

# „Nachhaltige Beziehungen zum Kunden aufbauen“

Standard Life sorgt für Schlagzeilen: Der Versicherer hat eine Produktneuheit speziell für den hiesigen Markt lanciert, für Makler wurde ein neues Weiterbildungsprogramm initiiert, und dann ist da noch der Phoenix-Deal. Über diese Aktivitäten, deren Hintergründe und Ziele, sprach FONDS exklusiv mit Christian Nuschele, Head of Sales Germany & Austria bei Standard Life.

**FONDS exklusiv: Schauen wir zunächst auf den Phoenix-Deal: Welches Ziel verfolgt Standard Life Aberdeen mit dem Verkauf des Versicherungsgeschäftes?**

**CHRISTIAN NUSCHELE:** Die Entscheidung ist der nächste logische Schritt in der Strategie von Standard Life Aberdeen, eine weltweit führende Investmentgesellschaft zu werden. Dazu plant Standard Life Aberdeen, eine strategische Partnerschaft mit der Phoenix Group einzugehen und die bereits seit Jahren bestehende Zusammenarbeit weiter zu intensivieren. Dabei werden sich beide Partner auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren: Standard Life Aberdeen auf das Management der Kapitalanlagen und Phoenix auf das Versicherungsgeschäft. Übrigens entsteht durch die strategische Partnerschaft ein Versicherer mit mehr als zehn Millionen Kunden und einem verwalteten Vermögen von ca. 250 Milliarden Euro. Wir wissen, dass die Phoenix Gruppe diese Partnerschaft als Chance betrachtet, ihre Präsenz auch in Europa auf- und auszubauen. Ich denke, dass dies große Chancen für Deutschland und Österreich bietet. Dabei ist es wichtig zu erwähnen, dass Phoenix bereits bestätigt hat, weiterhin profitables Neugeschäft zu zeichnen und die bestehende Strategie in Österreich weiter zu verfolgen.

**Auf welche Veränderungen müssen sich Kunden und Vermittler einstellen, sobald der Verkauf aufsichtsrechtlich unter Dach und Fach ist?**

**C. N.:** Vielleicht das Wichtigste zuerst:

„Wir richten uns an Berater, die Ersatzlösungen für reine Fondssparpläne und eine Kombination aus Sparverträgen und Einmalerlag suchen.“

CHRISTIAN NUSCHELE, Standard Life



Wir werden in Österreich auch künftig als Standard Life agieren. Es ist für uns enorm wichtig, ein verlässlicher Partner für die Makler und Kunden zu sein. Unser Ziel wird es weiterhin sein, Makler und Kunden bestmöglich zu unterstützen. Kunden und Makler werden unverändert von unserem ausgezeichneten Service, von den bewährten Produkten und Investments profitieren. Sie werden weiterhin durch die bekannten Ansprechpartner von Standard Life betreut. Und für Makler natürlich ganz entscheidend: Sie können weiterhin Neugeschäft bei Standard Life schreiben. Ich vermute, dass die meisten unserer Kunden und Geschäftspartner gar keine Veränderung bemerken werden.

**Was hat Sie bewogen, eine Fondspolizze exklusiv für den hiesigen Markt herauszubringen?**

**C. N.:** Bisher war es immer so, dass die Produkte für den deutschen Markt entwickelt und dann an die österreichischen Rahmenbedingungen und Gesetzesvorgaben angepasst wurden. Diesen Weg wollten wir mit B-SMART Invest ganz bewusst verlassen. Denn Österreich ist ein sehr wichtiger Markt für uns und trägt nahezu 20 Prozent zum Neugeschäft der deutschen Niederlassung bei. Uns war es daher wichtig, eine Lösung zu bringen, die den spezifischen Bedürfnissen der österreichischen Kunden und Makler entspricht. Die Fondspolizze B-SMART Invest soll einerseits die unterschiedlichen Risikobedürfnisse der Kunden berücksichtigen. Andererseits soll sie eine private Altersvorsorge offerieren, die in ihrer gesamten Ausgestaltung sehr flexibel ist und steuerliche Vorteile gegenüber anderen Veranlagungs-

formen bringt. Wir richten uns damit speziell an Berater, die Investmentlösungen anbieten, die Ersatzlösungen für reine Fondssparpläne und eine Kombination aus Sparverträgen und Einmalanlage suchen.

**Warum eröffnet B-Smart Invest einen besseren Weg zum Vermögensaufbau als beispielsweise Lebensversicherungen, Bank- oder Fondssparpläne?**

**C. N.:** B-SMART Invest bietet eine attraktive Kombination aus modernen Anlagekonzepten, hoher Flexibilität, steuerlichen Vorteilen und der Absicherung biometrischer Risiken. Das können die anderen genannten Vorsorgeinstrumente nicht liefern. Wenn wir uns auf das Thema Kapitalanlage fokussieren, so bietet die neue Fondspolizze eine sehr gute Fondsauswahl, die sowohl für sicherheits- als auch für chancenbewusste Kunden die passende Lösung darstellt. Einen besonderen Schwerpunkt legen wir dabei auf die bewährten Multi-Asset-Lösungen von Aberdeen Standard Investments. Die MyFolio-Fonds bilden eine übergreifende Produkt-Familie mit einer passiv und zwei aktiv gemanagten Varianten. Jede legt breit gestreut an und ist in fünf Risiko-Rendite-Profilen mit unterschiedlicher Performance-Erwartung und einem klar definierten Volatilitätskorridor erhältlich. Kunden wissen also genau, welches Risiko sie mit ihrer Anlage eingehen, dass sich der Fonds in dem vorgegebenen Schwankungskorridor bewegen und das Management die entsprechende Rendite erwirtschaften wird. Dies erhöht die Planbarkeit für den Kunden, was gerade für die Vorsorge ein wichtiges Argument ist.

**Welche weiteren Vorteile bietet das Produkt österreichischen Kunden und den Vermittlern?**

**C. N.:** Es handelt sich hier um einen „ungezillerten“ Tarif. Dass die Entnahme der Kosten über die gesamte Laufzeit erfolgt, bietet klare Vorteile: Kunden können vom Start weg einen deutlich höheren Anteil ihrer Prämien investieren, wodurch direkt nach Ver-

tragsstart ein höherer Restwert, also Rückkaufswert, und zum Vertragsende eine höhere Abschlussleistung ermöglicht wird. Auch steuerlich ist das Produkt sehr attraktiv: Bei einer Haltefrist von mindestens 15 Jahren müssen bei B-Smart Invest die Auszahlungen nicht nachversteuert werden. Darüber hinaus entfällt innerhalb der fondsgebundenen Versicherung die Kapitalertragssteuer von 27,5 Prozent. Und Kunden erhalten ein hohes Maß an Flexibilität: Sie können zu einem jeden Monat Beträge von 1.000 bis zu einer Million Euro einzahlen und zwischen 1.500 und einer Million Euro entnehmen. Flexibilität bietet der neue Tarif auch für Vermittler. Sie können ihre Vergütung in 0,1-Prozentschritten zwischen null und 4,5 Prozent flexibel mit dem Kunden vereinbaren. Dies gibt ihnen die Möglichkeit, sehr individuell auf die jeweilige Beratungssituation zu reagieren und vor allem nachhaltige Kundenbeziehungen aufzubauen. Seit einiger Zeit beobachten wir hier eine stark steigende Nachfrage – sowohl von Kunden als auch von Vermittlerseite.

**Im Sommer starten Sie das Weiterbildungsprogramm „Future Ready“. Was erwartet Vermittler auf den insgesamt sechs Workshops?**

**C. N.:** Der Vermittlermarkt befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Wir sehen es als eine unserer wichtigsten Aufgaben, unsere Vertriebspartner auf diese Veränderungen vorzubereiten. Dazu haben wir das Weiterbildungsprogramm „Future Ready“ nach Österreich gebracht. In Großbritannien, wo Berater vor ähnlichen Herausforderungen standen, wird es schon seit Jahren sehr erfolgreich durchgeführt. Gemeinsam mit der Berliner Akademie für Finanzberatung „GOING PUBLIC!“ und der Fachakademie für Finanzdienstleister (FAF) haben wir dieses Programm für den österreichischen Markt umgesetzt. Die Themen der unterschiedlichen Workshops drehen sich um die Positionierung des eigenen Betriebs, Gewinne und Kosten sowie Effizienzsteigerung im Unternehmen, Prozessoptimierungen, aber auch um Beratungs- und Investmentkompetenz, die Wahrnehmung der eigenen Firma durch den Kunden sowie Kommunikation und Außenwirkung. Wir denken, dass wir damit ein umfassendes Angebot machen, dass Versicherungsmittler dabei unterstützen kann, ihr eigenes Unternehmen besser am Markt zu positionieren und ihre unternehmerische Zukunft zu gestalten.

**SO ENTWICKELN SICH DIE RÜCKKAUFSWERTE**

