

Mr. Franz Fuchs -
Membru al Directoratului VIG

oferă uriaeșe!”

să învețe oamenii despre necesitatea asigurărilor .

- **Franz Fuchs:** Trebuie într-adevăr crescute cunoștințele în ceea ce privește produsele moderne de asigurare. Este nevoie de un personal foarte bine instruit și orientat pe servicii pentru acest lucru. Oferind cele mai bune sfaturi clienților noștri, vom putea să creștem nivelul de conștientizare a populației în ceea ce privește produsele de asigurări moderne și beneficiile lor.

- **Cum funcționează strategia multibrand în aceste momente dificile? Este posibil să schimbați această strategie?**

- **Peter Hagen:** De ce am schimba o strategie ce s-a dovedit a fi un succes? Într-o societate modernă, un produs de asigurare oferă oamenilor foarte multă libertate și le protejează casa, mașina; în plus, poate fi un mod de a strânge bani pentru momentul când se vor pensiona. Este într-adevăr nevoie de sfaturi și de argumente pentru a fi convins să cumperi asigurări. Cu strategia noastră multibrand, suntem capabili să ajungem la oameni prin diferite canale de distribuție și putem să le explicăm avantajele unei asigurări la una dintre companiile grupului. Această strategie sporește oportunitățile de creștere. Mai mult, business-ul nostru cu asigurările bancare merge foarte bine. Parteneriatul cu Erste Bank are un succes foarte mare, mai ales în România.

- **Domnule Fuchs, ați declarat recent, într-un interviu, că anul 2013 va fi un an cheie pentru piața de asigurări din România. Puteți dezvolta această afirmație**

- **Franz Fuchs:** Monitorizăm atent evoluțiile pieței, mai ales în ceea ce privește asigurările auto. Dar ce este mai important pentru noi, este continuarea optimizării activităților noastre prin vânzarea la prețuri rezonabile și adecvate riscurilor ,ca și găsirea unor sinergii și a altor metode de a



reduce costurile administrative. Vom lucra de asemenea și la orientarea noastră către consumator, pentru a îmbunătăți serviciile și pe mai departe.

- **Care sunt așteptările dumneavoastră pentru piața din România, în 2013? Dar peste cinci ani?**

- **Peter Hagen:** Romania are nevoie de o stimulare economică, iar infrastructura ei

trebuie dezvoltată mai departe. De exemplu, țara are aproximativ 370 km de autostradă, în timp ce Austria, care este de trei ori mai mică, are aproximativ 2200 km. Această zonă ofera oportunități uriaeșe. Prin urmare, Vienna Insurance Group continuă să creadă în potențialul României și în piața ei de asigurări. O creștere economică va mări și cererea pentru serviciile de asigurare.

Horia Alexandrescu