

Karel Waisser: ohlédnutí z kapitánského můstku

Praha, 30. května 2024

Karel Waisser vystudoval Matematicko – fyzikální fakultu Karlovy Univerzity a pojišťovnictví se věnuje už tři desetiletí. Velkou část z nich strávil v nadnárodních korporacích, několik let také pracoval v mnichovské centrále Allianz. V rámci své kariéry poznal tento obor z různých úhlů a získal v něm velké množství zkušeností. Ty už od roku 2016 uplatňuje, ale i rozšiřuje na pozici generálního ředitele Slavie.

Slavia slaví 155 let od své první smlouvy. Vy stojíte na jejím kapitánském můstku 8 let. Jak se za tu dobu změnila?

Výrazně se zvětšila. Zatímco v roce 2015 měla předepsané pojistné ve výši 600 milionů korun, v současnosti už má velmi blízko k 1,5 miliardě korun. Udělala mnoho změn v procesech a postupech, rozšířila služby zákazníkům, ale také svůj tým. Když jsem v březnu 2016 přišel do Slavie, ještě neplatila řada regulací, které jsme během následujících osmi let museli implementovat. Ať už šlo o Solvency II, GDPR nebo IDD. S tím, jak se pojišťovna zvětšovala, tak také rozšiřovala a modernizovala své produktové portfolio. Během uplynulých osmi let jsme překonali covid a kvůli monopolizaci zdravotního pojištění cizinců do PVZP také bohužel na dva roky přišli o 20 procent portfolia. Poté, co se ukázalo, že šlo o nezákonné rozhodnutí, se nám tento produkt opět vrátil. Také jsme rozšířili všechny distribuční kanály. V roce 2016 jsem řekl, že bych byl rád, kdyby se Slavia pojišťovna stala štikou českého pojistného trhu. A to se povedlo. Nedávno jsme také vstoupili na první zahraniční trh a pojišťujeme auta i v Holandsku.

Jak lze porovnat nadnárodní pojišťovací koncern s typicky českou pojišťovnou?

Čím je korporace větší, tím má zpravidla složitější vnitřní politiku a schvalovací procesy. Korporacím ale současně také nelze upřít značnou stabilitu. Typicky česká pojišťovna však dokáže mnohem lépe naslouchat potřebám místních zákazníků a přizpůsobovat jim svoji nabídku, protože ji od začátku tvoří lokálně a nikoliv globálně. Současně má i mnohem kratší schvalovací procesy, takže její klienti, ale i zaměstnanci vidí výsledky změn a novinek rychleji.

Co je pro Vás v roli vrcholného manažera základem úspěchu?

Vedení firmy vnímám jako práci s lidmi, které se nelze věnovat pouze osm hodin denně. Správný manažer proto musí umět získat kvalitní lidi, kterým důvěřuje, správně rozdělit jejich pravomoci, přenechat na ně zodpovědnost, ale současně je stále dokáže kontrolovat. Jsem rád, že je dnes u nás velká soudržnost. Ve Slavii jsme během posledních osmi let zavedli mnoho regulací, které vedly i k velkým vnitřním změnám a novému přerozdělování zodpovědností.

Mnozí manažeři se ale třeba spoléhají výhradně na čísla...

To není můj případ. Vždy také vnímám to, jak vidí Slavii naši partneři a s tím potom porovnávám výsledky, které se promítají do čísel. Tyhle dvě věci musí být v souladu. A když je mezi tím rozdíl, беру to jako varování, že je třeba dělat něco jinak. Určitou výhodu mně bezpochyby poskytuje matematické vzdělání, protože pojišťovnictví je hodně o číslech. Jde v něm ale také současně o předpovědi. Na základě čísel můžete vypracovat sebelepší modely, jenomže pak do nich ještě vstupuje prvek nahodilosti, štěstí a smůly a tady už musíte pracovat i s určitou intuicí.

Před šesti lety spojila Slavia jméno s Velkou pardubickou. Je pro Vás dostihový sport výhradně marketingovou záležitostí?

Pocházím z východních Čech a Velkou pardubickou jsem sledoval ještě předtím, než se Slavia stala jejím titulárním sponzorem. Koně navíc sám chovám. Moje koně však žádné závody neběhají, protože nejde o dostihová plemena. Věnuji se totiž chovu huculů, což je vzácná rasa, čítající pouze dva tisíce kusů po celém světě. Přesto si velmi dobře uvědomuji, že příprava dostihového koně vyžaduje obrovské úsilí lidí a celých týmů. Představa, že postavíte koně na start závodu a on ho prostě poběží, je naivní. Za jeho přípravou jsou hodiny tréninku a dřiny. Koně jsou zvířata s vlastní hlavou a teprve poté, co začnou souznět s lidmi, kteří se o ně starají, dokážou také podávat špičkové výkony. Nebýt dostihů, už by dnes plemeno anglického plnokrevníka neexistovalo. Díky našemu partnerství s Dostihovým spolkem proto Slavia umožňuje návštěvníkům závodistiště i televizním divákům nejenom atraktivní sportovní a společenskou podívanou, ale také přispívá k udržení dalšího chovu těchto skvělých zvířat.

Pro další informace kontaktujte:

Václav Bálek, tel.: 605 203 447, vaclav.balek@slavia-pojistovna.cz

O společnosti Slavia pojišťovna a.s.

Slavia pojišťovna, člen skupiny SPGROUP a.s. a expert na neživotní pojištění, staví na dlouholetých zkušenostech z pojišťovnictví, které sahají až do dob rakousko-uherské monarchie, do roku 1868. Je jedinou ryze českou pojišťovnou s tradicí na našem trhu již více než 150 let. Dnes patří mezi Top10 neživotních pojišťoven v České republice a patří mezi lídry v oblasti pojištění cizinců. Dlouhodobě se zaměřuje na zodpovědné řídiče, kterým v rámci autopojištění dokáže nabídnout zajímavé podmínky. Své služby poskytuje fyzickým osobám, živnostníkům, malým a středně velkým firmám, velkým korporacím či obcím a městům. Služby poskytuje i personálním agenturám a cestovním kancelářím. Prostřednictvím 18 poboček a více než stovky kontaktní míst obsluhuje více než 250 000 aktivních klientů. Ti mohou pojištění sjednávat, hlásit pojistné události či poskytovat fotodokumentaci k těmto pojistným událostem i plně online, přes webové stránky či on-line aplikace Slavie pojišťovny.