

# „Kunden brauchen einen Ansprechpartner“

„Wir wollen die Möglichkeiten der Digitalisierung dafür nutzen, die Beziehung zwischen Berater und Kunden zu stärken“, sagt Thomas Schnöll. Im Interview rückt das Vorstandsmitglied der EFS-AG immer wieder den Berater und seine Kunden in den Mittelpunkt. Das gilt für Aktivitäten in den Bereichen Digitalisierung und Regulierung ebenso wie bei der Altersvorsorge, wo Schnöll noch erheblichen Handlungsbedarf sieht.

**FONDS exklusiv:** Die EFS-AG unterstützt den Forschungsschwerpunkt „Digitale Transformation und neue Arbeitswelten“ an der Universität Salzburg über vier Jahre mit einem Gesamtvolumen von 160.000 Euro. Warum hat sich ihr Haus für dieses deutliche Engagement entschieden?

**THOMAS SCHNÖLL:** Unsere Gesellschaft investiert seit Bestehen beträchtliche Mittel in die Beziehungen zur Gesellschaft im Sinne unserer sozialen Verantwortung. Ein wichtiger Partner dabei ist die Universität Salzburg. Bereits in den letzten Jahren unterstützten wir diese mit einem Wissenschaftspreis und Wissenschaftsstipendien. Nunmehr haben wir uns entschieden, eine Doktorandenstelle über den Zeitraum von vier Jahren finanziell zu sichern. Frau Magister Kathrin Wetsch, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachbereich Arbeits- und Wirtschaftsrecht, wird diese Stelle bekleiden. Sie konnte eine unabhängige Jury mit ihrem Projekt am stärksten überzeugen. Dabei wird sie sich insbesondere mit der arbeitsrechtlichen Erfassung von Crowdfunding und Datenschutz befassen.

**Auch die Versicherungswirtschaft befindet sich mitten im digitalen Wandel: Milliardenbeträge werden in digitale Prozesse und Anwendungen investiert. Gehört dem Robo-Advice die Zukunft?**

**T. S.:** Keine Frage, die Digitalisierung, FinTechs, InsureTechs und



„Der Kapitalbedarf wird eher größer, weil die Menschen erfreulicherweise länger leben.“

THOMAS SCHNÖLL,  
EFS-AG

Robo-Advice sind derzeit viel diskutierte Themen und Trends in der Branche. Aus meiner Sicht ist das Thema Versichern und Absichern immer schon ein Beziehungsgeschäft, das von Mensch zu Mensch abläuft. Bei der Vielzahl an Produktlösungen, die zur Auswahl stehen, ist es gerade die Qualität der Beratung, die den Unterschied, also den Mehrwert für den Kunden ausmacht. Wir wollen die Möglichkeiten der Digitalisierung vor allem dafür nutzen, die Beziehung zwischen Berater und Kunden zu stärken.

**Was heißt das in der Praxis?**

**T. S.:** Wir arbeiten derzeit an einer App-Lösung, die es dem Kunden erlaubt, alle seine Verträge jederzeit und an jedem Ort online einzusehen

und zu verwalten. Mit diesem Tool stärken wir den Kundenservice und schaffen eine Plattform, auf der unsere Berater mit ihren Kunden noch besser zusammenarbeiten können. Ich bin nach wie vor fest davon überzeugt, dass Kunden einen Ansprechpartner brauchen und zwar nicht nur in der Beratung, sondern auch in der laufenden Betreuung und ganz besonders im Schadensfall. Das Geschäft wird weiterhin beratungsintensiv bleiben. Solche technologischen Instrumente werden die persönliche Beratung nie ersetzen können.

**Berater sehen sich zusehends vor der Herausforderung, regulatorische Aufgaben zu erfüllen, die am Ende auch zu Lasten der Beratungsqualität gehen können, weil sie kostbare Zeit**

*rauben. Wie unterstützen Sie ihre Berater dabei, diesen Konflikt zu entschärfen?*

**T. S.:** Richtig, für die Versicherungsvermittler wird es aufgrund weitreichender Regulierungen immer schwieriger, den erforderlichen administrativen Aufwand mit einem sehr aufwändigen Beratungsprozess in Einklang zu bringen. Deshalb sehen wir einen wesentlichen Teil unserer Arbeit darin, den Berater von diesen regulatorischen Aufgabenstellungen zu befreien. Anders ausgedrückt: Wir stellen sicher, dass die Vertriebspartner gerade ihre Informations- und Dokumentationspflichten zur Gänze erfüllen, sodass sie sich vollends auf die Betreuung ihrer Kunden konzentrieren können.

*Wie zeigt sich das im Geschäftsalltag?*

**T. S.:** Wir beschäftigen uns beispielsweise schon seit Jahren mit Anforderungen, wie die Erhöhung der Kostentransparenz. Deshalb gehe ich davon aus, dass die durch MIFID und IDD zu erwartenden Änderungen keine großen Umstellungen bei unseren Versicherungsvermittlern hervorrufen werden. Wir leben diese Veränderungen längst schon in unserem Geschäftsalltag.

*Blicken wir auf die bisherige Geschäftsentwicklung dieses Jahres: Sind Sie mit der Entwicklung des Neugeschäfts zufrieden?*

**T. S.:** Im vergangenen Jahr steigerte die EFS-AG die Umsatzerlöse um 8,7 Prozent. Auf dieser Basis ist es uns in den ersten acht Monaten dieses Jahres gelungen, den Umsatz um 21,5 Prozent gegenüber demselben Vergleichszeitraum des Vorjahres zu erhöhen. Mit dieser Entwicklung sind wir in der Tat sehr zufrieden. Im Durchschnitt hat jeder Kunde drei Polizzen bei uns abgeschlossen.

*Was sind die umsatzstärksten Produktfelder im Leben-Bereich?*

**T. S.:** Die Lebensversicherung ist hier nach wie vor ein Haupt-Umsatzbringer. Aufgrund des Kapitalmarkt-Um-



(v. li. n. re.) **THOMAS SCHNÖLL**, MAS Mitglied des Vorstandes EFS Euro Finanz Service Vermittlungs-AG; **UNIV. PROF. DR. WALTER PFEIL**, Universitätsprofessor und Fachbereichsleiter Arbeit- und Wirtschaftsrecht, Arbeits- und Sozialrecht; **MAG. KATRIN WETSCH**, Universitätsassistentin am Fachbereich Arbeits- und Wirtschaftsrecht, Arbeits- und Sozialrecht; **UNIV. PROF. DR. RUDOLF MOSLER**, Universitätsprofessor Fachbereich Arbeits- und Wirtschaftsrecht, Arbeits- und Sozialrecht, Senatsvorsitzender der Universität; **UNIV. PROF. DR. HEINRICH SCHMIDINGER**, Rektor der Paris-Lodron-Universität Salzburg; **KLAUS KUSCHEL**, Ehrensensator der Universität Salzburg, Stv. Aufsichtsratsvorsitzender der EFS Euro Finanz Service Vermittlungs-AG; **DR. MAG. WALTER THALER**, ehemaliger Landtagspräsident; **INGO LINN**, Vorstandsvorsitzender der EFS Euro Finanz Service Vermittlungs-AG; Prok. **PETER ILLMER**, Raiffeisenverband Salzburg eGen, Vorstand der Senator Wittschier Privatstiftung;

feldes ist die klassische Lebensversicherung aber kaum noch ein Thema. Stattdessen rücken vor allem Hybrid-Produkte, Fondspolizzen und auch die staatlich geförderte Zukunftsvorsorge stärker in den Fokus der Österreicher. Weniger umsatzmäßig, sondern inhaltlich spielt die Biometrie beim Thema Vorsorge noch eine wichtige Rolle.

*Stichwort Vorsorge. Wie beurteilen Sie hier die Aktivitäten der Konsumenten, Herr Schnöll?*

**T. S.:** Nach meiner Überzeugung besteht hier insgesamt noch großer Handlungsbedarf bei den Österreichern. Gerade angesichts der anhaltenden Niedrigzinsen müssen wir Kunden oft motivieren, für ihre eigene Vorsorge aktiv zu werden. Wer jetzt nicht anfängt, nur weil es keine Zinsen gibt und stattdessen zum Beispiel erst in zehn Jahren starten will, wird feststellen, dass ihm wich-

tige Zeit für die Altersvorsorge verloren gegangen ist. Der Zeitpunkt des Pensionsbeginns steht fest. Wird die Zeit dorthin immer kürzer, muss bei gleichen Zinsen mehr Kapital aufgewendet werden, um sein persönliches Vorsorgeziel zu erreichen. Hinzu kommt, dass der Kapitalbedarf eher größer wird, weil die Menschen erfreulicherweise länger leben.

*Sie meinen das sogenannte Langlebigkeitsrisiko?*

**T. S.:** So ist es. Die steigende Lebenserwartung hat auch zur Folge, dass das angesparte Kapital für einen längeren Zeitraum reichen muss. Die lebenslange Auszahlung einer Rente ermöglicht aber nur eine Lebensversicherung. Deshalb gibt es zu ihr bis heute keine wirkliche Alternative. In den nächsten Monaten wollen wir unsere Kunden gerade über diese Zusammenhänge noch mal stärker sensibilisieren.