

Presse

„Rekordzahlen“ bei Produktrückrufen: Allianz Studie ermittelt 10,5 Mio. Euro Schaden pro Rückruf

- Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS) analysiert 367 Produktrückrufschadenfälle aus 28 Ländern in 12 Branchen.
- Ein großer Rückruf verursacht im Schnitt einen Schaden in Höhe von 10,5 Millionen Euro – durch „Domino-Effekte“ erreichen einzelne Fälle jedoch auch Milliardenhöhe.
- Automobilindustrie am stärksten betroffen, gefolgt von der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie und IT-/Elektroniksektor.
- Globale Lieferketten, strengere Vorschriften und ein wachsendes Bewusstsein der Verbraucher tragen zu einem Anstieg der Rückrufaktionen bei.
- Erste Rückrufe wegen Reputationsschutz oder infolge von Cyberattacken – Social Media kann Rückrufe erheblich verschärfen.

Singapur, München, New York, London - 5. Dezember 2017 - Ein defektes Pedal führt dazu, dass ein Auto unbeabsichtigt beschleunigt. Die Verarbeitung von schadhaften Erdnüssen verursacht einen branchenweiten Umsatzrückgang von 25 Prozent. Jeder dieser Vorfälle löste große Produktrückrufe aus, die zu Milliardenverlusten führten. Rückrufrisiken haben in den letzten zehn Jahren erheblich zugenommen und das Potenzial für größere und komplexere Schäden steigt weiter, warnt der Industrierversicherer Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS) in einem neuen Bericht. Die Auswertung von 367 weltweiten Versicherungsfällen zeigt, dass die Automobilindustrie am stärksten von Produktrückrufen betroffen ist, gefolgt vom Lebensmittel- und Getränkesektor.

Die Rückrufaktionen sind in den letzten zehn Jahren stetig gestiegen. „Wir sehen heute Rekordzahlen bei Rückrufaktionen in Bezug auf Größe und Kosten“, sagt Christof Bentele, Head of Global Crisis Management bei AGCS. Dazu tragen aus seiner Sicht vielfältige Faktoren bei, darunter eine strengere Regulierung und härtere Strafen, der Aufstieg großer multinationaler Konzerne und komplexere globale Lieferketten, das wachsende Bewusstsein der Verbraucher, die Auswirkungen des wirtschaftlichen Drucks in Forschung, Entwicklung und Produktion und die zunehmende Bedeutung von Social Media.

Die [Studie „Product Recall: Managing The Impact of the New Risk Landscape“](#) analysiert zwischen 2012 und dem ersten Halbjahr 2017 insgesamt 367 Produktrückrufforderungen aus 28 Ländern in 12 Branchen. Die Hauptursache für Rückrufe sind ein mangelhaftes Produkt

oder eine fehlerhafte Ausführung, gefolgt von einer Produktverunreinigung. Die durchschnittlichen Kosten für einen größeren Rückruf belaufen sich auf über 10,5 Millionen Euro, wobei die Kosten für einige große Rückrufe in der letzten Zeit diese Summe bei weitem übersteigen. Über 50 Prozent der Schäden sind auf nur zehn Rückrufe zurückzuführen.

Die Automobilindustrie ist mit 42 Prozent der Schäden am meisten von Rückrufaktionen betroffen, vor der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie (18 Prozent) und Haushaltsgeräten (10 Prozent). Auch bezogen auf die Schadenhöhe liegt die Automobilindustrie (71 Prozent) klar an der Spitze, auf Platz 2 rangiert die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie (16 Prozent), der IT-/Elektroniksektor (3 Prozent) landet auf Platz 3.

Automobil-Branche wegen „Domino-Effekt“ mit teuersten Rückrufaktionen

„Automobil-Rückrufe machen über 70 Prozent der Summe aller analysierten Schäden aus, was angesichts der jüngsten Rekordaktivitäten sowohl in den USA als auch in Europa¹ wenig überraschend ist. Wir sehen immer mehr Rückrufe mit immer mehr betroffenen Fahrzeugen in der Automobilindustrie“, sagt Carsten Krieglstein, Regional Head of Liability, Central & Eastern Europe, AGCS. „Dazu tragen Faktoren wie anspruchsvollere Technik, verkürzte Produkttestzeiten, Outsourcing von Forschung und Entwicklung und zunehmender Kostendruck bei. Der technologische Wandel in der Automobilindustrie hin zur elektrischen und autonomen Mobilität wird weitere Rückrufrisiken mit sich bringen.“

Bei einer der bis dato größten Rückrufaktionen in der Automobilbranche wegen defekter Airbags werden wohl 60 bis 70 Millionen Fahrzeuge von mindestens 19 Herstellern weltweit in die Werkstätten zurückgeholt. Die Kosten werden auf fast 21 Mrd. Euro geschätzt. Dieser Fall verdeutlicht den zunehmenden „Domino-Effekt“, der sich auf den Automobilsektor, aber auch auf andere Branchen auswirkt. Da viele gängige Komponenten von vielen Herstellern gleichzeitig verwendet werden, kann ein einziger Rückruf Auswirkungen auf eine ganze Branche haben.

Lebensmittelbetrug auf dem Vormarsch

Die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie ist der am zweithäufigsten betroffene Sektor, auf den 16 Prozent der analysierten Schäden entfallen. Die durchschnittlichen Kosten für einen größeren Produktrückruf im Lebensmittelbereich betragen 8 Mio. Euro. Nicht deklarierte Allergene (einschließlich Fehlbeschriftung von Inhaltsstoffen) und Krankheitserreger sind ein großes Problem, ebenso wie die Kontamination durch Glas-, Kunststoff- und Metallteile. Böswillige Manipulationen und sogar Erpressungsvorfälle stellen eine zunehmende

¹ Eine Höchstzahl von 53.2 Mio. Fahrzeugen wurden in den USA laut der National Highway Traffic Safety Administration zurückgerufen. In Europe, stiegen Fahrzeugrückrufe 2016 um 76 Prozent im Vergleich zum Vorjahr; dies ist der Höchststand seit das EU-Frühwarnsystem RAPEX seine Warnungen gestartet hat (Quelle: Stericycle Expert Solutions)

Bedrohung dar. Auch Lebensmittelbetrugsfälle wie der Pferdefleischskandal in Großbritannien vor vier Jahren treten gehäuft auf und verursachen neben finanziellen Verlusten auch beachtliche Reputationsschäden.

Produkte aus Asien, so die AGCS-Studie, lösen weiterhin eine überproportionale Anzahl von Rückrufaktionen in den USA und Europa aus, was die Verschiebung der globalen Lieferketten nach Osten und die historisch schwächeren Qualitätskontrollen in einigen asiatischen Ländern widerspiegelt. Doch zunehmende Sicherheitsvorschriften und das wachsende Bewusstsein der Verbraucher sorgen dafür, dass die Rückrufaktionen auch in Asien zunehmen.

Cyberangriffe und Reputationsschutz als neue Rückrufauslöser

Der Bericht untersucht auch neu auftretende Rückrufauslöser und -risiken, die größtenteils auf neue Technologien zurückzuführen sind. Fortschritte bei Produkttestungsverfahren wie die Genomsequenzierungstechnologie werden es Regulierungsbehörden und Herstellern in Zukunft erleichtern, kontaminierte Produkte zu verfolgen. Dadurch können einerseits Gesundheitsschäden verhindert und womöglich sogar Leben gerettet werden; andererseits ist mit mehr Ermittlungen und Gerichtsprozessen zu rechnen, weil die Haftungsfrage einfacher zu klären ist.

Cyberückrufe können zunehmend Realität werden. Hacker könnten ein Produkt verändern oder kontaminieren, indem sie in automatisierte Produktionsanlagen eindringen und die Steuerung von Maschinen übernehmen. „Cyber ist derzeit ein noch unterschätztes Rückrufisiko“, sagt Bentele. „Es gab jedoch bereits erste Rückrufe aufgrund von Sicherheitslücken in Autos oder Kameras.“ Auch innovative, aber noch kaum getestete Technologien, wie künstliche Intelligenz und Nanotechnologie, könnten das Rückrufisiko verändern.“

Social Media ist eine schnelle und effektive Art der Kommunikation mit Kunden, kann aber Rückrufe verschärfen, wenn nicht professionell kommuniziert wird. „Social Media ist ein echter Game-Changer für Produktrückrufe“, sagt Kriegelstein. Ein fehlerhafter Post oder Tweet kann sich direkt auf die Größe eines Rückrufs auswirken – daher müssen Unternehmen viel schneller als bisher reagieren.

Rückrufe aus ethischen Gründen nehmen ebenfalls zu, wenn z.B. Kinder- und Sklavenarbeit in der Lieferkette eingesetzt wurden oder vegane Lebensmittel falsch etikettiert sind oder gar gefälscht. Solche Rückrufe zielen vor allem auf den Schutz der Reputation eines Unternehmens – und sind weniger von Sicherheitserwägungen getrieben. „Es wird zunehmend Fälle geben, bei denen es keine gesetzliche Verpflichtung zum Rückruf gibt, der Rückruf aber aus Reputationsgründen trotzdem notwendig ist. Darauf sollten Unternehmen vorbereitet sein“, sagt Bentele.

Frühzeitiges Krisenmanagement als Teil der Unternehmens-DNA

Vorausschauende Planung und Vorbereitung können einen großen Einfluss auf die Größe eines Rückrufs und den finanziellen und Reputationsschaden haben. Als Teil eines ganzheitlichen Risikomanagementkonzepts können spezialisierte Produktrückrufversicherungen Unternehmen dabei unterstützen, sich schneller zu erholen, indem sie die Kosten für einen Rückruf, einschließlich Betriebsunterbrechung, decken. Solche Versicherungen bieten auch Zugang zu Krisenmanagement-Services und spezialisierten Beratern. Diese prüfen die Verfahren eines Unternehmens und unterstützen bei einer Produktkontamination weltweit bei der Zusammenarbeit mit Behörden, Kommunikation, Rückverfolgung von Produkten, sowie Laboruntersuchungen von kontaminierter Ware einschließlich Genomsequenzierung und DNA-Tests.

„Es wird jetzt viel mehr darauf geachtet, wie Unternehmen mit fehlerhaften oder verunreinigten Produkten umgehen, wie schnell sie reagieren und wie zuverlässig sie in Sachen Produktsicherheit sind. Mehr denn je melden sich auch Verbraucher zu Wort und machen ihre Konsumententscheidungen davon abhängig, wie Unternehmen mit Krisen umgehen. Ein Unternehmen, das Krisenmanagement als Teil seiner DNA versteht, ist weitaus weniger anfällig für einen großen Skandal“, sagt Bentele.

Pressekontakt:

Heidi Polke-Markmann, +49 89 3800 14303: heidi.polke@allianz.com

Daniel Aschoff, +49 89 3800 18900: daniel.aschoff@allianz.com

Über die Allianz Global Corporate & Specialty

Allianz Global Corporate & Specialty SE (AGCS) ist die eigene Marke der Allianz Gruppe für Industrie- und Spezialrisiken. Die AGCS bietet Versicherungsschutz und Risikomanagement-Services über das gesamte Spektrum von Spezialversicherung, ART und Firmengeschäft: Marine, Aviation (inkl. Space), Energy, Engineering, Entertainment, Financial Lines (inkl. D&O), Liability, Mid-Corporate und Property (sowie Internationale Versicherungsprogramme).

Weltweit operiert die AGCS in 32 Ländern mit eigenen Einheiten und in mehr als 210 Ländern und Territorien über das Netzwerk der Allianz Gruppe und andere Partner. 2016 beschäftigte sie über 5.000 Mitarbeiter und lieferte Versicherungslösungen für mehr als die Hälfte der Fortune Global 500-Unternehmen. 2016 zeichnete die AGCS weltweit insgesamt 7,6 Milliarden Euro Bruttoprämien pro Jahr.

Die AGCS SE verfügt über die Bonitätsratings AA von Standard & Poor's und A+ von A.M.Best (2017).

Weitere Informationen finden Sie unter www.agcs.allianz.com oder folgen Sie uns auf Twitter [@AGCS_Insurance](https://twitter.com/AGCS_Insurance) [LinkedIn](#) und [Google+](#).

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Die hier gemachten Erklärungen beinhalten möglicherweise Aussagen zu auf die Zukunft gerichtete Erwartungen oder sonstige Feststellungen, die auf der derzeitigen Sichtweise und Annahme der Geschäftsführung beruhen und bekannte und unbekannt Risiken und Unsicherheiten bergen, die zu erheblichen Abweichungen bei den tatsächlichen Ergebnissen, Wertentwicklungen oder Ereignissen gegenüber den in diesen Aussagen ausgedrückten oder implizierten Erklärungen führen können. Zusätzlich zu den aufgrund des Kontextes in die Zukunft gerichteten Behauptungen, sind sich auf die Zukunft beziehende Aussagen durch die Wörter "könnten", "werden", "dürften", "erwarten", "planen", "beabsichtigen", "antizipieren", "glauben", "schätzen", "vorhersagen", "möglich" oder "fortsetzen" und ähnliche Ausdrücke erkennbar.

Die tatsächlichen Ergebnisse, Wertentwicklung oder Ereignisse können erheblich von den Angaben in diesen Aussagen abweichen und zwar u.a. aufgrund (i) der allgemeinen Wirtschaftslage, einschließlich spezieller wirtschaftlicher Bedingungen bei Kerngeschäft und -märkten der Allianz Gruppe, (ii) der Wertentwicklung der Finanzmärkte, einschließlich der Schwellenländer sowie auch der Marktvolatilität, Liquidität und Kredite betreffenden Ereignisse (iii) der Häufigkeit und Schwere der versicherten Schadenereignisse, einschließlich solcher, die auf Naturkatastrophen zurückgehen, sowie der Entwicklung der Schadenaufwendungen, (iv) Sterblichkeits- und Krankheitsraten bzw. -tendenzen, (v) Stornoraten, (vi) der Ausfallrate von Kreditnehmern, (vii) Änderungen des Zinsniveaus, (viii) Wechselkursen, einschließlich des Euro/US- Dollar-Kurses, (ix) wechselnder Konkurrenz-niveaus, (x) Änderungen von Gesetzen und Bestimmungen, einschließlich geldwirtschaftlicher Konvergenz und Europäischer Währungsunion, (xi) Änderungen bei der Politik der Zentralbanken und/oder ausländischer Regierungen, (xii) die Auswirkung von Akquisitionen, einschließlich anschließender Integrationsmaßnahmen, (xiii) Restrukturierungsmaßnahmen, sowie (xiv) allgemeinen Wettbewerbsfaktoren, und zwar jeweils auf lokaler, regionaler, nationaler und/oder globaler Ebene. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen.

Die hier besprochenen Angelegenheiten können auch von Risiken und Unsicherheiten betroffen sein, wie sie von Zeit zu Zeit in den von der Allianz SE hinterlegten Unterlagen bei der US-amerikanischen Securities and Exchange Commission beschrieben werden. Das Unternehmen sieht sich nicht verpflichtet, in die Zukunft gerichtete Aussagen zu aktualisieren.