

# „Wir sind der Beweis dafür, dass Allfinanz funktioniert“

Interview mit Ulrich-Bernd Wolff von der Sahl



Dass Allfinanz in Form der Konzerneinheit von Banken und Versicherungen auf dem Rückzug scheint, heißt nicht, dass sie nicht funktionieren kann. Hinter dem einheitlichen Auftreten dem Kunden gegenüber müssen jedoch getrennte Kompetenzkerne stehen, meint Ulrich-Bernd Wolff von der Sahl. Die Vermittlung von Sparkassenprodukten über den Versicherungsaußen dienst ist in einer dezentralen Organisation zweifellos schwieriger als im Konzern. Auch an diesem Thema will die SV Sparkassenversicherung aber weiter arbeiten. Red.

Sachverstand und eine hohe Beratungskompetenz erreicht. Wir genießen als Teil der Sparkassenorganisation einen hohen Vertrauensvorsprung bei den Kunden und sind der Beweis dafür, dass Allfinanz funktioniert.

**bm** Wie muss ein erfolgreicher Allfinanz-Ansatz gebaut sein? Was macht die SV zu einem positiven Beispiel?

Es geht um Kompetenz und Vertrauen. Beides muss in einem langfristigen Prozess aufgebaut sein. Die Sparkassen ha-

ben in ihren Geschäftsgebieten in den Regionen ein ausgesprochen gutes Image in der Bevölkerung. Die Menschen haben Vertrauen zu den Mitarbeitern ihrer Sparkassen. Diese sind kompetent in allen Bankgeschäften – und ihnen wird inzwischen die Kompetenz zugesprochen, die Versicherungsfragen anzusprechen und zu klären.

Wichtig ist aber, dass mit den Versicherern der Sparkassen und den Landesbausparkassen im Hintergrund kompetente Unternehmen stehen, die ebenfalls ein über lange Jahre erarbeitetes gutes Image haben und die notwendige Kompetenz zur Verfügung stellen. Man braucht also beides: einheitlichen Auftritt dem Kunden gegenüber, gleichzeitig getrennte Kompetenzkerne.

**bm** Die Allianz hat sich von der Dresdner Bank getrennt, ING und RBS werden die Versicherungsaktivitäten abspalten: Das Modell Allfinanz im Konzern scheint gescheitert. Welche Zukunft sehen Sie vor diesem Hintergrund überhaupt noch für Allfinanz?

Allfinanz ist aus Kundensicht ein sehr attraktives Modell, das aus unserer Sicht zukunftsfähig ist. Das Thema Vorsorge und Vermögen ist Vertrauenssache. Für die Kunden ist es daher vorteilhaft, wenn sie einen Ansprechpartner haben, der ihre persönliche Situation kennt. Seit 30 Jahren intensivieren wir den Verbund zwischen den Sparkassen und den öffentlichen Versicherern und haben einen sehr guten



Ulrich-Bernd Wolff von der Sahl, Vorsitzender des Vorstands, SV Sparkassenversicherung, Stuttgart

**bm** Welcher Neugeschäftsanteil kommt bei Ihnen in den einzelnen Sparten über die Sparkassen beziehungsweise andere Vertriebswege?

In der Lebensversicherung schwankt der Anteil aus den Sparkassen am Neugeschäft um die 80 Prozent. Das ist kein Wunder: Die Lebensversicherung, bei der man Geldanlage oder Immobilienfinanzierung mit der Absicherung biometrischer Risiken verbinden kann, fügt sich fast nahtlos in das Portfolio der Sparkassen ein.

In der Schaden-/Unfallversicherung liegt der Anteil der Sparkassen bei einem Drittel. Die beiden anderen Drittel teilen sich unser eigener Außendienst und die Makler als wichtiger Vertriebskanal für Industrie und Gewerbe.

Die Anteile der Sparkassen am Neugeschäft sind über die Jahre hinweg kontinuierlich gewachsen.

**bm** Welches Potenzial sehen Sie noch?

Das Potenzial ist groß. Es ist eines unserer zentralen Vorhaben, dies auszuschöpfen. Wir bemühen uns sehr, den Sparkassen den Verkauf von Versicherungsprodukten so einfach wie möglich zu machen. Wir integrieren unsere Angebotssoftware in die Sparkassen-Systeme, schaffen spezielle Sparkassenprodukte. Wir denken den ganzen Vertriebsprozess von den Sparkassen her und versuchen, unsere Unterstützung so weit wie möglich zu optimieren.

**bm** Die Allfinanz-Konzepte, die auf internationaler Ebene nun aufgegeben werden, sehen neben dem Vertrieb von Versicherungen über die Bank auch den umgekehrten Weg vor: den Vertrieb von Bankprodukten über die Versicherung. Ist das auch ein Modell für die SV? Oder ist die Zuführung von Kunden an die Sparkassen über die Versicherung im dezentralen Ansatz der Sparkassenorganisation zu schwierig?

Das ist ein nicht ganz einfaches Thema. Unser eigener Außendienst spricht unsere Kunden teilweise bereits auf Sparkassenprodukte wie Ratenkredite oder Baufinanzierungen an. Wir sehen uns hier in der

Pflicht gegenüber den Sparkassen, besser und deren Ansprüchen gerecht zu werden. Über Anreizsysteme wollen wir den Sparkassen vermehrt das entsprechende Geschäft zutragen.

**bm** Wie unabhängig ist die SV Sparkassenversicherung als Tochter des Sparkassenverbands Baden-Württemberg und des Sparkassen- und Giroverbands Hessen-Thüringen?

Die Sparkassen-Finanzgruppe ist weit entfernt davon, ein einheitlicher Konzern zu sein. Und das ist auch gut so. So kann jeder Kompetenzkern seine eigenen Stärken weiterentwickeln. Das führt sicherlich zu stärkeren Diskussionen und im Einzelfall auch Reibungen, aber letztlich profitieren alle davon.

„Über Anreizsysteme wollen wir den Sparkassen vermehrt Geschäft zutragen.“

**bm** An welchen Stellen regieren Ihnen die Eigentümer hinein?

Ins operative Geschäft gar nicht. Wünsche der Sparkassen als unsere Vertriebspartner werden an uns herangetragen. Wir arbeiten sie ab und finden eine positive Lösung dafür. Bei strategischen Entscheidungen wie Kooperationen oder Fusionen sind unsere Eigentümer gefragt.

**bm** Bei einigen Produkten bieten Sie auch den Online-Abschluss im Direktvertrieb an. Brauchen Sie dafür eine Freigabe der Eigentümer?

Strategische Fragen werden im Vorfeld mit den Eigentümern abgesprochen und dann umgesetzt. Wichtig ist, dass die SV alle Vertriebskanäle besetzt.

**bm** Wie kommen solche Modelle bei den Sparkassen an?

Die Sparkassen fahren selbst schon lange einen Multikanalvertrieb und wir unterstützen dies. Unser Hauptzugang zu den Kunden wird für uns aber immer das direkte Gespräch mit dem Kunden sein.

**bm** Wesentlich für den Allfinanz-Vertrieb ist nicht zuletzt die technische Integration in die Banksysteme. Haben Sie hier Nachteile gegenüber einer Konzernverflechtung?

Wir haben uns schrittweise in die IT-Umwelt der Sparkassen hineinbegeben. Bisher haben wir mit zwei unterschiedlichen IT-Systemen gearbeitet, jetzt ist es durch die Fusionen der Sparkassen-IT nur noch eines. Das macht uns die Integration einfacher.

**bm** Warum brauchen/leisten sich die Sparkassen noch so viele öffentliche Versicherer?

Die Frage müssen Sie den Eigentümern unserer Häuser stellen. Vom Kunden her gedacht wird es jedenfalls wichtig bleiben, eingeführte regionale Marken beizubehalten, um das Kompetenzimage nicht unnötig zu beschädigen. Nur so wird die regionale Verwurzelung der Sparkassen-Finanzgruppe sichtbar bleiben, und das ist zentraler Teil des Images, der erfolgreiche Allfinanz möglich macht.

**Beilagenhinweis**  
Dieser Ausgabe liegt ein Prospekt der Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin, bei.