

# Die Mischung macht's

Im Interview sprach FONDS exklusiv mit Markus Spellmeyer, Hauptgeschäftsführer der OVB Allfinanzvermittlung GmbH, über ein Thema, das derzeit in aller Munde ist – Digitalisierung.

**FONDS exklusiv:** *Herr Spellmeyer, unser Leben wird zunehmend digital. Kundenbedürfnisse verändern sich. Inwieweit trifft das aus Ihrer Sicht für den Verbraucher von heute zu?*

**MARKUS SPELLMEYER:** „Der heutige Kunde agiert je nach Situation anders. Sein Kaufverhalten und seine Kaufentscheidungen ändern sich offenbar nach Lust und Laune. Er ist ein sogenannter „hybrider Konsument“ – sei es bei der Preissensibilität, der Entscheidungsfreudigkeit oder der Wahl des Vertriebs- oder Informationsweges.“



*In Bezug auf die Vertriebs- und Informationswege bedeutet das also, dass derselbe Kunde sich ein Produkt mal im Online-Shop bestellt und später wieder den stationären Handel bevorzugt? Und sich Informationen abwechselnd online oder persönlich vom Experten einholt?*

**M. S.:** „Ja, genau. Vor der Kaufentscheidung für ein Produkt holen sich Verbraucher immer häufiger Informationen aus dem Netz und schließen wenig beratungsintensive Versicherungs- und Finanzprodukte auch online ab.“

Wenn es um komplexe, erklärungsbedürftige Allfinanzkonzepte geht, setzen die meisten Kunden aber immer noch auf die persönliche Beratung. Wenn es darum geht, den richtigen Anlagenmix für die Altersvorsorge zu finden, bedarf es nun einmal mehr Erläuterungen als bei einer neuen Kfz-Versicherung.“

*Wie geht die OVB mit diesem Spagat um?*

**M. S.:** „Wir machen uns fit für die Zukunft und kombinieren in unserem Beratungsansatz das Beste aus beiden Welten: Unsere traditionelle Stärke des persönlichen und vertrauensvol-

„Wenn es um komplexe, erklärungsbedürftige Allfinanzkonzepte geht, setzen die meisten Kunden aber immer noch auf die persönliche Beratung.“

MARKUS SPELLMEYER, OVB

len Kundenkontakts mit den aktuellen technischen Möglichkeiten. Der Beratungsprozess wird sukzessive digital, zusätzliche Online-Medien ermöglichen eine kanalübergreifende ganzheitliche Kommunikation.

Neue Technologien verschlanken administrative Prozesse. Das spart unseren Beratern Zeit für das Wesentliche – die direkte persönliche Betreuung unserer Kunden.“

*Worin sehen Sie neben der Digitalisierung in den kommenden Jahren weitere*

*wesentliche Herausforderungen für die OVB Österreich?*

**M. S.:** „Für die anstehenden Regulierungsthemen sehen wir uns gut aufgestellt. Herausfordernd wird es sein, viele weitere Menschen für die unternehmerische Tätigkeit des Vermögensberaters zu begeistern. Indem wir sie für diese zukunftsfähige und chancenreiche Tätigkeit qualifizieren, bieten wir berufliche Perspektiven. Deshalb nimmt das Thema Aus und Weiterbildung für uns einen hohen Stellenwert ein. Wir wollen auch unsere Vorreiterrolle im Service- und Produktbereich behalten. Um das zu erreichen, erarbeiten wir in enger Zusammenarbeit mit unseren Produktpartnern Allfinanzkonzepte, deren Bausteine und Leistungen auf die jeweiligen Lebenssituationen bestimmter Zielgruppen abgestimmt sind und flexibel angepasst werden können. Unser Erfolg – gerade auch in den letzten Jahren – beruht darauf, dass wir uns weiterentwickelt haben und uns auf aktuelle Marktgegebenheiten ausrichten können. Ich bin daher optimistisch, dass wir auch in Zukunft eine starke Marktposition in Österreich einnehmen.“