

WWK – Fondspolizzen, hybride Vermittler und „Top Service“

Titelinterview mit Thomas Heß, Bereichsleiter Marketing und Organisationsdirektor Partnervertrieb WWK Versicherungen und Stefan Otto, Vertriebsdirektor Österreich WWK Versicherungen

Die WWK Lebensversicherung a.G. ist seit über 10 Jahren auf dem österreichischen Versicherungsmarkt aktiv. Welche Produkte bieten Sie an?

Thomas Heß: Wir bieten in Österreich ein konzentriertes und sehr leistungsstarkes Angebot im Bereich der Lebensversicherung: Kernprodukt ist eine sehr flexible und auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtete fondsgebundene Rentenversicherung. Diese ist mit speziellen, optionalen Features auch für Kinder und Jugendliche sehr interessant. Darüber hinaus sind wir im Bereich der biometrischen Risiken gut aufgestellt. Zu erwähnen sind insbesondere unsere äußerst leistungsfähige Berufsunfähigkeitsversicherung, eine Grundfähigkeitsversicherung als Basisvorsorge für breite Teile der Bevölkerung und eine Risikoversicherung mit konstanter oder linear fallender Todesfalleistung.

Die WWK setzt in Österreich bei der Altersvorsorge seit vielen Jahren auf die Fondspolizze. Wie sehen Sie die Zukunftschancen in diesem Produktsegment?

Thomas Heß: Die WWK bietet fondsgebundene Lebensversicherungen bereits seit über 45 Jahren in Deutschland erfolgreich an. Diese klare Ausrichtung setzen wir auch in Österreich fort. Denn wir waren schon immer der Meinung, dass Investmentsparen über Fondspolizzen eine einfache und auf längere Sicht äußerst profitable Form der Altersvorsorge für unsere Kunden darstellt. Vor dem Hintergrund des anhaltenden Niedrigzinsumfelds ist dieses Argument besonders wichtig. Darüber hinaus greift es zu kurz, Altersvorsorgeprodukte rein über Renditeaspekte vergleichen oder beurteilen zu wollen. Die private Rentenversicherung sichert als einziges Pro-



Thomas Heß, Bereichsleiter Marketing und Organisationsdirektor Partnervertrieb WWK Versicherungen

dukt das Langlebigkeitsrisiko ab. Dies bedeutet, dass die Versicherung bis zum Tode des Versicherten die monatliche Rente ausbezahlt. Bei jedem anderen Vorsorgeprodukt wird das Kapital aufgezehrt. Wir sehen deshalb weiter enormes Wachstumspotenzial in diesem Segment.

Wie soll der Vermittler seinen Kunden in volatilen Zeiten wie diesen fondsgebundene Produkte schmackhaft machen? Wer ist die Zielgruppe?

Stefan Otto: Wir halten Fondspolizzen als Altersvorsorgeprodukt für fast alle Altersgruppen und somit für breite Teile der Bevölkerung empfehlenswert. Für langfristige Sparvorgänge sollten bei der Fondsauswahl Aktienfonds im Vordergrund stehen, bei kürzeren Laufzeiten empfiehlt sich der Einschluss von weniger volatilen Anlageformen wie beispielsweise Mischfonds. Eine breite Fondspalette bietet dem Kunden bei der Fondspolice einen entscheidenden Vorteil – passgenaue Fondsanlage, je nach individueller Laufzeit und Risikoaffinität. Bei der WWK Premium FondsRente stehen dem Kunden circa 70 Investmentfonds renommierter Fondsgesellschaften zur Verfügung. Im Juli haben wir unser Produkt durch die Herinnahme von vier ETF-basierten BlackRock Managed Index Portfolios noch einmal deutlich aufgewertet.

Welche Vorteile bietet die Fondspolizzen der WWK noch?

Stefan Otto: Ein besonderer Wettbewerbsvorteil unserer Fondspolizze ist darüber hinaus der „harte“ Rentengarantiefaktor mit Besserstellungsoption, der den bei Vertragsabschluss gültigen Rentenfaktor für die gesamte Laufzeit garantiert. Mit der speziell für Kinder und Jugendliche zur Verfügung stehenden Variante WWK Premium FondsRente Kids bieten wir zudem ein weiteres sehr wertvolles Feature. Kinder erhalten mit dem Einstieg ins Berufsleben die kostenfreie Option auf eine Berufsunfähigkeitsversicherung ohne neuerliche Gesundheitsprüfung. Dabei schließen wir kein Berufsbild aus, es können also auch viele sonst am Markt nicht versicherbare Berufe eingeschlossen werden. Während sich immer mehr Berufe aufgrund der Zunahme von psychischen Erkrankungen nicht mehr am Markt versichern lassen, stellt dieses Argument für die WWK nach wie vor kein Ausschlusskriterium dar.

Die Corona-Pandemie hat zu einem starken Anstieg von Kurzarbeit und Arbeitslosigkeit geführt. Wie kommt ihre Gesellschaft Kunden entgegen, die aktuell Probleme haben, die Prämien ihrer Lebensversicherungen zu bezahlen?

Thomas Heß: Durch die krisenbedingten Einschränkungen müssen viele Bürger mit Einkommenseinbußen klarkommen.

Dies lässt manchen an die Kündigung seines Versicherungsvertrags denken. Das wäre fatal. Denn unsere Kunden besitzen Fondspolizen, die sie teils vor vielen Jahren noch bei sehr attraktiven Rechnungsgrundlagen abgeschlossen haben. Würden sie diese jetzt kündigen, könnten sie einen Vertrag in dieser Gesamtqualität nie wiedererhalten. Das wollen wir unseren Vertriebspartnern und unseren Kunden ersparen. Deswegen bieten wir unseren Kunden verschiedene Möglichkeiten an, mit denen sie ihre Liquidität verbessern und ihren wertvollen Vorsorgevertrag sichern: angefangen bei Beitragsfreistellungen und Beitragsstundungen über Beitragsreduzierungen bis hin zu Beitragspausen und Beginnverlegungen.

Herr Otto, und wie läuft in dieser herausfordernden Zeit die Kommunikation mit dem unabhängigen Vertrieb und wie unterstützen Sie Ihre Partner?

Stefan Otto: Vieles läuft natürlich über Telefon und E-Mail. Aber auch moderne Kommunikationsmittel wie Videotelefonie und Online-Schulungen nehmen stark zu. Wir versuchen mit dem in Wien beheimateten „Maklerstudio“ bereits seit über zwei Jahren umfangreiche digitale Services für Vermittler wie Onlineberatung im österreichischen Maklermarkt zu implementieren. Die Corona-Krise wirkt mit den Kontaktverboten und Ausgangsbeschränkungen wie eine Art Katalysator für die neuen Möglichkeiten, Kunden anzusprechen und zu beraten.

Sind die österreichischen Vertriebspartner auf die technischen Erfordernisse eingestellt?

Stefan Otto: Das ist in der Breite der Maklerschaft sicherlich noch sehr gemischt zu betrachten. Wir glauben, dass sich die neue Art der digitalen Beratung auch nach Corona in Österreich immer stärker durchsetzen und die traditionellen Wege der Kundenansprache hervorragend ergänzen wird. Denn immer mehr Vermittler erkennen, dass ihre Arbeit durch Onlineterminen mit dem Kunden deutlich effizienter wird, mehr Termine pro Tag und Woche werden möglich. Dies wird alleine schon durch die wegfallenden Anfahrtswege deutlich. Zudem gelingt es mit modernen Medien auch, verstärkt jüngere Kundschaft zu erreichen, die vielfach keine Termine im Wohnzimmer wünschen.

Thomas Heß: Ich sehe das genauso und kann das mit Erfahrungen aus Deutschland untermauern. Zur Überraschung vieler Kollegen im Haus schreiben große Vertriebseinheiten trotz des kompletten Lockdowns derzeit ein deutliches Plus. Andere Vertriebe ähnlicher Größenordnung, die eher klassisch unterwegs und weniger technologiefreundlich in ihrer Grundstruktur sind, haben teilweise herbe Produktionsverluste. Wir sehen also im Moment starke Unterschiede in der Umsatzentwicklung der verschiedenen Vertriebspartner. Gewinner sind derzeit Vertriebe mit überwiegend junger Zielgruppe und jungen Mitarbeitern, die sehr technikaffin sind. Insgesamt glauben wir, dass die persönliche Beratung immer wichtig bleiben wird, die technische Unterstützung aber eine immer größere Rolle spielen wird. Ich glaube, dass durch die Corona-Krise gerade ein neuer Idealtypus des Finanzberaters geschaffen wird – der hybride Vermittler.

Der Vertrieb von Versicherungsprodukten ist ja eng mit dem Thema Service für Vermittler verbunden. Was bietet die WWK ihren Partnern?

Stefan Otto: Da haben Sie Recht. Hervorragende Produkte sind das eine, die Leistung auf die Straße zu bringen das andere. Wie bereits kurz angesprochen haben wir in den Räumlichkeiten der Vertriebsdirektion Wien unser „Maklerstudio Österreich“ eingerichtet. Damit haben wir unser Betreuungskonzept um einen modernen Baustein erweitert. Ziel ist es, die Vermittler in Österreich noch schneller und mit größtmöglicher Individualität betreuen zu können. Das Team arbeitet dabei eng mit der mehrfach ausgezeichneten Vertriebsunterstützung aus München zusammen.

Unsere hohe Serviceorientierung bringt uns regelmäßig ausgezeichnete Rankings ein: So wurden wir beim aktuellen Wettbewerb „Top Service Österreich“ erneut als eines der servicestärksten und kundenorientiertesten Unternehmen in ganz Österreich ausgezeichnet. Aufgrund der hohen Qualität unserer Dienstleistungen in unserer österreichischen Vertriebsdirektion und in der WWK-Zentrale in München erhielten wir im Bereich der Geschäftskunden den hervorragenden 2. Platz. Und wenn man nur die Sparte Versicherungen betrachten würde, wären wir sogar Sieger des Wettbewerbs. Das zeigt deutlich, dass wir bestens für die Kundenerwartungen unserer Zeit gerüstet sind. Wir sehen Service nicht als singulären Vorgang, sondern richten ihn an den gesamten Lebensphasen der Kunden aus.



Stefan Otto, Vertriebsdirektor Österreich WWK Versicherungen

Können Sie das Serviceangebot der Zentraldirektion in München konkretisieren?

Thomas Heß: Angesichts des hohen Aufwands, den Makler heute zu bewältigen haben, bieten wir unseren Partnern mit Hilfe eines qualifizierten Expertenteams der Versicherungszentrale eine zusätzliche Vertriebsberatung. Über die kostenlose Telefonhotline 0800/102313 erhalten Vertriebspartner durch unser Kompetenzzentrum bei allen Fragen rund um Anträge, Verträge, Produktbedingungen und Bestandsthemen fallabschließende Antworten. Das Team wurde bereits mehrfach für die hohe Servicequalität und die exzellente Erreichbarkeit ausgezeichnet. ■