

Skandia Deutschland

Nachhaltigkeit steht im Zentrum

Als Altersvorsorge-Spezialist sieht sich die Skandia Deutschland dem Wert der Nachhaltigkeit besonders verpflichtet. Das wird auch an dem neuen „grünen“ Marktauftritt seit April dieses Jahres deutlich. Über dieses Thema, die Krise und mehr sprach die Redaktion mit Hermann Schrögenauer, seit dem 1. Juli 2009 Vertriebsvorstand.

VM: Die Skandia Deutschland konnte im Krisenjahr 2008 ihre Ziele nicht erreichen. Die gebuchten Bruttobeiträge stiegen zwar um mehr als zwei Prozent auf 481,1 Millionen Euro. Der Jahresüberschuss der Skandia Leben ging 2008 jedoch auf 18,3 Millionen Euro von 22,2 Millionen Euro im Vorjahr zurück. Wie sehen die Zahlen für 2009 aus?

H. Schrögenauer: 2008 war geprägt von der Vertrauenskrise und den veränderten Rahmenbedingungen durch das neue Versicherungsvertragsgesetz. Auch 2009 ist die Situation weiterhin schwierig, und die Zahlen sind noch nicht wieder da, wo wir sie gerne hätten. Aber es hat sich auch die Stabilität unseres Geschäfts gezeigt: Wir werden im tatsächlichen Neugeschäft, also ohne Berücksichtigung der Riestertreppe 2008, etwa auf Vorjahresniveau auslaufen.

VM: Trifft die Krise einen Anbieter von Fondspolizen nicht besonders hart?

H. Schrögenauer: Das Fondspolizen-Neugeschäft in Deutschland ist im ersten Halbjahr 2009 im Vergleich zum Vorjahr um rund 35 Prozent zurückgegangen. Davon konnten auch wir uns

nicht ganz abkoppeln. Doch gerade in volatilen Märkten, wie wir sie jetzt haben, können Fondspolizen durch ihre große Flexibilität ihre Stärken voll entfalten. Sie sind fast auf jede Marktsituation einstellbar und bieten zudem die große Chance, an steigenden Kapitalmärkten zu partizipieren. Klassische Produkte haben hingegen kaum Spielräume, Aufwärtstrends an den Aktienmärkten zu nutzen und werden aufgrund des niedrigen Zinsniveaus in Zukunft möglicherweise sogar Probleme haben, den Wertverlust durch die reguläre Inflation auszugleichen. Insofern betrachten wir die gegenwärtige Situation auch als besondere Chance für die Fondspolice. Die Märkte haben sich bereits erholt. Es wird allerdings noch etwas dauern, bis sich die Unsicherheit der Kunden gelegt hat.

VM: Garantien stehen bei den Kunden auch bei Fondspolizen hoch im Kurs. Wie bilden Sie diese ab?

H. Schrögenauer: Bereits 2002 haben wir den Garantiefonds Skandia Euro Guaranteed 20XX – kurz SEG 20XX – eingeführt. Er war der erste Garantiefonds innerhalb einer Fondspolice in Deutschland. Seine Höchststand-Garantie be-

deutet, dass dem Versicherungsnehmer am Laufzeitende des Fonds der höchste jemals an einem monatlichen Stichtag erreichte Anteilswert des Fonds ausbezahlt wird. Anstelle der herkömmlichen CPPI-Technik bedient er sich der dynamischen VPPI-Strategie. Dank des neu eingeführten Volatilitäts-Faktors ist er in der Lage, volatile Märkte besser abzufedern. So hat der SEG 2024 bereits im laufenden Jahr 2009 wieder eine Quote von mehr als 40 Prozent chancenorientierte Anlagen erreicht und ist bereit, vom Börsenaufschwung zu profitieren.

VM: Wie sieht die Skandia das Thema „Variable Annuities“ (VA)?

H. Schrögenauer: Hier gab es während der letzten Monate nicht nur positive Beispiele. Einige Anbieter haben ihre Produkte wieder vom Markt genommen. Das Allheilmittel, als das es manche schon betrachtet haben, ist es also nicht. Wir beobachten die Entwicklung sehr aufmerksam und werden uns innovativ aufstellen. Aber solche Produkte sind kein Selbstzweck. Letztlich geht es darum, dem Kunden zu helfen, seine Versorgungslücke zuverlässig zu schließen. Wie wir das machen, ist dem Kunden in

Sonderdruck



„Wir betrachten die gegenwärtige Situation als besondere Chance für die Fondspolice.“

Hermann Schrögenauer, Vertriebsvorstand Skandia Deutschland

der Regel egal. Dennoch zeigen die letzten Monate, dass Lösungen, die der Kunde versteht, Vorteile haben. Klar ist: Es gibt einfachere Lösungen als VA.

VM: Was bedeutet für die Skandia das Thema Nachhaltigkeit?

H. Schrögenauer: Das Bemühen um Nachhaltigkeit steht für die Skandia bereits seit Langem im Zentrum: Als Altersvorsorge-Spezialist sieht sich die Skandia dem Wert der Nachhaltigkeit in besonderem Maße verpflichtet – wie sich seit April auch deutlich an unserem neuen Markenauftritt erkennen lässt. Wir tragen das Grün also durchaus auch als Verpflichtung. Nachhaltigkeit heißt für die Skandia zum einen, eine große Auswahl an nachhaltigen Produkten anzubieten, die wir mit der Option „Grüne Rente“ in unser Produktportfolio bereits frühzeitig integriert haben. Wir bieten aktuell innerhalb unseres angebotenen Fondsuniversums 20 nachhaltige Investmentfonds an – das ist die größte Auswahl an nachhaltigen Fonds unter allen deutschen Fondspolicen Anbietern. Aber Nachhaltigkeit und Verantwortung machen selbstverständlich nicht bei den Produkten halt: Die Entwicklung dauerhafter und vertrauensvoller Beziehungen zu Vertriebspartnern und Kunden gehört

ebenfalls zu dem ganzheitlich nachhaltigen Ansatz der Skandia. Und nicht zuletzt bekennt sie sich zu ihrer Verantwortung und richtet ihr Handeln nach den Prinzipien des UN Global Compact zur sozialen und ökologischen Gestaltung der Globalisierung aus.

VM: Steht nicht oft Sicherheit gegen Ökologie bei der Wahl der Fondspolice?

H. Schrögenauer: Ich sehe diesen Widerspruch nicht – im Gegenteil: Sicher im Sinne der Altersvorsorge ist, was langfristig zuverlässig Werte schafft. In diesem Sinne spricht sehr viel für einen konsequent nachhaltigen Investment-Ansatz. Entscheidend sind immer die individuellen Bedürfnisse des Kunden und seine persönlichen Anforderungen an eine nachhaltige Altersvorsorge.

VM: Inwiefern setzt die Skandia das Thema Nachhaltigkeit auch in den Beziehungen zu Vertriebspartnern und Kunden um?

H. Schrögenauer: Die Skandia verfolgt seit Beginn dieses Jahres als erster Maklerversicherer einen konsequent nachhaltigen Vertriebsansatz. Dazu haben wir unser Marketing sowie die Services und den Support für unsere Vertriebspartner an drei Kundengruppen mit grundsätz-

lich unterschiedlichen Bedarfsstrukturen ausgerichtet: Skandia Individual, Skandia Navigator und Skandia Garantie. Skandia Individual richtet sich an den anspruchsvollen, investitorientierten Kunden und seinen Berater, die in der Regel auf unsere komplette Fondsauswahl zurückgreifen. Skandia Navigator stellt den komfort- und renditeorientierten Kunden ins Zentrum, für den der Skandia Portfolio-Navigator, unsere individuelle Vermögensverwaltung innerhalb der Fondspolice, besonders interessant ist. Die Garantie-Welt richtet sich in erster Linie an die Kunden und ihre Berater, für die das Thema Sicherheit besonders wichtig ist. Wir stellen also noch stärker den Bedarf des Kunden in den Mittelpunkt unserer Strategie und unterstützen so den Vermittler darin, bedarfsgerecht und zielorientiert zu beraten.

VM: Welche unverwechselbaren Vorteile bieten Sie in Ihrer Maklerbetreuung?

H. Schrögenauer: Unsere Absicht ist es, den Vertriebspartnern dabei zu helfen, ihren Geschäftsalltag zu vereinfachen und dadurch wettbewerbsfähiger zu werden. Deshalb optimieren wir zum Beispiel kontinuierlich unser Online-Portal mySkandia, das in Zukunft zusätzliche Leistungen und mehr Komfort bieten wird, darunter eine detaillierte Honorar-Übersicht, digitale Abrechnungen zum Herunterladen und direkte Vertriebshinweise – wie eine automatische Warnung, wenn ein Kunde zum dritten Mal in Folge der Dynamisierung widersprochen hat. Unser Ziel ist es, den Beratern das Maximum an Unterstützung anzubieten, damit sie den Kunden vertrauens- und verantwortungsvoll beraten können.

VM: Was sind im Moment Ihre größten Herausforderungen?

H. Schrögenauer: Wenn unabhängige Vermittler von starken Anbietern im Bereich der Altersvorsorge sprechen, dann ist es mein ambitioniertes Ziel, unter den ersten drei zu sein. Daran zu arbeiten, ist für mich Herausforderung und Ansporn. *Das Interview führte Bernhard Rudolf.*