

# 11 A.M. IN TEOPISCA

ADVERTORIAL Writers: DAVE HERTIG & RICHARD HALL, Photographer: CECILIA COUTIÑO

–  
**Managen ist das eine, Neues erdenken das andere: Reinout van Lennep diskutiert mit Rolf Hüppi die Voraussetzungen dafür.**

Reinout van Lennep: **Eben sagtest du: «Vielleicht erreichen wir mit unseren Lösungen diejenigen Menschen, die den grössten Bedarf an finanzieller Absicherung haben.» Ich habe dich zuvor noch nie «vielleicht» sagen hören.**

Rolf Hüppi: **Du hast recht. Eigentlich kenne ich das Wort nicht. Ich sehe Möglichkeiten, entwickle eine Vision und ein Lösungskonzept. Dann arbeite ich mit klaren Zielen für den Erfolg.**

van Lennep: **In der Schweiz höre ich oft das Wort «unmöglich». Du bist anders. Für mich als Holländer, der um die Welt reist, verkörperst du gleichzeitig die typisch schweizerischen Werte und darüber hinaus einen ungewöhnlichen Antrieb, Pläne umzusetzen.**

Hüppi: **Die Zürich Versicherungsgesellschaft schickte mich mit knapp 20 nach Indien. Zwei Jahre später erhielt ich die Verantwortung für das indische Geschäft. Die beste Managementschule ist, junge Leute ins kalte Wasser zu werfen. Wer das überlebt, nimmt Hürden. Ich profitierte als junger Mensch vom Privileg, Fehler machen zu dürfen.**

van Lennep: **Mit den vielen Menschen, die ich auf meinen Geschäftsreisen treffe, spreche ich oft über die aktuelle Lage der Welt. Du deinerseits erdenkst inzwischen Absicherungen für unterprivilegierte Menschen und bist damit zum Innovator geworden. Der Aspekt des Erdenkens erinnert mich an einen ehemaligen holländischen Finanzminister, der samstags von 8 bis 12 Uhr in seinem Büro sass und einfach nur dachte. Innovation entsteht in Momenten des Denkens.**

Hüppi: **Die Herausforderungen für mein Denken und Handeln sind heute anders als damals. Gleich geblieben ist, dass ich Erwartungen übertreffen will. Dabei unterlaufen mir trotz aller Erfahrung weiterhin Fehler.**

–  
**Management is one thing, coming up with new ideas quite another; Reinout van Lennep and Rolf Hüppi have been discussing what it takes.**

Reinout van Lennep: You just said: “perhaps our solutions will help us reach the people who are in greatest need of financial protection.” I have never heard you say “perhaps” before.

Rolf Hüppi: Correct, “perhaps” is not really part of my vocabulary. I see an opportunity, form an idea of what I want to achieve and develop a solution. Then I work relentlessly towards getting there.

van Lennep: I often hear the word “impossible” in Switzerland, but you’re different. Speaking as a Dutchman who travels all over the world, I would say you epitomise archetypal Swiss values, yet at the same time you have a drive to achieve and get things done that goes far beyond what I normally see.

Hüppi: I was barely 20 when Zurich Insurance Company sent me to India. Two years later I was put in charge of its Indian operations. Throwing a young person in at the deep end is the best possible management training – anyone who survives has learnt to take obstacles in their stride. Being allowed to make mistakes during the early part of my career was a privilege that benefited me greatly.

Van Lennep: I often talk about global current affairs with the many people I meet on my business trips; you have begun to think of creative insurance solutions for the underprivileged, which makes you an innovator. When I think of devising new ideas I am reminded of a former Dutch finance minister, who would sit in his office from 8 till 12 on Saturday mornings and just take time to reflect. Innovation is born of moments of contemplation.

Hüppi: The challenges I face in my “new world” are inspiring and different. One thing has not changed, however: I still want to exceed my own expectations, and in doing so, I still make mistakes, despite all the experience.



Reinout van Lennep, Managing Director Private Clients bei ABN AMRO Zürich, berät weltweit vermögende Personen. Rolf Hüppi (rechts) hat sich nach 40-jähriger Managementkarriere neue Ziele gesetzt: Seine ParaLife bietet Menschen der unteren Einkommenschichten in Lateinamerika Versicherungs- und Sparlösungen an. Gemeinsam bereisten die Männer ländliche Gebiete Mexikos, um vor Ort zu erleben, was ParaLife bewirkt.

As Managing Director, Private Clients, for ABN AMRO Zurich, Reinout van Lennep advises wealthy individuals all round the world. After a 40-year career in management, Rolf Hüppi (right) has set himself a new challenge: his company ParaLife provides insurance and savings solutions to people in the low-income and poor sectors of Latin American society. Together they visited rural communities in Mexico to witness ParaLife’s impact first hand.

van Lennep: **An welche Fehler denkst du?**

Hüppi: **An zwei. Mein erstes Ziel war, das Angebot an die ärmsten 10 Prozent dieser Welt zu richten und an Behinderte, die gar nichts haben.**

van Lennep: **War das moralisch motiviert oder ging es um die Marktchancen?**

Hüppi: **Beides. Ich wusste, dass diese Menschen keinen Zugang zu Versicherungsschutz haben. Gleichzeitig war es eine unternehmerische Herausforderung. Doch ich musste einsehen, dass für die Allerärmsten und vor allem für Personen mit Behinderungen eine wirtschaftlich nachhaltige Lösung nicht machbar ist. Um Behinderten zu helfen, gründeten wir eine Stiftung.**

van Lennep: **Und die zweite Erkenntnis?**

van Lennep: What kind of mistakes?

Hüppi: Two come to mind. My initial goal for ParaLife was to offer solutions to the world’s poorest 10 per cent and to people with disabilities – the most underprivileged people who have absolutely nothing.

van Lennep: Was that a moral impulse or just an attempt to capture a market opportunity?

Hüppi: Both – I knew that these people have no access to insurance protection, and at the same time it was an entrepreneurial challenge. Yet before long I had to accept that an economically viable and sustainable solution was not possible for the very poorest and especially not for people with disabilities. So, we set up a foundation to help people with disabilities instead.

van Lennep: And your second realisation?



Funke in der Hand, Funkeln in den Augen. Ein spielendes Mädchen in Teopisca (Chiapas, Mexiko).

Sparkler in hand and a twinkle in her eye – a young girl playing in Teopisca (Chiapas, Mexico).



Immer in Bewegung: Rolf Hüppi auf den Strassen von Teopisca.

Always on the move: Rolf Hüppi on the streets of Teopisca.

Hüppi: In Mexiko vereinbarten wir Exklusivität in der Partnerschaft mit einer Grossbank. Kurz vor der Einführung unserer Lösungen brachte ein Führungswechsel in der Bank das Projekt zum Stillstand. Ich hätte mich nicht auf Exklusivität einlassen dürfen.

van Lennep: Du hast mir mal erzählt, dass du eine Bewegung starten möchtest und dein Wunsch sei, dass weitere ehemalige Manager im Ruhestand ihre Erfahrungen einbringen, um Veränderungen zu bewirken. Doch dazu braucht es mehr als Erfahrung. Bei dir sehe ich diesen inneren Antrieb und die enorme Disziplin.

Hüppi: Meine Idee ist es, nachhaltige wirtschaftliche Ansätze in die Teile der Welt zu bringen, wo Hilfe notwendig ist. Es geht um rund 10 Milliarden Menschen. Trotz der bisherigen Erfolge und jenen, auf die wir für die Zukunft hoffen, ist alles, was ich mit ParaLife tun kann, letztlich ein Tropfen in einem Ozean. Doch stell dir mal vor, was möglich wäre, wenn sich tausende von gestandenen Führungskräften mit ihrem Wissen und ihrer Erfahrung für diese Menschen einsetzen würden. Wir könnten tatsächlich eine Bewegung auslösen.

Fortsetzung: [www.abnamro.ch/indialogue](http://www.abnamro.ch/indialogue)

ABN AMRO Bank Switzerland, Reinout van Lennep, Managing Director Private Clients, [reinout.f.van.lennep@ch.abnamro.com](mailto:reinout.f.van.lennep@ch.abnamro.com), tel. +41 (0)44 631 41 11, [www.abnamro.ch](http://www.abnamro.ch)  
Rolf Hüppi, Founder & Chairman, [rolf.hueppi@paralife.com](mailto:rolf.hueppi@paralife.com), tel. +41 (0)43 344 49 90, [www.paralife.com](http://www.paralife.com)

Hüppi: We granted exclusivity to our first distribution partner in Mexico, a major bank. It was unfortunate that shortly before the solutions were to be launched, a change of management at the bank brought the project to a standstill. I shouldn't have agreed to an exclusive deal.

van Lennep: You once told me you would like to start a movement and get more retired managers to apply their experience to bring about change. To do that you need more than experience, though – I see an inner drive and enormous discipline in you.

Hüppi: My idea is to bring sustainable business or development models to those parts of the world where help is needed most. We are talking about some 4 billion people here. So, whatever we have achieved to date with ParaLife, or what we can hope to achieve in future, is nothing but a drop in the ocean. But just imagine what might be possible if thousands of experienced business leaders were to apply their knowledge and abilities on behalf of such people – we really could galvanise a larger movement.

Continuation: [www.abnamro.ch/indialogue](http://www.abnamro.ch/indialogue)