

# Die Poleposition ist umkämpft

Der klassische Vermittler bleibt im Digitalangebot gefordert.

**Manfred Kainz.** Die Angebote am digitalen Geldanlagemarkt nehmen täglich zu. Da geht es gar nicht so sehr um die viel diskutierten und medial präsenten Krypto-Assets, sondern um die vielen Fin- und InsurTechs, die ihre Dienste anbieten. Klassische Berater und Vermittler seien zwar noch „in der Poleposition“, aber müssten mittelfristig weiter denken, war die Botschaft eines Webinars des Branchenverbandes der selbständigen Versicherungsvermittler und Finanzberater Österreichs (AFPA). Dazu stellte **Frank Genheimer** mehrere Thesen zur Diskussion. Er ist Managing Director und Partner bei New Insurance Business, einer Schweizer Gesellschaft für strategische und taktische Beratung von Versicherungsunternehmen und deren Kooperationspartner. Seine Schwerpunkte sind Innovationen und Digitalisierung, sowie Neugeschäftsstrategie und Kooperationsmanagement. Für die AFPA ist er als „Lotse für Digitalisierung“ tätig.

## Interesse wächst

Das Interesse an Geldanlage habe trotz oder wegen der Pandemie stark zugenommen, denn der Niedrigzins gelange stärker ins Bewusstsein der Menschen. Und krisenbedingtes Sparen und „Verwahrungsentgelte“ für Einlagen bei Banken machen sensibler bei Gelddingen, stellt Genheimer fest. Gleichzeitig habe das digitale Zeitalter den Zugang zu alternativen Geldanlagemöglichkeiten enorm erleichtert und die Tendenz ihrer Nutzung sei stetig steigend. „Es ist bequem, ich habe mein Sparbuch immer bei mir“, wie es „Digitalisierungs-Lotse“ Genheimer formuliert. Dazu komme, dass bei immer mehr Menschen das Interesse an

chancenreicheren Anlagen steigt. Die Erkenntnis, dass „risikoarmes“ Geldanlagen auch „chancenarm“ ist, setze sich durch.

## Kooperation

Auf der anderen Seite erlaube die Digitalisierung nicht nur neue Produkte, sondern auch einen viel einfacheren Zugang, eine transparente (laufende) Information und ganz neue Wege in der Kundenkommunikation. Und so brauche auch der Lebensversicherungsmarkt echte Innovationen statt „Schleifchen um ein altes Produkt“. Denn es gehe den Kunden weniger um das Produkt, sondern um die Lösung für ein Problem. Für Vertriebe würde das heißen, dass sie sich Lebensversicherer vor allem auch auf deren Umsetzungsfähigkeit hin anschauen und aussuchen sollten. „Umsetzungsfähigkeit wird riesengroßes Thema in den nächsten Jahren sein.“ Und so könnten (neue) Kooperationen für Vertriebe und auch Lebensversicherer „Katalysator und Beschleuniger“ bei Innovationen sein. „Do it all yourself“ sei nicht mehr der Weg.

## Ganzheitlich

Lebensversicherer und Vertriebe seien gut beraten, das Thema Finanzen der Menschen „ganzheitlich im Sinne der Kunden“ zu betrachten: „Ökosysteme“ seien der einzige Weg zur „ewigen Kundenbindung“, lautet Genheimers Conclusio. Wobei „ganzheitlich“ für ihn heißt: Fokus wirklich auf das Individuum und mit einfachen Dingen beginnen: Wieviel Geld kommt herein und geht hinaus, welchen Spielraum habe ich? Und mit Modulen aufbauen: Welche Risiken sind für mich relevant, welche habe ich abgedeckt und welche nicht, und will ich diese abgedeckt ha-



Foto: Pixabay/bertholdbrodersen

Das klassische Beratergespräch hat nicht ausdient, die Digitalisierung ist eine Erweiterung des Angebotes

ben? Und das solle idealerweise „mit einem Klick“ gehen. Das erfordere neuartige Produkte und Technologien - und gleichzeitige Entwicklung von „Cockpits“ für Berater und Vertrieb, die das erlauben.

## Schnittstelle

Trotz der digitalen Angebote werde aber der Berater weiter gebraucht um (Vorsorge-)Bewusstsein zu schaffen: Ein breites Le-

bensversicherungswachstum werde nicht über den „puren“ digitalen Weg gehen. Der „klassische Vermittler“ sei „als wichtige Schnittstelle“ zwischen Kunden und Anbietern „in der Poleposition“. Kurzfristig werde sich das nicht ändern, so schnell werde er nicht ersetzt werden. Aber mittelfristig sei für Vermittler das „Aufstellen mit Ökosystemen“ empfehlenswert, weil das „der einzige es-

senzielle Weg“ sei, „seine Poleposition zu halten“. Und man solle sich davon verabschieden zu glauben, dass Digitales nur etwas für die Jungen sei. Eine InsurTech-Umfrage in der Schweiz habe gezeigt, dass das Durchschnittsalter etwa von Risikolebensversicherungs-Interessenten bei mehr als 40 Jahren lag, Genheimers Fazit: „Echtes Wachstum gibt es nur außerhalb der Komfortzone.“

## AUS DER VERSICHERUNGSBRANCHE

### Helvetia meldet Prämienrekord - Rückgang bei Lebensversicherung gestoppt

**Marius Perger.** Das Gesamtprämienvolumen der Helvetia Österreich überschritt im Vorjahr erstmals in der Firmengeschichte den Wert von 500 Mio€. Mit 502,2 Mio€ erhöhte es sich gegenüber dem Jahr davor um 4,4 %. Erneut positiv verlaufen sei das Schaden-Unfall-Geschäft mit einem Prämienplus von 5,8 % auf 347,6 Mio€. Im Kfz-Bereich betrug das Wachstum 6,5 % auf 130,4 Mio€, bei den Sachversicherungen inklusive Transportversicherung stiegen die Prämien um 5,4 % auf 217,2 Mio€. Der Netto-Schadensatz nach IFRS verschlechterte sich minimal von 60,1 % im Jahr 2019 auf nunmehr 60,3 %, liege damit aber immer noch auf einem erfreulichen Niveau, so Helvetia.



Foto: Christian Husar

Auf ein positives Geschäftsjahr zurückblicken kann die Helvetia, so Österreich-Chef Thomas Neusiedler in einer Mitteilung zum Jahresergebnis 2020

Im Lauf des heurigen Jahres wird die neue Strategie „helvetia 20.25“ ausgerollt. Sie soll auf der nun beendeten Strategieperiode „helvetia 20.20“ aufbauen und dazu beitragen, „den zukunftsorientierten Wachstumskurs von Helvetia Österreich fortzusetzen“, so das Unternehmen in einer Pressemitteilung. Ein verstärkter Fokus werde heuer im Bereich der Digitalisierung liegen. Daneben bestehe die Zielsetzung, Wachstum im Privatkundengeschäft über alle Vertriebswege sowie bei Firmenkunden im KMU-Segment zu generieren. Weiters soll auch das Portfolio für werthaltiges Investment, die „Fairfuture Lane“ ausgebaut werden.



# Dialog

Kompetenz auf Augenhöhe

## 30 Jahre Erfahrung

Dialog in Österreich –  
Ihr Spezialversicherer für Biometrie



Besuchen Sie uns online:  
[www.dialog-leben.at](http://www.dialog-leben.at)

- ✓ **Verlässlich**  
Stabile Beiträge durch langjährige Erfahrung: Netto-Prämien im Bestand noch nie erhöht.
- ✓ **Kundenfreundlich**  
Exzellentes Preis-/Leistungsverhältnis, faire Leistungsregulierung und eine Prozessquote, die gegen Null geht.<sup>1</sup>
- ✓ **Finanzstark**  
Unübertroffene Solvabilitätsquote mit 784 Prozent, Eigenkapitalquote mit 8,27 Prozent weit über Marktdurchschnitt von 2,01 Prozent.<sup>2</sup>
- ✓ **Preisgekrönt**  
Analysehäuser bestätigen Spitzenqualität der Produkte. Für unabhängige Vermittler sind wir der Ablebensversicherer Nr 1.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Morgen & Morgen<sup>2</sup> infirma-Institut für Finanzmarkt-Analysen GmbH, Stand: 24.06.2020  
<sup>3</sup> 1. Platz beim Versicherungs Award Austria 2020 & beim AssCompact Award Ablebensversicherung 2019

Dialog Lebensversicherungs-AG, Stadtberger Str. 99, D-86157 Augsburg

Ein Unternehmen der



Engelliche Einschaltung