

Gibt es noch Wachstum in der Versicherungsbranche?

Dr. Reiner Will

Agenda

- **Wachstum in der Versicherungsbranche**
 - **Gesamtwachstum**
 - **Schaden-/Unfallversicherung**
 - **Krankenversicherung**
 - **Lebensversicherung**
- **Trends, Herausforderungen, Entwicklungen**

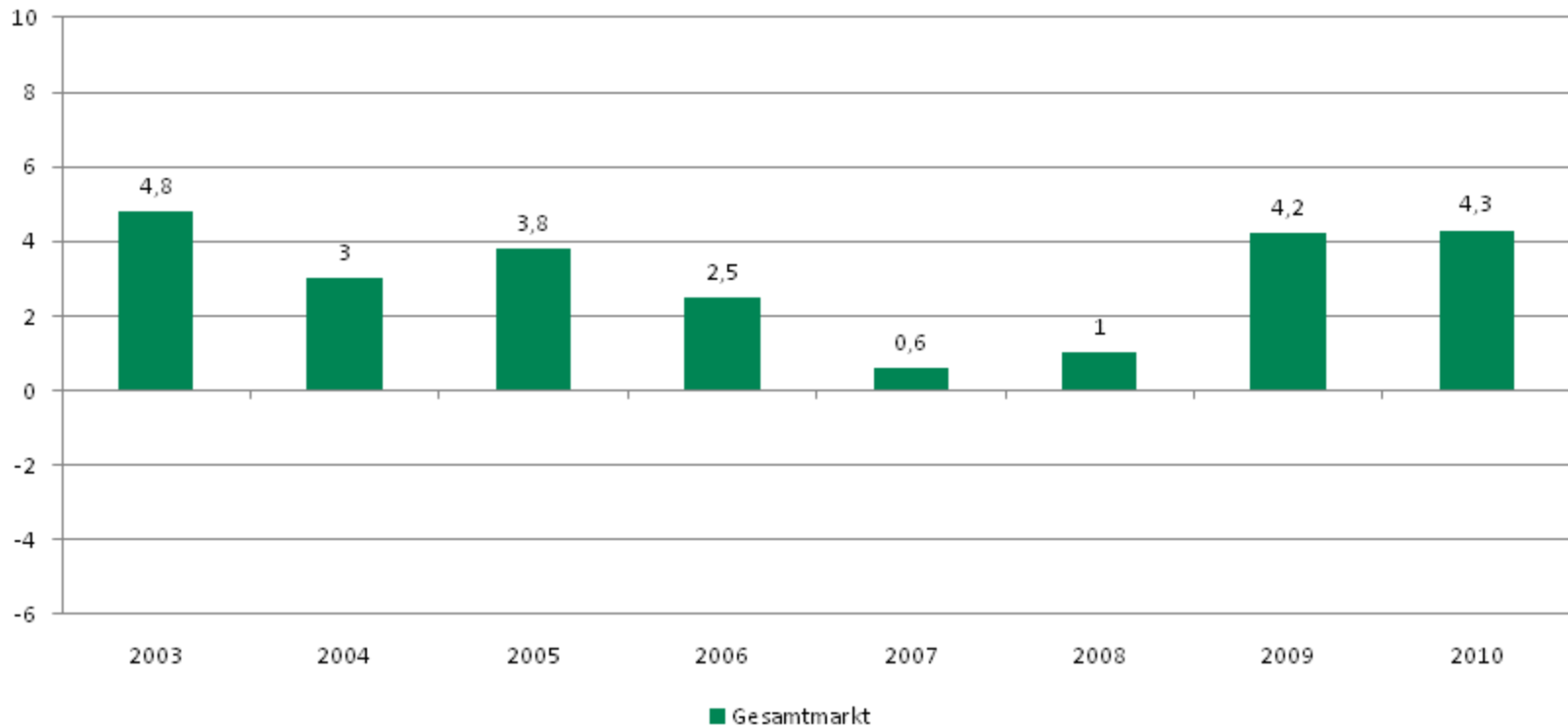
Gesamtwachstum

Aussagefähigkeit der Wachstumskennzahlen

- Wachstumskennzahlen zeigen, in welcher Lage sich der Markt oder ein Versicherer befindet: Rezession, Stagnation oder Expansion
- Wachstumskennzahlen sind ein gewisser Indikator für die Attraktivität aus Sicht der Nachfrager
- Wachstumskennzahlen zeigen im Wesentlichen ein Bild der Vergangenheit

Gesamtwachstum

Zuwachsraten Prämieinnahmen deutscher Versicherungsmarkt in %

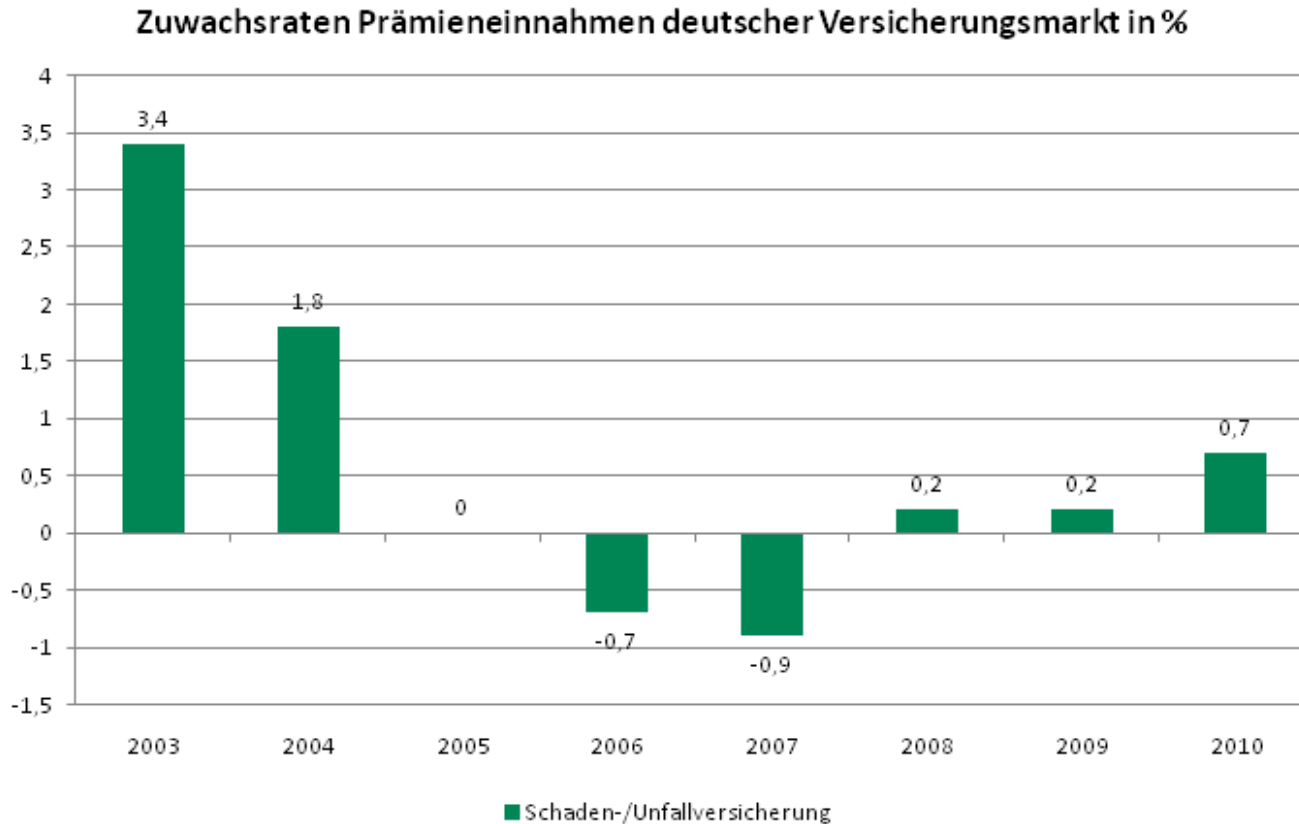


Agenda

- Aussagefähigkeit von WachstumsKennzahlen
- Wachstum in der Versicherungsbranche
 - Gesamtwachstum
 - Schaden-/Unfallversicherung
 - Krankenversicherung
 - Lebensversicherung
- Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Schaden-/Unfallversicherung

Zuwachsraten in der Schaden-/Unfallversicherungsbranche



Schaden-/Unfallversicherung

Stagnierender Markt ohne Prämienwachstum in der mittelfristigen Vergangenheit

- Preiswettbewerb in der Kfz-Versicherung als wesentliche Ursache
- Erste Insolvenz eines Kraftfahrtversicherers in 2010 zeigt Grenzen des Preiswettbewerbs auf
- Solidität der Anbieter gewinnt an Bedeutung
- Preissensibilität auf Kundenseite bleibt hoch
- Hohes Versicherungsaufkommen und damit gesättigter Markt und starker Umverteilungswettbewerb. Nur geringe Beitragszuwächse in attraktiven Geschäftsfeldern (z.B. Private Unfallversicherung)
- Positive versicherungstechnische Situation im Gesamtmarkt sorgen für Attraktivität (Versicherungstechnischer Gewinn 2010: 1 Mrd. €)
- Ergebnisse allerdings stark abhängig von Elementarrisiken und dem damit verbundenen Schadenaufwand

Agenda

- Aussagefähigkeit von WachstumsKennzahlen
- Wachstum in der Versicherungsbranche
 - Gesamtwachstum
 - Schaden-/Unfallversicherung
 - **Krankenversicherung**
 - Lebensversicherung
- Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Krankenversicherung

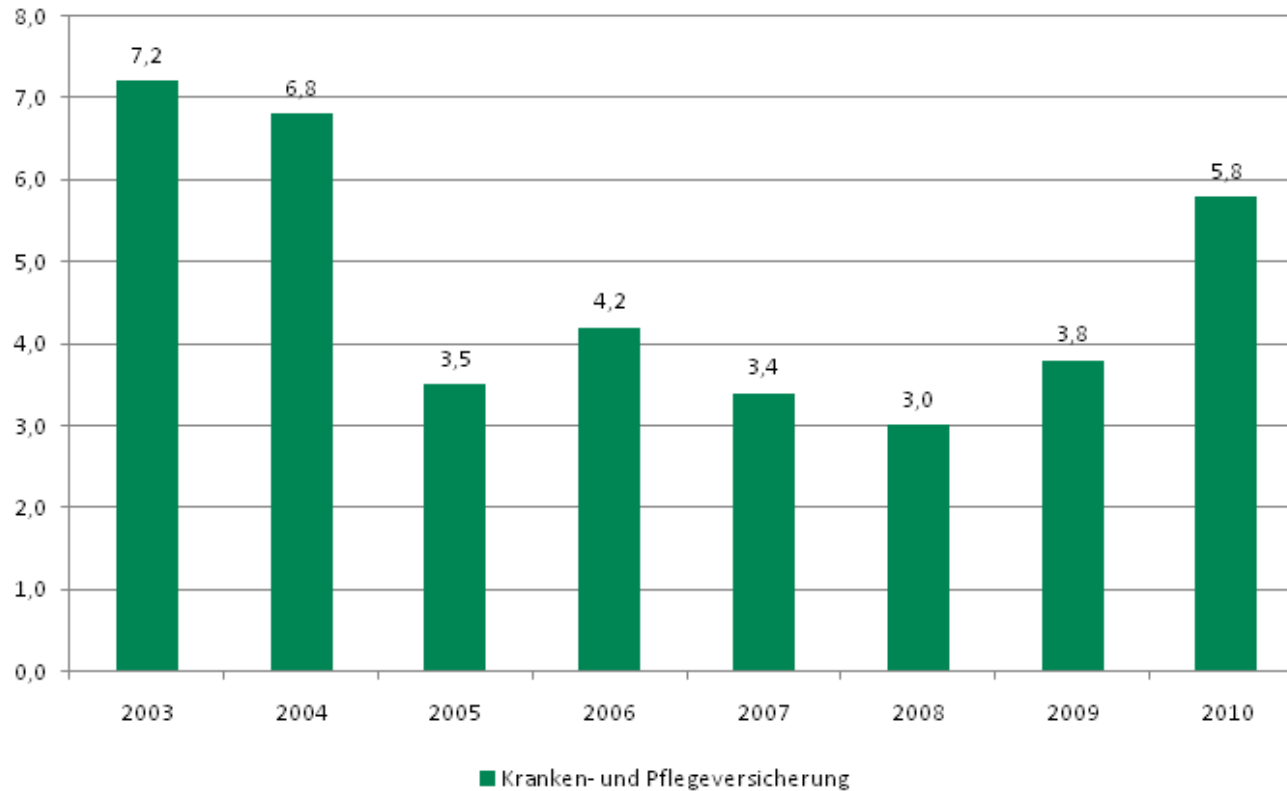
Aussagefähigkeit der Wachstumskennzahlen

- Wachstumskennzahlen sind in der PKV differenziert zu interpretieren:
 - Beitragswachstum kann aus Neugeschäft, aber auch aus Beitragsanpassungen stammen => externe Kennzahlen lassen keine Differenzierung zu
 - Neugeschäftsattraktivität eines Versicherers kommt vor allem im Personenwachstum der Vollversicherung zum Ausdruck
 - Aufgrund unterschiedlicher Zählweise Personenwachstum in der Ergänzungsversicherung nur schwer interpretierbar. Es bestehen rund 21,9 Mio. Zusatzversicherungen.

Krankenversicherung

Zuwachsraten in der privaten Krankenversicherungsbranche

Zuwachsraten Prämieinnahmen deutscher Versicherungsmarkt in %

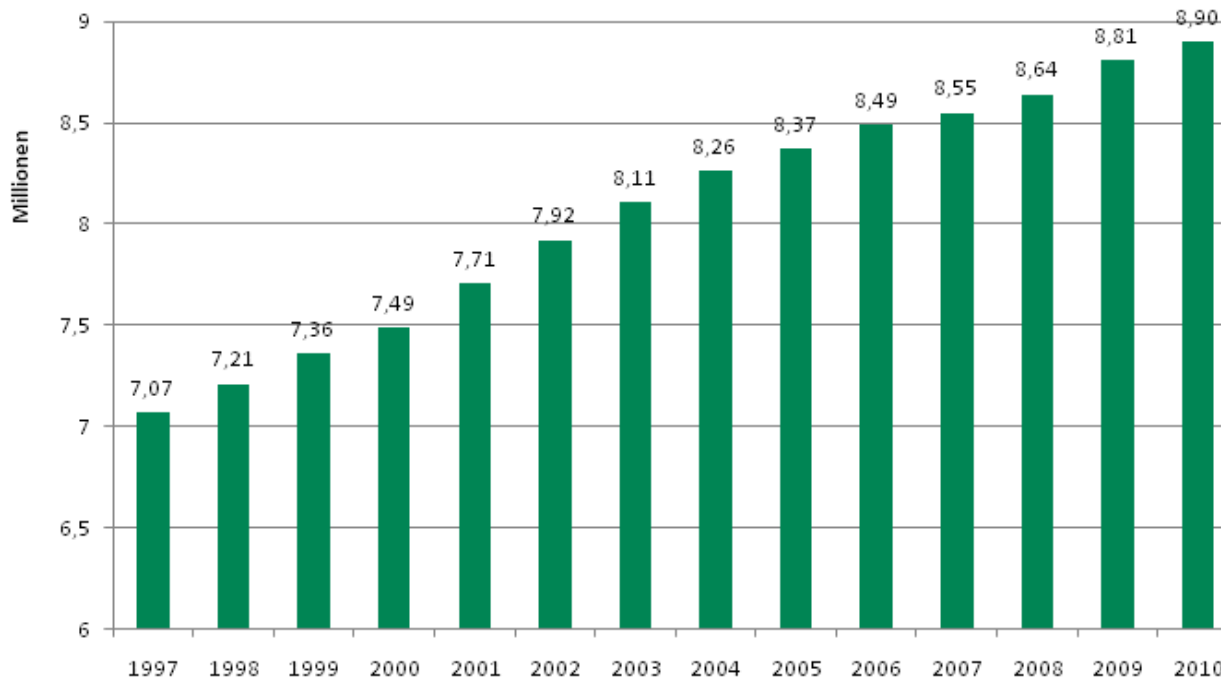


Krankenversicherung

Entwicklung Vollversicherung

- Auswirkungen von Gesundheitsreformen auf die PKV
 - Seit 2005 (Anhebung VPG): deutlich weniger Wachstum
 - Ab Februar 2007: 3-Jahres-Moratorium für Angestellte

Entwicklung vollversicherte Personen



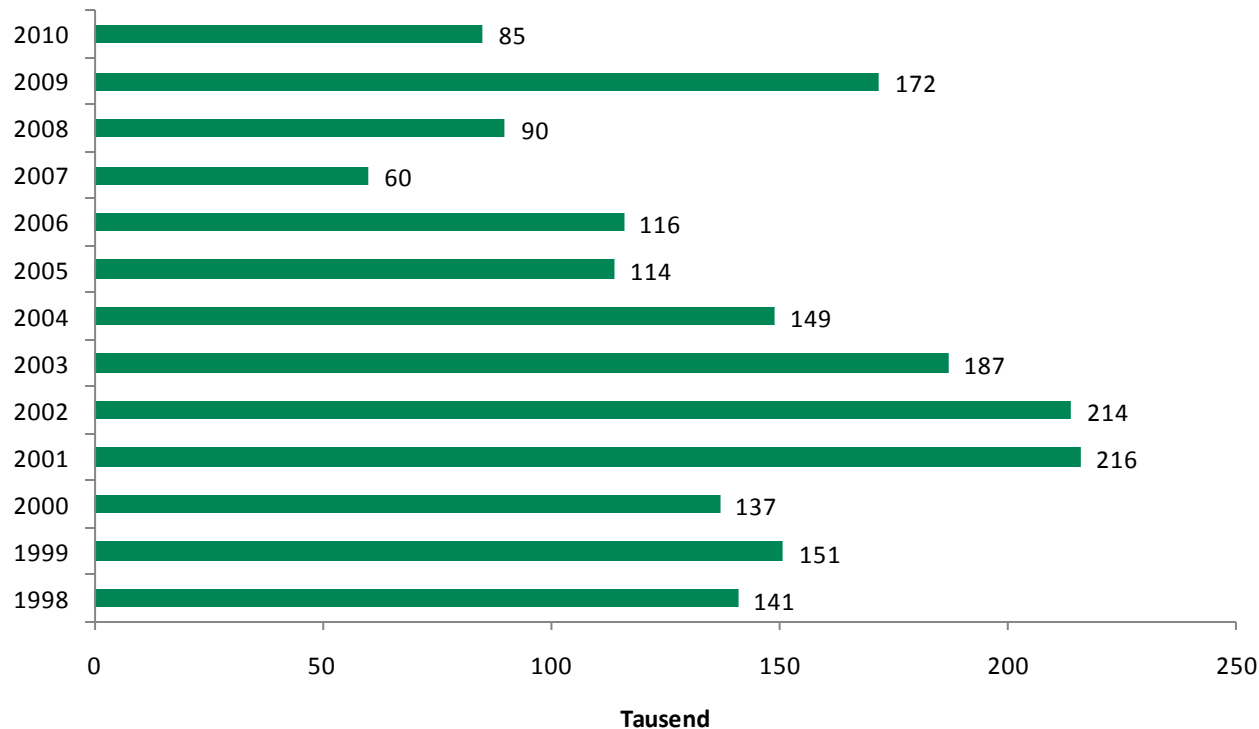
Quelle: PKV-Verband

Krankenversicherung

Nettozuwachs Vollversicherung

- Auswirkungen des GKV-Wettbewerbsstärkungsgesetzes
 - Seit Mitte 2008: Sondereffekte durch Nichtversicherte und Nichtzahler!

Nettopersonenzuwachs Vollversicherung



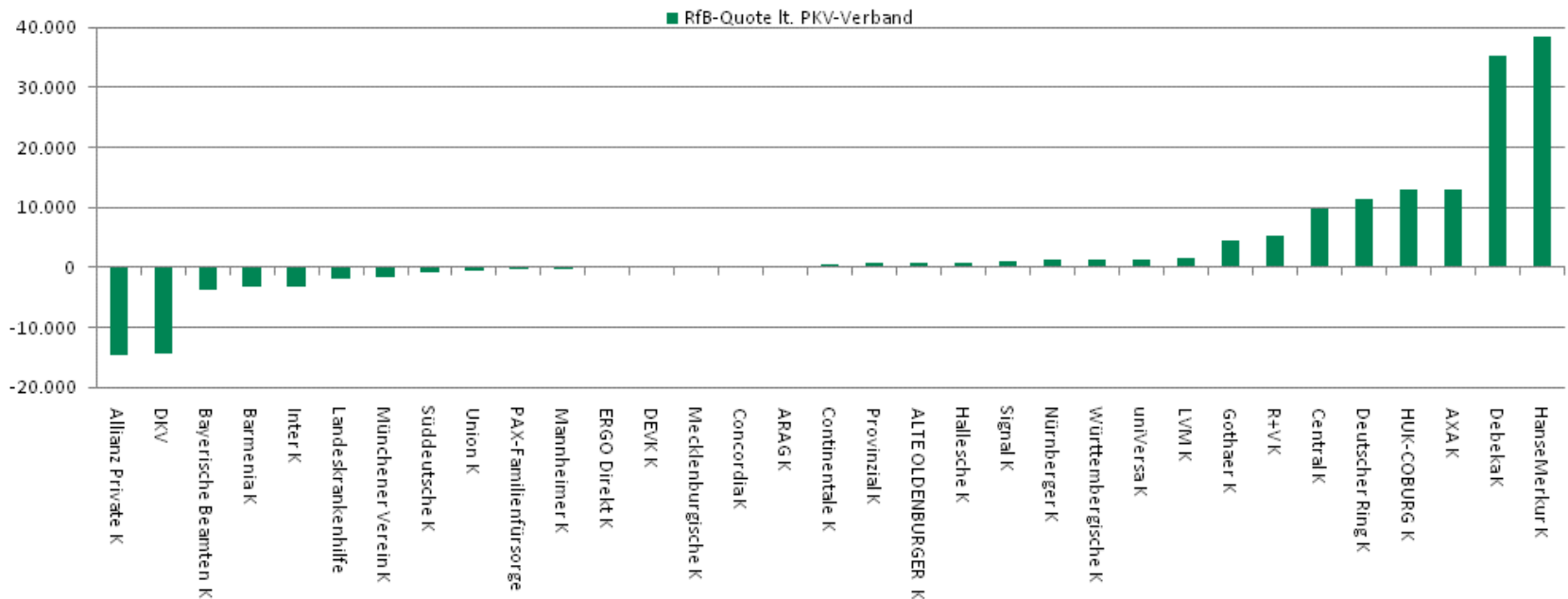
Quelle: PKV-Verband

Krankenversicherung

Wachstumsgewinner -verlierer

- Debeka festigt die Position des Marktführers mit hohem Beihilfezugang
 - „Wachstumsgewinner“ in 2010: HanseMerkur

Nettozugang Vollversicherte 2010



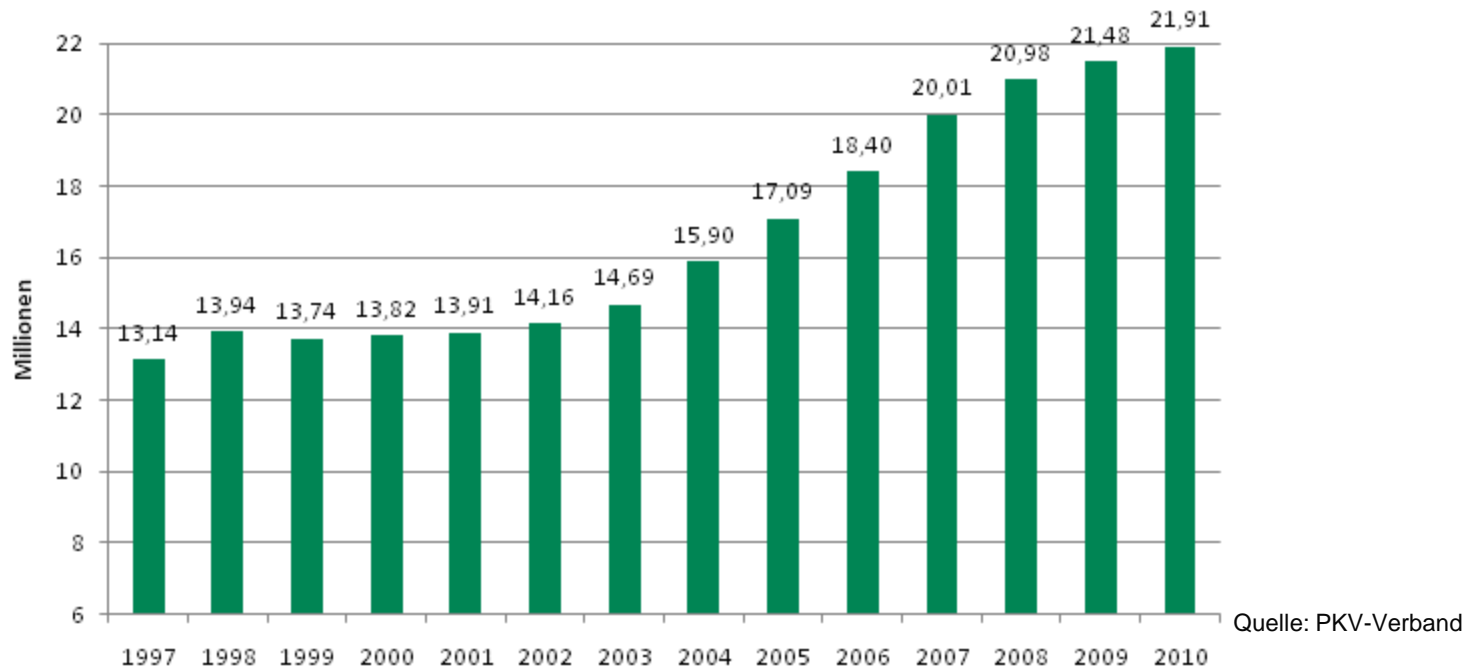
Quelle: PKV-Extranet

Krankenversicherung

Wachstumsentwicklung Ergänzungsversicherung

- Auswirkungen von Gesundheitsreformen auf die PKV
 - Positiv seit 2004: Kooperationsmöglichkeiten mit der GKV sorgen für 50 % Wachstum bei Ergänzungsversicherungen

Entwicklung Ergänzungsversicherungen



Krankenversicherung

Prämienwachstum in der privaten Krankenversicherung stark geprägt durch Beitragsanpassungen

- Drei-Jahres-Moratorium als Hauptgrund für den Rückgang des echten Neugeschäfts und der Neugeschäftsbeiträge
- Verunsicherte Nachfrager in der Vollversicherung aufgrund ungeklärter politischer Rahmenbedingungen
- Ergänzungsversicherungen aus GKV-Kooperationen erfreuen sich hingegen stärkerer Nachfrage
- Qualitätsaspekte im Wachstum gewinnen an Bedeutung (Nichtzahlerproblematik)
- 1,5 % der Beitragseinnahmen sind Außenstände von Nichtzahlern

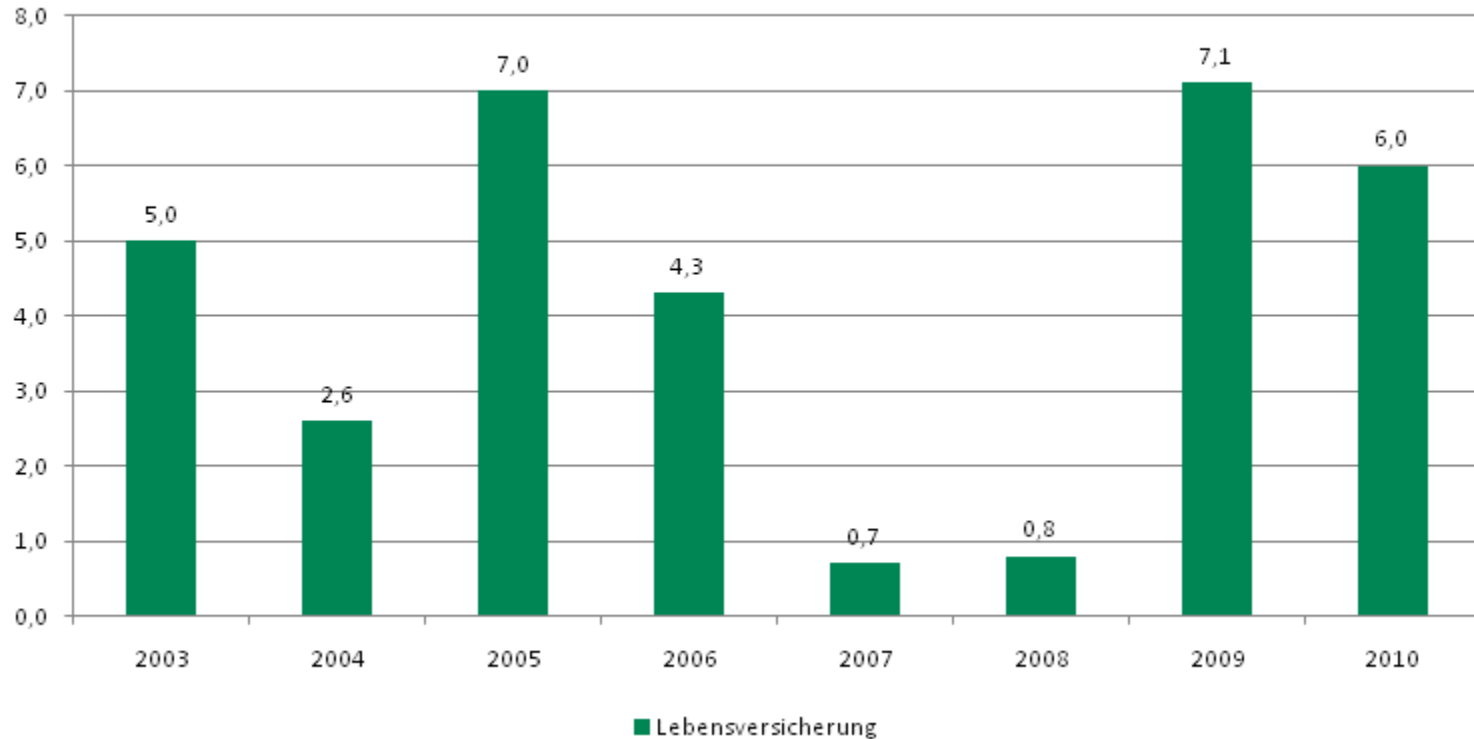
Agenda

- Aussagefähigkeit von WachstumsKennzahlen
- Wachstum in der Versicherungsbranche
 - Gesamtwachstum
 - Schaden-/Unfallversicherung
 - Krankenversicherung
 - **Lebensversicherung**
- Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Lebensversicherung

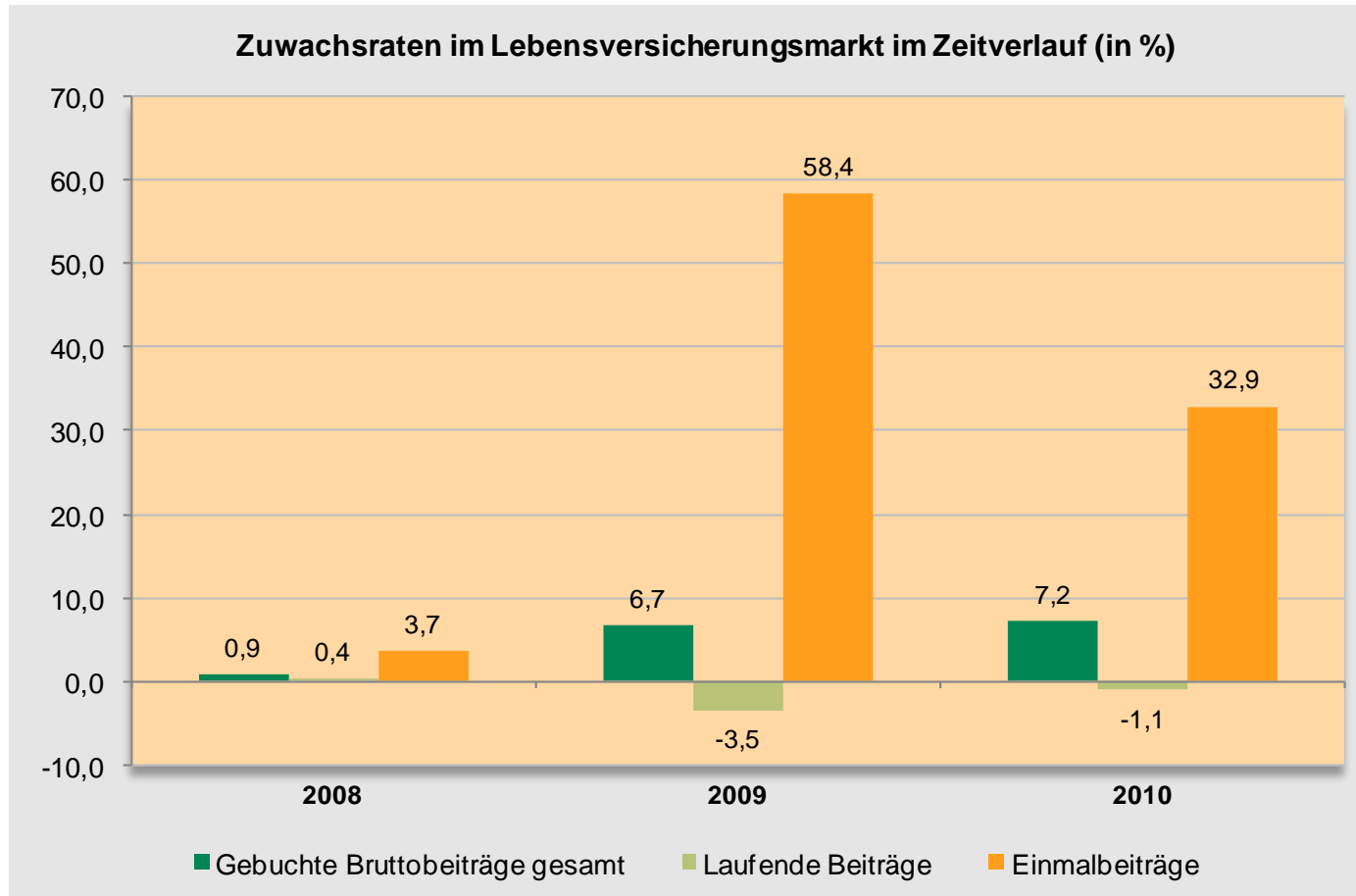
Zuwachsraten in der Lebensversicherungsbranche

Zuwachsraten Prämieinnahmen deutscher Versicherungsmarkt in %



Lebensversicherung

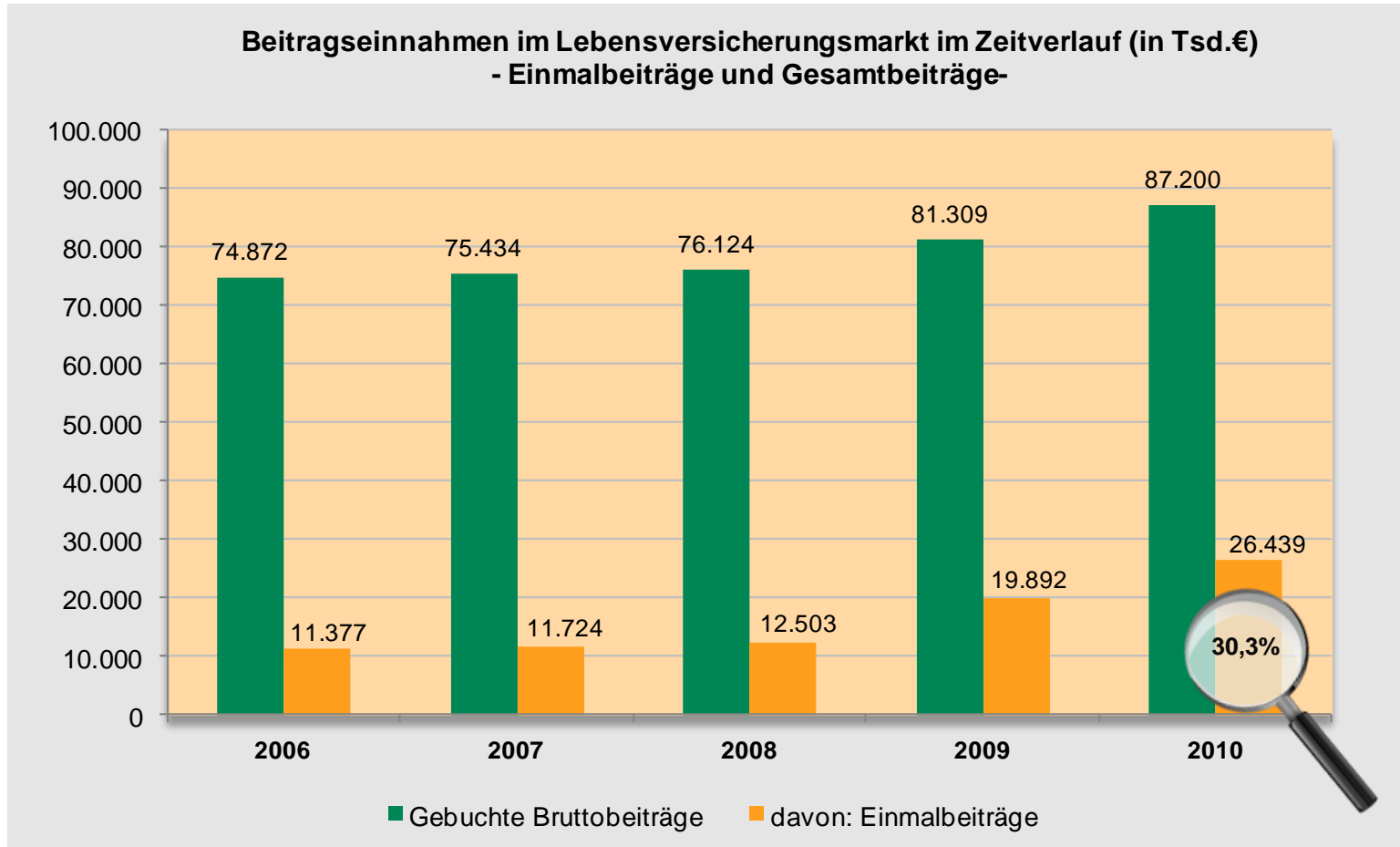
Zuwachsraten in der Lebensversicherungsbranche



Quelle: GDV (Daten z.T. vorläufig)

Lebensversicherung

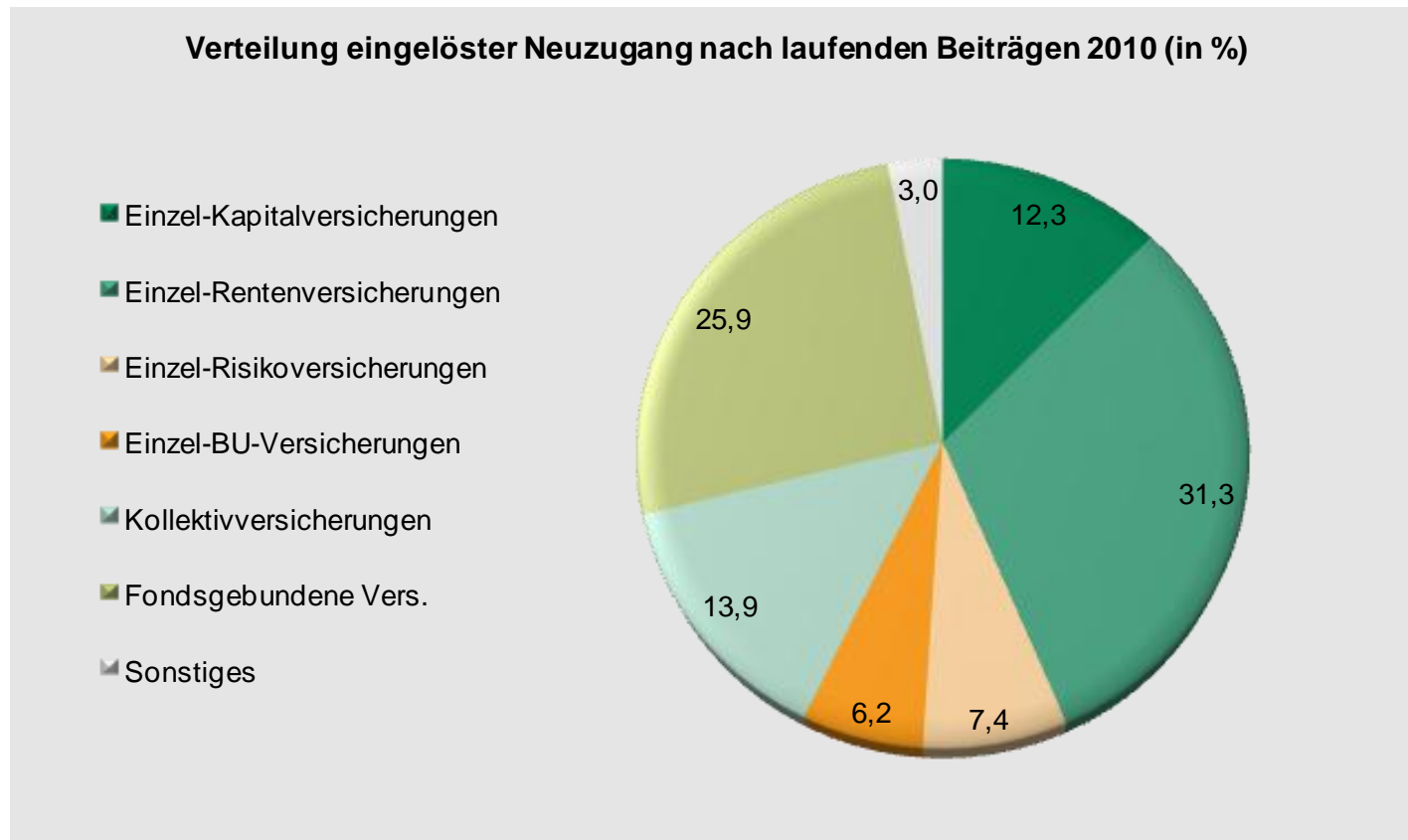
Bedeutung von Einmalbeiträgen



Lebensversicherung

Verteilung des Neuzugangs nach Produktarten (laufende Beiträge)

- Andere Neugeschäftsverteilung nach laufenden Beiträgen



Quelle: GDV (Daten z.T. vorläufig)

Lebensversicherung

LV mutiert vom Vorsorge- zum Anlageprodukt

- Fast ein Drittel der Beitragseinnahmen entfiel in 2010 auf Einmalbeiträge
- Kurzfristige Anlage ja → langfristige Bindung nein
- Sünden der Vergangenheit
 - Verzerre Wahrnehmung des Produktes in der Öffentlichkeit
 - Kaufzurückhaltung und Verärgerung aufgrund zu optimistischer Renditeprognosen in der Vergangenheit
- Gründe für die Stagnation bei den laufenden Beitragseinnahmen
 - Kurzarbeit, Angst vor Arbeitslosigkeit, Einkommenseinbußen und wachsende Verschuldung forcieren Kündigungsaufkommen

Stornovolumen in 2009 auf hohem Niveau: Kündigung von Policen im Wert von 13,85 Mrd. € (Rekord 2008: 13,99 Mrd. €)

Lebensversicherung

Druck von mehreren Seiten

- Preissteigerung durch Garantiezinsabsenkung
- Einfluss über Gesetzgebung und Rechtsprechung, u.a. Urteil zu Rückkaufswerten, Beteiligung der Versicherungsnehmer an den stillen Reserven, keine Beteiligung an den stillen Lasten, Mindestzuführungsverordnung
- Steigende Anforderungen durch den Verbraucherschutz
- Gestiegener Inflationsdruck (steigende Rohstoffpreise, steigende Lebensmittelpreise, steigende Lohnforderungen, Geldmengenausweitung)
- Höhere Eigenmittelanforderungen durch Solvency II
- Rückläufige Überschussbeteiligung und damit gesunkene Zukunftsaussicht
- Wachsender Existenzdruck auf Vertriebe aufgrund von Bedeutung des Lebensgeschäftes

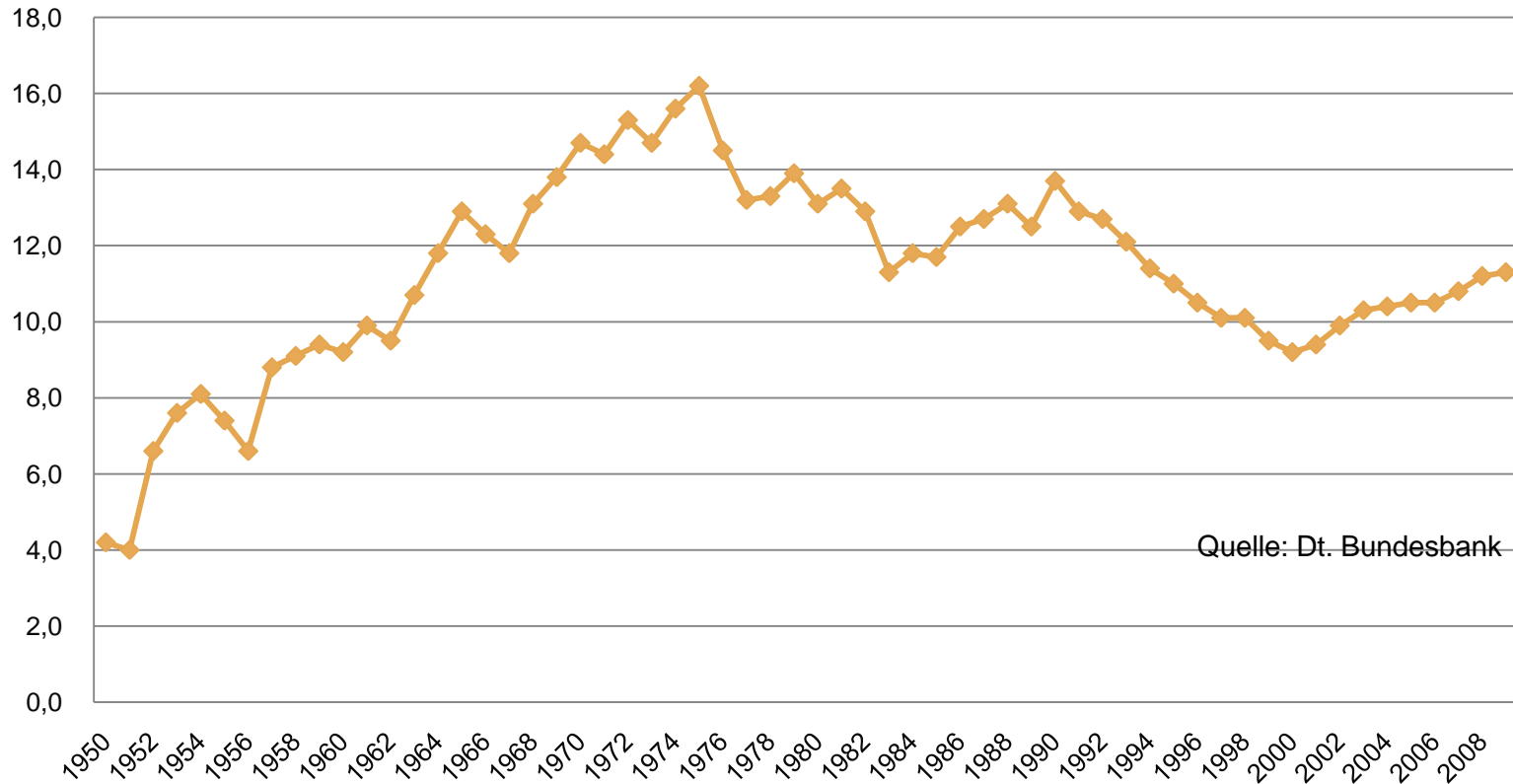
Agenda

- **Aussagefähigkeit von WachstumsKennzahlen**
- **Wachstum in der Versicherungsbranche**
 - **Gesamtwachstum**
 - **Schaden-/Unfallversicherung**
 - **Krankenversicherung**
 - **Lebensversicherung**
- **Trends, Herausforderungen, Entwicklungen**

Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Vermögensbildung

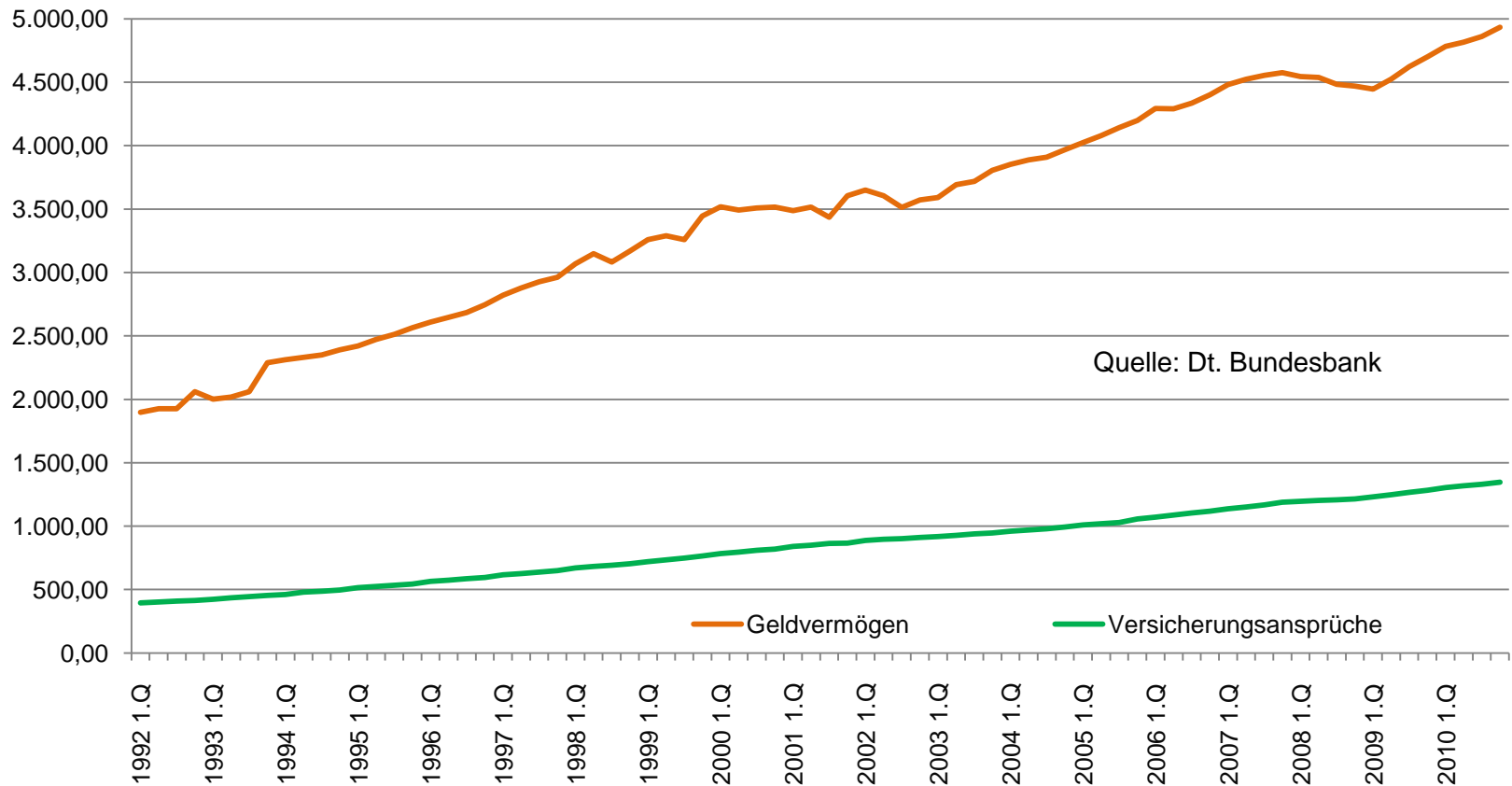
Sparquote in Deutschland



Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Vermögensbildung

Vermögensbildung privater Haushalte in Mrd. €



Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Vermögensbildung

- Trotz Wirtschaftskrise: Deutsche verfügen über Geldanlagen von fast fünf Billionen €
 - 4.934 Mrd. Vermögen stehen Schulden in Höhe von 1.536 Mrd. € gegenüber
- Geldvermögensbildung der privaten Haushalte 2010 mit knapp 154 Mrd. € deutlich höher als im Mittel der vergangenen Jahre. Ein Niveau wie zuletzt während des Wiedervereinigungsbooms
- Ursachen laut Zentralbank: gute konjunkturelle Entwicklung und ein sich besser als erwartet entwickelnder Arbeitsmarkt
- Geldanleger setzen verstärkt auf Festgeld mit langer Laufzeit und Tagesgeld
- LV partizipiert über hohes Einmalbeitragsgeschäft an diesem Trend
- Über 27 % des Geldvermögens entfällt auf Versicherungsansprüche
- Vermögensbildung ungebrochen ein Wachstumsmarkt

Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Vermögensbildung

- 70 % der Bevölkerung gehen davon aus, dass sie später mehr als 80 % ihrer jetzigen Einkünfte benötigen, um ihren Lebensstandard halten zu können (Quelle: DVAG-Befragung 2011)
- Mehrheit der Bürger betreibt Altersvorsorge: 75 % der Befragten setzen auf Vermögensbildung oder Wohneigentum und nicht staatlich geförderte private Vorsorge
- Bereits 38 % nimmt die betriebliche Altersvorsorge in Anspruch
- Jeder Dritte sichert sich mithilfe staatlich geförderter Varianten (Bspw. Riester-Rente) ab
- 37 % plant, demnächst ihre jetzige Altersvorsorge durch private Maßnahmen aufzustocken
 - Allerdings: Vielen jungen Menschen und Niedrigverdienern fällt es schwer, den erkannten Vorsorgebedarf umzusetzen. 50 % der 14- bis 29-Jährigen sowie rund 60 % der 30- bis 39-Jährigen möchte lieber das Leben in vollen Zügen genießen

Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Risikoversicherungen

- Stichwort Unisex: In 2011 sollten Frauen auf die erhebliche Prämienenerhöhung für die Absicherung des Todesfallrisikos hingewiesen werden
- Berufsunfähigkeitsversicherungen sind weiterhin ein Wachstumsfeld, nur rund 22 % der Bundesbürger sind ausreichend abgesichert *Umfrage Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) Ende 2010*
- Die Absicherung des Pflegerisikos bietet erhebliche Wachstumschancen, Pflegefälle steigen laut statistischem Bundesamt von 2,2 Millionen in 2007 um 29 % auf 2,9 Millionen in 2020 an
- Krankenzusatzversicherungen erfreuen sich einer verstärkten Nachfrage

Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Produktinnovationen

- Heterogene und uneindeutige Trends in der Produktentwicklung. Trend zu ...
 - besonders individuellen, flexiblen und anpassungsfähigen Produkten steht im Widerspruch zum Trend zu einfachen (standardisierten), transparenten und preiswerten Produkten
 - einfachen Bedingungswerken (Verbraucherschutzanforderung) steht im Widerspruch zum Trend präziser und genauer Bedingungstexte (Ratinganforderung)
 - besonders zielgruppenspezifischen Produkten (z.B. Generation 50+)
 - mehr Information (z.B. Chancen-/Risikoprofile), mehr Vergleichbarkeit (z.B. Gesamtkostenquote), mehr Transparenz (z.B. Produktinformationsblatt)
 - risikoorientierten Produkten insbesondere in der Lebensversicherung
 - Produktbündelungen in der Sachversicherung
- Wachstumsdynamik (rein) aus Produktinnovationen ist begrenzt
- Kundenbedarf rückt gegenüber dem Produkt in den Fokus

Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Nachhaltigkeit

- Ereignisse Fukushima und EHEC steigern Nachfrage der Verbraucher in Richtung nachhaltiger Versorgungsformen
- Dieser Trend gewinnt auch im Finanzdienstleistungsbereich an Bedeutung
- Streben nach gutem Gewissen in Kombination mit angemessener Rendite
- Positive wie kritische Berichterstattungen sind hierzu ein Beleg (Vgl. Die Riester-Bombe, in: WiWo, 02.06.2011)
- Das Angebot an Investments, die höchsten ethischen, sozialen und ökologischen Ansprüchen gerecht werden, steigt
- Die Vertrauens- und Transparenzanforderungen an diese Investments sind besonders hoch
- Nachhaltigkeit in der Produktgestaltung muss sich glaubhaft auch mit Nachhaltigkeit in der Beratung und Betreuung ergänzen
- Nachhaltigkeit ist weniger ein Wachstumstrend, als vielmehr Ausdruck einer strategischen Positionierung

Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Beratungs- und Betreuungsqualität

- Unverändert hoher Bedarf und Nachfrage nach persönlicher Beratung
- Bedeutungsgewinn unabhängiger Beratung vor allem in der Altersvorsorge und in der Lebensversicherung
- Gute Beratung und Betreuung sowie günstiger Preis im Fokus des Kundeninteresses bei der Anbieterauswahl
- Markenbekanntheit und Markengebundenheit sind für den „hybriden“ Kunden dagegen von zunehmend untergeordneter Bedeutung
- Persönliche Beziehungen helfen, Vertrauen aufzubauen
- Konsequente Kundenorientierung ermöglicht langfristiges Wachstum
 - Erhöhte Betreuungsqualität, intensivierete Kundenbeziehungen und die Fokussierung auf einzelne Kundengruppen als wichtigste Stellhebel
 - Steuerungs- und Anreizsysteme für die Außendienstmitarbeiter könnten Betreuungsleistung verbessern

Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Beratungs- und Betreuungsqualität

- Konsument 2.0 wird auch zum Versicherungskunden 2.0
 - informierter, selbständiger, preissensitiver und fordernder
- Bedeutungszunahme von elektronischer Interaktion/Information
- Die Interaktions- und Informationsmöglichkeiten des Internets werden von Vertrieben und Versicherern noch wenig genutzt
- Möglichkeit, Geschäfte elektronisch über Internet abzuwickeln (neuer Personalausweis, E-Postbrief oder De-Mail), verändert Anforderungen an eine sichere Identifizierung der beteiligten Akteure untereinander
- Elektronischer Personalausweis (ePA) bei ersten Versicherern bereits in Geschäftsprozesse integriert
 - Bspw. nutzte die Gothaer den „E-ID-Service“ zur Online-Authentisierung der Versicherungsnehmer bereits in der vergangenen Wechselsaison der Kfz-Versicherung. Kunden konnten den neuen Personalausweis beim Online-Kfz-Abschluss einsetzen

Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Beratungs- und Betreuungsqualität

- De-Mail soll die elektronische Kommunikation so einfach wie per E-Mail, jedoch verbindlich, rechtssicher und nachvollziehbar machen
 - Ein großer Beitrag zur Prozessoptimierung, viele Abläufe können medienbruchfrei durchgeführt werden. Wechsel von Elektronik zu Papier (z.B. bei Erstellung von Angeboten am PC, Ausdruck und Abgabe zum Versand per Post) führte bislang zu erheblichen Prozessverzögerungen

Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Kundenbestand

- Vermittler schöpfen Kundenbestände oft nur begrenzt/rudimentär aus
- Gründe unter anderem:
 - Zu große Bestände
 - Fehlende CRM-Systeme
 - Produktspezialisierungen
 - Fehlende administrative Unterstützung
- Potentiale aus dem Bestand im Hinblick auf Weiterempfehlung werden vielfach nicht genutzt
- Gängige Vergütungssysteme fokussieren stärker auf den kurzfristigen Abschluss als auf die Betreuung und Bindung
- Trend zu ganzheitlichen Beratungsgansätzen gegeben, allerdings herrscht Mangel an systematischen Betreuungskonzepten (z.B. bei kapitalmarktorientierten Altersvorsorgeprodukten)

Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Internet-Portale

- Zunehmende Zahl von Kunden nehmen Onlineabschlüsse als einfach und bequem wahr
- Onlineabschlüsse sind Teil des Trends eines Multi-Kanal-Vertriebs
- Portale bieten Vergleiche von Preis und Konditionen
- Rund ein Viertel aller neuen Kfz-Policen soll bereits über Portale vermittelt werden
- Noch dominiert die Kfz-Sparte, an der Angebotsausweitung wird jedoch gearbeitet
- Kritik besteht im Hinblick auf die umfängliche Marktabdeckung von Portalen, eine absolute Transparenz ist nicht gegeben
- Versicherer fürchten das Risiko von Umdeckungen bei über Portale vermittelten Kunden

Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Vertriebskonzentration

- Marktweit ist mit einem Rückgang der Vertriebskapazitäten zu rechnen durch ...
 - demographische Entwicklung
 - kritische Einstellungen gegenüber dem Berufsbild
 - wachsende regulatorische Anforderungen
- Wachsende Anforderungen (Regulation; IT; Beratung; Betreuung ...) fördert Zusammenschlüsse
- Rückgang im Gesamtmarkt eröffnet dem einzelnen qualifizierten Berater Marktchancen
- „Einzigartige“ Wettbewerbspositionierung des Vertriebs über Qualitätsnachweise/USPs gewinnt an Bedeutung

Trends, Herausforderungen, Entwicklungen

Wachstumstrend: Optimismus



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Dr. Reiner Will

Geschäftsführer

Tel.: 0221 27221-10

Fax: 0221 27221-78

E-Mail: reiner.will@assekurata.de

Internet: www.assekurata.de