



broj 37 • godina III • april 2011. cena 250 dinara **TREĆI** www.profitmagazin.com ISSN 1820-7723

PROFIT

M A G Z I N

Intervju
Njegova Ekselencija
Abdelkader Mešdoua
Ambasador Alžira u Srbiji

Intervju
Zvonimir Stević
Državni sekretar u Ministarstvu za KiM

Intervju
Vlada Jovanović
Trener KK Partizan

Branko Krstonošić
Predsednik UO Wiener Städtische osiguranja

Odaberite svoju budućnost
Choose Your Future

3.30 EUR / 7.50 KM / 195 DEN

ISSN 1820-7723



9 771820 772002

AVIS
Logistički partner časopisa

BILINGUAL EDITION



PROFIT | Intervju

Branko Krstonošić, predsednik UO Wiener Städtische osiguranja

Odaberite svoju budućnost

Marija Pavlović



Wiener Städtische osiguranje je deo Vienna Insurance Group, vodeće austrijske osiguravajuće kompanije u centralnoj i istočnoj Evropi, sa tradicijom poslovanja dužom od 185 godina.

Kombinacijom ekonomske snage, stručnosti i znanja na tržište su doneli potvrđen kvalitet i sigurnost, što im je obezbedilo lidersku poziciju u životnom osiguranju, dok se sa ukupnim portfeljom proizvoda nalaze među vodećim osiguravajućim kompanijama na domaćem tržištu.

Misija kompanije je od početka bila stvaranje i razvijanje kulture osiguranja i pružanje usluge, čiji kvalitet odgovara savremenim svetskim standardima poslovanja. Stoga, konstantno razvijaju produkte, koji su u skladu sa konceptom evropskog modernog osiguranja, koje prilagođavaju potrebama i uslovima domaćeg tržišta.

Wiener Städtische osiguranje je u protekloj godini ostvarilo bruto fakturisanu premiju u iznosu od 4,89 milijardi dinara, što predstavlja uvećanje od 8,91%.

Ukupna bilansna suma je na kraju 2010. godine iznosila 11,5 milijardi dinara i veća je za 25% nego što je bila u 2009. godini. Osiguranicima životnog osiguranja pripisana je iznosa od 1,1 milijardi dinara.

Strana / Page: 1

Rejting / Reach: 3381

Država / Country: SERBIA

Površina članka / Size: 2767 cm2

3 / 7



O sjajnim rezultatima, ispunjenim poslovnim planovima i novim idejama na tržištu osiguranja u Srbiji, za PROFIT magazin govori gospodin Branko Krstonošić, predsednik UO Wiener Städtische osiguranja.

Kompanija je osnovana kao „greenfield“ investicija Vienna Insurance Group Wiener Städtische Versicherung AG.

Gospodine Krstonošiću, gde ste rođeni? Gde ste se školovali?

Rođen sam 1950. godine u Slavonskoj Požegi. Tamo se majka zadesila kad je trebalo da se rodim. Škole sam završio u Beogradu, osnovnu školu, IV Beogradsku gimnaziju i Ekonomski fakultet.

Sve to do 1973. godine. Posle toga sam tražio dozvolu da odem na more, pa da se zaposlim. Po povratku sa mora ubrzo sam se zaposlio. Gde god sam poslao prijave na konkurs, zvali su me da radim za njih. Onda sam odabrao Dunav.

Odabrali ste Dunav jer su Vam rekli da dođete odmah da radite za njih?

To je bio glavni razlog. Onda sam ostao u osiguranju za stalno. Zaposlio sam se u Dunavu 6 meseci nakon što je on napravljen integracijom Beograda i Jugoslavije. Kad sam počeo da radim svi su me pitali odakle sam, a ja sam govorio sa Topčidera, sa Savskog venca. Svi su me gledali popreko i mislili da sam neozbiljan, jer je jedini očekivani odgovor bio iz Jugoslavije ili iz Beograda. Oni su se upoznavali i u tom kontekstu je bilo bitno odakle si, zapravo, iz koje firme.

U Dunavu ste ostali desetak godina? Gde ste radili posle?

Tačnije 14. Posle sam radio u Evropa Internacional, a posle toga u Wiener Städtische osiguranju.

Kako ste došli u Wiener Städtische osiguranje? Kako ste se, zapravo, odlučili da radite za njih?

Pozvali su me da dođem u Wiener Städtische osiguranje i ja sam to prihvatio, još u vreme osnivanja, tako da sam od samog početka ovde, od 4. februara 2003. godine, kada je počelo da radi nas osmoro.

Vi ste od prvog dana predsednik Upravnog odbora ili ste bili na nekoj drugoj poziciji?

Od prvog dana sam na to poziciji.

Po čemu se Vaša osiguravajuća kuća razlikuje u odnosu na konkurenciju na srpskom tržištu?

Kompanija je osnovana kao prva greenfield operacija jednog stranog investitora. Osnivač, Vienna Insurance Group, je osiguravač sa velikim poslovnim ugledom na prostoru centralne i istočne Evrope. Po osnovu tog iskustva izvršena je procena perspektivnosti poslovanja na ovom tržištu. Onda je, normalno, bilo očekivano da majka kompanija prenese svoje osobine na ćerku, tako da smo mi

od ključnih usmerenja grupacije kojoj pripadamo briga o deci i omladini. Drugi produkt je naslonjen na ekologiju. Napravili smo jedan poseban produkt, posebno privilegovano osiguranje automobila, koji imaju osobinu da ispod proseka zagađuju životnu sredinu.

Na koji način procenjujete tržište?

Uglavnom se rade standardna ispitivanja, a postoji globalni pokazatelj – ankete.

Kompanija je osnovana kao „greenfield“ investicija Vienna Insurance Group Wiener Städtische Versicherung AG.

u samom startu imali orijentaciju razvoja još uvek, nažalost, nerazvijenog životnog osiguranja i orijentaciju na mala i srednja preduzeća.

Po tome se razlikujete od ostalih osiguravajućih kuća?

To je bila specifičnost na početku. Sada ima dosta sličnosti među konkurentima, jer se poslovni milje promenio. Dakle, sa privatizacijom su prestali da egzistiraju nekada veliki poslovni sistemi, tako da je sve u tom kontekstu usitnjeno i sada su predominantna mala i srednja preduzeća, što je dobro. To je jedan od indikatora razvijenosti tržišta i razlog što se poslovanje orijentiše na mala i srednja preduzeća.

Koje nove pakete osiguranja nudite svojim klijentima ovog proleća?

Ne samo ovog proleća. Svake poslovne godine mi planiramo implementaciju novih produkata. Naravno, to se radi pažljivo, kako se ne bi narušilo ono što već postoji, tako da se dosta često radi o varijacijama aktuelnih produkata, a novi produkti se implementiraju sa mnogo pažnje, imajući u vidu osetljivost tržišta.

Ne treba zaboraviti da je osiguranje funkcionalno u zavisnosti od toga šta se dešava u okruženju, kakva su kretanja, pa se u tom kontekstu meri sa čim treba izaći na tržište. Ukoliko tražnja nije dovoljno „elastična“, ma kako imali sjajne produkte, nekad je bolje sačekati sa izbacivanjem novih produkata. Ipak, i u takvim okolnostima, mi smo implementirali dva produkta, koji u osnovi imaju zajedničko to da se mogu smatrati produktima koji nas identifikuju kao društveno-odgovorne aktere na ovom tržištu, jer jedan produkt specifično podržava natalitet i brigu o deci. Napominjem da je, u kontekstu tih aktivnosti, jedno

Šta trenutno kažu ankete? Kakvo je srpsko tržište?

Srpsko tržište je nerazvijeno i to predstavlja najveći problem.

Osiguranje nema veći problem od prevaziženja svoje nerazvijenosti.

Šta je tačno nerazvijeno? Koji segment?

Ako tržište osiguranja shvatite kao jednu strukturu, onda nema nijednog segmenta te strukture koji je razvijen.

Od čega treba početi?

Treba početi od baze, od sagledavanja karakteristika potencijala. U osiguranju, potencijal su stanovnici, kada je u pitanju deo ličnog osiguranja. Takođe, potencijal je i privreda. To se proceni, vidi se kakvo je stanje i od toga se polazi.

Mi potencijal u Srbiji imamo?

Potencijal u Srbiji postoji, što pokazuje veliki broj osiguravača, čiji su osnivači sa razvijenih tržišta. Niko nema dilemu postojanja potencijala. Kako taj potencijal iskoristiti, najveći je problem. Naš potencijal ima karakteristiku da nema dovoljno saznanja o potrebi postojanja osiguranja. To se uvek smatra iznuđenim troškom, koji se želi eliminisati.

Da li je i u svetu tako, ili je samo kod nas osiguranje najmanje bitna stavka u kućnom budžetu?

To je karakteristika nerazvijenosti tržišta. Tamo gde je nerazvijeno, imate ovo o čemu ja sada pričam. Nepostojanje svesti da je osiguranje svakovremena stvar.

Strana / Page: 1

Rejting / Reach: 3381

Država / Country: SERBIA

Površina članka / Size: 2767 cm2

5 / 7

Životno osiguranje se zaključuje na dugačak period. Kada se vi opredelite za jedan takav aranžman, onda to ne radite zbog kratkoročnih efekata, nego gledate dugoročno kakav će taj efekat biti po isteku aranžmana. Definitivno, nerazvijenost tržišta je najveći problem i ono se ne može prevazići parcijalnim aktivnostima.

Kako funkcioniše tržište? Šta država kaže? Da li zakoni pružaju osnov za dobro funkcionisanje sistema?

Od donošenja novog zakona 2004. godine sistem funkcioniše. To je sada mnogo uređenija oblast nego ranije. Ranije je, uz prisutnu nerazvijenost, postojala i karakteristika neuređenosti i haotičnosti. Sada je to dosta solidno uređeno tržište, sa aspekta zakonskih okvira. Ono što dalje nedostaje je proaktivna uloga države na pospešenju razvoja osiguranja. Država treba, shodno svojim karakteristikama, da pospeši razvoj. Standardne forme, koje su imale praktičnu potvrdu na razvijenim tržištima, pokazuju kako država tu reaguje, a najčešće su to i najbolji instrumenti - poreske olakšice za osiguranike. To su vrlo jednostavne forme aktivnosti države. Na primer, država daje poresku olakšicu na premiju za koju se klijent opredelio. Na osnovu toga, osiguravači ubrzano razvijaju osiguranje, prikupljaju premiju. Država, zatim, emituje hartije od vrednosti koje osiguravači kupuju, ostvarujući siguran plasman i dobar prinos klijentu. Na osnovu toga se, sigurno, po isteku ugovornog perioda isplaćuje ugovorena osigurana suma. Država dobija kvalitetan izvor dugoročnih sredstava koje koristi za realizaciju infrastrukturnih projekata.

Zašto je problem da se to realizuje, kada sve zvuči jednostavno i logično?

Problema, nažalost, ima svugde, a kada je nešto nerazvijeno, to je onda samo po sebi problem. Evo, po ovoj ilustraciji, gde je problem: prvo, država nikad do sada nije emitovala dugoročne hartije od vrednosti u evrima. Uspeli smo da u godinu i po dana razgovora sa državom obezbedimo da 14. februara država emituje 100 miliona evra obveznica na 15 godina. Osiguravači su kupili 50 posto toga.

Drugi korak koji država treba da napravi su poreske olakšice, a ovog momenta još nema takvog poteza, a to se može obrazložiti na više načina. Dakle, ne radi se o decidanom stavu da se to isključuje. Jednostavno, svako ima svoje aktuelne preokupacije, neke stvari su važnije, neke su malo po strani. Lično mislim da se država malo drži po strani, jer kad neko ima budžetski deficit, ne odlučuje se lako da smanjuje porez.



„Osiguranje nema veći problem od prevazilaženja svoje nerazvijenosti.“

– B. Krstonošić

Možete li da prokomentarišete problem razdvajanja neživotnog od životnog osiguranja? O čemu se to tačno radi i kakve bi to efekte imalo na rad Vaše kompanije?

Godine 2004. je stupio na snagu novi zakon i on kaže da, svako ko hoće da se registruje za osiguranje u ovoj državi, posebno registruje kompaniju za osiguranje života, a posebno za neživotno osiguranje, ukoliko ima takve ambicije.

Sada vi na tržištu imate osiguravača sa istim imenom, ali koji ima dve osiguravajuće kompanije, jednu za životno, jednu za neživotno osiguranje. Ovde je pitanje šta uraditi sa onima koji su se, u momentu donošenja tog zakona, našli u poziciji da su kompozitna društva. Onda je zakonodavac rekao da će uvesti jedan tranzicioni period, u ko-

jem će se funkcionisati bez razdvajanja. Razume se, osiguravači koji su se u momentu donošenja zakona, kao i Wiener Städtische osiguranje, zatekli kao kompozitna društva, smatraju, sasvim opravdano, da treba da ostanu u tom obliku, iz prostog razloga što je sve ostalo mnogo nepovoljnije, a država kao zakonodavac mora da se rukovodi principom da ne pogoršava postojeće stanje. U tom smislu imali smo vrlo ozbiljne argumente za nerazdvajanje. Očekujemo da će ti argumenti preovladati u konačnom stavu da se ne vrši razdvajanje.

Kako je u Austriji i na drugim tržištima?

Zatečeno stanje nije menjano, tako je i u Austriji, Hrvatskoj i svim okolnim tržištima. Naknadno razdvajanje kompozitnih društava dovodi u pozi-

ciju da se značajno uvećavaju troškovi, onda to u krajnjem slučaju treba da trpe klijenti, a klijenata je ionako malo. Tržište je nerazvijeno, a još i jedan takav korak vodi u kontra smeru od potrebe za ubrzanim razvojem.

Koliko zaposlenih trenutno ima Wiener Städtische u Srbiji? Koliko ljudi čini Vaš tim na čelu kompanije?

Imamo 1043 zaposlenih na kraju 2010. To su sve zaposleni u periodu od 2003. do 2010. godine. Niko ne može da ospori svojevrstan doprinos u tom kontekstu. Imamo jako dobru strukturu zaposlenih po svim karakteristikama. Na čelu kompanije je, s obzirom da smo zatvoreno akcionarsko društvo, Upravni odbor, sa 5 članova.

Da li su svi njegovi članovi sa našeg područja?

Ovog momenta su svi iz naše zemlje, što je prava retkost i kompliment našoj upravi.

Na koji način ulažete u edukaciju zaposlenih i koliko je ta stavka važna za poslovanje Vaše kuće?

Naše poslovanje je zasnovano na ljudima. Naši zaposleni su naš najdragoceniji resurs. Posvećeni smo pravičnosti, uzajamnom razumevanju, transparentnim i održivim odnosima. Naša ambicija je da stvorimo privlačno poslovno i radno okruženje, kako bismo osigurali naš uspeh. Sistematično ulažemo u stručno usavršavanje zaposlenih i stvaramo uslove za afirmaciju njihove lične kreativnosti i inventivnosti. Ulažemo u treninge i stručna usavršavanja shodno proceni veština, znanja i sposobnosti zaposlenog, a koje su u skladu sa zahtevima posla.

Kako može da se reši pitanje terminologije koja se koristi u osiguranju, koju bi shvatili svi oni koji nisu iz sveta osiguranja, jer mnogi ljudi ne razumeju terminologiju?

Potpuno ste u pravu. Kada se kaže samo osiguranje, ne zna se tačno na šta se misli, pa se pomeša zdravstveno, penziono, tako da u samom startu postoji ozbiljan problem da se ne zna o čemu se, zapravo, radi. Neophodna je stalna edukacija, kako bi se taj problem prevazišao. Nerazumevanje je potencijalno najozbiljniji uzrok budućih nesuglasica i konflikata. S obzirom da to niko ne želi, pitanje edukacije dodatno dobija na značaju. Jedan od načina da se prevaziđe nerazumevanje je formiranje brojne prodajne i posredničke strukture, koja ima osobinu da se lakše adaptira u korišćenju terminologije koja je razumljivija za potencijalne klijente.

Da li je i na koji način svetska ekonomska kriza uticala na srpsko tržište osiguranja?

Čitav svet je jedno „veliko selo“ i nije moguće da nas običu svetska dešavanja, tako da se negativni uticaj svetske ekonomske krize odražava i na osiguranje u Srbiji. Treba imati u vidu da je osiguranje u funkcionalnoj zavisnosti od dešavanja u privredi. Ako standard stanovništva raste, osiguranje se razvija. Ako je privredni rast dinamičan i osiguranje se razvija i obrnuto, i tu nema nikakve dileme. Kriza ima negativan uticaj i to se reflektovalo i na osiguranje. Mada je osiguranje, koje pripada finansijskom sektoru, manje trpelo negativne uticaje krize, nego što je to bilo u realnom sektoru.

Vi uprkos krizi beležite rast. Kakvi su bili planovi, a šta je ostvareno u protekloj godini?

Plan je bio za 2010. neznatno ambiciozniji u odnosu na rezultate, a rezultati su opet dinamični, bolji nego u 2009. godini. Mi smo imali rast od 8,91% u odnosu na prethodnu godinu. Kada se ima u vidu da je tržište ukupno raslo za 5,58%, znači da smo imali veći rast nego tržište. Povećali smo tržišno učešće, i dalje smo četvrti osiguravač po vrednosti bruto fakturisane premije.

Na koji način ulažete sredstva osiguranika tako da obezbeđujete siguran prinos?

Grupacija kojoj pripadamo ima tradicionalan i konzervativan pristup, da se veoma vodi računa

fokus dobija osobinu permanentne brige o klijentu. Osiguravač koji nema u fokusu klijenta i gde klijent nije najvažniji, ne može pretpostavljati da će biti uspešan.

Društvena odgovornost i pomoć lokalnoj zajednici je jedan od prioriteta Wiener Städtische osiguranja i često učestvujete u raznim akcijama. Koje akcije ste preduzeli i šta planirate na tom polju?

Spomenuo sam da imamo i produkte koji imaju tu karakteristiku, da se možemo prepoznati kao društveno odgovorna kompanija. Inače smo skloni da budemo aktivni u tom kontekstu, pre svega, usmeravamo pažnju prema deci, na kulturu i obrazovanje. U specifičnim slučajevima, kada se nažalost dese, aktivno učestvujemo bez bilo kakvih ograničenja. Primer su elementarne nepogode, poput zemljotresa u Kraljevu, gde smo veoma brzo reagovali i obezbedili privremeni smeštaj za 3 porodice. Nadam se da smo u tom smislu prepoznatljiviji.

Jedino sigurno ulaganje je, zapravo, ulaganje u našu decu. Šta nudi Total Insurance?

To je produkt, pre svega, prilagođen potrebi roditelja da svom detetu pruže dugotrajnu, potpunu sigurnost. Do 15. godine života dete je obezbeđeno osnovnim paketom osiguranja koje ima štedni karakter, a po isteku ovog perioda prelazi u mešovito osiguranje života. Akumulirano

„Osiguravač koji nema u fokusu klijenta i gde klijent nije najvažniji, ne može pretpostavljati da će biti uspešan.“ – B. Krstonošić

da ulaganja budu pre svega sigurna, prinos dovoljan i očekivan u odnosu na ono što se interpretira prilikom prodajnog razgovora. Imajući u vidu činjenicu da imamo skoro četrdesetoprocenno učešće životnog osiguranja, što nas dodatno obavezuje, jer se radi o aranžmanima na 10 i više godina, naši plasmani su koncentrisani tako da su skoro sto posto u evrima i plasirani su u obveznice stare devizne štednje, državne dugoročne hartije od vrednosti i bankarske depozite.

Vaša kompanija stavlja poseban akcenat na brigu o klijentima. Na koji način brinete o klijentima?

Klijent jeste na prvom mestu, a u osiguranju je jedan klijent veoma dugo u fokusu, imajući u vidu da su aranžmani dugoročni. Svi efekti se ostvaruju nakon tog dugačkog perioda, pa s toga taj

rana sredstva osiguraniku kasnije mogu olakšati brojne životne izbore. Osim toga, imajući u vidu sve veću zainteresovanost javnosti za zaveštanje matičnih ćelija, zahvaljujući saradnji sa vodećom evropskom bankom matičnih ćelija Cryo Save, obezbedili smo, u okviru paketa, popust na čenu deponovanja matičnih ćelija.

Takođe, zaključivanjem Total Insurance programa ostvaruje se popust od 20% na iznos premije osiguranja u prvoj godini, a postoji mogućnost oslobađanja od plaćanja premije u poslednjoj godini osiguranja.

Kakvi su poslovni planovi Wiener Städtische osiguranja za ovu i narednu godinu?

Uglavnom pravimo trogodišnje projekcije, ali sa fokusom, naravno, na narednu godinu. Ciljevi za

Strana / Page: 1

Rejting / Reach: 3381

Država / Country: SERBIA

Površina članka / Size: 2767 cm²

7 / 7

2011. godinu su ambiciozniji nego što su bili za 2010. Fokus nam je na dodatnom razvoju životnog osiguranja.

Što se tiče neživotnog osiguranja, imamo ambiciju da naročito razvijamo taj segment, fokusirajući se na razvoj imovinskih osiguranja.

Plan stope rasta je približno 14%, što odražava ambicioznost i očekivanje da će ostvarenje te stope opet dovesti do povećanja tržišnog učešća.

Da ste u mogućnosti, šta biste promenili u svojoj dosadašnjoj karijeri?

Ne bih promenio ništa.

Kako provodite slobodno vreme?

Slobodno vreme provodim sa porodicom i volim prirodu, tako da značajan deo godine, od proleća do zime, provodim na Dunavu. Tamo sam aktivan, to me ispunjava. Volim reku, volim pecanje...

Da li ste nekada poželeli da živite u nekom drugom gradu, osim u Beogradu?

Kad sam bio mlađi razmišljao sam o toj alternativu, u neko moje studentsko doba. Poželeo sam da živim u Banja Luci ili Novom Sadu, ali realno, mislim da Beograd za mene nema alternativu, barem ne u vreme dok moram biti radno aktivan.

Posle toga, nisam siguran da mi neće prijati duže odsustvovanje iz Beograda.

