

Unternehmen und Personen vom 13.5.2011

## Skandia setzt auf neue Anreize im Vertrieb

Die zur britischen [Old Mutual Gruppe](#) gehörende [Skandia Lebensversicherung AG](#) will zukünftig verstärkt auf alternative Vergütungsmodelle wie eine höhere Bestandsvergütung setzen. Damit solle eine fortlaufende und nachhaltige Beratung der Kunden unterstützt werden, heißt es im Ausblick des jetzt für 2010 vorgelegten [Geschäftsberichts](#). Das Unternehmen ist dabei überzeugt, 2011 und 2012 ein deutliches Beitragswachstum erzielen zu können.

Dank eines hohen Wachstums beim Einmalbeitrags-Geschäft (plus 47 Prozent auf 24,8 Millionen Euro) konnte das Berliner Unternehmen im vergangenen Jahr ein Beitragswachstum von 20 Prozent auf 54,6 Millionen Euro erzielen. Der Jahresüberschuss des Investment- und Vorsorgespezialisten verbesserte sich auf 6,3 (4,6) Millionen Euro.

Trotz einer verbesserten Stornoquote sank der Vertragsbestand leicht auf 361.475 (367.829) und die gebuchten Bruttobeiträge gingen auf 448,3 (454,8) Millionen Euro zurück. Skandia-Vorstand Hermann Schrögenauer zog gleichwohl für 2010 wegen des wirtschaftlich herausfordernden Umfeldes eine positive Bilanz, wie es ergänzend in einer Pressemitteilung hieß.

### Kundentreue gezielt verbessern

Vertriebseitig verwies Skandia für das vergangene Jahr auf zwei besondere Impulse. Anlässlich der Kindergelderhöhung sei ein Vorsorgeprodukt für Kinder („Skandia Teddy“) für mehrere Monate zum reduzierten Monatsbeitrag von 20 Euro angeboten worden. „Auf diese Weise sollte Eltern der Einstieg in die Vorsorge erleichtert sowie den Vertriebspartnern eine Gelegenheit zur aktiven Beratung ihrer Bestandskunden gegeben werden“, heißt es im Geschäftsbericht.

Zudem sei im August 2010 mit der Skandia Investmentpolice eine „einzigartige Vorsorgelösung“ auf den deutschen Markt gebracht worden, die erstmals die steuerlichen Vorteile einer fondsgebundenen Rentenversicherung mit der Transparenz eines Investmentdepots vereine. Mit einem Vorteilsrechner könne der Vertrieb zudem einen direkten Produktvergleich vornehmen.

Ziel sei es, den Kunden noch stärker in den Mittelpunkt aller Aktivitäten zu stellen, erklärte Vertriebs- und Marketingvorstand Schrögenauer. „Wir haben Kunden, die eine vorzeitige Kündigung in Erwägung gezogen haben, gezielt Alternativen aufgezeigt.“ Gemeinsam mit den Beratern sei es gelungen, ein Fünftel aller angesprochenen Kunden zu überzeugen, ihre Kündigung zurückzuziehen.

### Garantiezinssenkung macht Fonds-Leben attraktiver

Die langfristigen Aussichten des deutschen Altersvorsorgemarktes beurteilt die Skandia positiv. Insbesondere bei den fondsgebundenen Versicherungs-Lösungen, die „für die Skandia von zentraler Bedeutung sind“, sei langfristig ein wachsender Markt zu erwarten. Fondswechsel seien bei der Skandia unbegrenzt und ohne zusätzliche Kosten möglich.

Mit der Entscheidung des [Bundesministeriums der Finanzen](#) (BMF), den Garantiezinse 2012 von 2,25 auf 1,75 Prozent abzusenken, verlören klassische Versicherungs-Produkte an Attraktivität. Gleichzeitig würden aber Fondspolices als Vorsorgelösung für renditeorientierte Anleger attraktiver.

Manfred Brüss