



Traditionell veröffentlichen wir in der Jänner-Ausgabe Statements von Branchenunternehmen zu ihrer Strategie 2021. Die Kommentare sind alphabetisch gereiht. Auch die Berufsvertreter der Versicherungsmakler, Versicherungsagenten und Finanzdienstleister in Österreich sind diesmal vertreten. Es wird ein besseres Jahr als das letzte! Es hat an einem Freitag begonnen und endet an einem Freitag. Und Freitag ist ein Glückstag!

Was bringt das neue Jahr?

Der Gouverneur der Oesterreichischen Nationalbank Robert Holzmann sieht positive Zeichen für das heurige Jahr. Bis zu einer vollständigen Erholung der Weltwirtschaft würde es zwar noch dauern, aber zumindest „ein Licht am Ende des Tunnels sollte 2021 mit der globalen Ausrollung der Impfung absehbar sein“, so der Gouverneur. Laut der Eurosystem-Projektion soll die Wirtschaft im Euroraum heuer wieder um 3,9 Prozent wachsen, für das Jahr 2022 wird eine Wachstumsrate von 4,2 Prozent prognostiziert. Die österreichische Wirtschaft soll im heurigen Jahr auch wieder eine Steigerung verzeichnen. Ende 2022 sollte das heimische BIP real wieder das Vorkrisenniveau erreichen, wenn die gesundheitspolitischen Maßnahmen greifen und die medizinischen Lösungen umgesetzt werden können.

Finanzen der Österreicher im neuen Jahr

Einer Studie zufolge sehen die Österreicher die finanziellen Aussichten für das heurige Jahr nicht sehr positiv. Fast jeder Dritte meint, dass in Sachen Finan-

zen das Jahr 2021 für ihn ein schlechtes Jahr werden wird. Auch das Sparverhalten wird sich verändern, statt 40 Prozent werden nur mehr 35 Prozent sparen. Das liegt angeblich auch daran, dass mangels Konsummöglichkeiten im letzten Jahr bereits viel zurückgelegt wurde.

Neuerungen im System

Einige Beispiele der Neuerungen bei Führerschein, Straßenverkehrsordnung und im Steuerbereich. Bürgerkartenbesitzer erhalten ab dem Frühjahr Führerschein und Zulassung digital aufs Smartphone. Auch der Jagdschein und die Angelkarte wird digital erhältlich sein. Bei der Privatnutzung von Firmenfahrzeugen gibt auch es eine Änderung. Für Firmenfahrzeuge, die im Jahr 2021 erstmalig zugelassen werden, wird der bisherige CO₂-Grenzwert auf 138 Gramm je Kilometer (gemäß WLTP bei Pkw bzw. WMTC bei Motorrädern) abgesenkt. Für Fahrzeuge, die davor erstmalig zugelassen wurden, gilt weiterhin der jeweilige Grenzwert zum Zeitpunkt der erstmaligen Zulassung. Bei Neuzulassungen von Fahrzeugen muss ab 1.9.2021 eine Gurtwarnung für Vorder- und Rücksitze verpflichtend eingebaut werden.

Quellen: Oesterreichische Nationalbank, ÖAMTC, ING, BM



Rémi Vrignaud, CEO Allianz Österreich

Allianz Österreich

Als Allianz übernehmen wir Verantwortung für Generationen – und das seit über 160 Jahren. Wir sind starker und langfristiger Partner und unsere oberste Priorität ist es immer, unseren Kundinnen und Kunden Sicherheit zu bieten. Ganz nach dem Motto „Rund um den Menschen“ rücken wir passend dazu heuer die Personenversicherung noch stärker in den Mittelpunkt. 2021 treiben wir nicht nur unsere Digitalisierungs-offensive, sondern auch das Thema Vereinfachung weiter voran, als Pionier in der Branche heben wir die nachhaltige Ausrichtung unseres Unternehmens auf die nächste Stufe.

Corona wirkt wie eine Lupe, die vergrößert, was wichtig ist: Neben der Familie ist das unsere Gesundheit. Mit Produktneuheiten, die in der Pipeline stehen, entsprechen wir dem verstärkten Gesundheits- und Vorsorgebewusstsein unserer Kundinnen und Kunden: in der Gesundheits- und Lebensversicherung ebenso wie in der betrieblichen Altersvorsorge. Für diese Sparten sehen wir absolutes Wachstumspotenzial. Die Bedeutung von Prävention und Vorsorge wurde in den letzten Monaten überdeutlich. Besonders unsere digitalen Produkte und Services treffen den Nerv der Zeit. Um

uns weiter für eine moderne und sichere Zukunft auszurichten, bleibt die Digitalisierung ein strategischer Schwerpunkt. In all unseren Vorhaben spielt das Thema Nachhaltigkeit eine prioritäre Rolle – so gehen wir heuer den nächsten Schritt in Richtung 100% nachhaltige Investments. Denn gerade Corona hat uns eines deutlich gezeigt: wie wichtig es ist, uns als Gesellschaft nachhaltig und robust aufzustellen.

ARAG SE – Direktion für Österreich

Als Familienunternehmen ist es seit jeher das Ziel von ARAG, dass jedermann sein Recht durchzusetzen vermag, und nicht nur derjenige, der es sich leisten kann. Bis heute ermöglichen wir Chancengleichheit vor dem Recht, indem wir Menschen in rechtlichen Belangen unterstützen. Nie war das wichtiger als in diesem Krisenjahr. Die Coronapandemie hat zu großer Verunsicherung in rechtlichen Belangen geführt – mit unserem Serviceangebot konnten unsere ARAG Inhouse-Juristen tausendfach helfen. In dieser Ausnahmesituation haben wir sogar jedem unsere telefonische Rechtsberatungshilfe angeboten – nicht nur Kunden. Das brachte uns hohe Sympathiewerte und zwei 1. Plätze bei unabhängigen Umfragen zum Rechtsschutz.



Mag. Birgit Eder, CEO ARAG SE – Direktorin für Österreich

Unser wertorientiertes Handeln wird unsere Unternehmenstätigkeit auch in Zukunft prägen. Qualitativ guter Service in der Abwicklung von Rechtsschutzfällen und bei der Vertriebsunterstützung werden daher auch 2021 eine zentrale Rolle spielen.

Mit viel Mut und Entschlossenheit gehen wir aber auch neue Wege, um unseren Kunden mit innovativen Lösungen zur Seite zu stehen. So starten wir 2021 mit einem neuen Versicherungsprodukt in den Markt und nutzen gleichzeitig die Chancen, die in neuen Technologien stecken – so wird es 2021 bei ARAG einiges an technologischer Weiterentwicklung geben, die unseren Kunden und unseren Vertriebspartnern Entlastung, Bequemlichkeit und Schnelligkeit schaffen, dies bei größtmöglicher Transparenz.

Wir wollen auch in 2021 das erfolgreiche Wachstum der letzten Jahre fortsetzen. Dabei bauen wir auf eine solide Solvabilität und Ertragsstärke und sichern die Stabilität und Unabhängigkeit der ARAG Österreich. Denn nur in der unternehmerischen Unabhängigkeit können wir uns auch in Zukunft konsequent für die Interessen unserer Kunden einsetzen.

DONAU Versicherung AG

Die DONAU Versicherung hat ihre Strategie Ende 2020 erfolgreich abgeschlossen. Die Rahmenbedingungen waren außergewöhnlich, aber wir haben sehr viel erreicht. Für die nächsten Jahre haben wir die strategischen Grundlagen ausgearbeitet, um uns dynamisch weiter optimal zu positionieren.

Die Vernetzung unserer Wirtschaft hat eine neue Dimension erreicht und die Verletzlichkeit aufgezeigt. Eine Cyberversicherung wird also notwendiger denn je. Durch aktive Beratung wird die DONAU die Bewusstseinsbildung fördern. Eine digitale Einbruchversicherung schützt Unternehmen und medizinische Dienstleister vor den finanziellen Folgen dieser oft weitreichenden Schäden.



Judit Havasi, Vorstandsvorsitzende
DONAU Versicherung AG

Gleiches gilt für unsere Privatkunden. Auch diesen empfehlen wir eine Cyberversicherung, um vor der laufend steigenden Kriminalität in diesem Bereich geschützt zu sein. Ein besonderer Fokus unserer neuen Strategie hat für Privatkunden an Aktualität wiedergewonnen. Neben der privaten Krankenversicherung sind insbesondere die Folgen durch Unfall oder schwere Erkrankungen ins Bewusstsein gerückt. Die Pensionsvorsorge bleibt ein ebenso wichtiges Thema.

Wir werden klare Schwerpunkte setzen, um mit voller Kraft für unsere Kunden da zu sein. Wir setzen und vertrauen dabei auch auf unsere Vertriebspartner, denen wir ebenso ausgezeichnetes wie aufmerksames Service liefern werden. Die DONAU verbindet Regionalität und hohe Servicelevels mit den Vorzügen einer effizienten Digitalisierung. Als verlässlicher Ansprechpartner steht die DONAU für die kommenden Herausforderungen zur Verfügung.

ERGO Austria International AG

Im Jahr 2021 haben wir uns zum Ziel gesetzt, das überdurchschnittliche Wachstum in der Schaden-/Unfallversicherung fortzusetzen.

Erreicht werden soll das durch den Ausbau unserer Gewerbeversicherung im kleinbetrieblichen und mittleren Gewerbesegment (z. B. durch Erweiterung des Gewerbebündelprodukts), durch die Fortsetzung des ertragreichen Wachstums im Bereich KFZ sowie durch den Launch einer neuen Unfallversicherung. Gleichzeitig setzen wir auch im nächsten Jahr auf Stabilisierung und Wachstum der Sparte Lebensversicherung, maßgeblich vorangetrieben durch unsere Erfolgsprodukte ERGO fürs Leben und ERGO fürs Sparen. Die Umsetzung unserer Wachstumsstrategie erfolgt auch im

Wege eines nachhaltigen Vertriebswegemix. Neben der Vertiefung unserer Bankkooperationen und der parallelen Weiterentwicklung der anderen Vertriebswege zur weiteren Diversifizierung, wie der dynamische Ausbau unseres eigenen Außendienstes, stehen vor allem die Intensivierung bestehender Maklerverbindungen und die Akquisition neuer Maklergruppierungen im Vordergrund. Unterstützt wird dies durch Maßnahmen der Digitalisierung und Prozessoptimierungen, die auch in unserer Digitalisierungsstrategie, die wir bereits seit eini-



Dr. Philipp Wassenberg,
Vorstandsvorsitzender ERGO Austria
International AG



Mag. Gregor Pilgram, CEO Generali
Versicherung AG

gen Jahren verfolgen, verankert wurden – beispielsweise im Bereich der Schadenabwicklung oder beim Underwriting. Als zusätzliches Fundament dieser strategischen Eckpfeiler wird das Thema Nachhaltigkeit in unserer Strategie verankert.

Generali Versicherung AG

Profitables Wachstum, der Kunde im Mittelpunkt sowie Einfachheit stehen im Mittelpunkt des Strategieplans „Generali 2021“. Die Umsetzung dieser Strategie ist sehr weit fortgeschritten. Die Pandemie hat den Weg der Generali in Richtung Lifetime Partner für ihre KundInnen und Vertriebspartner sogar beschleunigt.

Das Jahr 2021 wird unverändert große Herausforderungen mit sich bringen. Das tatsächliche Ausmaß der Auswirkungen der schwierigen wirtschaftlichen Lage können wir noch nicht abschätzen. Aber mit einer geschärften Strategie und noch schnelleren Umsetzung will die Generali ihren Erfolgskurs fortführen. Digitalisierung, künstliche Intelligenz und Automatisierung werden weiter vorangetrieben. Im Fokus stehen innovative Kundenlösungen, die weitere digitale Transformation des Vertriebs sowie die Prozessvereinfachung und Effizienzsteigerung.

Groß geschrieben wird dabei der Human Touch. Die Generali ist der festen Überzeugung, dass nur eine hybride Kundenbetreuung ein Erfolgsgarant für die Zukunft ist. Im Fokus stehen aber auch Innovationsgeist und Leistungsstärke sowie Begeisterung und Engagement der MitarbeiterInnen.

Den Generationenwechsel im Unternehmen wird die Generali 2021 weiter fördern und junge Menschen ansprechen, die diese Transformation mitgestalten – mit Firstbird Recruiting, Teamlösungen im Außendienst, der Fortführung der Lehrlingsoffensive und der Positionierung als Top Arbeitgeber. 2021 sucht die Generali österreichweit rund 350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Schwerpunkt in Kundenbetreuung.

HDI Versicherung AG

„Aufgrund der großen Herausforderungen durch die Covid-19 Pandemie ist die Planung für 2021 keine leichte Aufgabe. Die wirtschaftliche Lage ist allgemein angespannt, quer durch alle Branchen muss mit Umsatzrückgängen gerechnet werden. Oberstes Ziel unserer Strategie 2021 ist die Ergebnisse sowie die Solvenzquote weiterhin auf hohem Niveau zu halten und Umsatzsteigerungen im



Günther Weiß, Vorstandsvorsitzender HDI Versicherung AG



Mag. Thomas Neusiedler, Vorsitzender des Vorstandes Helvetia Versicherung AG

Industriebereich sowie im Privatbereich zu erzielen. Dafür sind bereits Aktivitäten im Laufen, damit wir diese Ziele erreichen. Gleichzeitig wollen wir auch weiter stark in die Digitalisierung investieren, da dies die Basis für den zukünftigen Erfolg darstellt und auch ein wesentlicher Wettbewerbsbestandteil ist.

Neben der laufenden Produktentwicklung im Kfz-Bereich, ist auch ein neuer Haushalts- und Eigenheimtarif für Herbst 2021 geplant. IT-Schnittstellen zu unseren Vertriebspartnern werden ebenso weiter ausgebaut. Im Sinne der Nachhaltigkeit und durch weitere Digitalisierungsmaßnahmen wird verstärkt auf E-Kommunikation gesetzt. Im Investmentbereich verfolgen wir eine nachhaltige Veranlagungspolitik, wie strategische Investments in Windkraft oder Infrastruktur als Beimischung zum Anleihenbestand.

Alle Erkenntnisse und Erfahrungen aus 2020 möchten wir in der Zukunft nutzen und sehen daher die Krise auch als Chance für die weitere Entwicklung. Trotz aller schwierigen Umstände der Covid-19-Situation und der wirtschaftlichen Probleme, die kommen bzw. in vielen Bereichen und Betrieben schon da sind, sehen wir die HDI Versicherung AG auf einem soli-

den, starken Fundament und auch bestens gerüstet für die Herausforderungen in 2021!“

Helvetia Versicherung AG

Auch 2021 setzt Helvetia den Fokus verstärkt auf den Ausbau der Digitalisierung und entspricht somit klar den Anforderungen einer modernen Gesellschaft. Zudem begleitet uns strategisch die laufende Serviceoptimierung, wo es uns einerseits ein besonders Anliegen ist, Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt zu stellen und andererseits richten wir weiterhin das Augenmerk auf wichtige Prozesse im Bereich der Digitalisierung. Mit der elektronischen Unterschriftslösung ist es uns 2020

gelingen, unseren Mitarbeitenden eine schnellere Geschäftsabwicklung zu ermöglichen und den Arbeitsalltag zu erleichtern. Ein persönliches Treffen mit Kundinnen und Kunden ist möglich, aber für den Abschluss nicht mehr erforderlich. Der gesamte Prozess wird durch die Digitalisierung deutlich beschleunigt und folglich profitieren alle – unsere Kunden und Vertriebspartner. Im Rahmen der Gewerbeinitiative wird weiter an Produktinnovationen gearbeitet, die planmäßig auch im Laufe des Jahres präsentiert werden. Darüber hinaus steht die Weiterentwicklung unserer erfolgreichen fondsgebundenen Leistungen auf der Agenda, sowie die Optimierung des Investmentsparens. Im Sinne der Nachhaltigkeit setzen wir weitere Schritte und nehmen klar unsere Verantwortung als Versicherung wahr. Mit Produkten und werthaltigen Lösungen wie der »Fair-Future Lane« oder Initiativen wie dem Schutzwaldprojekt leisten wir auch zukünftig einen Beitrag für eine verantwortungsvolle Zukunft.

Kärntner Landesversicherung

„Unsere Strategie stellt auch 2021 unsere Kundinnen und Kunden sowie deren Bedürfnisse in den Mittelpunkt unseres Handelns. Wir sind davon überzeugt,



DI Dr. Jürgen Hartinger, Vorstandsdirektor Kärntner Landesversicherung

dass kompetente persönliche Beratung wichtig ist und weiterhin bleiben wird. Dementsprechend stärken wir unseren hauseigenen Außendienst ebenso wie die Zusammenarbeit mit externen Vertriebspartnern. Die KLV Vertriebsportale haben sich dabei als nützliche Werkzeuge bewährt, die wir in diesem Jahr weiter ausbauen werden. Ziel ist eine konkrete Unterstützung bei der Beratung und Verwaltung von Kundendaten.

Im Bereich Produkte setzen wir auf die kontinuierliche Weiterentwicklung unseres Portfolios sowie die Optimierung unseres Spartenmix. Ein Schwerpunkt 2021 liegt auf der Eigenheim- und Haushaltsversicherung, aber auch die Unfallversicherung sowie die neu eingeführten Assistance-Leistungen stehen im Fokus. Produktbereiche, die wir aus strategischen Gründen nicht selbst entwickeln, werden über Ventillösungen mit zusätzlichen strategischen Partnern angeboten.

Ein für uns besonders wichtiger strategischer Bereich sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Aufgrund der fortlaufenden Automatisierung von Standardprozessen haben wir Ressourcen geschaffen, die mehr Flexibilität sowie zusätzliche Innovationskraft und Serviceleistungen ermöglichen. Die Herausforderung liegt nun darin, diese neue Ar-

beitswelt gemeinsam mit allen MitarbeiterInnen zu gestalten und mit Leben zu füllen.“

NÜRNBERGER Versicherung AG

Nachhaltige Veranlagungen werden nicht zuletzt aufgrund der neuen gesetzlichen Regularien in der Fondsgebundenen Lebensversicherung stärker nachgefragt werden. Dem kontinuierlichen Ausbau unserer Fondspalette u.a. auch um ESG-Fonds kommt daher strategische Bedeutung zu.

Neben der Festigung der für unser Unternehmen seit Jahren guten Positionierung als Qualitätsversicherer von Berufsunfähigkeitsversicherungen und Pflegerentenversicherungen werden wir einen weiteren Schwerpunkt im Bereich Unfall- und Sachversicherungen setzen und unsere Ablebensversicherung um einen Tarif mit fallender Versicherungssumme erweitern.

Im Bereich der NÜRNBERGER Vertriebstechnologie planen wir im kommenden Jahr den Um- und Ausbau unseres Vertriebspartner-Portals VIS um den Beratern noch mehr Komfort in der Kundenberatung und -servicierung zu bieten. Zu Beginn der Coronakrise haben wir



Mag. Erwin Mollnhuber, Mitglied des Vorstandes NÜRNBERGER Versicherung AG



Mag. Martin Moshammer, Hauptbevollmächtigter ROLAND Rechtsschutz Versicherungs AG, Niederlassung Österreich

zusätzliche elektronische Lösungen für kontaktlose Abschlüsse geschaffen, die von unseren Vertriebspartnern seitdem sehr gut angenommen werden. Diesen Weg werden wir weiter forcieren, ebenso wie den Ausbau und die laufende Optimierung von Schnittstellenlösungen zu Maklern und Plattformen.

ROLAND Rechtsschutz Versicherungs AG

Erstens wollen wir unsere bereits starke Marktposition im Industrie- und Individualgeschäft weiter ausbauen. Als Spezial-Versicherer können wir Kunden in diesem Segment einen umfassenden und ideal zugeschnittenen Rechtsschutz anbieten – abseits von Standardlösungen.

Zweitens ist es unser Ziel, unsere Produktlösungen im Gewerbe-Rechtsschutz zu erweitern. Wir denken hier beispielsweise Annexprodukte zu unserem Business-Rechtsschutz sowie die Integration von „Assistanceleistungen“ in unsere Produkte an.

Weiters werden wir die Serviceleistungen für unsere Versicherungsnehmer im kommenden Jahr vergrößern. So werden wir unseren Service

in der telefonischen Rechtsberatung und in der Regulierung ausweiten.

Als vierten wichtigen Punkt setzen wir auf eine noch höhere Präsenz unserer Vertriebs-Spezialisten vor Ort in den Regionen. Zudem werden wir unser Schulungsangebot optimieren, um unsere Vertriebspartner bestmöglich zu unterstützen.

Und last but not least richten wir unser Geschäft weiterhin auf ein nachhaltig profitables Wachstum aus. Das heißt: Nicht der schnelle, sondern der langfristige Erfolg steht im Vordergrund.

Standard Life Versicherung

„Auch das Jahr 2021 wird von den Auswirkungen der Corona-Pandemie dominiert sein. Wir haben im vergangenen Jahr festgestellt, dass sich Konsumenten sehr intensiv mit Vorsorgethemen beschäftigen haben und der Beratungsbedarf entsprechend sehr hoch war. Ich gehe davon aus, dass dies auch im Jahr 2021 so bleiben wird. Diese gestiegene Sensitivität auf Seiten der Kundinnen und Kunden bedeutet für die unabhängigen Vermittler eine große Chance. Die große Herausforderung wird es allerdings auch weiterhin sein, die Beratung an die verändernden Rahmenbedingungen anzupassen. Es wird dabei bleiben, dass ein Großteil der Beratung digital ablaufen wird und die Vermittler die digitalen Lösun-



Christian Nuschele, Head of Sales & Marketing Standard Life Versicherung

gen dauerhaft in den Beratungsprozess integrieren müssen. Um unsere Vertriebspartner hier bestmöglich zu unterstützen, haben wir unsere Kooperation mit Flexperto verlängert und bieten auch weiterhin sehr gute Lösungen zu einem sehr günstigen Preis.

Die Corona-Pandemie wird aber nicht nur Auswirkungen auf die Beratung haben, sondern auch zu nachhaltigen Veränderungen in der Produktwelt führen. Die Maßnahmen zur Bewältigung der Krise werden die Niedrigzinsphase nochmals deutlich verlängern. Darunter werden vor allem klassische Produkte zu leiden haben. Als Konsequenz daraus erwarte ich, dass Fondspolizzen weiter an Bedeutung gewinnen werden. Die letzten FMA-Statistiken haben diesen Trend schon aufgezeigt. Standard Life hat sich schon sehr lange auf Fondspolizzen fokussiert und wird von diesem Trend profitieren. Es gilt jetzt die umfangreichen Vorteile, die Fondspolizzen gegenüber klassischen Produkten, aber auch gegenüber Fondsdepots haben, noch deutlicher aufzuzeigen.“

VAV Versicherungs AG

„Die VAV wird auch in 2021 für alle Vertriebspartner und Kunden ein verlässlicher Partner sein. Wir wollen insbesondere dort weitermachen, wo wir auch in den letzten Jahren überdurchschnittlich erfolgreich waren und was auch in vielen Produkt- und Maklerawards sichtbar wurde.

Auf der Produktseite setzt die VAV auf Best-Advice Lösungen mit einem marktführenden Preis-Leistungs-Verhältnis. Produktneuerungen wird es im Bereich Eigenheim-/Haushalt und in der Rechtsschutzversicherung geben. KFZ wird attraktiv wie eh und je bleiben. Ein Wechsel zur VAV lohnt sich also!

In der Gewerbeversicherung und im Geschäftsfeld Bauversicherung wird die VAV ihre bekannten Stärken ausspielen und noch präsenter am Markt auftreten. Ein wich-



Dipl.-Oek. Sven Rabe,
Vorstandsvorsitzender VAV
Versicherungs AG

tiger Schritt ist hier mit dem Go-live des smarten Gewerbebündelrechners für das VAV Business Paket® zum Jahresende 2020 geschafft. Damit bietet die VAV volle Unterstützung in der Gewerbekundenberatung. So leicht und unkompliziert war es noch nie!

Als technisch fitter Versicherer stehen wichtige Schritte bei der Anbindung an Vertriebspartnersysteme kurz bevor. Das wird die Prozessgeschwindigkeiten in der Polizzierung und im Schaden deutlich erhöhen. Ziel ist, hier deutlich spürbar positive Kundenerlebnisse zu schaffen die allen Beteiligten das Leben einfacher machen. Digitalisierung dort wo es Sinn macht, ansonsten direkte und persönliche Erreichbarkeit unserer motivierten Kolleginnen und Kollegen.

Kurz gesagt: Die VAV wird 2021 alle Vertriebspartnerinnen und Vertriebspartner mit ganz viel persönlichem Service Best-Advice Produkten und bester technischer Unterstützung im Geschäft erfolgreich machen.“

Wiener Städtische Versicherung AG

Die Pandemie ist auch an der Versicherungsbranche nicht spurlos vorübergegangen. Besonders im Firmenkundengeschäft sind die Auswirkungen spürbar

legen. Weiterbildung und Ausbildung ist ein weiterer Schwerpunkt im heurigen Jahr. Ebenso die Umsetzung des Lehrplanes der Versicherungsmakler in den nationalen Qualifikationsrahmen. Im Mittelpunkt der Arbeit des Fachverbandes wird auch das Thema EPU- und KMU-Förderung stehen. Es ist davon auszugehen, dass in den kommenden Jahren auf europäischer Ebene die nächste Serie an regulatorischen Neuerungen und Anpassungen auf die Versicherungsmakler und die Versicherungsbranche zukommen werden. Hier sehe ich unsere Aufgabe darin, für die Beibehaltung des Vergütungssystems mit Provisionen zu kämpfen. Die Stimmen gegen unser „Provisionssystem“ sind leider immer noch nicht verstummt

Sie haben das Thema Weiterbildung angesprochen, was haben die Versicherungsmakler für heuer geplant?

Berghammer: Es ist schwierig, heute bereits eine treffsichere Auskunft darüber abzugeben, ob und wie Präsenzveranstaltungen

heuer möglich sind. Wir haben im November 2020 in rascher Umsetzung den Versicherungsmakler Bildungstag von einer geplanten Präsenzveranstaltung in einen reinen virtuellen Webinar-Tag umgewandelt. Das Format ist sehr gut angenommen worden und mit mehr als 640 Teilnehmern kann man von einem Erfolg sprechen. Inwieweit wir das Format auch heuer anbieten werden, können wir zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht sagen. Auch die traditionelle Teilnahme der Versicherungsmakler am europäischen Forum kann noch nicht verkündet werden, da auch hier noch einige Abstimmungen zu erfolgen haben. Was aber sicherlich stattfinden wird, ist im Herbst das Kremser Versicherungsforum der Donau-Universität, welches seit über sechs Jahren in Kooperation mit dem Fachverband der Versicherungsmakler stattfindet. In den Bundesländern werden die Fachgruppen selbstverständlich weiterhin Se-



KommR Christoph Berghammer,
MAS, Obmann Fachverband der
Versicherungsmakler

minare und Workshops für die Mitglieder abhalten.

Digitalisierung sowohl in Richtung der Kunden als auch in Richtung der

Versicherungswirtschaft, was meinen Sie im Detail?

Berghammer: Es ist von essenzieller Bedeutung, dass der OMDS 3.0 vorangetrieben werden muss. Die Arbeitsprozesse zwischen den Versicherungsmaklern und den Versicherungsunternehmen müssen rascher und effizienter werden. Wenn unsere Branche es nicht schafft, innerhalb der nächsten Zeit eine vertikale Kommunikation zu den Versicherungsunternehmen herzustellen, geht wertvolle Zeit im digitalen Wettbewerb mit den anderen Versicherungsdienstleistern verloren. Wir sind im digitalen Wandel sicherlich nicht die schnellste Branche, die Corona-Krise hat meiner Meinung nach dem digitalen Thema einen rasanten Aufschwung verpasst und da dürfen wir nicht nachlassen. Die Krise hat gezeigt, wie schnell man seine Kommunikationsmöglichkeiten umstellen musste und den meisten Versicherungsmaklern ist das auch schnell gelungen. Jetzt braucht es Entschlossenheit, um die Dinge weiter zu beschleunigen.

Fachverband der Finanzdienstleister

Strategie 2021 – was ist bei den Finanzdienstleistern geplant, wo liegen die Schwerpunkte?

Hannes Dolzer, Obmann der österreichischen Finanzdienstleister: Unser Hauptthemen nächstes Jahr liegen bei der Umsetzung der Taxonomie-Verordnung, der Offenlegungsverordnung und der Referenzwerte-Verordnung, also dem Thema Sustainable Finance, und den damit verbundenen Änderungen in MiFiD und IDD. Im März 2018 veröffentlichte die Europäische Kommission einen Aktionsplan zur Finanzierung nachhaltigen Wachstums. Grundlage dafür waren das Pariser Klimaabkommen 2016 und die Agenda 2030 der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung. Zentrales Element des Aktionsplanes ist der Begriff Nachhaltiges Finanzwesen – Sustainable Finance. Dieser bezieht sich in der Regel auf die Berücksichtigung umweltbe-

zogener und sozialer Erwägungen, sogenannter ESG-Faktoren. ESG-Faktoren stehen für Umwelt-, Sozial- und Governance-Faktoren. Wir werden unsere Mitgliedsunternehmen mit Webinaren und Checklisten zu den angesprochenen Themen unterstützen.

Die Schwerpunkte liegen also bei Umsetzung der Regularien und der fachlichen Unterstützung der Mitglieder?

Dolzer: Wir haben bereits Ende Dezember die ersten Webinare zu diesen Themen abgehalten und planen noch weitere. Das nachhaltige Finanzwesen – Sustainable Finance – bedeutet für die Finanzdienstleister in Österreich, dass sie sich mit dem Thema Nachhaltiges Investment beschäftigen müssen. Auch Kunden müssen auf das Thema hingewiesen werden und unsere Mitgliedsunternehmen sind dazu verpflichtet, die Risiken für das eigene Unternehmen zu definieren. Ein weiterer Schwerpunkt im heurigen Jahr liegt bei der Überarbeitung und Anpassung der Prüfungsverordnung im Rahmen des Nationalen Qualifikationsrahmens (NQR). Die Überarbeitung ist bereits sehr weit fortgeschritten, wir werden im ersten Halbjahr damit fertig sein.

Weiterbildung und Ausbildung ist im letzten Jahr aufgrund der Corona-Krise vermehrt in den digitalen Bereich verschoben worden, da Präsenzveranstaltungen nicht möglich waren. Wie ist der traditionelle Bildungs-Kick-off geplant?

Dolzer: Leider kann dieser nicht im Jänner als Präsenzveranstaltung abgehalten werden. Als „vorläufiger Ersatz“ wird Mitte Jänner eine Bildungswoche abgehalten, von Montag bis Donnerstag drei Stunden jeweils am Nachmittag. Wir bieten verschiedene Module für die Weiterbildungsverpflichtung aus dem Lehrplan an. Im Mai ist dann der eigentliche Bildungs-Kick-off geplant, natürlich würden wir eine Präsenzveranstaltung



Hannes Dolzer, Obmann Fachverband der Finanzdienstleister

präferieren, können aber zum jetzigen Zeitpunkt noch nichts Genaues sagen.

Wie hat die Berufsgruppe das Jahr 2020 überstanden?

Dolzer: Bis dato (Ende Dezember) sind wir noch nicht flächendeckend stark von den Auswirkungen der Corona-Krise betroffen, obwohl es natürlich in einigen Bereichen zu Geschäftsausfällen gekommen ist. Heuer wird aber sicher nochmal spannend – dann wenn die staatlichen Unterstützungen zurück genommen werden und die Wirtschaft wieder auf sich selbst gestellt ist. Für das heurige Jahr hoffe ich, dass wir nach der Umsetzung des Sustainable Finance wieder Zeit für unsere Tätigkeit als Finanzdienstleister haben und uns wieder mehr um die Bedürfnisse unserer Kunden als um gesetzliche Änderungen kümmern können. Die letzten Jahre waren von Umsetzungen der Regularien und Verordnungen geprägt, nach der Corona-Krise würde ich uns wünschen, dass wir wieder mehr Zeit für unsere eigenen Unternehmen und ihre Strategien hätten. Für uns als Interessensvertretung würde ich mir wünschen, dass wir wieder mehr Ressourcen für den Bereich Unternehmensunterstützung und Service-Leistungen als für die Umsetzung von Regularien einsetzen könnten.