

ZUKUNFT GESTALTEN

Seit Anfang April hat Dipl. Oek. Sven Rabe die Funktion des Vorsitzenden des Vorstands der VAV Versicherung inne. Er hat vor neun Jahren im Unternehmen als ordentliches Mitglied des Vorstands für die Agenden Finanzen, Rückversicherung, IT und Betriebsorganisation begonnen. Der studierte Wirtschaftswissenschaftler startete seine Karriere in der Wirtschaftsprüfung bei KPMG und ist im Jahr 2002 in die VHV Gruppe gewechselt.

Zu Ihrer neuen Aufgabe bei der VAV Versicherung: Was wird sich ändern im Unternehmen?

Rabe: Es ist zwar eine neue Aufgabe für mich, aber nach neun Jahren kenne ich das Unternehmen sehr gut und daher wird es auch keine massiven Veränderungen geben. Das Unternehmen wird seit April von einem Zwei-Personen-Vorstand geleitet: Dipl.

In relativ kurzer Zeit haben wir eine Markenbekanntheit von 50 Prozent in Österreich erreichen können.

Ing. Christian Sipöcz, der für die Agenden Produkte, Vertrieb und Firmengeschäft zuständig ist, und meiner Person. Zu den Agenden, die ich bereits vorher verantwortet habe, sind noch die Bereiche Privatschaden, Personal und Marketing dazugekommen. Wir sind ausgezeichnet aufgestellt und der bereits lange geplante Übergangsweg von Dr. Griesmayr hat sehr gut funktioniert. An dieser Stelle möchte ich einen großen Dank an Dr. Griesmayr dafür aussprechen. Er bleibt dem Unternehmen weiterhin als Aufsichtsratsmitglied verbunden. Die Veränderung im Vorstand macht Sinn, da viele Synergien wechselseitig genutzt werden können und wir sehr marktnah aufgestellt sind.

Die Veränderung im Vorstand macht Sinn, da viele Synergien wechselseitig genutzt werden können und wir sehr marktnah aufgestellt sind.

Ich sehe sehr positiv in die Zukunft der VAV Versicherung.

Was plant die VAV heuer Neues?

Rabe: Es wurden bereits 2016 strategische Schwerpunkte festgelegt, die wir konsequent weiterverfolgen. Einer davon ist die Stärkung der Marke VAV, das ist mit der Fernsehkampagne „Til Schweiger“ sehr gut gelungen. In relativ kurzer Zeit haben wir eine Markenbekanntheit von 50 Prozent in Österreich erreichen können. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Positionierung der Sachsparten bei unseren Vertriebspartnern und der Ausbau der Produktlandschaft mit „best advice“-Lösungen. Damit bieten wir Versicherungsmaklern modulare Produktlösungen an, die sich in ihrer höchsten Ausbaustufe mit ausgezeichneten Features von allen anderen Produkten am Markt unterscheiden. Im Herbst werden wir dahingehend unser Unfallprodukt verändern. Besonders wichtig ist auch zu sagen, dass die VAV Versicherung ein Maklerversicherer und Partner des ungebundenen Vertriebs ist und das auch bleiben wird.

Digitalisierung ist kein Selbstzweck, sondern es ist eine Vereinfachung der Prozesse für Kunden und Vertriebspartner und wird den Arbeitsalltag erleichtern.

Stichwort Digitalisierung – wie fit ist die VAV?

Rabe: Wir werden bereits als IT-fitte Versicherung am Markt wahrgenommen. Wir haben eine schlanke IT-Struktur und waren aufgrund der Kompetenz der VHV-Gruppe bereits vor Langem in der Lage, unseren Vertriebspartnern Themen wie Automatisierung, Dunkelpolizzeierung, Online-Abschluss sowie Offert-Programme zur Verfügung zu stellen. Digitalisierung ist mehr als schnelle Prozesse, es umfasst das ganze Geschäftsmodell Versicherung. Digitalisierung ist kein Selbstzweck, sondern es ist eine Vereinfachung der Prozesse für Kunden und Vertriebspartner und wird den Arbeitsalltag erleichtern.

Inwieweit wird die VAV Versicherung ihre Vertriebspartner bei der Umsetzung der IDD-Richtlinie unterstützen?

Rabe: Unser Ziel ist es, besonders Versicherungsmakler in kleinen Büroeinheiten zu unterstützen. Das





liegt auch in der Tradition unseres Unternehmens. Vor allem das Thema Beratungsprotokoll nehmen wir sehr ernst. Besonders kleinere Versicherungsmaklerunternehmen haben keinen Zugriff auf große Backendsysteme. Wir bieten daher ein Beratungstool, das wir in der Testphase schon im KFZ-Tarif 2018 ausgerollt haben. Bis Herbst wird es in allen Tarifsparten möglich sein, ein Protokoll beim Kundengespräch zu erstellen. Die wesentlichen Daten im Protokoll werden automatisch

Der Versicherungsmakler hat jetzt die Möglichkeit, seinen Kunden den Mehrwert der Beratung deutlich zu machen und sich selbst damit zukunftsfit.

mit den antragsrelevanten Details befüllt, am Ende wird das Protokoll mit der Unterschrift des Kunden versehen. Damit kann der Versicherungsmakler ohne großen Mehraufwand seine Dokumentationspflicht erfüllen. Wir sehen es als unsere Aufgabe, die Versicherungsmakler in die Welt der Digitalisierung zu begleiten.

Versicherungsmakler ist ein Beruf mit Zukunft, trotz der steigenden bürokratischen Hürden?

Rabe: Absolut! Wenn man es mit der Situation der Einführung der Solvency-II-Richtlinie vergleicht, war Anfang 2016 alles in Aufruhr, heutzutage sind die Prozesse Standard geworden. Meiner Meinung nach wird das auch im Bereich IDD-Richtlinie so sein und die bürokratischen Anforderungen werden rasch zu Standards werden. Die Versicherungsmakler können ihre Zukunft jetzt selbst gestalten. Es wird hochautomatisierte Vertriebskanäle und persönliche Beratung geben. Am Ende entscheidet der Kunde, welchen Weg er wählt. Der Versicherungsmakler hat jetzt die Möglichkeit, seinen Kunden den Mehrwert der Beratung deutlich zu machen und sich selbst damit zukunftsfit. Beratung wird in der hochkomplexen Welt an Bedeutung gewonnen.

Was ist Ihnen wichtig in der Geschäftsbeziehung zu Ihren Vertriebspartnern?

Rabe: Ein großes Anliegen ist mir, mit unseren Vertriebspartnern mehr in persönlichen Kontakt zu treten, zu hinterfragen, welche Themen sie beschäftigen,

was sie von uns erwarten und wo wir Hilfestellungen anbieten können. Das Beziehungsmanagement wird in unserer Branche weiterhin obersten Stellenwert haben, und man wird nicht alles zu 100 Prozent durch Automatisierung erledigen können. Ich persönlich werde mit meinem Vorstandskollegen verstärkt Vertriebspartner jeder Größe vor Ort besuchen und die aktuellen Themen direkt besprechen.

Wie zufrieden sind Sie mit den Ergebnissen des ersten Quartals?

Rabe: Sehr zufrieden. Besonders im Neugeschäft sehen wir, dass unsere „best advice“-Lösungen sehr gut angenommen werden. Bei allen Produkten, wo diese Variante erhältlich ist, können wir ein zweistelliges Wachstum bereits im ersten Quartal vermerken.

Danke für das Gespräch.

M

