

# „Was dem Kunden nützt, nützt auch dem Berater“

Eine Versicherungsgesellschaft, die auf die Bedürfnisse der Vermittler und derer Kunden eingeht: Die Skandia ist ein verlässlicher Partner. Der neue Vertriebschef der Skandia Deutschland Hermann Schrögenauer erklärt im Gespräch mit der procontra, wie die Skandia mit verbessertem Service und optimierten Produkten den Vermittler bestmöglich unterstützen will.

**procontra:** Herr Schrögenauer, Sie sind im Juli von der Skandia Österreich zur Skandia Deutschland gewechselt – wird jetzt alles anders?

**Hermann Schrögenauer:** Natürlich nicht. Wir setzen auf Kontinuität. Ich bin schon seit 2000 für die Skandia tätig und werde meine Erfahrungen zukünftig für den deutschen Markt einbringen.

**procontra:** Wie sehen die Pläne der Skandia für den Vertrieb in Deutschland aus?

**Schrögenauer:** Die Finanzberater in Deutschland befinden sich derzeit in einer schwierigen Situation. Schon das vergangene Geschäftsjahr war geprägt von der Vertrauenskrise und den veränderten Rahmenbedingungen durch das neue Versicherungsvertragsgesetz. Auch 2009 ist kein einfaches Geschäftsjahr. Viele Kunden zögern vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise beim Abschluss einer Altersvorsorge. Nichtsdestotrotz bietet der Markt ein großes Potenzial. Als verlässlicher Partner wollen wir die Vermittler darin unterstützen, dieses Marktpotenzial auszuschöpfen.

**procontra:** Die Vermittler zu unterstützen – versprechen das nicht alle

Anbieter? Was tut die Skandia denn konkret für den Vermittler?

**Schrögenauer:** Wir unterstützen die Vermittler ab 1. September mit drei ganz konkreten Maßnahmen: erstens unserem Treue-Bonus. Damit bedanken wir uns bei den Vermittlern für die Zusammenarbeit mit einem Bonus in Höhe eines Monatsbeitrags für alle Versicherungsanträge, die zwischen dem 1. September und dem 30. November 2009 eingereicht werden und deren

**„Wer erfolgreich verkaufen will, muss das Vertrauen des Kunden konsequent pflegen.“**

Versicherungsbeginn spätestens der 1. Dezember ist. Zweitens mit dem Wegfall der sogenannten Riester-Staffel. Ab 1. September entfällt die bislang gültige Staffelregelung. Bei allen neuen Vertragsabschlüssen mit einer Laufzeit von mindestens 20 Jahren wird künftig einheitlich ein Bewertungsfaktor von 100 Prozent angesetzt.

**procontra:** Das klingt fair. Und drittens?

**Schrögenauer:** Der Unternehmer-

Bonus: Wir runden unser Unterstützungspaket durch ein Angebot für Berater ab, die sich neu orientieren und als unabhängige Qualitätsberater selbstständig tätig sein wollen: Sie erhalten ab sofort einen Unternehmer-Bonus von bis zu 10.000 Euro. Mit diesem Angebot wollen wir ein klares Signal für mehr Unabhängigkeit in der Beratung setzen. Außerdem ist es uns wichtig, unseren Service so optimal wie möglich für unsere Vertriebspartner zu gestalten.

**procontra:** Aber Sie haben Ihr Serviceangebot doch erst kürzlich stärker auf die Kunden ihrer Vertriebspartner zugeschnitten. Wie genau sieht der neue Service aus?

**Schrögenauer:** Wir haben unser Serviceangebot verbessert und stärker auf die Kunden unserer Vertriebspartner ausgerichtet. Dabei gehen wir von drei Kundengruppen mit unterschiedlichen Bedarfsstrukturen aus: Zum einen anspruchsvolle, investitorientierte Kunden, die in der Regel auf unsere komplette Fondsauswahl zurückgreifen. Zum zweiten komfort- und renditeorientierte Kunden, für die unser Portfolio-Navigator besonders interessant ist, und dann gibt es noch die Kunden, für die das Thema Sicherheit besonders wichtig ist. Auf die-



#### Zur Person

##### Hermann Schrögenauer

Der 39-Jährige arbeitete seit 2000 bei der Skandia Österreich, wo er als Vertriebsleiter startete. Unter seiner Leitung konnte sich die Skandia vor allem im Hinblick auf Servicequalität für Vertriebspartner und Endkunden profilieren. Seit Juli 2009 ist er Vertriebsvorstand der Skandia Deutschland. Schrögenauer hat Sozial- und Wirtschaftswissenschaften mit Schwerpunkt auf Marketing und Betrieblicher Umweltwirtschaft an der Johannes Kepler Universität Linz studiert.

se unterschiedlichen Kundenbedürfnisse haben wir unseren Service zugeschnitten.

**procontra:** Wie sieht das konkret aus?

**Schrögenauer:** Zum Beispiel durch Entwicklung zielgruppenbezogener Produktstorys. Dabei verfolgen wir stets einen nachhaltigen Ansatz: Was dem Kunden nützt, nützt auch dem Berater.

**procontra:** Welches Angebot bieten Sie denn Kunden, denen das Thema Sicherheit besonders wichtig ist?

**Schrögenauer:** Für diese Kunden bieten wir den Garantiefonds Skandia Euro Guaranteed 20XX, kurz SEG 20XX. Er ist das Original unter den Garantiefonds, denn er war 2002 der erste Garantiefonds innerhalb einer Fondspolice auf dem deutschen Markt.

**procontra:** Damit entsprechen Sie einem der Grundbedürfnisse der Anleger: Sicherheit. Aber derzeit befinden sich zahlreiche Garantie-Produkte in der sogenannten „Cash Lock“-Falle. Wie umgehen Sie denn dieses Problem?

**Schrögenauer:** Richtig, derzeit zwingt die Sicherungs-Falle zahlreiche Garantiefonds-Anbieter, das Fondsvermögen bis zum Laufzeitende festverzinslich und damit renditeschwach anzulegen. Die Skandia hat dieses Problem rechtzeitig erkannt und eine Lösung entwickelt: den neu entwickelten Volatilitäts-Faktor. Herkömmliche Garantiefonds mit Höchststandsgarantie gewährleisten zwar die Sicherung einmal erreichter Wertzuwächse über die gesamte Laufzeit – nicht

aber einen nachhaltigen Wertzuwachs in Zeiten unruhiger Märkte und stark schwankender Kurse. Dank der Einführung unseres variablen Umschichtungsfaktors, der an die Volatilität der Kapitalmärkte gebunden ist, sowie einer Ausweitung des Fonds-Portfolios um neue Anlageklassen und Managementstrategien kann sich der SEG 20XX flexibler auch an lange Börsenabschwungphasen anpassen und in der Hausse an den Wertsteigerungen partizipieren.

**procontra:** Sie sprachen vorhin von einem nachhaltigen Ansatz – was genau ist damit gemeint?

**Schrögenauer:** Wir bieten eine sehr große Auswahl an nachhaltigen Produkten wie z.B. grüne Investmentfonds an. Aber Nachhaltigkeit und Verantwortung machen selbstverständlich nicht bei den Produkten halt: Uns geht es auch darum, nachhaltige Kundenbeziehungen aufzubauen. Wer erfolgreich verkaufen will, muss das Vertrauen des Kunden konsequent pflegen.

**procontra:** Was versprechen Sie sich von der diesjährigen DKM?

**Schrögenauer:** Die Zusammenarbeit mit den Vermittlern zu intensivieren und ihnen zu zeigen, dass sie mit uns einen verlässlichen Partner an ihrer Seite haben, der sie unterstützt – jetzt und in Zukunft.