

# Prek zavarovalnice do bančnega posojila

POLONA URH

V banki se je mogoče življenjsko zavarovati, v prihodnje pa bo mogoče v zavarovalnici tudi urejati bančne posle, denimo pridobiti bančno posojilo

Trženje zavarovalnih storitev pri bančnem okencu, tako imenovani bankassurance, je že nekaj časa pomembna tržna usmeritev. Dopolnjeni zakon o zavarovalništvu po novem omogoča tudi trženje bančnih storitev prek zavarovalniškega omrežja, torej nekakšno obratno tržno pot, saj zavarovalnicam dovoljuje posredovanje pri sklepanju

bančnih poslov in drugih kreditnih poslov po zakonu, ki ureja bančništvo. Takšna tržna pot naj bi prav v Sloveniji imela večje možnosti za razvoj kot v drugih državah EU. »Trženje zavarovanj prek bank je bolj uspešno v tistih državah, kjer zavarovalni agenti nimajo tradicije. Ker imamo pri nas omrežje zavarovalnih zastopnikov zelo

razširjeno, je možnost za razvoj obratne poti lahko pri nas uspešnejša,« pravi **dr. Boštjan Aver**, svetovalec uprave v Vzajemni, zdravstveni zavarovalnici.

Možnosti se kažejo v tem, da bi zavarovalnice tržile kreditne bančne posle in nekatere posle plačilnega prometa in investicijskega bančništva, manj pa v ponudbi raznih vrst depozitnih poslov. Priložnost je v trženju teh storitev prek zavarovalnih svetovalcev in zastopnikov predvsem fizičnim osebam in manj pravnim osebam, ki imajo svoje strokovnjake za finance ali pa skrbnike v bankah. Bolj pomembne bi tako lahko postale v zavarovalniških produktih zaozbjete in z njimi prepletene bančne možnosti, kot so posojila, kreditne kartice in osebni računi (t. i. model all-finance). »V praksi se je že potrdilo, da nekatere zahtevnejše produkte, kot je recimo življenjsko zavarovanje, vezano na točke investicijskih skladov, lahko poleg bank enakovredno ponujajo tudi zavarovalnice, predvsem zaradi učinkovite večopravilnosti zavarovalnih zastopnikov,« še razloži Aver.

## DO NIŽJIH STROŠKOV TRŽENJA

Možnosti za razvoj takšne obratne tržne poti torej obstajajo, saj so zavarovalnice lahko zanimive za banke iz več razlogov: imajo zavarovalne zastopnike in svetovalce (to je dejavno in tržno odzivno prodajno moč), ki bi lahko ob dodatnem izobraževanju postali premoženjski svetovalci in bi trgu ponudili celovito podporo finančnim storitvam. Banke bi tako lahko skupaj z zavarovalnicami oblikovale celotno ponudbo finančnih storitev, torej tržni vzorec univerzalnega finančnega posredništva. Kaj bi pridobile zavarovalnice? Z dodatno ponudbo bančnih produktov bi povečale zvestobo zavarovancev in učin-

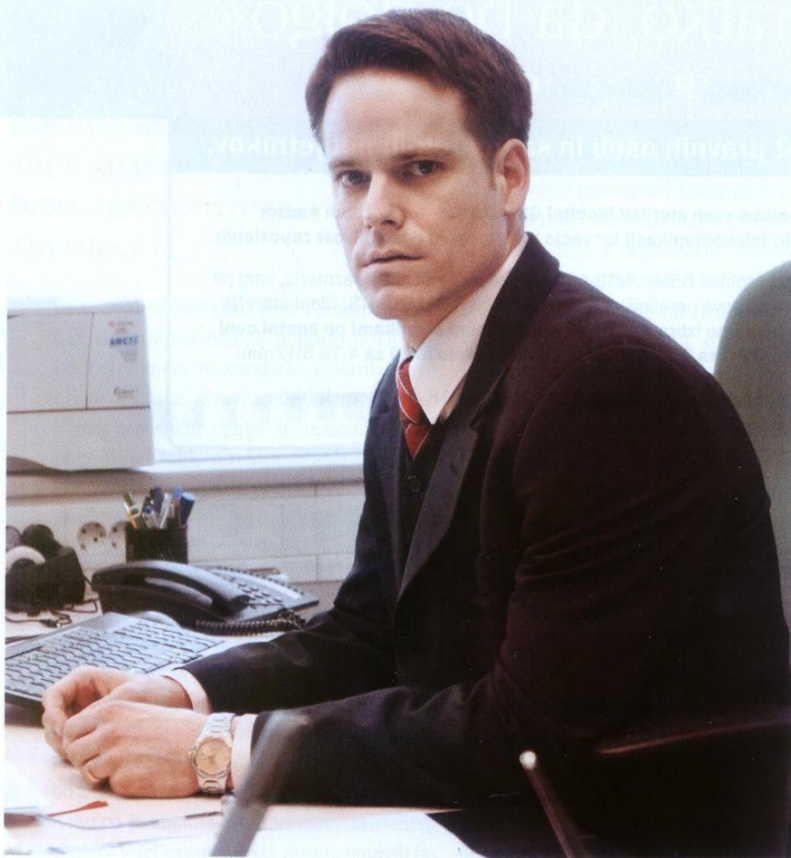


Foto: Miško Kranjec

**Dr. Boštjan Aver:** »Trženje zavarovanj prek bank je bolj uspešno v tistih državah, kjer zavarovalni zastopniki nimajo tradicije.«

koviteje izkoristile omrežje poslovalnic. Tako bi se povečala tudi njihova stroškovna učinkovitost.

A kot poudarja Aver, bi bilo treba pri trženju bančnih storitev prek zavarovalniškega omrežja izboljšati organizacijo, informacijsko tehnologijo in usposobljenost zavarovalniških delavcev. Poleg tega meni, da prodaja bančnih produktov prek zavarovalniškega omrežja bankam in zavarovalnicam ne bi prinesla bistveno večjih zaslužkov, kljub temu da si dolgoročno res lahko obetajo povečanje provizij, večjo kakovost, obseg poslovanja, povečanje konkurenčnosti in s tem tržnih deležev. Zato je bolj kot trženje bančne ponudbe prek zavarovalniškega omrežja pomembno združiti bančne in zavarovalniške storitve ter zavarovancem ponuditi celovite finančne storitve in tako znižati stroške poslovnega omrežja zavarovalnic, še posebno če bi razvijali nove produkte in storitve z večjo dodano vrednostjo.

#### TRŽENJA BANČNIH POSLOV SE LOTEVAJO TRIJE

»Pomembno je, da banka in zavarovalnica najdeti tisto, kar ima bančno in zavarovalniško komponento,« zatrjuje Aver. Gre za produkt z elementi tveganja, ki jih prevzame zavarovalnica, in z elementi bančnega poslovanja, recimo plačilnega prometa ali investicijskega bančništva (naložbena pokojninska zavarovanja, življenjska in nezgodna zavarovanja z naložbenim učinkom ali hipotekarni krediti, ki vključujejo življenjsko zavarovanje z vinkulacijo).

Pri trženju bančnih produktov prek zavarovalniškega omrežja bi lahko nastajale tudi težave. Ljudje namreč glede tega zapajo bankam in niso vajeni, da bi jim to ponujale zavarovalnice. Poleg tega bi z uvajanjem ponudbe bančnih produktov zavarovalnica lahko imela relativno visoke stroške. Zato so velika reorganizacijska prizadevanja, kot meni Aver, mogoča le ob tesnejši kapitalski povezavi med banko in zavarovalnico.

In kako na navzkrižne tržne poti med zavarovalnico in banko gledajo slovenske zavarovalnice? Naveza zavarovalnice Adriatic in Banke Koper je dobro zaživela še v začetku letošnjega leta. Podatki za prvo četrtletje nakazujejo stalno rast posredovanih zavarovanj prek banke, vendar pa v

Adriaticu trenutno še ne morejo govoriti o občutnejšem deležu tako posredovanih zavarovanj v celotni sestavi sklenjenih zavarovanj. V začetku junija z banko načrtujejo začetek trženja nove oblike paketnega zavarovalno-bančnega produkta, ki naj bi jim prinesel tudi bistven porast prodaje zavarovanj pri bančnih okencih. Poleg tega v Adriaticu načrtujejo tudi obratno pot - vključitev tržne mreže zavarovalnice v prodajo bančnih storitev Banke Koper, a za zdaj o tem niso hoteli povedati kaj več.

V trženju zavarovanj pri bančnih okencih in njegovi obratni različici vidi tržno nišo tudi zavarovalnica Triglav. Prek poslovne mreže Abanke Vipava Triglav trži nezgodna zavarovanja imetnikov osebnih računov in različne oblike življenjskih zavarovanj. Glede na močno tradicionalno prodajno omrežje Triglava, pomeni delež prodanih zavarovanj prek Abanke Vipave le manjši del celotne prodaje, a so s prodajnimi rezultati kljub temu zadovoljni, saj obseg na novo sklenjenih zavarovalnih polic iz meseca v mesec narašča. Veliko si obetajo (predvsem zaradi provizij) tudi od trženja bančnih produktov prek mreže svojih zavarovalnih posrednikov, a se tega še niso lotili, saj zakon tega doslej ni dovoljeval.

Da bi poleg zavarovalnih prodajali še bančne storitve, razmišljajo tudi v zavarovalnici Generali, a je ta pot za zdaj še v razvoju. Generali res z SKB banko sodeluje že od leta 1997, ko sta bili družbi še kapitalsko povezani, novi trendi na trgu pa so jih spet privedli do sodelovanja. Lani decembra je tako SKB banka komitentom ponudila nezgodna zavarovanja, letos spomladi pa so ponudbo dopolnili še s kapitalskimi življenjskimi zavarovanji in s ponudbo tako imenovanih zavarovanj risk-life, ki jih ponujajo ob najemanju bančnih posojil. Poleg tega je na banki po novem možno skleniti paket turističnega in zdravstvenega zavarovanja z asistenco v tujini in avtomobilsko zavarovanja, ki jih banka ponuja poleg avtomobilskih posojil.

#### SMER SE OBRAČA POČASI

Adriatic, Triglav in Generali so trenutno tudi edine zavarovalnice na slovenskem trgu, ki nameravajo v prihodnje vpeljati trženje bančnih storitev po svojem prodajnem omrežju. Z bankami sta sicer povezani tudi Zavarovalnica Maribor (NKBM), in

NLB Vita (NLB), a o trženju bančnih storitev za zdaj ne razmišljata. Zavarovalnica Maribor pri bančnih okencih NKBM prodala majhen delež zavarovanj; gre za asistencijska zavarovanja za tujino in življenjska zavarovanja. Pomembnejša tržna poteza kot trženje zavarovanj pri bančnih okencih ali njegova obratna pot je zanje inovativnost pri prodaji.

Nekakšna posebnost je zavarovalnica NLB Vita. Ta za trženje svojih storitev uporablja izključno poslovno omrežje NLB, zato so njihove storitve stroškovno ugodnejše. Novih prodajnih poti ne razvijajo, saj s trženjem zavarovalnih storitev prek bančne mreže NLB dosežajo postavljene rezultate. Kupci njihovih storitev so večinoma stranke NLB, saj zavarovalniške storitve NLB Vite dopolnjujejo ponudbo bančnih storitev NLB. Ker si je NLB z dolgoletno tradicijo ustvarila bazo strank, so v NLB

### BANKE BI LAHKO SKUPAJ Z ZAVAROVALNICAMI OBLIKOVALE CELOTNO PONUDBO BANČNIH STORITEV

Viti prepričani, da jih bodo s kakovostnimi in donosnimi bančno-zavarovalniškimi storitvami tudi zadržali.

Navzkrižne tržne poti med bankami in zavarovalnicami bodo torej po sprejetju zakona o spremembah in dopolnitvah zakona o zavarovalništvu sprva ostale nespremenjene. Najprej se bodo, kot je videti, zasukale pri Triglavu, Adriaticu in Generaliju, a najbrž ne kar takoj. Vse druge zavarovalnice bodo postopoma razvijale le trženje zavarovanj pri bančnih okencih. Na začetku bodo tržile standardne storitve, ki ne zahtevajo visoke strokovnosti uslužbencev pri bančnih okencih (na primer življenjsko zavarovanje za doživetje ali smrt), kasneje pa bodo banke prodajale predvsem življenjsko zavarovanje z naložbenim tveganjem, pokojninsko zavarovanje in druge oblike življenjskega zavarovanja, vezanega na bančne produkte. Kot razmišlja Boštjan Aver, pa ni mogoče pričakovati, da bi slovenske banke prek svojega prodajnega omrežja v kratkem potrdile več kot polovico življenjskih zavarovanj, kot denimo v Avstriji, Franciji, Italiji, Belgiji in na Portugalskem. ■