



## „Wir wollen vor allem auf der Produkt- und Vertriebsseite neue Akzente setzen“

AssCompact Herausgeber Franz Waghübinger im Gespräch mit Dipl.-Ing. [Christian Sipöcz](#), Vorstand [VAV Versicherungs-AG](#) (links)

Herr Diplomingenieur Sipöcz, Sie verantworten seit Anfang 2018 bei der [VAV](#) u. a. den Vertrieb und das Produktmanagement für den Privat- und Gewerbebereich. Was sind Ihre wichtigsten Ziele, wo setzen Sie Prioritäten?

Neben der raschen Einarbeitung und dem Austausch mit Kolleginnen und Kollegen zu vielen unterschiedlichen Themen gilt es vor allem auf der Produkt- und Vertriebsseite Akzente

„Das Business Paket erreicht in seiner Grundausstattung mehr als 80% aller am österreichischen Markt vorhandenen gewerblichen Betriebe und ist für die [VAV](#) die ideale Produktergänzung im Bereich der Klein- und Mittelunternehmen.“

zu setzen, um den in den vergangenen Jahren erfolgreichen Weg der [VAV](#) fortzusetzen. Eine breite Produktpalette mit

immer wieder neuen USPs und ein stetiges, profitables Wachstum sowohl im Online- aber auch Maklervertrieb sowie bei Mehrfachagenten haben die [VAV](#) stets ausgezeichnet.

Die [VAV](#) ist vor wenigen Wochen mit einem modularen Business Paket für KMU auf den Markt gekommen. Gibt es schon Feedback auf dieses Produkt?

Das Feedback zum neuen Produkt ist sehr positiv. Das neue Business Paket zeichnet sich durch seinen modularen, aber auch über [VAV PRO](#) standardisierten und einfach zu bedienenden Zugang aus. Neben den sehr umfangreichen Deckungsweite-

rungen haben wir viele besondere Vereinbarungen in dieses Produkt aufgenommen, die auch die Haftung der Vertriebspartner entschärfen. So zählt zum Beispiel die sogenannte „Anerkennungsklausel“ zu unserem Produktstandard. Mögliche risikoerhöhende Faktoren, die man leicht übersehen kann, werden dabei von uns anerkannt, soweit wir nicht explizit danach fragen.

Es wäre nicht das Businesspaket der [VAV](#), wäre nicht eine Innovation enthalten. In diesem Produkt ist grobe Fahrlässigkeit – beispielsweise Feuerschäden verursacht durch Kurzschluss bei nicht ausgeschalteten Rechnern oder nicht abgedrehten Herdplatten in der Teeküche – automatisch bis 10.000 Euro mitversichert. Eine Anpassung bis zur [Versicherungssumme](#) ist ebenfalls möglich. Damit ist die [VAV](#) einer der wenigen Versicherer, die diese Deckung nunmehr auch im Gewerbebereich anbieten, und die einzige [Versicherung](#) am Markt, die diese Deckung bis zur [Versicherungssumme](#) ermöglicht.



Das Business Paket erreicht in seiner Grundausrüstung mehr als 80% aller am österreichischen Markt vorhandenen gewerblichen Betriebe und ist für die VAV die ideale Produktergänzung im Bereich der Klein- und Mittelunternehmen.

**In welchen Sparten sehen Sie noch Bedarf dafür, den Deckungsumfang individuell kombinieren zu können?**

Die modulare Abbildung von Deckungen bzw. Produktbausteinen ist aus meiner Sicht ein wesentlicher Bestandteil der Produktgestaltung und kann in allen Sparten angewendet werden. Ob dies einzelne Module im Rahmen einer Eigenheim-/Haushaltsversicherung, der Unfallversicherung, in Rechtschutz, Gewerbe oder z.B. in Form von Assistance-Bausteinen im Kfz-Bereich sind – den Kunden, aber auch Vertriebspartnern bietet es die beste Möglichkeit, den individuellen Versicherungsbedarf zu bestimmen und abzubilden. Der Trend geht stark in diese Richtung und spiegelt auch den Gedanken der IDD wider, dem Kunden durch Beratung ein genau seinem Bedarf entsprechendes Produkt anzubieten.

**Zusätzlich gibt es im Gewerbeversicherungsbereich für die Vertriebspartner einen Onlinerechner. Welche Benefits bietet dieser Rechner?**

Dieser Rechner bietet unseren Vertriebspartnern jederzeit die Möglichkeit, ein Angebot für ihre Gewerbetunden selbst zu rechnen. Mit wenigen Angaben und selbsterklärender Maskenführung kann ein verbindliches Angebot der VAV erstellt werden. Es entfällt die Wartezeit bei Angebotsanfragen und der Rechner steht 24 Stunden an sieben Tagen zur Verfügung. Der Tarifrechner ist in unser VAV PRO – also unser Vertriebspartnerportal – eingebunden und bietet daher auch alle Vorteile unseres Portals wie z.B. die Angebotsverwaltung. Sollte ein Geschäft anfragepflichtig sein, bietet das System Hilfestellung für die bereitzustellenden Unterlagen. Diese können via E-Mail an die VAV übermittelt werden und bereits teilweise gerechnete Angebote werden von den Experten der VAV übernom-

men und entsprechend ergänzt. Doppelte Dateneingabe und Angebotsüberwachung gehören somit der Vergangenheit an. Wir bieten unseren Vertriebspartnern somit Zeiterparnis und Sicherheit. Laut ersten Rückmeldungen besticht das System durch Einfachheit und Übersichtlichkeit.

**Die VAV setzt auf die unabhängigen Vertriebswege. Welche Vor- und Nachteile sehen Sie darin? Welche Herausforderungen sind damit verbunden?**

Die Vorteile dieses Geschäftszugangs liegen darin, dass durch die anwendbare versicherungstechnische Risikoselektion top Preis-/Leistungsverhältnisse sowie Best-Advice-Produkte abgebildet werden können. Zusätzlich findet keine „Kannibalisierung“ anderer Vertriebswege statt, bei denen etwa eine Gesamtkundensicht oberste Priorität hat.

Eine der Herausforderungen ist – neben einer ausgewogenen Balance zwischen Wachstum und Profitabilität – sicher auch die ständige Verbesserung der Prozessautomatisierung, die bei der VAV immer schon eine wesentliche Maxime war und letztendlich auch sämtlichen Vertriebspartnern zugutekommt. Insgesamt sehe ich die VAV jedenfalls als einen technologisch „fitten“ Versicherer.

**Auf der anderen Seite ist die VAV ein Versicherer mit hoher Online-Affinität. Was bedeutet das für das Produktmanagement?**

Die VAV entwickelt standardisierte Produkte, die in Online-Rechnern für Vertriebspartner und Kunden rechen- und abschließbar sind. Für das Produktmanagement bedeutet dies, dass bei Überlegungen zu neuen Features sowie Produktupdates immer auch die Kolleginnen und Kollegen des Online-Vertriebs eingebunden werden. Manchmal ergeben sich daraus spannende Erkenntnisse, die ebenfalls Einfluss in die Produktentwicklung finden.

Das Produkt ist immer das gleiche, unterscheidet sich aber in der Modularität. Das betrifft bestimmte Komponenten, die der Kunde online zu- oder abwählen kann.

**Wie schaffen Sie den Spagat zwischen unabhängigem Vertrieb und Onlinevertrieb?**

Die beiden Vertriebswege sind kein Gegensatz, sondern fördern einander. Einfacher, modularer Produktaufbau, Transparenz und Top-Preis sind da wie dort Voraussetzungen für den Erfolg. Die VAV und die Makler profitieren gleichermaßen von den Erfahrungen, die im Online-Business gemacht werden. Die VAV hat von Anfang an beide Wege verschränkt, indem die Beratung such-





enden Kunden über eine moderne Maklersuche auf der Website der VAV zum Makler geroutet werden. Der Internet-Auftritt der VAV bringt den österreichischen Maklern tausende zusätzliche Kontakte pro Jahr. Der Anteil des Online-Neugeschäfts der VAV liegt deutlich im

zweistelligen Prozentbereich und zeichnet die VAV als attraktiven Online-Versicherer aus.

#### Wie stark ändert sich durch die zunehmende Digitalisierung das Abschlussverhalten am Versicherungsmarkt?

Der österreichische Markt steckt hier noch in den Kinderschuhen, die Online-Abschlussquoten sind weit von jenen etwa in Deutschland entfernt. Wachstumspotenzial besteht also zweifellos. Gleichzeitig wird aber eine Form der Beratung und des persönlichen Kontakts immer da sein. Ich glaube nicht, dass Entwicklungen wie Fintechs die Versicherung komplett abschaffen oder an den Rand drängen werden. Es wird immer den Bedarf an Beratung und physischem Kontakt geben. Es gibt ja auch das Phänomen, dass sehr viele Kunden online recherchieren, die Information ausdrucken und damit zu ihrem Berater gehen. Das dürfte sich insofern ein wenig reduzieren, als Kunden sich verstärkt online abzuschließen trauen. Aber selbst wenn die derzeit geringe Online-Abschlussquote von unter 5% auf 10% steigen sollte, bleibt immer noch ein sehr großer Bereich für andere Kanäle.

#### Im Oktober hat die VAV neue Privat- und Verkehrsrechtsschutz-Komponenten eingeführt. Wie werden diese Produkte von den Kunden angenommen?

Das neue Rechtsschutzprodukt wird ebenfalls sehr gut angenommen und wächst im zweistelligen Prozentbereich. Wir freuen uns sehr, mit diesem Produkt eine der höchsten Standardversicherungssummen (250.000 Euro) am österreichischen Markt mit einem umfassenden Deckungsinhalt anzubieten.

Die VAV hat vor ein paar Jahren als erster Versicherer in Österreich eine Hochzeitsversicherung auf den Markt gebracht und wenig später mit einer Flitterwochenversicherung nachgezogen. Sind solche Nischenprodukte mehr als ein Werbegag? Oder anders gefragt: Wie stark werden sie von Kunden nachgefragt?

Ich muss gestehen, dass die genannten Produkte durchaus einen gewissen Werbewert für die VAV besitzen. Wir haben einige

jährliche Abschlüsse durch Kunden, auch wenn diese sich sehr in Grenzen halten.

#### Können die unabhängigen Vertriebspartner 2018 Produktinnovationen bzw. neue Services erwarten?

Ja, es wird 2018 ein Produktupdate geben, das mehr als nur ein Facelift ist. Wir werden im Herbst dieses Jahres ein neues und für die Vertriebspartner deutlich attraktiveres Unfallprodukt auf den Markt bringen. Derzeit sehen wir, dass der Bestand bei der VAV in der Unfallversicherung tendenziell schrumpft und das letzte Produktupdate im Jahr 2014 war. Wir wollen das Produkt mit interessanten Ideen für unsere Partner wieder attraktiv machen.

#### Einzelne Versicherer arbeiten schon intensiv daran, 08/15-Schäden automatisiert und ohne menschliches Zutun abzuwickeln. Gibt es auch in der VAV ähnliche Pläne?

In der VAV gibt es bereits erste Pläne für die automatische Abwicklung von Standardschäden. Die Umsetzung wird innerhalb der nächsten zwei Jahre erfolgen. Das Thema steht derzeit aber nicht ganz oben auf der Prioritätenliste, es wird noch einige Zeit dauern. Bei uns steht immer der Mensch im Mittelpunkt. Es ist nicht unser Ziel, eine 100%ige Automatisierung im Schaden zu erlangen. Wir wollen weiterhin der kompetente und verlässliche Ansprechpartner für unsere Vertriebspartner und Kunden insbesondere im Schaden sein.

#### Wie sehen Sie die Zukunft des Versicherens?

Ich sehe die Zukunft unserer Branche weiterhin rosig. Es wird immer den Bedarf nach Versicherung geben und auch den Bedarf nach einer entsprechenden Beratung. Der technische Fortschritt muss ebenfalls weiterhin auf der Agenda eines jedes Versicherungsunternehmens stehen, egal ob es sich um Automatisierungen oder andere Themen handelt.

#### Welchen Einfluss wird die IDD auf die Branche generell und speziell auf den unabhängigen Vertrieb haben?

Die IDD macht den Beratungs- und Abschlussprozess von Versicherungsprodukten noch transparenter. Die Branche generell ist meines Erachtens darauf vorbereitet und die Vertriebspartner speziell der VAV werden weiterhin von der innovativen und kompletten Produktpalette, aber auch der technologischen Fitness der VAV profitieren. Darüber hinaus wird die VAV die Vertriebspartner in Sachen Weiterbildung unterstützen.

**Gibt es seitens der VAV Ansätze, die Beratungsqualität des einzelnen Kooperationspartners zu kontrollieren?**

Es wird in den Vereinbarungen natürlich auch qualitative Komponenten geben. Man wird sicher nicht den ganzen Blumenstrauß bedienen, aber es muss sich speziell aus der IDD-Brille heraus die Waage mit quantitativen Zielen halten. Wir werden bei den neuen Bonifikationsvereinbarungen für 2018 die eine oder andere qualitative Komponente aufnehmen.

**Wie sehen Sie den Wechsel an der VAV-Spitze?**

Nach 18 Jahren sehr erfolgreicher Führung hat sich Herr Dr. Griesmayr dazu entschieden, seine Vorstandstätigkeit bei der VAV zu beenden. In die Ära von Herrn Dr. Griesmayr fallen unter anderem Meilensteine wie die gänzliche Erneuerung der versicherungstechnischen Informationstechnologie, die Etablierung des Online-Vertriebs und der Gewinn zahlreicher Auszeichnungen und Preise als Versicherer mit exzellentem Preis-Leistungs-Verhältnis.

Mit strategisch klarer Positionierung hat die VAV in dieser Zeit ein weit über dem Marktdurchschnitt liegendes Wachstum geschafft, ist sehr ertragreich geworden und die Substanz des Unternehmens konnte kontinuierlich gesteigert werden. Gemeinsam mit Sven Rabe – der als Vorstandsvorsitzender nachfolgen wird und bereits seit 2009 im Vorstand der VAV tätig ist – werde ich versuchen, den Weg der VAV erfolgreich weiterzugestalten.

**Wie laden Sie nach einer anstrengenden Arbeitswoche Ihre Akkus auf? Wie viel Zeit bleibt für Ihr Hobby Tennis?**

Fürs Tennisspielen bleibt im Moment leider wenig Zeit. Stattdessen versuchen meine Frau und ich, an den Wochenenden so viel Zeit wie möglich mit den Kindern im Freien zu verbringen. ■

„Der Internet-Auftritt der VAV Versicherung bringt den österreichischen Maklern tausende zusätzliche Kontakte pro Jahr.“