**
- **„Angemessenheit“ des Sponsoring an eigenem Werbeaufwand**
- **Abgrenzung Fortbildung (ohne Bezahlung) und vertraglicher Zusammenarbeit/ Workshops (gegen Bezahlung)**
 - **AWB:** Vergütung in Sachleistung oder im Ermessen des Arztes
 - **Beratervertrag:** Marktbeobachtung / Sammeln von Werbematerial

FS Arzneimittelindustrie e.V. 4. Abschnitt: Themenbereiche der Entscheidungen

FS4
Arzneimittel-
industrie e.V.

- **Preisausschreiben: -Bagatellgrenze 5,00 € für „Give aways“**
- **-Abgrenzung zu Gewinnspielen**
- **angemessene Preise**
- **bis 30,00 € und bis 5-facher Satz (GOÄ Ziffer 80 17,49 /20 Min.)**
- **Bezahlung von ISO- Zertifizierungen**
- **Geschenke/ Zuwendungen**
 - **- Fachbücher: Abgrenzung zu Skripten; Themenbezug 11 Seiten von 128; Referent als Autor**
 - Graphologisches Gutachten für Kongressteilnehmer**
 - EUR 6,- pro Kunde für Apothekerbefragung mit Bestellwert EUR 200,-**
 - **- RA Hotline zu Fragen des AVWG**
 - **- Fachbuchabgabe mit Wirkstoffliste = keine Imagewerbung**
 - **- Dampferfahrt ohne Kostenbeteiligung**

FS Arzneimittelindustrie e.V. Bisherige Erfolge

FS
Arzneimittel-
industrie e.V.

- **Aufbau einer funktionierenden Selbstkontrolle mit Sanktionen**
- **Anerkennung durch die im Gesundheitswesen Beteiligten**
- **Transparenz von Verhaltensweisen**
- **Deutliche Verhaltensänderungen**
- **Zusammenarbeit mit Diagnostica- Verband, Pharmareferenten- Verband (Ausbildung)**

FS Arzneimittelindustrie e.V. Tätigkeitsschwerpunkte

FS
Arzneimittel-
industrie e.V.

- **Kodexbroschüre:**
 - Neufassung an 320.000 Ärzte, Apotheker
 - Kurzfassung des Kodex als Handout
- **- Zusammenarbeit mit „Arb.Gem.Dt. Marktforscher“,**
- **Firmenbesuche und aktive Ansprache der Verbände**
- **Leitlinien zur Zusammenarbeit mit Patientenselbsthilfegruppen**

- **Aktivitäten:**
 - „Imageflyer“ für Mitgliedsunternehmen
 - Mitgliederemblem (Markenzeichen)
 - Flyer zu „häufig gestellten Fragen“
 - Workshops / Informationsveranstaltungen
 - Schulungen / Informationstage bei Unternehmen
 - Unterstützung der „Compliance Officers“
 - Schulungstool für Mitglieder / Nichtmitglieder

Mitglied im

FS
Arzneimittel-
industrie e.V.

Dem Kodex
verpflichtet.

Diskussion

Auf Nachfrage erläuterte Grusa, dass die verhängten Geldstrafen vollständig an medizinische Organisationen wie z. B. den Krebsverband fließen. Die Finanzierung der FSA erfolgt ausschließlich durch die Beiträge der Mitgliedsunternehmen. Werber sprach kürzlich in der Presse aufgetauchte Themenkomplexe an, den Umgang mit der Stellung von Mustern und den Umgang mit etablierten Medikamenten, deren nachträglich festgestellte Brauchbarkeit für andere Krankheitsbilder zu einem erneuten, verteuerten Angebot auf dem Markt für diese Krankheitsbilder geführt hatte. Der Referent teilte mit, dass der Umgang mit Mustern bereits durch den Kodex erfasst und geregelt ist. Es sei hinsichtlich des zweiten Themenkomplexes eine Revision des Kodex geplant, die dazu führen soll derart unethische Verkaufsmethoden – beschränkt auf Medikamente, die nur zu Zwecken des Patentschutzes durch vermeintlichen Zusatznutzen für andere Krankheitsbilder neu vermarktet werden ohne tatsächlich fortentwickelt worden zu sein – zu unterbinden. Die Vorstellung gehe dahin Anwendungsstudien künftig von einem Ethikrat begutachten zu lassen und für die Durchführung die medizinischen Abteilungen zur Betreuung heranzuziehen und nicht die Marketingabteilungen. Ein aktuell durchgeführtes Verfahren habe in einem solchen Fall zu einer Geldstrafe von EUR 115.000 geführt. Auf die weitere Nachfrage von Werber nach dem rechtlichen Verhältnis zwischen den Pharmaunternehmen und ärztlichen Referenten, teilte er mit, dass bei angestellten Klinikärzten grundsätzlich ein Vertrag mit der Klinikverwaltung als Arbeitgeber geschlossen würde und bei niedergelassenen Ärzten ein Vertrag mit dem jeweiligen Arzt. Es handele sich dabei nicht um Handelsvertreter. Schulenburg merkte an, dass aus seiner Sicht ein erheblicher Wandel im Bereich der Pharmaindustrie stattgefunden habe und dass durch die Selbstkontrolle eine Regulierung durch den Gesetzgeber verhindert worden sei. Er sähe in dem Ombudsmann der Versicherungswirtschaft eine der FSA vergleichbare Einrichtung. Im Übrigen hielt er die Konstellation in der Pharmabranche als nicht mit der Versicherungswirtschaft vergleichbar. Die Pharmabranche sei dadurch gekennzeichnet, dass durch das vom Referenten aufgezeigte Dreiecksverhältnis zwischen Arzt – Patient – Pharmaunternehmen eine Verschiebung zu Lasten Dritter stattfinde. Aus seiner Sicht sei dies vergleichbar mit der Begünstigung Staatsbediensteter, die dann zu Lasten des Steuerzahlers eine Entscheidung zu Gunsten des Begünstigers treffen würden. Eine solche

Konstellation sei in der Versicherungswirtschaft nicht gegeben. Paqué stimmte Schulenburg zu und spitzte es auf die Frage zu, ob der Referent das Modell der FSA als verallgemeinerbar betrachte. Grusa entgegnete, dass aus seiner Sicht unabhängig von dieser Konstellation die Einrichtung des Kodex als ethischer Leitfaden sinnvoll sei. Für den Bereich der Pharmabranche sei § 7 Heilmittelwerbegesetz die (einzige) Grundnorm, die Zuwendungen an Ärzte untersagte. Aus dieser an sich wenig aussagekräftigen Vorschrift habe man 21 Paragraphen geschaffen. Diese Art von Verifizierung ethischen Verhaltens als Hilfestellung für das Handeln von Unternehmen sollte aus seiner Sicht auch in anderen Branchen funktionieren. Hinsichtlich der weiteren Frage nach dem bürokratischen Aufwand, informierte er das Publikum, dass seine Einrichtung konkrete Beanstandungen jeweils zum Anlass nimmt, sich mit bestimmten Themen vertieft auseinanderzusetzen und der Verwaltungsaufwand daher deutlich geringer ist, als wenn eine Vorabkontrolle stattfinden würde.

5. Podiumsdiskussion

Leitung: Dr. Rüdiger Sachau

Für die Podiumsdiskussion hatte man Vertreter der unterschiedlichen Unternehmensformen der Versicherungswirtschaft geladen. Als Vertreter eines Versicherungsvereins auf Gegenseitigkeit (VVaG) nahm Herr Greisler teil, als Vertreter einer Aktiengesellschaft Herr Dr. Meyer, für die öffentlichen Versicherer Herr Dr. Pohlhausen und für die Rückversicherungsunternehmen Herr Dr. Mayr. Geleitet wurde die Diskussion von Herrn Dr. Sachau. Die Irritation, die beim Diskussionsleiter durch die Bezeichnung öffentlicher Versicherer hervorgerufen wurde, klärte Pohlhausen kurz auf, indem er die Entwicklung der ehemals öffentlich-rechtlichen Anstalten im Bereich der Versicherungswirtschaft erläuterte und kurz für sein Unternehmen dessen Herkunft skizzierte und betonte, dass die VGH auch heute noch ein öffentlich-rechtlicher Versicherer sei.

Zunächst erteilte Sachau Greisler das Wort verbunden mit der Frage, welcher Bereich ihm in der Diskussion bisher zu kurz gekommen sei. Greisler stellte vorab fest, dass die bisherigen Beiträge und Diskussionen gezeigt hätten, dass Ethik in der Versicherungswirtschaft sehr wohl eine große Rolle spiele. Es seien aber nicht die Institutionen an sich, die ethisch oder unethisch handeln würden, sondern stets die Personen dahinter. Insoweit hätten auch alle in der Diskussionsrunde vertretenen Unternehmens-/Rechtsformen einen gemeinsamen Ausgangspunkt. Allerdings würden sich im Wettbewerb der Formen untereinander unterschiedliche Auswirkungen zeigen. Pohlhausen führte diesen Ansatz weiter aus, indem er für die Vergangenheit durch die Regulierung des Marktes bedingt wenig Unterschied ausmachte, jedoch seit der Deregulierung eine Klimaänderung beobachtete. Die Aktiengesellschaften seien aufgrund ihrer „Kapitalmarktgetriebenheit“ und ihrer Konstruktion als Unternehmensmodell weniger an der Bildung von solidarischen Kollektiven und dem Ausgleich im Kollektiv interessiert als vielmehr an der reinen Risikoeinschätzung und Zeichnung zu Zwecken der Gewinnmaximierung. Greisler fügte hinzu, dass aus seiner Sicht durch eine Stärkung des Wettbewerbes zwischen den Unternehmensformen – ggf. unter Abschaffung des Verzichts mit der Unternehmensform

zu werben – der shareholder value bei den Aktiengesellschaften zurückgedrängt werden könnte. Unter diesem Aspekt sei die Erhaltung der Unternehmensform des VVaG bzw. der öffentlichen Versicherer von besonderem Interesse. Sachau griff die Argumente auf und fragte Meyer, ob er es als Nachteil für seine Unternehmensform sehen würde, dass er zusätzlich den Ansprüchen seiner Shareholder gerecht werden müsse. Meyer teilte seine Verwunderung über die bisherigen Ausführungen mit. Aus seiner Sicht habe der zunehmende Wettbewerb vielmehr bereits für eine sehr ausgeprägte Angleichung der Unternehmensformen geführt. Er führte zur Stützung dieser These mehrere Gesellschaften an, die ursprünglich als VVaG aufgestellt waren und sich zwecks verbesserter Handlungsmöglichkeiten im Wettbewerb eine Aktiengesellschaft als Dachgesellschaft geschaffen hatten und verknüpfte die Aussage mit der Frage nach der Zeitgemäßheit des VVaG an sich. Er gehe nicht davon aus, dass die Versicherungsnehmer des VVaG tatsächlich davon in Kenntnis gesetzt werden, dass sie Mitglieder geworden sind und damit Teilhaber an der Versicherungsgesellschaft bei der sie ihren Versicherungsvertrag abgeschlossen haben. Es bestünden aufgrund der historischen Wurzeln einzelner VVaG Vorteile hinsichtlich des Zugangs zu bestimmten Marktgruppen wie z. B. den Beamten. Im Übrigen müsse aus seiner Sicht zunächst die Diskussion geführt werden, ob Solidarität ein ethischer Grundsatz sei. Und wenn es ein ethischer Grundsatz sei, ob er gleichberechtigt neben anderen ethischen Grundsätzen stehe oder ob man ihm eine übergeordnete Rolle zuerkennen will. Man könne auch dem Stichwort „vernünftige Gewinnerzielung“ eine ethische Rolle beimessen. Man müsse dann aber konkretisieren, was man unter einem vernünftigen Gewinn verstehen möchte. Diesbezüglich würde er die Genossenschaftsgesellschaften in einem leichten Vorteil sehen. Fraglich sei aber ebenfalls welche Vergleichsbasis man heranziehen möchte bei einer international tätigen Versicherungsgesellschaft, den nationalen Ethikstandard oder einen internationalen. Aus seiner Sicht fehle die Beschäftigung mit der Sicht des Kunden. Man müsse fragen, will der Kunde, der Versicherungsschutz nachfragt, ein Versicherungsunternehmen, das ihn in einer Art – vielleicht der Kirche vergleichbaren – Gemeinschaft aufnimmt oder kommt es ihm auf den angebotenen Service und den Preis an. Unter Einbeziehung des Trends hin zu Direktversicherern, sieht er sich bestärkt, dass die Solidargemeinschaft nicht das erklärte Kundenziel ist. Er könne aus seiner Erfahrung nicht feststellen, dass die Prämienendifferenzie-

rungen z. B. in der privaten Krankenversicherung bei einem VVaG anders seien als bei einer AG. Mayr stimmte den Ausführungen von Meyer zu. Er tue sich persönlich sehr schwer mit dem Solidarprinzip. Sicherlich sei der Ursprung der Versicherungsbranche der Gedanke der Solidargemeinschaft, aber heute komme der Kunde nicht um der Solidargemeinschaft wegen, sondern weil er eine bestimmte Erwartung an ein Produkt habe. Der Versicherer verkaufe sein Produkt und biete neben dem Service die Risikoübernahme. Es stehe die bilaterale Beziehung im Vordergrund nicht die Gemeinschaft. Der Versicherer seinerseits kümmere sich um die Optimierung seines Risiko-Portefeuilles und sei dabei klar von ökonomischen Gedanken geleitet. Die Solidargemeinschaft mag zwar für kleine VVaG vielleicht noch von Interesse sein, für große VVaG jedoch nicht. Auf die Nachfrage von Sachau, ob man allgemein feststellen könne, dass eine Verschiebung von der Gemeinschaft zum Produkt stattgefunden habe, relativierte Mayr seine Ausführungen dahingehend, dass die Unternehmen versuchen das Beziehungsverhältnis zwecks Kundenbindung zu verstärken, aber nicht explizit unter dem Stichwort Solidargemeinschaft. Dies treffe auf alle Unternehmensformen zu. Dagegen wandte sich Greisler, der einwarf, dass die VVaG mit ihrem durch den Solidaritätsgedanken geprägten Verhalten das Verhalten des Marktes geprägt hätten. Er nannte beispielhaft die Wiederaufnahme von ehemaligen Versicherten, die nach dem 2. Weltkrieg aus der Gefangenschaft zurückkehrten, die frühzeitige Verwendung von Überschüssen in der privaten Krankenversicherung zur Senkung der Beiträge für ältere Versicherte oder die Beitragsfreistellung für Großfamilien ab dem 4. Kind. Die Einwürfe von Meyer, dass eben dies auch von anderen in Form der AG geführten Krankenversicherern betrieben wurde, wertete Greisler als Bestätigung seiner Ausführungen. Meyer räumte ein, dass die private Krankenversicherung, die ursprünglich sicher von Solidargedanken bestimmt war, noch heute aufgrund ihrer substitutiven Stellung einen sozialpolitischen Touch besitze. Dies ließe sich jedoch nicht auf alle Sparten übertragen. Er zog als Fazit, dass die Kunden in verschiedenen Situationen unterschiedlichen Versicherungsschutz benötigten und es von Vorteil ist, dass es unterschiedliche Anbieter gibt. Die Rechtsform der Anbieter sei jedoch kein Auswahlkriterium. Es gäbe auch kein Kriterium anhand dessen sich die Solidarität der Rechtsformen messen lassen könne. Ein für den Kunden günstigeres und vor allem messbares Kriterium sei die Gewinnausschüttung. Der Wettbewerb begünstige dies durch vermehrte Transpa-

renz und zwingt im Übrigen zu mehr Service gegenüber dem Kunden. Mayr warf ein, dass Gewinnerzielung an sich ein allgemein anerkanntes Prinzip sei und man dies nur in Deutschland in Frage stellen würde. Dem widersprach Greisler. Er bezeichnete Gewinnerzielung als selbstverständliches Prinzip auch in Deutschland, aber man müsse beantworten wer an dem Gewinn partizipiere. Meyer spitzte weiter zu, dass er den Wettbewerb als ethisches Prinzip bezeichnete, das zu einem erheblichen Transparenzgewinn für den Kunden führe. Er nannte beispielhaft Entwicklungen im Bereich des Managements – durch die Schaffung der Instrumente „Corporate Governance“ und „Code of Conduct“ – und der Rechnungslegung.

Pohlhausen entgegnete, dass der Wettbewerb ein sehr hohes Prinzip ist, hinterfragte aber, ob es das Einzige sein könne. Der Wettbewerb führe vor dem Hintergrund neuer Managementtheorien – Schlagwort wertorientierte Unternehmensführung – zu einer Fokussierung im Geschäftsbetrieb der Versicherungsunternehmen. Er brachte die Diskussionsrunde durch seine Anmerkung auf den Themenkomplex Ethik und Unternehmensführung. Die Ausbreitung der wertorientierten Unternehmensführung als Managementprinzip führe zu dem Ergebnis, dass sich die Unternehmen aus allen Bereichen zurückzögen, die nicht ausreichend profitabel seien. Dabei wurde offen gelassen, bei welcher Marge man von einer ausreichenden Profitabilität sprechen könne. Er spezifizierte die Aussage mit dem Beispiel des Rückzuges einer Reihe von Versicherungsunternehmen – sowohl Aktiengesellschaften als auch Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit – aus dem Geschäftszweig der gewerblichen Versicherung. Dieser Trend sei ebenfalls in anderen Branchen zu beobachten, wie z. B. im Bankbereich die Gründung der Bank 24 durch die Deutsche Bank, um das vermeintlich nicht ausreichend profitable Privatkundengeschäft auszulagern.

Sachau sprach im Anschluss den Themenkomplex Ethik und Versicherungsprodukte an. Er griff damit, die bereits während der Vorträge eingesezte Diskussion um unethische Versicherungsprodukte auf, die sich insbesondere auf die so genannte Restschuldversicherung konzentrierte. Pohlhausen machte zunächst einleitende Bemerkungen zu dieser Art der Versicherung. Als faktische Kenngrößen, die in der Runde Zustimmung fanden, wurden die Zinslast für Verbraucher von 30–40 % und ein Provisionsatz

von ca. 55 % bis hin zu 70 % festgehalten. Die Banken als Kooperationspartner der Versicherungsunternehmen verlagern ihr Kreditrisiko, das sie sich bei nicht ausreichend solventen Kunden bereits durch den erhöhten Zinssatz vergüten lassen, durch die gleichzeitige Vermittlung der Restschuldversicherung auf die Versicherungswirtschaft und verdienen zusätzlich an der Vermittlung des Versicherungsvertrages. Der Aspekt der Rechtsform der Versicherungsunternehmen wurde kurz wieder aufgegriffen durch die Anmerkung, dass diese Art Versicherung von Unternehmen aller Rechtsformen vertrieben wird. Pohlhausen fügte hinzu, dass sich Ethik stets im konkreten Handeln zeige. Meyer stimmte dem zu, und brachte die angesprochene Problematik eines an sich ethisch nicht zu beanstandenden Versicherungsproduktes auf die allgemeine Formel des Verhältnisses von Preis und Gewinnmarge bei dem jeweiligen Produkt. Mayr erweiterte diese Formel um den Aspekt der asymmetrischen Informationsverteilung. Der Informationsvorsprung der Versicherer, die um die Schadenquote der Restschuldversicherung von ca. 20 % und der Gewinnmarge von über 50 % wüssten, müsse für dieses Produkt in seiner heutigen Ausgestaltung aus seiner Sicht dazu führen, es als unethisch zu bezeichnen. Es sei nicht möglich die Trennlinie zwischen ethisch noch vertretbar bzw. ethisch nicht mehr vertretbar bei einer bestimmten Kenngröße zu ziehen, aber in dieser Konstellation sei eine andere Bewertung nicht mehr möglich. Mayr äußerte die Befürchtung, dass bei dem zunehmenden Wettbewerb, den er für ein hohes und wichtiges Prinzip hält, die Zahl derjenigen steigen werde, die verstärkt im ethischen Grenzbereich agieren werden.

Ein weiteres Versicherungsprodukt, das während der Vorträge bereits angesprochen wurde, war die Kfz-Haftpflichtversicherung. Es wurde problematisiert, in wie fern die Bildung von immer kleineren, spezifizierten Risikogruppen zu einer völligen Entsolidarisierung der Versichertengemeinschaft führe und im Gegensatz dazu bei Versicherungsprodukten wie der Elementarschadenversicherung eine Zwangssolidarität herbeigeführt werde, dadurch das auch in Berlin belegene Versicherungsobjekte über den Paketschutz gegen die Gefahr von Lawinen versichert seien. Man habe über die Ausgestaltung der Risikogruppen erhebliche Steuerungselemente, deren Nutzung ggf. ethisch zu überdenken sei. Pohlhausen entgegnete auf die Ausführungen von Sachau, dass die Privatversicherung im Gegensatz zur Sozialversicherung das Recht und auch die Pflicht zur Differenzierung

habe. In jeder Differenzierung liege eine Effizienzgesellschaft sowohl für die Versicherer als auch die Versicherten, der sich u. a. dadurch zeige, dass erheblicher Druck auf die Risikostrukturen ausgeübt werde. So habe der Kostendruck, der durch die Differenzierung angestiegen sei, im Bereich der Kfz-Sicherheit zu einer erheblichen Steigerung der Sicherheitsstandards geführt. Hinsichtlich der angeführten Zwangssolidarität bei der Elementarschadenversicherung entgegnete er, dass der Anteil an dem Prämienvolumen verschwindend gering sei und daher von einer Zwangssolidarität nicht gesprochen werden könne. Sollte der Anteil an der Prämie für eine im Einzelfall derartige unnütze Deckung messbare Auswirkungen haben, würde der Wettbewerb auf dem Markt dafür sorgen, dass dieses Produkt verschwinden würde.

Ziegler merkte an, dass sich die Diskussion zu sehr um einzelne Beispiele drehe. Er vermisste in der Diskussion die aus seiner Sicht grundlegende Fragestellung, ob die Ethik die Ökonomie determiniert oder umgekehrt oder vielleicht eine Art Gleichgewicht festzustellen sei. Ihm fehlte auch die Stellungnahme aus dem Podium, wer welchen individuellen Wertekanon vertritt. Werber knüpfte an die Anmerkung an und konstatierte, dass es zwei mögliche Anknüpfungspunkte für ethische Betrachtungen gäbe. Zum einen könne man an die Motivation der Handelnden und/oder das zugrunde liegenden Konzept des Versicherungsunternehmens anknüpfen und käme dann zur Solidargemeinschaft oder aber an die Wirkungen von Versicherungen in der heutigen Wirtschaft. Ersteres sei wohl früher der Anknüpfungspunkt gewesen, heute müsse man an die Wirkung anknüpfen.

Von Weichs ergänzte an die Äußerungen und statuierte, dass Ethik eigentlich etwas sei das von innen kommen müsste. Die Diskussion um Corporate Governance oder auch Code of Conduct seien jedoch stets von außen – im schlimmsten Fall – oktroyiert worden. Er bezog dies beispielhaft auf die Behandlung und Abwicklung von Schadensfällen. Man müsse nicht fragen, ob die intern vorgegebene Bearbeitungsweise eingehalten wurde, sondern ethisch korrekt wäre, was aus Sicht des Kunden erwartet werden dürfte. Jörisen stimmte ihm zu, dass ethische Maßstäbe um so mehr litten, je mehr man versuche sie zu institutionalisieren.

Zum Abschluss wurden die ethischen Anforderungen im globalisierten Versicherungsgeschäft thematisiert bzw. inwiefern durch die Globalisierung sich zusätzliche ethische Anforderungen stellen. Meyer berichtete aus seinen Erfahrungen mit anderen Märkten, insbesondere China und Indien. Durch die fehlenden Sozialversicherungssysteme haben die Versicherer, die sich vor Ort engagieren, begonnen dort Versorgungssysteme aufzubauen. Dies geschieht zum Teil durch den Aufbau und Betrieb von Krankenhäusern oder auch Apotheken, die den jeweiligen Versicherten dann bevorzugt zur Verfügung stehen. Die Gewinnerzielungsabsicht stehe sicherlich in diesen Märkten im Vordergrund, aber es handele sich auch um eine ethische Verpflichtung, die von den Unternehmen wahrgenommen werde. Sachau gibt die Fragestellung an Mayr weiter. Der beschreibt die Situation, in der sich die Rückversicherungsunternehmen in den globalen Märkten befinden als grundverschieden von denen der Erstversicherer. Der markanteste Unterschied sei die Abwicklung des Versicherungsgeschäftes zwischen gut informierten Versicherungsgesellschaften. Es fehle das asymmetrische Informationsgefälle, das im Verhältnis zum Verbraucher kennzeichnend sei. Im Übrigen würden sich die Märkte durch lokale Besonderheiten auszeichnen. So sei es z. B. im geschäftlichen Verkehr mit Frankreich verhältnismäßig leicht sich klare Informationen zu verschaffen. Man müsse diese Informationen gezielt abfragen, bekomme sie dann aber auch. Anders sei die Lage schon im geschäftlichen Verkehr mit Italien zu beurteilen.

Als Tagungsresumée hielt Farny am Ende der Diskussion fest, dass die Branche nicht so schlecht sei, wie sie in der Öffentlichkeit teilweise dargestellt würde. Sie würde aber aufgrund der nicht von der Hand zu weisenden Besonderheiten ihres Geschäftsmodells unter verstärkter Beobachtung stehen. Für die Versicherungsunternehmen gäbe es dabei drei Gebiete auf denen sie ihr Verhalten regelmäßig unter ethischen Gesichtspunkten hinterfragen müsste: die Unternehmensführung, die angebotene Produktpalette und den Vertrieb/Umgang mit ihren Kunden. Er persönlich zog den Schluss, dass es weniger die Einsicht sei, was ethisch korrekt oder „gut“ sei, sondern vielmehr der Umgang und die Umsetzung dieser Erkenntnis.

Referenten und Mitdiskutanten

Prof. Dr. Jochen **Axer**, Axer Partnerschaft, Rechtsanwalt, FH Köln

Dr. Franz **Bartscherer**, Thyssen Krupp Versicherungsdienst

Elke **Bartscherer**

Prof. Dr. Dieter **Farny**, Universität Köln

Erwin **Flieger**, Bayerische Beamtenversicherung, München, Aufsichtsratsvorsitzender

Dr. Jörg Frhr. **Frank von Fürstenwerth**, Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V., Berlin, Hauptgeschäftsführer, Mitglied des Präsidiums

Anne Freifrau **Frank von Fürstenwerth**

Peter **Greisler**, Aufsichtsratsvorsitzender DBK-Gruppe

Christine **Greisler**

Michael **Grusa**, FS Arzneimittelindustrie e.V., Geschäftsführer

Sabine **Grusa**

Dr. Michael **Hartmann**, Studienleiter für Wirtschaftsethik an der Ev. Akademie zu Berlin

Ernst-Henning **Heinsius**, Aon Jauch & Hübener GmbH/HGFV Hamburg

Dr. Hermann **Jörissen**, Allianz GC & S AG, München, Vorstand

Marianne **Jörissen**

Dr. Peter **Klatt**, Bavaria Wirtschaftsagentur GmbH, Geschäftsführer

Anneliese **Klatt**

Prof. Stefan **Materne**, FH Köln

Dr. Karl **Mayr**, AXIS Re Europe, CEO

Jutta **Mayr**

Dr. Lothar **Meyer**, Ergo Versicherungsgruppe, Vorstandsvorsitzender

Christel **Meyer**

Dr. Bernd **Michaels**, ehem. Vorstandsvorsitzender Provinzial Rheinland

Dr. Helmut **Müller**, ehem. Präsident des Bundesaufsichtsamtes für Versicherungen

Dr. Heike **Müller**

PD Dr. theol. habil. Dr. phil. Nils Ole **Oermann**, ehem. pers. Referent des Bundespräsidenten

Prof. Dr. Karl-Heinz **Paqué**, FDP Fraktionsvorsitzender im Landtag von Sachsen-Anhalt

Sabine **Paqué**

Prof. Dr. oec. Publ. Hans-Balz **Peter**, Universität Bern

Sigrid **Peter**

Dr. Robert **Pohlhausen**, VGH Hannover, Vorstandsvorsitzender

Ursula Maria **Pohlhausen**

Dr. Hans-Werner **Rhein**, Aon Jauch & Hübener GmbH

Kristina **Rhein**

Svenja **Richartz**, Universität Hamburg

Dr. Rüdiger **Sachau**, Direktor der Evangelischen Akademie zu Berlin

Prof. Dr. Jörg-Matthias Graf von der **Schulenburg**, Universität Hannover

Ines Gräfin von der **Schulenburg**

Clemens Frhr von **Weichs**, Euler Hermes, Paris, CEO

Prof. Dr. Manfred **Werber**, Universität Hamburg

Dr. Stefan **Ziegler**, Diakonie Michaelshoven, Köln, Vorstand

In dieser Schriftenreihe sind bisher erschienen

Prof. Dr. Norbert Horn

Die Allgemeinen Feuerversicherungsbedingungen (AFB)
und das AGB-Gesetz*

Band 1

Der Versicherungsbedarf der deutschen Wirtschaft
nach dem Jahr 2000

Dokumentation über ein Symposium der Fördergesellschaft

Band 2

Dr. Ralf Johannsen

Haftpflichtversicherungsschutz gegen Umweltschäden
durch Verunreinigung des Erdbodens und der Gewässer*

Band 3

Prof. Dr. Attila Fenyves

Die rechtliche Behandlung von Serienschäden
in der Haftpflichtversicherung

Band 4

Dr. Friedrich Hosse und Wolfgang Poppelbaum

Systemvergleich der privaten
und der öffentlichen Gebäudeversicherung*

Band 5

Prof. Dr. Hans Hölemann

Der Brandbegriff im Versicherungswesen aus
naturwissenschaftlicher und technischer Sicht*

Band 6

* Auflage vergriffen

Dr. Werner Pfennigstorf
Regulierung und Deregulierung
im Versicherungswesen der Vereinigten Staaten
Band 7

Prof. Dr. Ulrich Hübner
Rechtsprobleme des Abrechnungsverkehrs in der
Erstversicherung bei Einschaltung von Versicherungsmaklern
Band 8

Dr. Jürgen Kagelmacher
Die Schadenfallkündigung im Versicherungsvertragsrecht
Band 9

Die Betriebsschadenklausel in der Feuerversicherung
Dokumentation über ein Symposium*
Band 10

Prof. Dr. Siegfried Schulze
Die Entwicklung des Versicherungswesens
und des Versicherungsrechts
in der Sowjetischen Besatzungszone und
in der Deutschen Demokratischen Republik
Band 11

Versicherung des Kriegsrisikos
Eine Dokumentation über ein Symposium
Band 12

Beiträge über den Versicherungsmakler
Ewald Lahno gewidmet
Band 13

* Auflage vergriffen

Dr. Renate Köcher
Wandel des gesellschaftlichen Umfelds
der Versicherungswirtschaft
Band 14

Prof. Dr. Peter Albrecht
Ansätze eines finanzwirtschaftlichen
Portefeuille-Managements und ihre Bedeutung
für Kapitalanlage- und Risikopolitik
von Versicherungsunternehmen*
Band 15

Prof. Dr. Helmut Bujard
Zum Einfluß des gesamtwirtschaftlichen
Strukturwandels auf die Schadenversicherung
der Produktionsbereiche
Band 16

Die künftigen Risiken der Industrie:
Ursachen und Ansätze zu ihrer Bewältigung
Dokumentation über ein Symposium am 3.– 5. Oktober 1996
im Schloß Marbach, Öhningen
Band 17

Berufsregelung für Versicherungsvermittler
in Deutschland
Band 18

Dr. Thomas Holzheu
Die Belastung
von Versicherungsdienstleistungen
mit Verkehrssteuern
Band 19

*Auflage vergriffen

Andrea Heß
Financial Reinsurance
Band 20

Dr. Erwin Eszler
Versicherbarkeit und ihre Grenzen
Band 21

Stefan Häusele
„Standort Deutschland“ für Versicherungen
– Eine vergleichende Analyse ausgewählter
europäischer Länder –
Band 22

Dr. Thomas Holzheu
Die Einbeziehung der Schaden-/Unfall-
versicherung in das Umsatzsteuersystem
Band 23

Prof. Dr. Manfred Wandt
Änderungsklauseln in Versicherungsverträgen
Band 24

Robert v. Winter
Risikomanagement und Interne Kontrollen beim Sachversicherer
Band 25

Der Umgang mit den Risiken im Grenzbereich der Versicherbarkeit
Dokumentation über ein Symposium am 18.– 20. Oktober 2001
im Schloß Marbach, Öhningen
Band 26

Prof. Dr. Thomas Hoeren, Prof. Dr. Gerald Spindler
Versicherungen im Internet – Rechtliche Rahmenbedingungen
Band 27

Dr. Gerd Umhau
Vergütungssysteme der Versicherungsvermittlung im Wandel
Band 28

Prof. Dr. Christian Armbrüster
Das Alles-oder-nichts-Prinzip im Privatversicherungsrecht
Zugleich ein Beitrag zur Reform des VVG
Band 29

Pflichtversicherung – Segnung oder Sündenfall –
Dokumentation über ein Symposium am 28.– 30. Oktober 2004
im Schloss Marbach, Öhningen
Band 30

Dr. Andreas Horsch
Rating in der Versicherungswirtschaft
Eine ökonomische Analyse
Band 31

Prof. Dr. Peter Reiff
Versicherungsvermittlerrecht im Umbruch
Eine Untersuchung im Auftrag der Hamburger Gesellschaft
zur Förderung des Versicherungswesens mbH
Band 32

Dr. Christian Thomann
Terrorversicherung, Risikomanagement und Regulierung
Band 33

HAMBURGER GESELLSCHAFT ZUR FÖRDERUNG DES VERSICHERUNGSWESENS MBH, HAMBURG

Die Hamburger Gesellschaft zur Förderung des
Versicherungswesens mbH (HGFV) wurde 1982
mit einer Kapitalausstattung von 1 Mio. DM
von Jauch & Hübener –
heute Aon Jauch & Hübener – errichtet.

Gegenstand der Gesellschaft ist die Förderung
von Untersuchungen und wissenschaftlichen
Arbeiten im Bereich des Versicherungswesens und
des Risk Managements.

Dazu dient, neben der Organisation und
Durchführung von Symposien mit namhaften
Vertretern aus Wissenschaft und Wirtschaft, auch
die Vergabe von Stipendien und das Unterstützen
und Herausgeben von Publikationen.

So sind seit Gründung der Gesellschaft
mehr als 30 Publikationen zu den
unterschiedlichsten Themen mit Bezug zum
Versicherungswesen erschienen. Bei ihrer Arbeit
wird die Gesellschaft durch einen Beirat
unterstützt, dem namhafte Vertreter aus
Versicherungswirtschaft, Dienstleistung, Industrie
und Wissenschaft angehören. Der Beirat lenkt und
überwacht die Vergabe der nicht
interessengebundenen Aufträge.

Beiratsmitglieder

Dr. Detlef Alsleben, Salzgitter AG

Dr. Franz Bartscherer, Ratingen

Dr. Jörg Frhr. Frank von Fürstenwerth, GDV

Dr. Hermann Jörissen, Allianz Global Corporate & Specialty

Prof. Stefan Materne, Fachhochschule Köln

Dr. Helmut Müller, Berlin (Vorsitzender des Beirats)

Dr. Hans-Werner Rhein, Aon Jauch & Hübener

Prof. Dr. J.-Matthias Graf von der Schulenburg, Leibniz Universität, Hannover

Clemens Frhr. von Weichs, Euler Hermes, Paris

Prof. Dr. Manfred Werber, Universität Hamburg



Geschäftsführer:
Ernst-Henning Heinsius