



Važno je da građani prepoznaju osiguranje kao ulaganje u budućnost

» Iznimno je važno osigurati otvorenu i kontinuiranu komunikaciju sa svim dionicima - kako sa zaposlenicima tako i s klijentima te poslovnim partnerima. **Jasminka Horvat Martinović**, predsjednica Uprave Wiener osiguranja VIG



Jasminka Horvat Martinović

Piše: Vladimir Mihajlović

I za Jasminke Horvat Martinović, predsjednice Uprave Wiener osiguranje Vienna Insurance Group d.d., bogata je poslovna karijera. Što su temeljne vrijednosti Wiener osiguranja, na koji su način prilagodili poslovanje današnjoj pandemiji, može li digitalizacija zamijeniti fizički kontakt, što Wiener osiguranje nudi klijentima, samo su neka od pitanja na koja smo dobili odgovore od predsjednice Uprave Wiener osiguranja. „Moje obrazovanje svakako je imalo velik utjecaj na moj karijerni put, s obzirom na to da sam diplomirala primijenjenu matematiku, nakon čega sam se dodatno usavršavala iz područja aktuarske matematike i osiguranja. Također, uspješno sam završila aktuarsku edukaciju u organizaciji Faculty and Institute of Actuaries London,

Matematičkog odjela PMF-a i Hrvatskog aktuarskog društva, nakon čega sam postala licencirani aktuar. Tijekom svoje karijere u osiguranju sudjelovala sam na mnogobrojnim poslovnim konferencijama u zemlji i inozemstvu, kao i na velikom broju stručnih seminara. Završila sam Business performance management na Management Centre Europe u Bruxellesu i Leadership and Business economics na Generali Akademiji. Godine 2003. postala sam članica Uprave Generali životnog osiguranja d.d., a 2008. godine Generali osiguranja d.d. U 2013. godini odlučila sam da je vrijeme za nove poslovne izazove te se pridružila Upravi Wiener osiguranja. Kada je u svibnju 2018. godine Wieneru pripojeno Erste osiguranje VIG, preuzela sam funkciju predsjednice Uprave.

Smatram da mi studij matematike značajno pomaže u širokom spektru poslova koje radim i rješavanju izazova s kojima se svakodnevno susrećem u poslu u smislu izgrađene analitičnosti i logike koje se razvijaju tijekom studija.“

Wiener osiguranje jedno je od vodećih osiguratelja na hrvatskom tržištu već 20 godina. Predstavite Wiener osiguranje u Hrvatskoj.

Društvo je započelo s radom u Hrvatskoj u rujnu 1999. godine kao Wiener Städtische osiguranje d.d. - osiguravajuće društvo registrirano za sve poslove osiguranja, ali se bavilo isključivo životnim osiguranjima. Godine 2001., nakon odluke o proširenju djelatnosti i na područje neživotnih osiguranja, Društvo preuzima Kvarner osiguranje d.d. te postaje Kvarner Wiener



Städtische osiguranje, a u prosincu 2005. godine pripojeno mu je i Aurum Wiener Städtische osiguranje, čime je proširena prodajna mreža i dodatno podignuta razina kvalitete poslovanja. U razdoblju od 2007. do 2013. lansiran je novi krovni brend Vienna Insurance Group te dolazi do partnerskog spajanja društava Kvarner VIG i Helios VIG u još veće i snažnije društvo pod novim nazivom **Wiener osiguranje Vienna Insurance Group d.d.**, čime je Vienna Insurance Group željela dodatno ojačati svoju poziciju u Hrvatskoj koju smatra jednim od svojih ključnih tržišta.

Proširenje poslovanja u banko kanalu prodaje jedan je od strateških ciljeva grupacije u sklopu programa upravljanja - Agenda 2020 te je, u skladu s time, 2018. donesena odluka o još jednom pripajanju - Erste osiguranja VIG Wiener osiguranju VIG, kako bi se maksimalno iskoristile pogodnosti za klijente, strateškog partnera - Erste banku i Društvo u cjelini. Nakon prvih šest mjeseci 2020. godine, unatoč korona-krizi, Društvo je zabilježilo snažan rast u svim segmentima osiguranja **i zauzelo drugo mjesto na hrvatskom tržištu** prema bruto zaračunatoj ukupnoj premiji **te prvo mjesto u životnim**

osiguranjima. U neživotnim osiguranjima ove godine bilježimo značajan rast koji želimo i dalje nastaviti, a posebno ćemo se usmjeriti na dobrovoljno zdravstveno osiguranje, korporativna osiguranja te osiguranja za male i srednje poduzetnike. Wiener prepoznaje važnost svoje uloge u promicanju osigurateljne kulture u Hrvatskoj, kao i utjecaja na društvo, okoliš i gospodarstvo. Svoje strateške ciljeve ostvarujemo slijedeći načela odgovornog i dosljednog korporativnog upravljanja koje je preduvjet sigurnog i stabilnog poslovanja, rasta i razvoja vrijednosti za osiguranike, dioničare, partnere u prodaji te zaposlenike. Trenutno brojimo

oko **650 zaposlenika na više od 80 prodajnih mjesta** diljem Hrvatske, koji su svakodnevno na usluzi klijentima.

Jedno od temeljnih vrijednosti Wiener osiguranja jest otvorenost prema promjenama. Ističete kako je jasna i transparentna komunikacija uvijek važna. Što ona znači u poslovanju?

Iz našeg iskustva, iznimno je važno osigurati otvorenu i kontinuiranu komunikaciju sa svim dionicima – kako sa zaposlenicima, tako i s klijentima te poslovnim partnerima. U izazovnim vremenima, u kojima smo se svi našli od početka pandemije koronavirusa,

Jesu li u Hrvatskoj prepoznata osiguranja menadžera i poduzetnika od odgovornosti?

U poslovnom svijetu je itekako prepoznata. Naša odgovornost prema trećim osobama može uzrokovati velike neplanirane financijske izdatke, rizike ugrožavanja tijela trećih osoba i imovine te gubitka prihoda, bilo da se radi o poslovnim partnerima, kupcima proizvoda, posjetiteljima tvrtke ili vlastitim djelatnicima. Vjerujem kako će svaki odgovorni poduzetnik i menadžer prepoznati koliko je važno zaštititi se u ovom aspektu – čak i kada nisu direktno uzrokovali štetni događaj, njihova je odgovornost krovna u takvim situacijama.



prilagodili smo komunikaciju te pronalazili odgovarajuća rješenja za potrebe naših klijenata i partnera. Tako smo uputili poruku da je Wiener osiguranje partner na kojeg mogu računati i partner koji pruža sigurnost i povjerenje. Prema posljednjim istraživanjima potrošači od kompanija očekuju da im inovativnim uslugama i proizvodima olakšaju novonastalu situaciju. Također, očekuju da kompanije nastave komunicirati, ali da osim svojih proizvoda i usluga, prilagode i način, stil i sadržaj komunikacije. Upravo ti trendovi ukazuju da bi poduzetnici trebali biti spremni na stalne promjene te da su inovativni pristup i kreativna rješenja ključni u stabilnom poslovanju, posebice u kriznim situacijama.

Većina još uvijek osiguranje doživljava kao „nužno zlo“ što je posljedica nedovoljne financijske pismenosti. Nije prepoznato da osiguranje ima i socijalnu komponentu. Koji su razlozi te krive percepcije?

Financijska pismenost jedna je od vrijednosti čiju važnost Wiener kontinuirano naglašava – ne samo zbog vlastitih proizvoda, već zato što smo, kao što sam prethodno spomenula, svjesni utjecaja na društvo, okoliš i gospodarstvo. Što se tiče shvaćanja osiguranja kao „nužnog zla“, to je percepcija koja se kod nas mijenja još uvijek sporije, vjerojatno zbog nedostatka spomenute financijske pismenosti i drugih razloga. Nažalost, još uvijek je rijetko prepoznata društvena komponenta osiguranja. Kod vremenskih nepogoda ili potresa, osiguranja nose dio tereta isplata umjesto proračuna, a slično je i u zdravstvenim te životnim osiguranjima u dijelu mirovinske skrbi. Ponekad je tek nesretni događaj, kao što je nedavni jaki potres u Zagrebu i okolici, okidač koji će nekog potaknuti na razmišljanje o osiguranju. Kada radite ovaj posao toliko godina, između ostalog shvatite i da nesretni slučajevi nisu nešto što se uvijek događa drugima – nažalost, nekad se to dogodi baš vama. Stoga je izuzetno važno da građani uvide važnost osiguranja ne samo u nesretnim slučajevima, već i kao ulaganje u sigurnu i mirnu budućnost.

Često se postavlja pitanje isplati li se osiguranje? Navedite neke najvažnije



razloge zašto se osigurati (kao poduzetnik ili fizička osoba). Može li se „sve“ osigurati, svaki događaj?

Korporativna osiguranja i osiguranja od odgovornosti važan su segment rada svake kompanije, neovisno o tome radi li se o mikro poduzeću ili multinacionalnoj kompaniji. Kvalitetno osiguranje znatno se razlikuje ovisno o industriji, regiji, veličini klijenta i proizvodima. Primjerice, pokriva za mala i srednja poduzeća relativno su standardizirana, tako da su jednostavnost i automatizam kod takvih osiguranja ključni faktori. Veliki korporativni klijenti imaju potrebu za kompleksnijim rješenjima i kompletnim programima osiguranja te uglavnom zahtijevaju specifična

pokriva ovisno o djelatnosti. Danas tvrtke posluju u izuzetno kompleksnom pravnom okruženju. Uz najbolju pažnju, savjesno postupanje i poslovanje, lako je moguće da neko pravno pravilo ili pravilo struke bude povrijeđeno. Hrvatska je dio tržišta Europske unije, ali zapravo je tržište globalno. Svaka domaća tvrtka koja sudjeluje na natjecanjima, pruža svoje usluge ili izvozi svoje proizvode u inozemstvo, mora dobro poznavati zakonodavstvo zemalja u kojima se njeni proizvodi i klijenti mogu naći. Zvuči složeno i jest složeno. Upravo zbog toga, kompanije danas znaju da se vrlo lako mogu naći na meti tužbi, koje mogu prouzročiti veće financijske gubitke nego



primjerice požar. Što se tiče fizičkih osoba, kao što sam već navela, važno je raditi na financijskoj pismenosti građana u sklopu koje je osiguranje shvaćeno kao dodatna vrijednost te ulaganje u sigurnost.

Pandemija i potres u Zagrebu sve su nas na neki način prisilili da radimo na drukčiji način. Više ste koristili rad od kuće, online komunikaciju i digitalizirali ste poslovne procese. Bila je to velika promjena za sve. Može li digitalizacija zamijeniti fizički kontakt i u kom obujmu?

Vjerujem da je ovo tema u kojoj nema pravog odgovora, odnosno ovisi o djelatnosti te preferencijama i opisu posla zaposlenika. Imali smo zaista raznolike povratne informacije na rad od kuće – od kolega koji su jedva dočekali vratiti se u urede na dežurstva, do onih koji su u home officeu funkcionirali jednako učinkovito kao i uredu. Naši prodajni savjetnici na terenu će uvijek reći da im je fizički kontakt ključan jer o tome ovisi njihova svakodnevna situacija s klijentima. No unatoč karanteni i

cjelokupnoj izazovnoj situaciji, uspjeli su ostvariti izvanredne prodajne rezultate i ovim putem im se još jednom zahvaljujem na tome. Vjerujem da ova činjenica ukazuje kako je u cijeloj situaciji najvažnije, neovisno o preferencijama pojedinca, da će se Wiener kao i do sada nastaviti prilagođavati situaciji u društvu i na tržištu. Dapače, digitalizacija poslovanja jedan je od naših strateških fokusa.

Wiener osiguranje je prepoznalo važnost svog utjecaja na društvo, kulturu, okoliš, gospodarstvo, odgovorno poslovanje u cjelini. Niz je projekata koje ste proveli u tom segmentu.

Izrazito smo ponosni na naše projekte društveno odgovornog poslovanja i prepoznatljiva sponzorstva te se uz njih uvijek emotivno vezemo. Od 2016. godine smo zlatni sponzor Kazališta

Ponekad ste prisiljeni brzo donositi odluke u situacijama koje nisu lake ni jednostavne.

Iako se poslovne odluke temelje na analizi i činjenicama, posljedice tih odluka mogu imati veliki utjecaj na pojedine zaposlenike u poslovnom, privatnom, ali i emocionalnom dijelu. Smatram da je svaku odluku važno transparentno komunicirati i objasniti razloge koji su doveli do te odluke, kao i željeni cilj koji želimo postići donesenom odlukom.

Čak su i nepopularne odluke prihvatljivije ako su ljudi upoznati s razlogom i svrhom takvih odluka. U tim trenucima, važne su i brzina i odlučnost provođenja odluke jer svaka neodlučnost samo produžuje agoniju, a ne rješava problem.



Komedija, već nekoliko godina na različite načine doniramo i pomažemo udrugu Crveni nosovi klaunovidoktori, a sudjelovali smo u akciji Boranka i nizu drugih dobrotvornih akcija. Uz sve već navedeno, svake godine radimo na novom, vlastitom autorskom projektu društveno odgovornog poslovanja. Projekti na koje smo posebno ponosni, a koji su i prepoznati od šire javnosti su (O)siguran online i UHO – Utočište Hrabrih Online. Projekt (O)siguran online ima plemenitu misiju prevencije online nasilja među djecom i mladima te poticanja na pametno i odgovorno korištenje interneta i društvenih mreža. Projekt je pokrenut 2017. godine u suradnji s Društvom za komunikacijsku i medijsku kulturu. Kroz dvije godine projekta organiziran je okrugli stol na temu prevencije online nasilja za roditelje i nastavnike, a izdana je i edukativna brošura. Također, kreiran je i upitnik znanja za roditelje, snimljeni su video sadržaji i osmišljeni posebni znakovi za lakše snalaženje u virtualnom svijetu uz koje roditelji svojoj djeci mogu lakše objasniti opasnosti koje vrebaju online. U 2019. i 2020. godini (O)siguran online želio je doprijeti direktno do djece. Međutim, djeca će zbog osjećaja srama ili straha rijetko podijeliti probleme s odraslom osobom ili autoritetom. Mnogo će se lakše otvoriti i povjeriti vršnjaku ili osobi koju smatraju uzorom. Kako bi osigurali da nas djeca i mladi čuju, Wiener osiguranje je u svojoj kampanji koristilo YouTubere kao most prema stručnjacima koji se bave temama cyberbullyinga. Za ulogu uzora odabrano je osam popularnih YouTubera kroz dvije faze projekta, kojima je za svaki odgovor i savjet osigurana pomoć stručnjaka iz DKMK-a i Hrabrog telefona. Kreirana je platforma UHO, punog naziva Utočište Hrabrih Online. UHO je prva platforma u Hrvatskoj namijenjena dijeljenju iskustava i savjeta na temu cyberbullyinga, gdje djeca i mladi koji su suočeni s tim problemom mogu anonimno napisati svoja pitanja i

iskustva. Uz stručnu pomoć DKMK-a i Hrabrog telefona, YouTuberi su odgovarali na pitanja i probleme. Druga faza kampanje završila je u lipnju ove godine s preko 900 upita djece i mladih. Kako bi osigurali održivost projekta i nakon završetka kampanje, platformu smo donirali stručnjacima iz Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu. Za ovaj smo projekt nagrađeni na ovogodišnjim **Danima komunikacija prvom nagradom MIXX u kategoriji Brand Awareness Campaign** te nagradom **Grand PRix Hrvatske udruge**

Koja su Vaša predviđanja o budućnosti svijeta osiguranja?

S obzirom na trenutnu gospodarsku i epidemiološku situaciju, smatram da će se nastaviti voditi jaka borba za svakog klijenta. Klijenti će tražiti što kvalitetniju uslugu, partnera koji im pruža sigurnost i povjerenje, a pojavit će se i potreba za novim inovativnim pokrićima koja će dodatno zaštititi klijente u novonastalim okolnostima. Digitalizacija i mogućnost prilagodbe s ciljem zadovoljstva klijenta i pružanja zaštite i u ovakvim će okolnostima imati ključnu ulogu.

za odnose s javnošću u kategoriji društveno odgovornog poslovanja.

Posebno zanimljivo područje su zdravstvena osiguranja koja su sigurno velik potencijal. Želite biti partner državnog zdravstvu, imati „win-win“ situaciju. Koliko je to moguće?

Zdravstvena osiguranja velik su potencijal, klijenti su to prepoznali i posljednjih godina tržište bilježi značajan rast u dijelu zdravstvenih osiguranja. Želimo biti partner državnog zdravstvu, a ne konkurencija, posebno kad je u pitanju lista čekanja. Mislim da tu možemo imati „win-win“ situaciju - smanjiti liste čekanja koje su takve

zbog cjelokupne situacije u zdravstvu, ali i povećati zadovoljstvo kvalitetom zdravstvene usluge.

Žena na čelu kompanije nije rijetkost iako smo puno puta čuli kako ih je nedovoljno, dok je vrijednost poslova koje žene obavljaju često podcijenjena. U Wiener osiguranju 66 % zaposlenih čine žene, a i na upravljačkim funkcijama ima dosta žena. Jeste li zadovoljni s ovom činjenicom?

Izrazito smo ponosni na zastupljenost žena na upravljačkim funkcijama i broju zaposlenih te praksu rodne ravnopravnosti koju u Wieneru istinski živimo te je smatramo jednom od fokusa društveno odgovornog poslovanja. Ono što je važno istaknuti da mi nismo došli do toga primjenom kvota, već je to rezultat politike zapošljavanja i napredovanja na temelju znanja, vještina i sposobnosti svakog pojedinca. Smatram da smo svojim primjerom pokazali i drugim ženama da je put prema vrhu moguć.

Nije lako uskladiti profesionalni i privatni život. Vjerojatno ste se često pitali je li karijera vrijedna nepročitanih knjiga ili propuštenih dječjih predstava. Ipak ste uspjeli.

Ne postoji magična formula za uspjeh, no ono što zaista smatram ključnim je podrška obitelji, kao i ljubav prema poslu koji radim. Prihvatanje izazova, preuzimanje odgovornosti, ali i timski duh podjednako su važne komponente u profesionalnom i privatnom životu. Izazovi, prepreke i uspjesi izmjenjuju se podjednako, kako privatno tako i poslovnom okruženju. Te promjene uče nas kako biti bolji, uporniji i uspješniji. Također, važno je kontinuirano raditi na sebi i pronaći inspiraciju u prijateljima i kolegama i veseliti se njihovim uspjesima. Važno je i okružiti se ljudima koji imaju isti pozitivan stav prema edukaciji, karijeri i općenito životnom balansu.