

Pensionsvorsorge: EFM setzt mit kostenschlankem Produkt neuen Standard

Bereits mehr als 1,2 Millionen Österreicher haben eine staatlich geförderte Pensionsvorsorge. Aber immer mehr sind mit den Erträgen unzufrieden. Die EFM hat gemeinsam mit Versicherungsunternehmen und unabhängigen Versicherungsexperten die EFM Mehrwert-Pension entwickelt.



Interview mit **Josef Graf**,
Vorstand der EFM Versicherungsmakler AG

AssCompact: Herr Graf, wie würden Sie persönlich das Wort „Service“ definieren. Welchen Stellenwert nimmt eine gute Servicierung der Geschäftspartner ein?

Josef Graf: Die Servicierung wird in Zukunft einen immer größeren Stellenwert bekommen. In den letzten Jahren war das Service der Versicherer manchmal katastrophal schlecht, es waren viele scheinbar überfordert. Wir haben auch festgestellt, dass das Service für Versicherungsvertreter besser war als für Makler, weil die Vertreter technisch angebunden sind.

AC: Welche Aktivitäten gibt es diesbezüglich in der EFM – wie wird Ihr Unternehmen das Service für die Partner verbessern und ausbauen. Sind da konkrete Schritte geplant?

JG: Da muss man differenzieren: Für unsere Partner ist es wichtig, dass sie nicht mehr von der Versicherungsindustrie mit Neuheiten zugemüllt werden. Daher filtern wir diese Informationen und stellen sie im Extranet zur Verfügung. Wir betreiben auch eine Clearingschnittstelle für Kundendaten. Was das Service hin zum Kunden betrifft, arbeiten wir ganz intensiv an der Digitalisierung eines halbautomatischen Jahresservice. Das ist für die Kunden und die Berater wichtig. Für den Kunden, weil er sonst erst im Schadensfall draufkommt, dass der Schaden nicht gedeckt ist. Für den Berater, weil es um die laufende Überprüfung des Bestandes geht. Denn kaum ein erfolgreicher Makler mit einem großen Bestand ist in der Lage, den Bestand zu handeln. Wir arbeiten seit Jahren an einem Projekt für unsere Partner, damit sie mit einem minimalen Zeitaufwand lückenlos

das Protokollwesen zur Verfügung haben, die laufende Überprüfung und das Jahresservice abwickeln können und Veränderung der Risikosituation des Kunden wahrnehmen. Dahin geht unsere Reise. Das passt genau zu unserem 20-Jahr-Jubiläum, das wir 2011 begehen.

AC: Zum Thema Service am Kunden? Ist dieser Zeitaufwand für den Privatkunden überhaupt wirtschaftlich vertretbar?

JG: Mathematisch nicht! Juristisch sind wir aber dafür verantwortlich. Denn die Haftungsprobleme wären ja in Zukunft bei Privatkunden noch größer als bei Firmenkunden, wenn kein Risikoservice, sondern nur Schadensservice angeboten würde.

„Für unsere Partner ist es wichtig, dass sie nicht mehr von der Versicherungsindustrie mit Neuheiten zugemüllt werden“

AC: Ist das für den Makler nicht ein Teufelskreis: Gesetzlich ist er zur Risikoanalyse verpflichtet, wirtschaftlich rechnet sie sich aber kaum? Die wenigsten haben das im Griff.

JG: Für uns rechnet sich dieses Jahresservice, weil wir durch strategische Maßnahmen den Zeitaufwand dafür auf ein Fünftel gesenkt haben. Wir veranstalten seit zwei Jahren laufend Workshops, in denen wir dieses Projekt weiterentwickeln. Wir tun uns da leichter, weil wir 250 Leute unter einer Glocke sind und wissen, dass ist kein Abschauchen vom Kollegen. Alle können offen darüber reden. Wir gehen so weit, dass wir den Kunden anschreiben und ihm alle bei uns versicherten Risiken auflisten. Dazu alle Risiken, die er nicht versichert hat, und was diese nicht versicherten Risiken für eine Monatsprämie bedeuten würden. Wir listen ihm auf, was alles bei uns von ihm an Daten und Informationen in der EDV gespeichert ist. Wir bitten den Kunden, diese Daten zu korrigieren und zu ergänzen.



Das Thema Servicierung wird laut Josef Graf einen immer höheren Stellenwert erlangen

Wenn sich der Kunde nicht meldet, wird daran erinnert. Alle drei Jahre wird er gemahnt, falls er sich nicht gemeldet hat. Denn länger als drei Jahre darf er uns nicht durchschlüpfen. Wenn es Änderungsvorschläge gibt, klären wir ab, ob er in einem persönlichen Gespräch über die Änderungsvorschläge sprechen will oder bevorzugt, dass wir das einfach aufbereiten und per E-Mail zusenden. Der Kunde soll ja nicht das Gefühl haben, er kriegt von uns was aufgedrückt.

Service auf Kundenebene heißt aber für uns auch, dass wir den Wettbewerb für unsere Kunden in Bewegung halten, um eine kostenoptimierte Produktpalette anbieten zu können. Das Jubiläumsprodukt für 2011 ist unsere neue prämiengeförderte Zukunftsvorsorge (PZV), die in Zusammenarbeit mit sieben Versicherern entstanden ist.

„Wir gehen so weit, dass wir den Kunden anschreiben und ihm alle bei uns versicherten Risiken auflisten. Dazu alle Risiken, die er nicht versichert hat, und was diese nicht versicherten Risiken für eine Monatsprämie bedeuten würden“

AC: Wie sieht diese Zukunftsvorsorge im Detail aus? In letzter Zeit gab es zum Thema Lebensversicherung & Co. ja einige Unstimmigkeiten und viel Kritik von den Konsumentenschützern.

JG: Das ist richtig. Bei einem aktuellen Test des Vereins für Konsumenteninformation (VKI) stiegen Lebensversicherungen nicht besonders gut aus, da laut VKI die Prämien überteuert und die Spesen zu hoch seien. Die Hauptkritikpunkte waren die hohen Einmal-Provisionen, hohe Garantiekosten und auch die Stornokosten. Alles in allem – der Kunde zahlt viel ein, bekommt aber relativ wenig Geld ausbezahlt. In der Vergangenheit war es möglich durch die Kapitalmarktrenditen die bisher höheren Kosten zu erwirtschaften. Da in Zukunft damit nicht mehr zu rechnen ist, wird nicht mehr der Veranlagungserfolg sondern der Kostenunterschied viel stärker schlagend werden. Aus diesem Grund haben wir gemeinsam mit dem GRAWE Konzern und seinen Konzerntöchtern die neue prämiengeförderte Zukunftsvorsorge mit dem Namen EFM Mehrwert-Pension entwickelt.

„Service auf Kundenebene heißt aber für uns auch, dass wir den Wettbewerb für unsere Kunden in Bewegung halten, um eine kostenoptimierte Produktpalette anbieten zu können“

AC: Wieso eine prämiengeförderte Zukunftsvorsorge und nicht eine normale Lebensversicherung oder Pensionsvorsorge?

JG: Die großen Vorteile einer PZV sind, dass man die 4% Versicherungssteuerbefreiung hat, eine staatliche Förderung zwischen 8,5 und 13% der einbezahlten Prämie bekommt und die Stornierung und Zweckentfremdung „bestraft“ wird. Das Problem bei bisherigen PZV-Produkten war bloß, dass relativ hohe Kosten und Spesen anfielen. Aus diesem Grund haben wir ein neues Produkt mitentwickelt, bei dem für Kunden mehr Kapital zur Veranlagung bleibt.

AC: Was genau unterscheidet die EFM Mehrwert-Pension von einer herkömmlichen prämiengeförderten Zukunftsvorsorge (PZV)?

JG: Geringere und auf die Laufzeit verteilte Provision, geringere Garantiekosten, geringere Verwaltungskosten, geringere versteckte Veranlagungskosten und geringere Storno- und Übertragungskosten.

„Das Problem bei bisherigen PZV-Produkten war bloß, dass relativ hohe Kosten und Spesen anfielen. Aus diesem Grund haben wir ein neues Produkt mitentwickelt, bei dem für Kunden mehr Kapital zur Veranlagung bleibt“

AC: Könnten Sie uns das genauer erklären?

JG: Gerne! Wir haben die EFM Mehrwert-Pension mit den Topanbietern der Branche verglichen. Wenn wir von der gleichen Monatsprämie (100 Euro) und derselben Laufzeit ausgehen, gibt es am Ende signifikante Unterschiede beim ausbezahlten Kapital. So können mit der EFM Mehrwert-Pension bis zu 50% mehr Gewinn bei gleicher Performance von 3% bei 25 Jahren Laufzeit ausbezahlt werden. Die Garantie- und Veranlagungskosten machen ja bei herkömmlichen Verträgen pro Jahr im Schnitt rund 2,5% aus.

AC: Wie wollen Sie die wegbringen?

JG: Indem wir sie gemeinsam mit dem ersten Versicherer halbiert haben.

AC: Bei solch großen Unterschieden beim Gewinn wird doch erstmals eine Stilllegung oder eine Stornierung von bestehenden Verträgen ratsam, was bisher richtiger Weise jedoch verpönt war?

JG: Ja, wir warten damit aber ab und raten die Zuzahlungen schon in das neue Produkt zu machen. Somit sollte uns genügend Zeit bleiben, um bei den anderen Versicherungsunternehmen die bestehenden Verträge nach zu verhandeln.

AC: Kann man ohne staatliche Strafrückzahlungen den Anbieter wechseln?

JG: Ja, schon nach zehn Jahren! Derzeit sind diesbezüglich Verfahren vom VKI anhängig. Es ist davon auszugehen, dass diese Form der Kundenmobilität im Sinne des Wettbewerbs durch den OGH bestätigt werden wird.

„Ich sehe unser Produkt als Antwort auf die zum Teil berechnete Kritik der Konsumentenschützer“

AC: Gibt es schon erste Reaktionen vom VKI?

JG: Bisher noch nicht. Ich sehe unser Produkt aber als Antwort auf die zum Teil berechnete Kritik der Konsumentenschützer. Wir sind überzeugt, dass alle Kritikpunkte des VKIs in die Entwicklung des Produktes eingeflossen sind und erwarten gespannt das Urteil. Mit dem Testsieg im gesamten Vorsorgebereich darf somit gerechnet werden.

AC: Was erwarten Sie von der Versicherungsindustrie?

JG: Wir bitten hier die Versicherungsindustrie im Sinne der Kunden bei den Garantiegebern und Vermögensverwaltern nach zu verhandeln. Und auch den Vertrieb auf laufenden Provisionen umzustellen, damit Bestandsbe-

treuung statt Neuabschluss auch in diese Sparte Einzug findet. Unser Ziel war die laufende Provision und nicht die Abschlussprovision, das war eine Forderung der Konsumentenschützer, weil andernfalls weiterhin viele bestehende Verträge storniert werden. Wenn aber der Makler für eine Bestandübertragung für eine Lebensversicherung eine laufende Betreuungsprovision erhält, hat er kein Interesse daran, eine bestehende Lebensversicherung zu stornieren und eine neue abschließen.

„Wir haben im Zuge dieser Produktentwicklung sieben Versicherungsanbieter zu einem Workshop eingeladen, die aufgrund von jahrzehntelangem Vertrauen durch faire Partnerschaft zugesagt haben“

AC: Wie sehen Sie die Auswirkungen dieses neuen Produktes?

JG: Zuerst werden alle rechnen und nicht verstehen, dass der Ergebnisunterschied in mehrfacher Provisionshöhe liegt. Damit wird ein sehr großer Druck auf die Produkthanbieter entstehen. Die Ersten werden vermutlich die Banken sein, deren Verkäufer massiv Druck auf deren Vorgesetzte ausüben werden, um Gleichwertiges anbieten zu können. Sobald sich das neue Produkt durchgesetzt hat, wird der durch öffentliche Vergleiche, entstehende Druck durch Maklerkollegen und Konsumentenschützer stark steigen. Zugleich werden die Veranlagungskosten hinter der Versicherung sichtbar, die bisher nicht der Veröffentlichungspflicht unterliegen. Dort liegt das große Potenzial! Die Österreicher werden sich um die „Pensionsvorsorge der Zukunft“ reißen.

AC: Was macht Sie da so sicher?

JG: Wir haben im Zuge dieser Produktentwicklung sieben Versicherungsanbieter zu einem Workshop eingeladen, die aufgrund von jahrzehntelangem Vertrauen durch faire Partnerschaft zugesagt haben. Somit konnten wir, wie in allen anderen Sparten, erstmals auch in der Vorsorge eine kundenorientierte Benchmark setzen. Nur durch unsere Nummer 1-Position und dem laufenden Beweis auf die Kundenvorteile zu achten, traute man uns diesen innovativen Schritt zu.

Die EFM gibt es nun seit 20 Jahren, in denen sich viel getan hat. Durch ständige Forschung & Entwicklung sowie Expansion haben wir unsere Marktstellung immer weiter ausbauen können und sind heute mit über 50 Standorten die Nummer 1 in Österreich. An dieser Stelle also ein großer Dank an alle EFM Versicherungsmakler und Mitarbeiter, die alle einen Teil zu diesem Erfolg nun auch im Vorsorgebereich beigetragen haben.

AC: Herr Graf, vielen Dank für das interessante Gespräch! ■