

che Lösungen auf dem Markt zu platzieren. Vor allem Maklerpools unterstützen ihre angebundenen Makler mit der Bereitstellung von Smartphone-Apps und Onlineapplikationen zur digitalen Verwaltung von Versicherungsverträgen und nähern sich damit dem Geschäftsmodell der digitalen Versicherungsmanager an.

Fazit

Obwohl die Ergebnisse in beiden Fällen mehr oder minder stark ausgeprägte disruptive Tendenzen wiedergeben, steht das Geschäftsmodell der klassischen Versicherungswirtschaft doch nicht unmittelbar vor einer disruptiven Wachablösung durch Insurtechs. Insbesondere beim Geschäftsmodell von Friendsurance entsteht der Eindruck, trotz des höher prognostizierten disruptiven Innovationspotenzials als Knip, dass es sich lediglich um eine moderne Form des Versicherungsvereins auf Gegenseitigkeit handelt. Das relativ schwache Ergebnis von Knip ist insofern nicht verwunderlich, da erste Maklerpools ähnliche Konzepte anbieten.

Somit zeigen die Ergebnisse lediglich Tendenzen auf, welche eine Richtung vorgeben können. Doch selbst bei einer sich abzeichnenden Entwicklung zu disruptiven Innovationen innerhalb der Versicherungswirtschaft erscheint es sinnvoll, entsprechende Maßnahmen einzuleiten, denn eine grundsätzliche Umverteilung der Marktanteile scheint unausweichlich.

¹ Vgl. Christensen, C. (1997): *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*, Boston.

Christensen, C. / Raynor, M. (2003): *The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth*, Boston.

Christensen, C. / Anthony, S. / Roth, E. (2004): *Seeing what's next: Using the theories of innovation to predict industry change*, Boston.

Christensen, C. / Raynor, M. / McDonald, R. (2015): *What is Disruptive Innovation*, in: *Harvard Business Review*, 93. Jg., H. 12, S. 44-53.

² Vgl. Rafii, F. / Kampas, P. (2002): *How to identify your enemies before they destroy you*, in: *Harvard Business Review*, 80. Jg., H. 11, S. 115-124.

Hüsig, S. / Hipp, C. / Dowling, M. (2005): *Analysing Disruptive Potential: The Case of Wireless Local Area Network and Mobile Communications Network Companies*, in: *R&D Management*, 35. Jg., H. 1, S. 17-35.

Keller, A. / Hüsig, S. (2009): *Ex ante identification of disruptive innovations in the software industry applied to web applications: The case of Microsoft's vs. Google's office applications*, in: *Technological Forecasting & Social Change*, 76. Jg., H. 8, S. 1044-1054.

Prof. Dr. Thomas Köhne / Emil Neumaier

Mediale Berichterstattung zu Versicherungsthemen im öffentlich-rechtlichen TV

Die Imageprobleme der Assekuranz sind wahrlich nicht neu. Neben eher selbstgemachten Imageproblemen – z.B. durch vorkommende plötzliche drastische Preisseigerungen im Zuge von Sanierungen ganzer Bestände, teils zu großer Verkaufsorientierung, vereinzelte Ablehnung berechtigter Ansprüche oder verklausulierte Bedingungswörter hervorgerufen – gibt es externe Faktoren der Imagebildung. Dazu gehören schon immer die Medien.

Schon vor etwa zehn Jahren wurde die Tendenz im Journalismus identifiziert, negative Meldungen im Verhältnis zu positiven deutlich überzuge wichtigen, Branchen anzuklagen, die ohnehin schon mit Imageproblemen zu kämpfen haben sowie konkrete Einzelfälle „mit Gesicht“ zu dramatisieren (Erlebnisberichterstattung), z.B. eine erlebte Anspruchsablehnung oder schlechte Schadenregulierung am konkreten Beispiel zu veranschaulichen.¹ In den früheren Jahren waren die Taktzahl der Meldungen wie auch das Kundeninteresse daran allerdings eher gering.

Verändertes Umfeld

In den letzten Jahren hat sich das Umfeld jedoch verändert: Das Thema Verbraucherschutz hat insbesondere in der politischen Agenda deutlich an Relevanz zugenommen. Die Europäische Kommission und auch die nationalen Regierungen weisen dem Verbraucherschutz eine immer größere Bedeutung zu. Entsprechend werden verbraucherpolitische Themen vermehrt und rigoros in Richtlinien, Gesetzen und Verordnungen verankert, und der Einfluss von Verbraucherschutzinstitutionen auf die Gesetzgebung nimmt zu. Um sich zu positionieren und zu legitimieren sowie um von Politikern und Verbrauchern wahrgenommen zu werden, müssen sie Missstände aufdecken. Die beste Arena dafür bieten die Medien.

Die Medienlogik ihrerseits orientiert sich mehr und konsequenter als in früheren Jahren an Einschaltquoten und Umsätzen. Die einzelnen Medien (TV-Sender und Rundfunkanstalten, Print- und Onlinemedien)

und auch die Journalisten sind selbst einem Wettbewerb ausgesetzt, der sich in den letzten Jahren stark intensiviert hat. Journalisten und Medien können sich durch das Aufdecken eines Skandals in diesem Wettbewerb profilieren. Emotional negativ besetzte Themen werden zudem stärker und öfter medial aufgewirbelt als positiv besetzte Themen. Einzelfälle oder Fallbeispiele sind leichter und verständlicher darstellbar als komplizierte Sachverhalte. Im Versicherungsbereich gibt es aufgrund der hohen Anzahl der in Deutschland versicherten Personen ein großes Arsenal von Erlebnissen, in denen sich Versicherte ungerecht behandelt fühlen.

Schließlich tendieren Menschen dazu, sich gegen den tatsächlich oder vermeintlich Stärkeren zu solidarisieren.² Die Medienlogik verlangt also „reißerische“ Statements, konkrete und negative Erlebnisberichte.³ So titelte „Der Spiegel“ am 18.07.2015 „Versichert und Verraten – was Allianz, R+V und Co alles tun, um nichts leisten zu müssen“. Angesichts solcher Schlagzeilen könnte der Eindruck entstehen, die mediale Berichterstattung sei tendenziell eher damit beschäftigt, Skandale heraufzubeschwören, anstatt einen möglichst objektiven sowie konstruktiven Diskurs zu fördern.

Letzteres könnte man jedoch zumindest von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erwarten, welche weitgehend über Gebühren finanziert werden und somit rein wirtschaftlich nicht demselben Quotendruck wie z.B. private Fernsehsender unterliegen (sollten). Diese wirtschaftliche Unabhängigkeit soll es den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ermöglichen, einen qualitativ hochwertigen und unabhängigen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung zu leisten. Insofern sollte die Berichterstattung der Öffentlich-Rechtlichen zu Versicherungsthe-

Prof. Dr. Thomas Köhne

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

Emil Neumaier

Bachelor-Absolvent, Hochschule für Wirtschaft und Recht, Berlin

men vielfältig und ausgewogen erfolgen.⁴ Ob und inwiefern dies wirklich zutrifft, ist Gegenstand einer empirischen Untersuchung gewesen, deren wesentliche Inhalte wir im Folgenden aufgreifen.

Auswahl und Repräsentativität der untersuchten Medien

Die Untersuchung des Umgangs der Öffentlich-Rechtlichen mit Versicherungsthemen bedeutet zum einen, dass man innerhalb der deutschen Medienlandschaft relevante Medien betrachtet: Denn laut Ergebnissen des Medienkonvergenzmonitors der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten für das 2. Halbjahr 2015 hat das Fernsehen mit 36,6% nach wie vor das größte Meinungsbildungsgewicht und der diesbezügliche Marktanteil von ARD und ZDF liegt zusammengenommen bei 47,9%.⁵ Zum anderen bedeutet die Beschränkung auf öffentlich-rechtliche Fernsehsender aber auch, dass die Arbeit keinen Anspruch auf repräsentative Aussagen bezüglich der gesamten deutschen Medienlandschaft erhebt.

Für die Materialfindung wurden die Mediatheken der ARD sowie deren Regionalprogramme und die des ZDF und von 3sat mit dem Suchbegriff Versicherung nach relevanten Beiträgen durchsucht. Als relevant wurden dabei alle Beiträge eingestuft, welche sich direkt mit Individualversicherungsthemen befassen. Ausgenommen blieben Beiträge, welche sich nicht auf den deutschen Versicherungsmarkt beziehen. Insgesamt wurden so 71 Beiträge untersucht, die im Zeitraum zwischen dem 16.05.2014 und dem 22.06.2016 ausgestrahlt wurden.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass die Verweildauer von Fernsehbeiträgen in den Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender aufgrund der gesetzlichen Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages begrenzt sind (gemäß dem Dreistufen-Test-Verfahren in § 11d Abs. II, S. 4 RStV). Die Anzahl der verfügbaren Beiträge wird mit älterem Datum daher immer geringer. Abgesehen von den genannten Einschränkungen ist die Untersuchung in Bezug auf die ausgewählten Medien vollständig. Somit musste bei den Beiträgen der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender keine aufwändige, letztlich immer auch subjektive Vorauswahl betrieben werden, welche die Gefahr einer Ergebnismanipulation mit sich gebracht hätte.

Vorgehen bei der Untersuchung

Die Auswertung der Medienberichterstattung erfolgte unter zwei zentralen Aspekten, nämlich erstens hinsichtlich der Grundausrichtung der Aussage und zweitens hinsichtlich der Ausgewogenheit.

Bezüglich der Grundausrichtung erfolgte eine Bewertung der Grundaussage jedes einzelnen Beitrags. Hierbei wurde zwischen einer aus Sicht der Versicherungswirtschaft bzw. des betroffenen Versicherungsunternehmens positiven, negativen und neutralen Grundaussage unterschieden. Zur Bestimmung der Grundaussage wurden der Kontext und das Resümee des Beitrages als Kriterium herangezogen. Die Einordnung des Beitrages resultierte somit konkret aus der Beantwortung folgender Fragen:

1. Wird in Bezug auf die Versicherungswirtschaft bzw. den Versicherer in einem negativen, neutralen oder positiven Kontext berichtet?
2. Wird im Laufe des Beitrags in Bezug auf die Versicherungswirtschaft bzw. den Versicherer ein negatives, neutrales oder positives Resümee gezogen?

Ausschlaggebend für die Bewertung des Kontextes ist gewesen, welche Art der Assoziationen oder Emotionen über das Thema Versicherungen oder die Versicherungswirtschaft der jeweilige Kontext beim Rezipienten auslöst. Wenn ein Beitrag beispielsweise im Kontext der Versicherungsbetrugsproblematik über organisierte Banden berichtet, die Auffahrunfälle planen und die Kfz-Versicherer viel Geld kosten, so wäre die Thematik selbst aus Sicht der Versicherungswirtschaft negativ besetzt, schließlich verursachen fingierte Schäden hohe Kosten. Beim Rezipienten löst dieser Kontext aber eher Verständnis dafür aus, dass Versicherer bei der Schadenregulierung prüfen, ob die Ansprüche gerechtfertigt sind. Dass über diesen Kontext berichtet wird, ist aus Sicht der Versicherungswirtschaft daher positiv.

Durch das Resümee des Beitrags kann die Grundaussage anders ausfallen, als das der Kontext ursprünglich vermuten ließ. Um bei dem Beispiel des Versicherungsbetrugs zu bleiben, könnte im Laufe des Beitrags konstatiert werden, dass die Versicherungswirtschaft das Thema als Vorwand für Prämienerhöhungen missbrauchen würde. Dann würde der Beitrag trotz positiven Kontextes als negative Aussage eingestuft.

Der zweite Untersuchungsaspekt, nämlich nach der Ausgewogenheit der Berichterstattung, basierte darauf, ob die jeweilige Auseinandersetzung der Beiträge in Bezug auf die Thematik und die involvierten Parteien ausgewogen oder unausgewogen ist. Die Bestimmung der Ausgewogenheit erfolgte anhand der Beantwortung der folgenden Fragen:

1. Wird in Bezug auf die thematisierte Problematik die Sichtweise aller Parteien berücksichtigt?
2. Erfolgt die Auseinandersetzung mit der Sichtweise bzw. den Argumenten der betroffenen Parteien in einem angemessenen Verhältnis?
3. Wird auffällig stark mit Verallgemeinerungen und Pauschalisierungen gearbeitet?
4. Wird der dem Beitrag zugrundeliegende Sachverhalt umfassend und für den Rezipienten nachvollziehbar dargestellt?

Die Auswertung der Berichterstattung erfolgte zum einen über die Gesamtheit aller Fernsehbeiträge. Zum anderen wurde nach thematisierten Sparten bzw. Versicherungsprodukten sowie hinsichtlich Beitragstypen, die in „Berichten“ und „Ratgebern“ eingeteilt wurden, differenziert.

Unter methodischen Gesichtspunkten ist darauf hinzuweisen, dass in der – hier nur komprimiert vorgestellten – Untersuchung zur Veranschaulichung der Vorgehensweise zu jeder aufgetretenen Kombination aus Ausgestaltung der Grundaussage und Ausgewogenheit eine Zuordnung eines Beitrags erörtert worden ist. Im Folgenden werden einige wichtige und interessante Ergebnisse der Untersuchung dargestellt.

Ergebnisse der Untersuchung

Insgesamt weist mit 50,7% die knappe absolute Mehrheit aller untersuchten Fernsehbeiträge eine negative Grundaussage auf (Abb. 1). Mit 69,4% weist eine deutliche Mehrheit dieser Beiträge aber eine ausgewogene Berichterstattung auf. Das bedeutet jedoch gleichzeitig, dass immerhin rund 30,6% der Beiträge mit negativer Grundaussage unausgewogen sind.

Die Beiträge mit neutraler Grundaussage machen 31% der Grundgesamtheit aus, diejenigen mit positiver Grundaussage nur 18,3%. Auffällig ist dabei, dass alle Beiträge mit neutraler und mit positiver Grundaussage als ausgewogen anzusehen waren. Ins-

gesamt wurde ein Großteil der Beiträge als ausgewogen eingeschätzt (84,5%), 15,5% waren demnach unausgewogen, mithin fast jeder Fünfte.

Dass die Beiträge mit negativer Grundaussage mit 50,7% die absolute Mehrheit erreichen, erscheint nicht verwunderlich. Die Berichterstattung der Medien rückt wie erwähnt mehr oder weniger naturgemäß außergewöhnliche oder emotionale Themen in den Fokus. So würde es eher verwundern, wenn in den Medien über den Fall einer Person berichtet würde, welche nach einem Autounfall keinerlei Probleme mit ihrer Versicherung und auch nicht mit der des Unfallgegners hatte. Ein solcher Fall dürfte zwar für die große Mehrheit der jährlich regulierten Schäden im Kfz-Bereich einen repräsentativen Charakter haben. Aber Berichte über den alltäglichen Normalzustand wecken beim Rezipienten naturgemäß wenig Interesse.

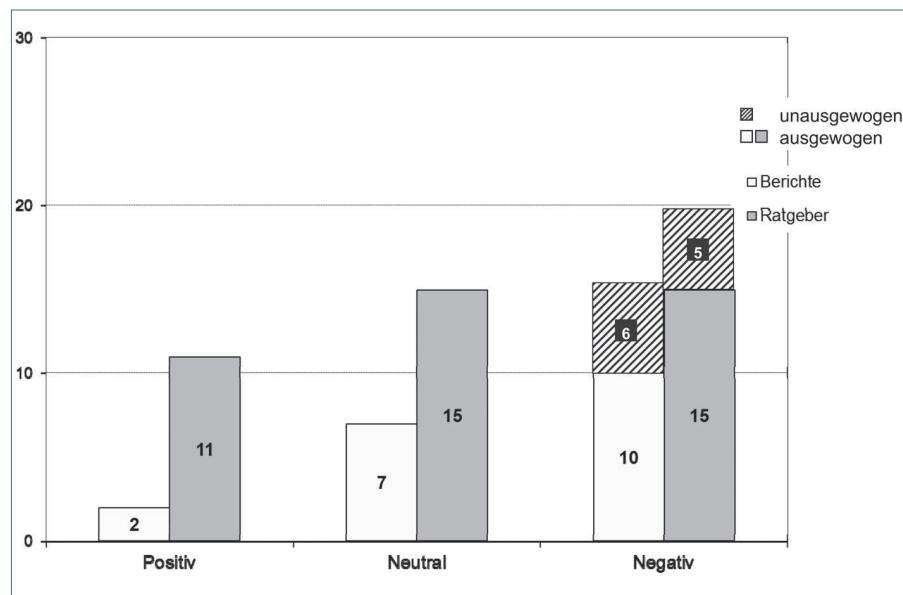
Unterschiede zwischen Berichten und Ratgebern

Bei der Analyse der Fernsehbeiträge wird in Bezug auf die Beitragstypen zwischen „Berichten“ und „Ratgebern“ unterschieden. Unter den Typ „Berichte“ wurden Beiträge eingeordnet, die einen Sachverhalt darstellen, ohne sich mit konkreten Tipps an den Rezipienten zu wenden. Dazu wurden Berichterstattungen, reine Meldungen und Fernsehreportagen gezählt. Als „Ratgeber“ wurden demgegenüber Beiträge eingestuft, die konkrete, an den Rezipienten gerichtete Tipps oder Handlungsempfehlungen zum Thema Versicherungen beinhalteten. Auch Mischformen aus Berichten und Ratgebern wurden als Ratgeber eingestuft, weil der Gegenstand der Berichterstattung primär als Aufhänger, Einleitung oder Veranschaulichung für den anschließenden Beratungsteil diente.

Knapp zwei Drittel der Fernsehbeiträge zum Thema Versicherung sind Ratgeber gewesen, die übrigen 35 % Berichterstattungen.

Der Anteil der Beiträge mit negativer Grundaussage bei den Berichten fällt mit 64% höher aus als bei der Grundgesamtheit. Von diesen 64% ist mit 60% die Mehrheit gleichzeitig unausgewogen. 28% der Berichte sind in Hinblick auf ihre Grundaussage neutral. Hierbei handelt es sich, wie bereits weiter oben erwähnt, ausschließlich um ausgewogene Beiträge. Eine positive Grundaussage wiesen hingegen lediglich

Abbildung 1: Untersuchungsergebnis über alle Fernsehbeiträge nach Grundaussage und Ausgewogenheit



8% auf (gegenüber 18,3% Anteil an der Grundgesamtheit).

Bei den Ratgebern kommen im Vergleich negative, neutrale und positive Beiträge in einem gleichmäßigeren Verhältnis vor. Die Grundaussage der Ratgeber ist bei 43,5% negativ. Zwei Drittel davon sind gleichzeitig ausgewogen. Die Grundaussage von 32,6% der Ratgeber wurde als neutral eingeschätzt. Immerhin 23,9% haben sogar eine positive Grundaussage (Abb. 2).

Insbesondere im Fall von Berichten scheint das Interesse des Rezipienten an ei-

nem Bericht maßgeblich von der „Story“ abzuhängen. Und dabei sind problematische und außergewöhnliche Vorkommnisse offenbar interessanter als positive. Entsprechend sind hierunter beispielsweise Beiträge vorzufinden gewesen, welche über Probleme im Bereich der Schadenregulierung von Personengroßschäden berichten.

Die Ratgeber sprechen den Verbraucher hingegen tendenziell weniger mit einer außerordentlichen oder emotionalen Geschichte an, sondern bedienen eher dessen Interesse an potenziell nützlichen Informationen. Von daher ist es naheliegend, dass

Abbildung 2: Grundaussagen und Ausgewogenheit bei Berichten und Ratgebern

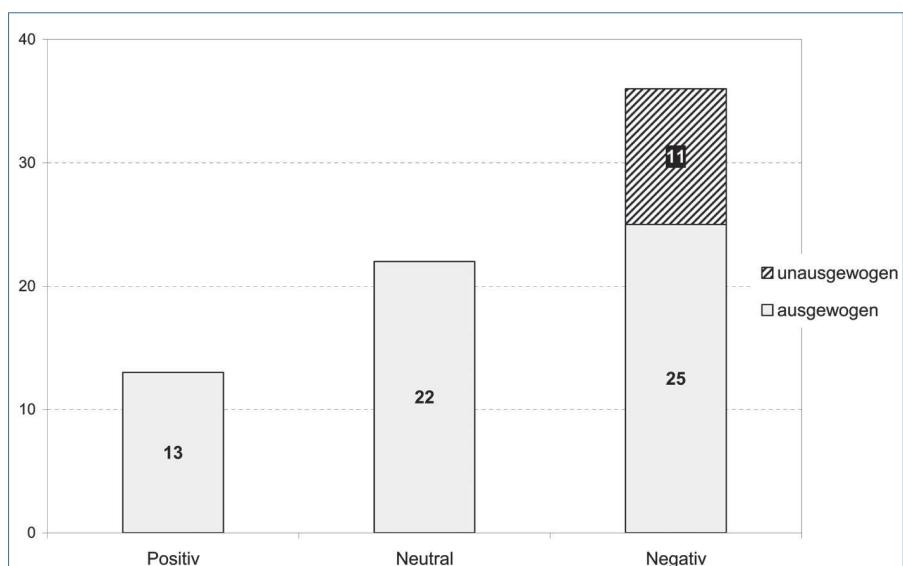
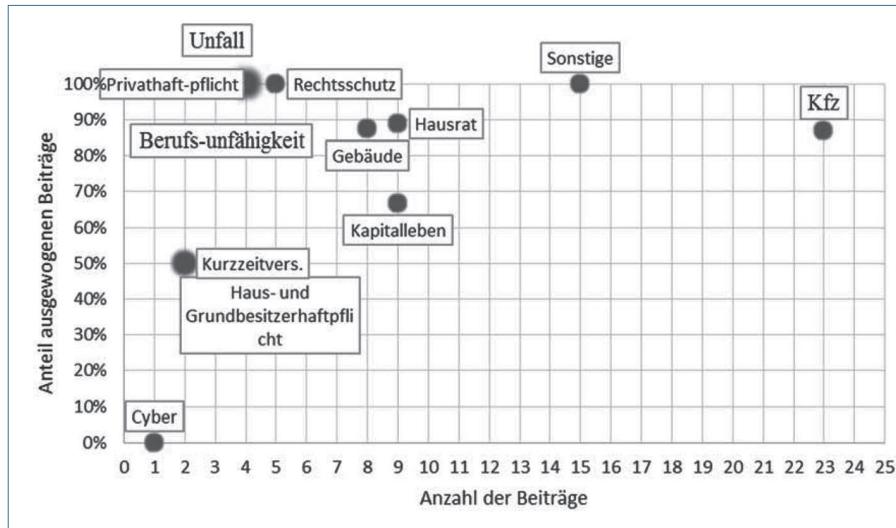


Abbildung 3: Häufigkeit und Ausgewogenheit der Beiträge nach Versicherungsprodukten

sie vergleichsweise öfter eine positive Grundaussage aufweisen und ausgewogener sind.

Spartenbezogene TV-Berichterstattung

Abb. 3 zeigt zusammengefasst, welche Versicherungssparten bzw. Produkte am häufigsten in den untersuchten Beiträgen thematisiert wurden und wie viel Prozent der Berichte in Bezug auf die jeweilige Sparte als ausgewogen eingeschätzt wurden.

Exemplarisch sollen die Kfz-Versicherungssparte, die Kapitallebensversicherung sowie die private Haftpflichtversicherung aufgegriffen werden.

Die Kfz-Versicherung wurde mit 23 Beiträgen am häufigsten thematisiert. Das könnte mit der weiten Verbreitung der Kraftfahrversicherungen zusammenhängen. Zudem wechseln viele Versicherungsnehmer ihren Kfz-Versicherer relativ regelmäßig. Alle Jahre wieder ist die Kfz-Versicherung daher für viele Menschen ein aktuelles Thema und somit potenziell für viele Zuschauer interessant. In Bezug auf die Art der Berichterstattung ist auffällig, dass die Mehrzahl der Beiträge im Kfz-Versicherungsbereich einen negativen Kontext aufweist. Neben Spartipps und Berichten über die neuen Telematiktarife rücken die untersuchten Beiträge Problemfälle in der Schadenregulierung oder das Thema der Alterszuschläge in den Vordergrund.

Im Bereich der Kapitallebensversicherung gab es immerhin 9 und vergleichsweise viele unausgewogene Berichte. Dies ist nicht verwunderlich, liegt hier doch der Fo-

kus auf den Auswirkungen der Niedrigzinsphase und damit auf den negativen Auswirkungen auf die Versicherungswirtschaft und die Sparer. Oft wird hier die negative Einschätzung der Rentabilität von Kapitallebensversicherungsverträgen betont, welche während der aktuellen Niedrigzinsphase abgeschlossen wurden oder keine Garantieverzinsung aufweisen. Bei Berichten, die suggerieren, man sollte bestehende Lebensversicherungen kündigen (wie bspw. im Beitrag des ZDF vom 25.01.2016) wird jedoch nicht darauf eingegangen, dass beispielsweise gerade viele der älteren Verträge mit hoher Garantieverzinsung recht rentabel sind.

Bei der privaten Haftpflichtversicherung mit 4 Beiträgen ist die Grundaussage hingegen in keinem Fall negativ gewesen. An dem Kontext der Berichterstattung ist zu erkennen, dass dem Rezipienten die Wichtigkeit dieser Versicherung vermittelt werden soll. Sie wird als preis-leistungstechnisch faires und generell notwendiges Versicherungsprodukt dargestellt. Hier ist überdies eine ausgewogene Tendenz auszumachen.

Unterschiede zwischen der ARD und dem ZDF

Auf der einen Seite wurden die Sender der ARD und der Dritten Programme, auf der anderen Seite diejenigen des ZDF und 3Sat berücksichtigt. Bei der ARD waren von 51 Beiträgen 5 unausgewogen, davon ein Ratgeber und 4 Berichterstattungen. Beim ZDF waren von 20 Beiträgen 6 unausgewogen, davon 2 Berichte und vier Ratgeber. Während in der ARD fast 10% der Beiträge unausgewogen waren und davon

nur ein Ratgeber, waren es beim ZDF sogar 30% und 4 Ratgeber. Für einen öffentlich-rechtlichen Fernsehsender erscheint dieser Anteil ziemlich hoch.

Fazit: Unausgewogene Fernsehberichterstattung auch bei Öffentlich-Rechtlichen

Bei der TV-Berichterstattung der Öffentlich-Rechtlichen zu Versicherungsthemen überwiegen negative Grundaussagen. Ab und an werden aber auch neutrale und positive Aspekte thematisiert. Im Sinne der Aufgabe der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, zu einem vielfältigen Diskurs beizutragen und Sachverhalte aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten, wäre eine verstärkte Auseinandersetzung mit neutralen Aspekten, also Information über Fakten und Einsatzbereiche (z.B. Faktencheck zu der allgemeinen Zufriedenheit von Versicherungsnehmern), sowie sogar mit positiven Aspekten (z.B. Bedeutung für die Volkswirtschaft, positive Erlebnisse mit der Schadenregulierung etc.) durchaus sachdienlich und möglich gewesen.

Allerdings unterscheiden sich diese Grundaussagen durchaus in Bezug auf die thematisierten Versicherungssparten: Insbesondere im Bereich der erweiterten Elementarschadenversicherung und der privaten Haftpflichtversicherung fällt die Berichterstattung überdurchschnittlich positiv aus. Gleiches gilt für den Berichtstyp: Ratgeber weisen im Unterschied zu Berichten wesentlich häufiger eine positive und seltener eine negative Grundaussage auf.

Zur Ausgewogenheit der Beiträge lässt sich festhalten, dass die deutliche Mehrheit der Beiträge ausgewogen gewesen ist. Das ist positiv zu würdigen. Dennoch sind immerhin 15,5% aller untersuchten Beiträge unausgewogen gewesen, und das stets in Verbindung mit einer negativen Grundaussage. Beachtenswert dabei ist, dass es sich dabei nicht mehr um einzelne „Ausrutscher“ handelt, sondern insgesamt fast jeden fünften Beitrag – beim ZDF waren es sogar 30% der Beiträge. Auch diese Beiträge beeinflussen die Meinungsbildung in der Bevölkerung und bestärken in der öffentlichen Wahrnehmung bestehende Vorurteile und Denkmuster. Dadurch erschweren sie einen vielfältigen und differenzierten Diskurs, tragen unnötigerweise zum negativen Branchenimage bei und verunsichern Verbraucher.

¹ Vgl. Görgen, F.: *Versicherungsmarketing*, Stuttgart, 2. Aufl., 2007, S. 22.

² Vgl. Stefanidis, A.: „Das Selbstverständnis der Journalisten hat sich geändert“, Interview mit Prof. Dr. Hans Mathias Kepplinger, in: GDV (Hrsg.), *Positionen zu Politik, Wirtschaft und Gesellschaft*, Nr. 87, Berlin, 2013, S. 12-15.

³ Vgl. hierzu auch Köhne, T.: *Versicherungsmarketing, Marketing*

und Vertrieb im Versicherungsunternehmen in Theorie und Praxis, Karlsruhe, 2016, S. 6f.

⁴ Vgl. Norddeutscher Rundfunk (Hrsg.): Aufgabe und Funktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks/der ARD, abgerufen am 20.07.2016, http://daserste.ndr.de/ard_check/fragen/Aufgabe-und-Funktion-des-oeffentlich-rechtlichen-Rundfunks-der-ARD,antworten104.html.

ARD,antworten104.html.

⁵ Die empirische Untersuchung ist Gegenstand der Bachelor-Thesis von Emil Neumaier an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin gewesen.

⁶ Vgl. Die Medienanstalten ALM GbR (Hrsg.): *Medienkonvergenzmonitor der DLM, MedienVielfaltsMonitor, Ergebnisse 2. Halbjahr 2015*, S. 6 und 17.

Sebastian Hoos

Die (Rück-)Versicherung von Flüchtlingsunterkünften unter dem Blickwinkel der Terrorismusregelungen in der deutschen Sachversicherung

Das Thema „Flüchtlinge“ beherrscht seit Monaten die Medienlandschaft in Europa. Hintergründe sind die Auswirkungen und Herausforderungen für Staat und Gesellschaft im Zusammenhang mit der Ein- oder Durchreise Hunderttausender Flüchtlinge und Migranten in oder durch viele Staaten Europas. 2015 beantragten 1,3 Mio. Flüchtlinge und Migranten Asyl in Europa¹, davon knapp 0,5 Mio. in Deutschland.

Anfang März 2016 wurde die Balkanroute durch gemeinsame Beschlüsse einer Konferenz in Wien sowie einer Konferenz aller EU-Premierminister in Brüssel geschlossen. Die Länder Mazedonien, Serbien, Kroatien, Ungarn und Slowenien lassen fortan nur noch Flüchtlinge mit gültigem Reisepass und den nötigen Visa ins Land. Seitdem stauen sich die Flüchtlinge an der griechisch-mazedonischen Grenze. Am 18. März 2016 wurde zwischen der EU und der Türkei ein Flüchtlingsabkommen geschlossen, das am 20. März in Kraft getreten ist und nach der Schließung der Balkanroute einen Rückgang der Flüchtlingszahlen in Deutschland herbeigeführt hat. Vom Jahresbeginn bis Ende März 2016 reisten noch 109.000 Flüchtlinge in die Bundesrepublik ein.²

Erhöhte Schadenrisiken bei Flüchtlingsunterkünften³

Die Unterbringung der nach Deutschland kommenden Menschen stellen Politik und Verwaltung vielerorts vor große Herausforderungen. Bedingt durch die steigenden Flüchtlingszahlen sind kaum freie

Flächen in den originär hierfür vorgesehnen staatlichen Gemeinschaftsunterkünften vorhanden, so dass die Landkreise zur Unterbringung verpflichtet werden. Als Sammelunterkünfte dienen ehemalige Hotels, Pensionen, Gaststätten und zum Teil leer stehende Wohnhäuser. Daneben werden Schulen, Verwaltungsgebäude, Kasernen, Baumärkte, Fabrikhallen, Flugzeughangars, andere leer stehende Gebäude oder Turnhallen zu Flüchtlingsheimen umfunktioniert. Bei Bewertung der (erhöhten) Schadenrisiken ist zwischen internen und externen Gefahren zu differenzieren.

Entscheidend für die (interne) Gefahrenlage sind der bauliche Zustand, die vorherige Nutzung, die Qualität der Elektroinstallation und Wasserleitungen sowie der Brandschutz. Dabei gilt es zu unterscheiden, ob Flüchtlingsunterkünfte in Wohngebäuden oder in Gebäuden, die dafür nicht ausgelegt sind, eingerichtet wurden. So sind beispielsweise Schulen, Büros, Turn-, Trag-

luft- oder Lagerhallen nicht für dauerhaftes Wohnen ausgelegt. Das alltägliche Leben mit Kochen, Duschen, Licht, Rauchen, Heizen, etc. führt zu höheren Brandgefahren und somit auch zu den berechtigten Auflagen der Bauaufsicht für Brandschutz oder Fluchtwege.

Werden Gebäude kurzfristig von wechselnden Mietern bewohnt (z.B. Touristen, Montagearbeiter, Studenten oder eben Flüchtlingen) zeigen die Statistiken einen deutlich höheren Schadenaufwand. So ist zum Beispiel die Häufigkeit von Feuerschäden für Hotels und Pensionen fast fünfmal so hoch wie bei Wohngebäuden. Daneben standen Flüchtlingsunterkünfte oftmals vorher leer, so dass die Bausubstanz meist vernachlässigt wurde. Hieraus abgeleitet ergeben sich erhöhte interne Schadenrisiken durch

- Brandschäden aufgrund vielfältiger Ursachen, wie z.B. Überbeanspruchung durch Überbelegung, menschliches Fehlverhal-

Abbildung 1: Angriffe auf Flüchtlingsunterkünfte⁷ (Entwicklung von 2011 bis Q1/2016)

