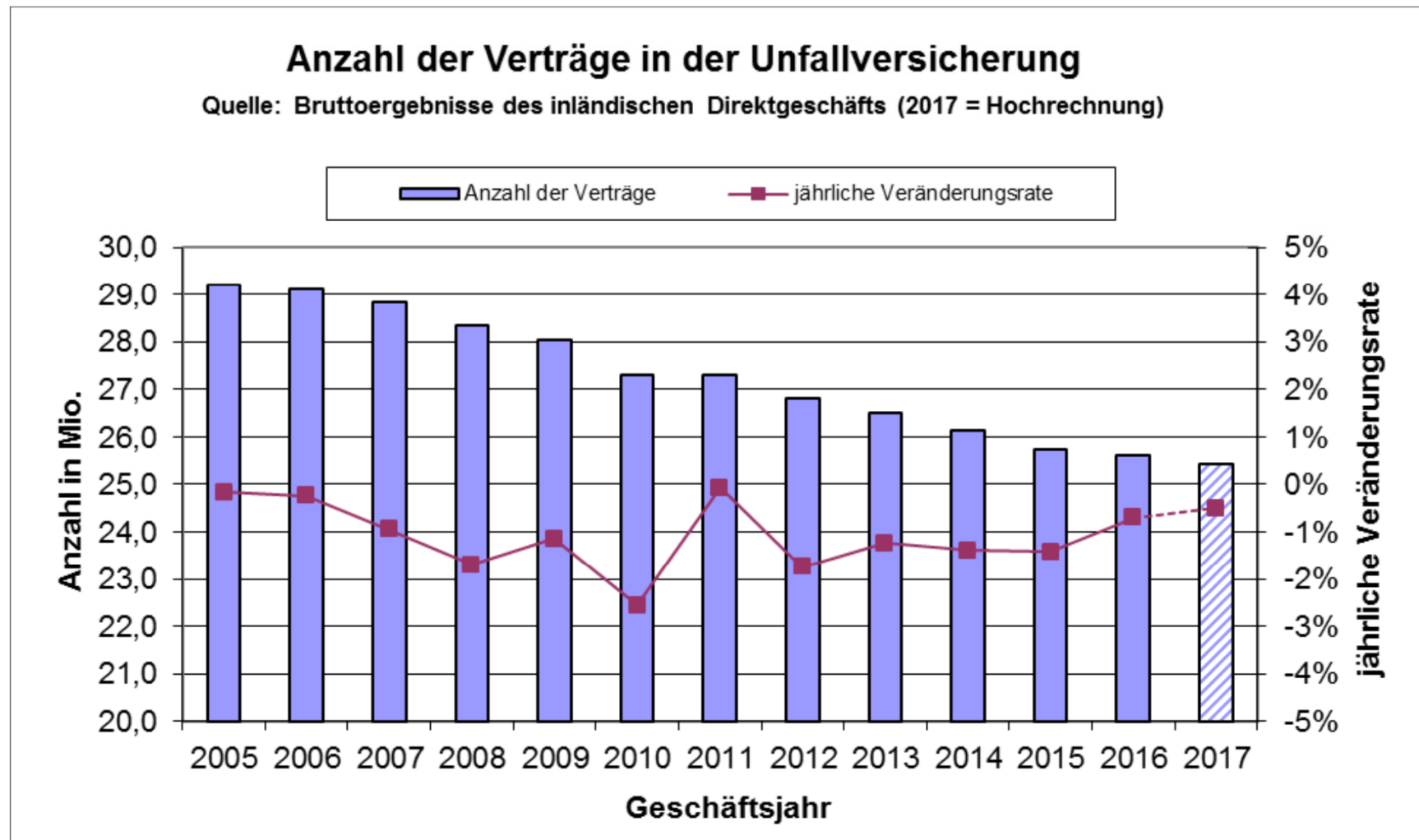
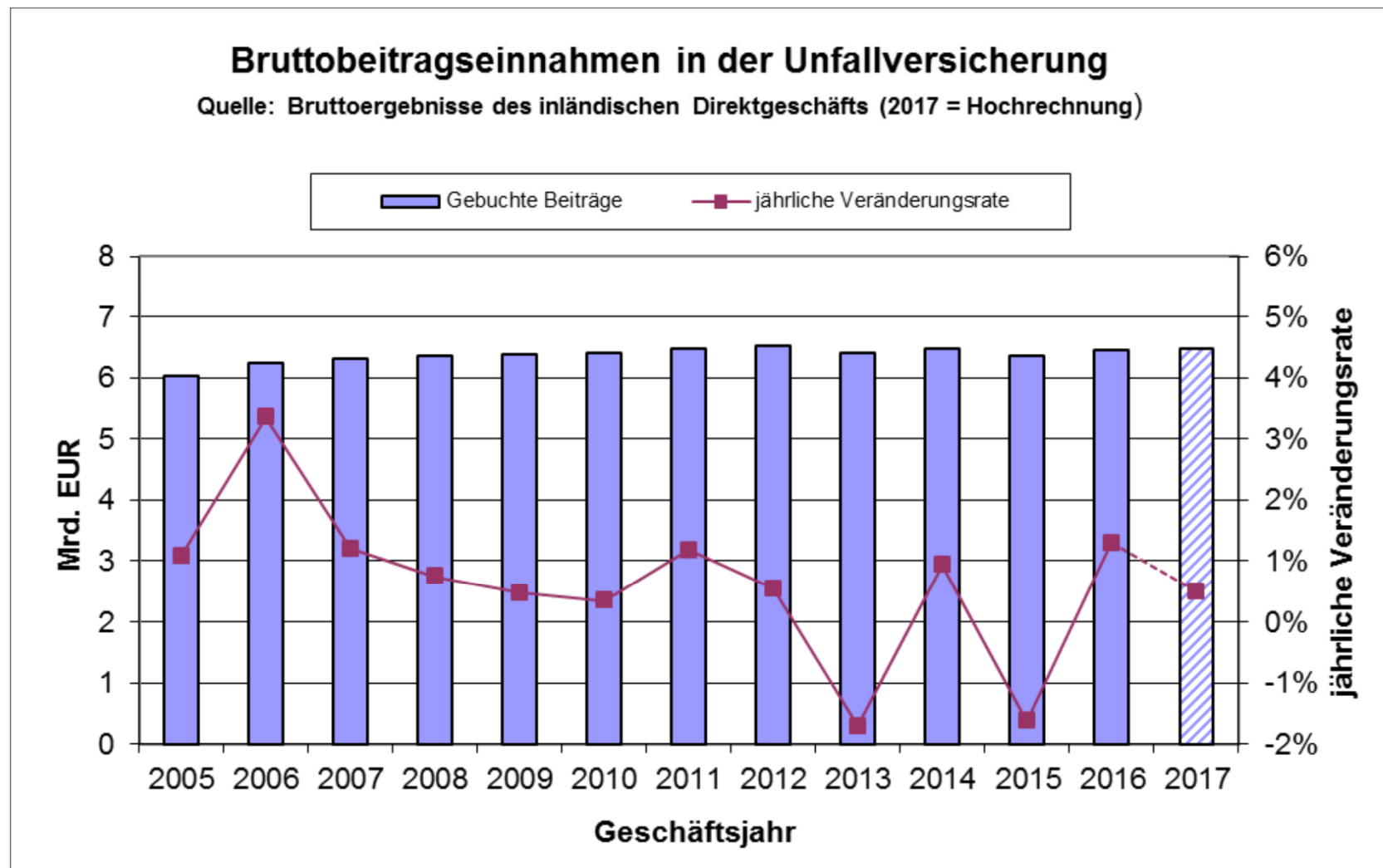


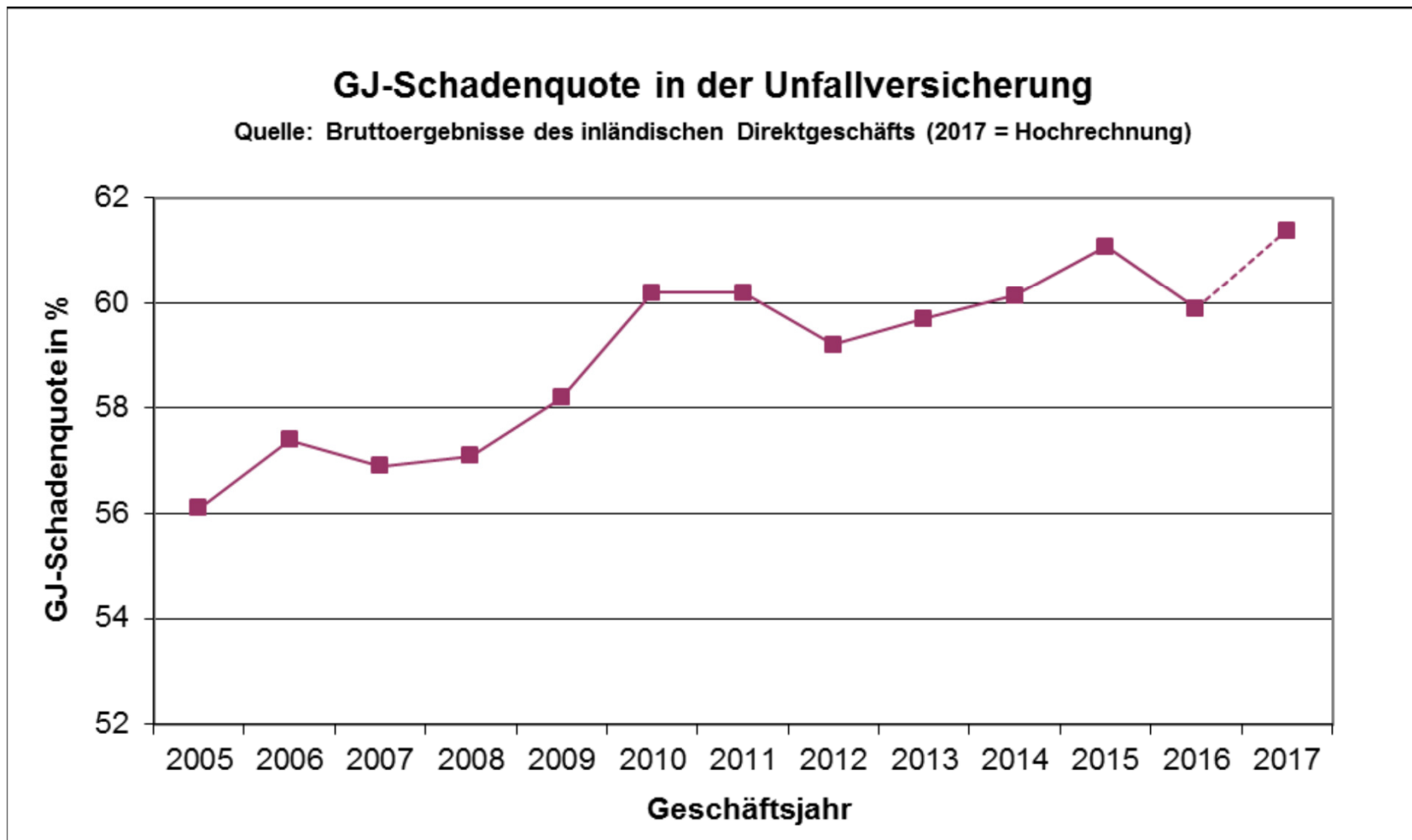
## **> Private Unfallversicherung im Spannungsfeld zwischen Komplexität, Flexibilität und bedarfsgerechter Absicherung**

- **Status Quo in der Unfallversicherung**
- **„Die unterschiedlichen Sichtweisen in der Unfallversicherung“**
- **„Der Blick nach vorne“**

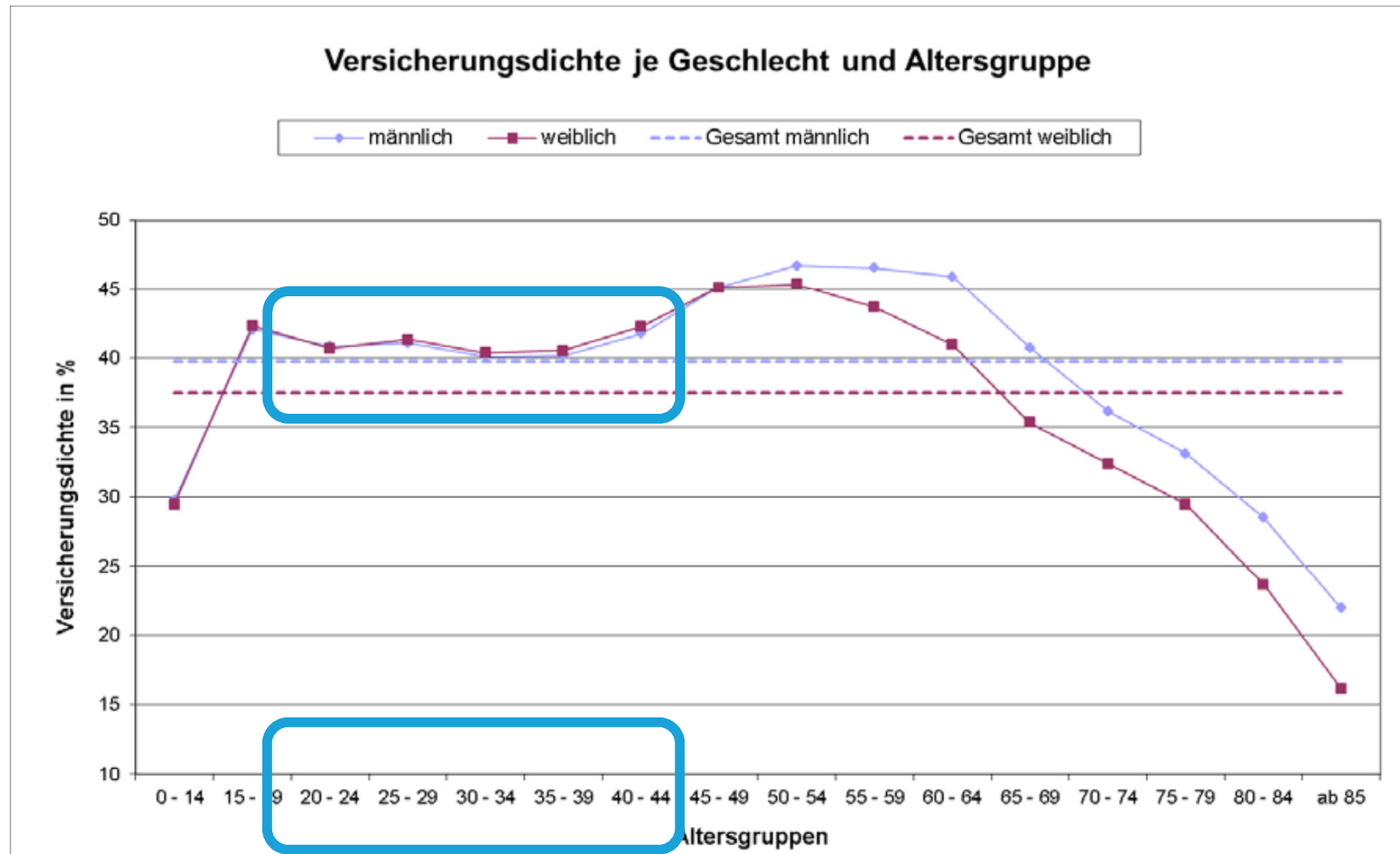
- **Status Quo in der Unfallversicherung**
- „Die unterschiedlichen Sichtweisen in der Unfallversicherung“
- „Der Blick nach vorne“







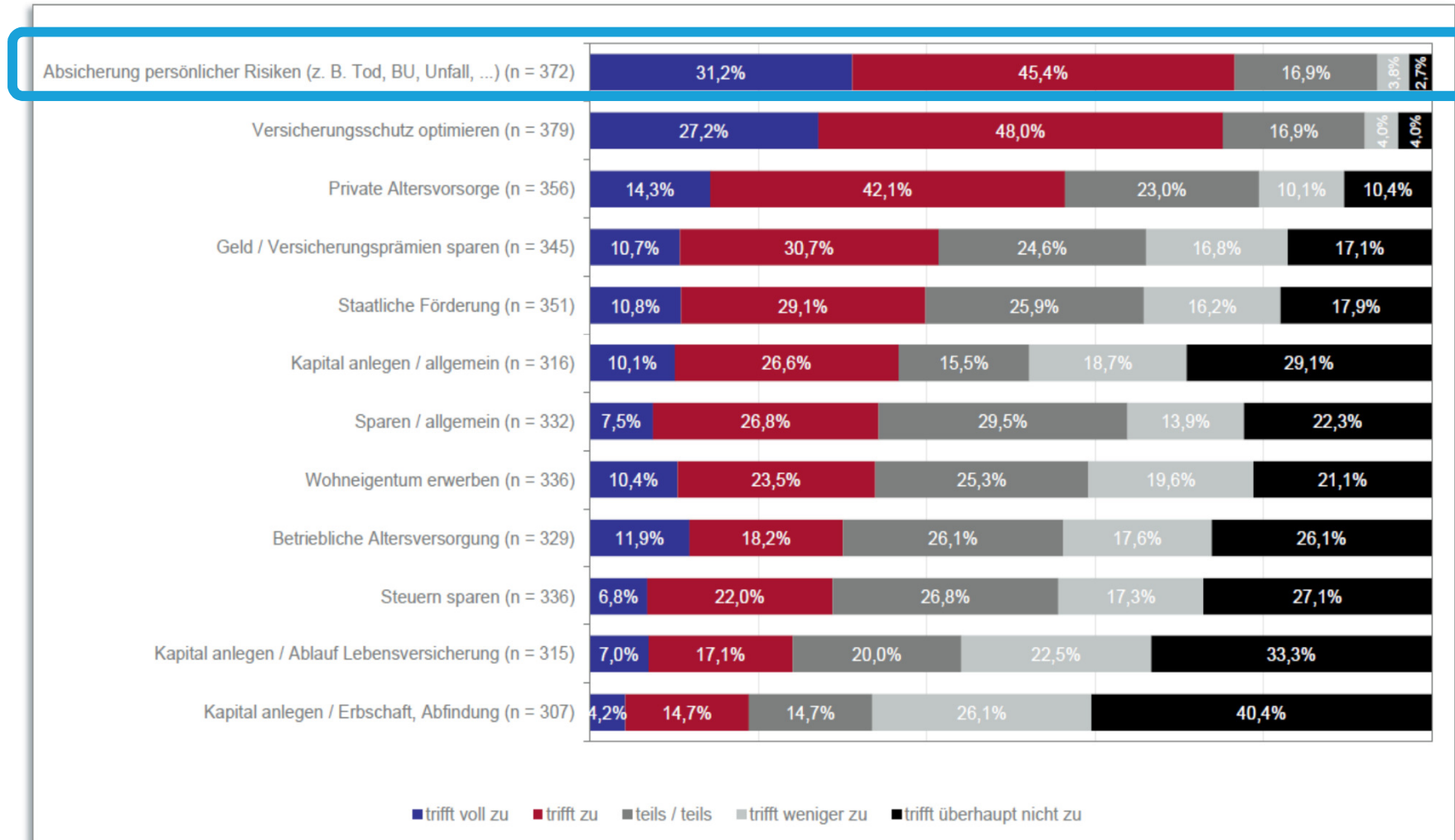
# Status Quo



### 3.3 Produktabsatz

#### 3.3.1 Die wichtigsten Ansprachemotive – im Detail

Mit welchen der folgenden Themen haben Sie Ihre Kunden im 1. Quartal 2017 insbesondere angesprochen?





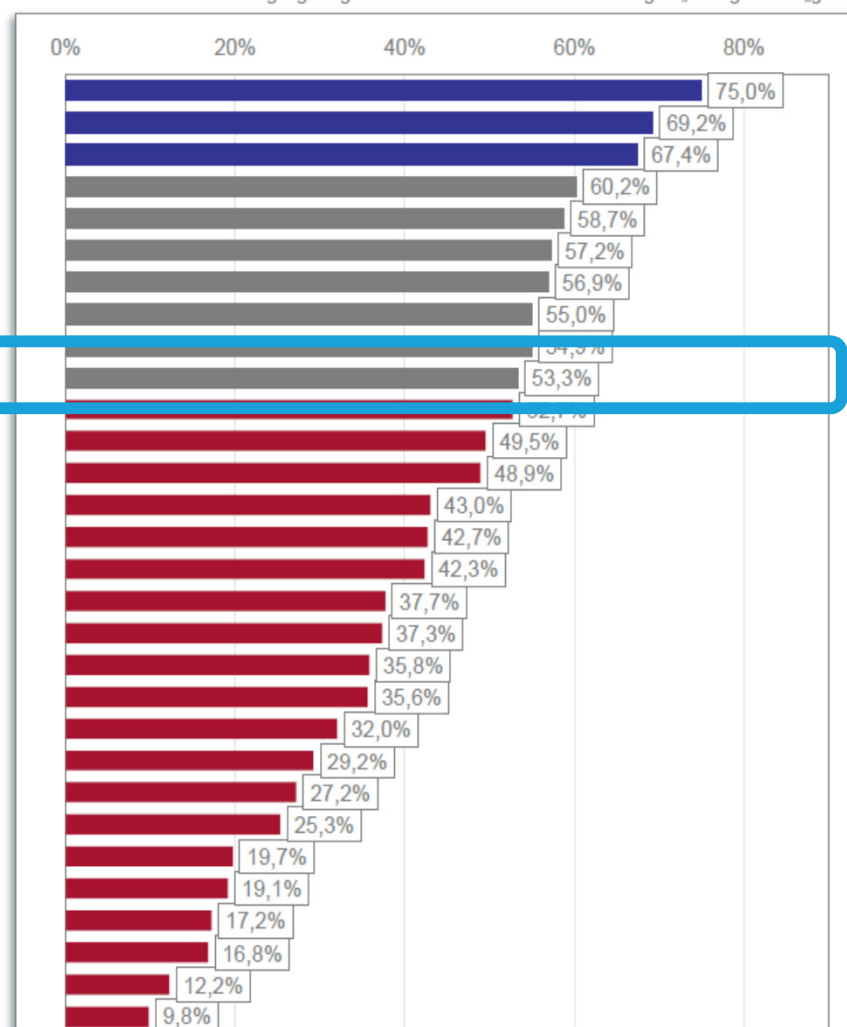
### 3.3 Produktabsatz

#### 3.3.2 Hitparade der Produkte im 1. Quartal 2017

Welche Produkte liefen im 1. Quartal besonders gut/schlecht?

Die Rangfolge ergibt sich aus dem Anteil der Nennungen „sehr gut“ und „gut“.

Rang		Produktlinie	n	Anteil
I/17	II/17			
2	1	Private Haftpflichtversicherung	348	75,0%
1	2	Kraftfahrtversicherung	328	69,2%
3	3	Hausratversicherung	347	67,4%
5	4	Wohngebäudeversicherung	352	60,2%
6	5	Risiko-Lebensversicherung	327	58,7%
4	6	Berufsunfähigkeitsversicherung	332	57,2%
9	7	Rechtsschutzversicherung	348	56,9%
12	8	Investmentfonds	131	55,0%
8	9	Gewerbliche Versicherung (Firmenkundengeschäft)	233	54,5%
10	10	Unfallversicherung	336	53,3%
11	11	Vermögensverwaltung	33	52,7%
7	12	Kredite (Banken)	105	49,5%
14	13	PKV-Zusatzkostenversicherung	278	48,9%
15	14	Tierhalter-Haftpflichtversicherung	305	43,0%
16	15	Betriebliche Altersversorgung	213	42,7%
18	16	Indexgebundene Rentenversicherung	142	42,3%
21	17	Private Pflegeversicherung	228	37,7%
19	18	Riester-Vorsorge	220	37,3%
13	19	Fondsgebundene Lebens- bzw. Rentenversicherung	232	35,8%
11	20	Beteiligungen	45	35,6%
20	21	Rürup-Vorsorge	172	32,0%
24	22	Sterbegeldversicherung	171	29,2%
26	23	Dread-Disease-Versicherung	147	27,2%
23	24	Grundfähigkeitsversicherung	166	25,3%
28	25	Bausparkassen	142	19,7%
30	26	PKV-Vollkostenversicherung	194	19,1%
22	27	Einmalbeitrag-Lebens- bzw. Rentenversicherung	116	17,2%
25	28	Erwerbsunfähigkeitsversicherung	119	16,8%
27	29	Klassische Lebens- bzw. Rentenversicherung	98	12,2%
29	30	Betriebliche Krankenversicherung	51	9,8%



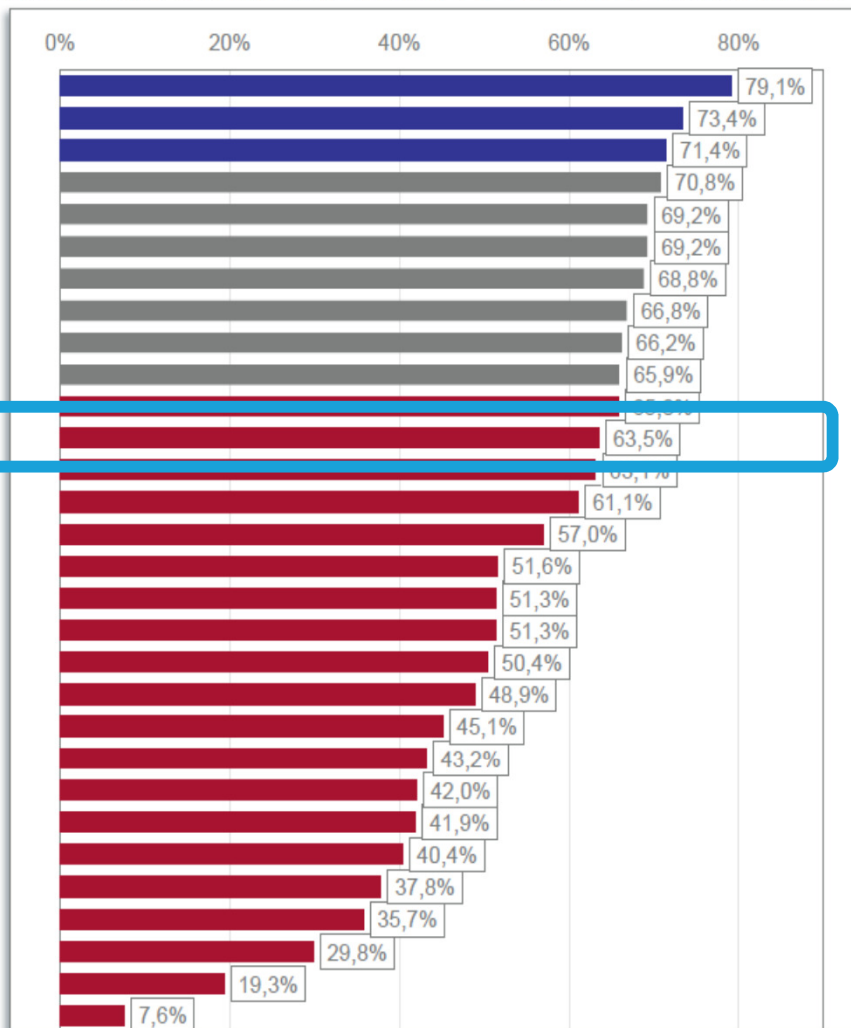
## 3.3 Produktabsatz

### 3.3.3 Die wichtigsten Trenderwartungen

Und wie werden Ihrer Meinung nach diese Produkte in den nächsten ein bis fünf Jahren laufen?

Die Rangfolge ergibt sich aus dem Anteil der Nennungen „sehr gut“ und „gut“. Ein Vergleich zum Vorquartal ist aufgrund einer Angleichung der Skala an S. 98 erst im nächsten Quartal wieder möglich.

Rang II/17	Produktlinie	n	Anteil
1	Private Haftpflichtversicherung	306	79,1%
2	Hausratversicherung	308	73,4%
3	Berufsunfähigkeitsversicherung	301	71,4%
4	Vermögensverwaltung	48	70,8%
5	PKV-Zusatzkostenversicherung	250	69,2%
5	Risiko-Lebensversicherung	299	69,2%
7	Private Pflegeversicherung	208	68,8%
8	Wohngebäudeversicherung	310	66,8%
9	Rechtsschutzversicherung	305	66,2%
10	Investmentfonds	123	65,9%
11	Klassische Lebens- bzw. Rentenversicherung	222	63,5%
12	Unfallversicherung	296	63,5%
13	Gewerbliche Versicherung (Firmenkundengesamt)	202	61,1%
14	Betriebliche Altersversorgung	193	61,1%
15	Kredite (Banken)	93	57,0%
16	Fondsgebundene Lebens- bzw. Rentenversicherung	213	51,6%
17	Grundfähigkeitsversicherung	160	51,3%
17	Tierhalter-Haftpflichtversicherung	267	51,3%
19	Indexgebundene Rentenversicherung	127	50,4%
20	Beteiligungen	45	48,9%
21	Dread-Disease-Versicherung	142	45,1%
22	Sterbegeldversicherung	148	43,2%
23	Betriebliche Krankenversicherung	50	42,0%
24	Rürup-Vorsorge	155	41,9%
25	Einmalbeitrag-Lebens- bzw. Rentenversicherung	104	40,4%
26	Riester-Vorsorge	196	37,8%
27	Erwerbsunfähigkeitsversicherung	115	35,7%
28	Bausparkassen	131	29,8%
29	PKV-Vollkostenversicherung	176	19,3%
30	Klassische Lebens- bzw. Rentenversicherung	92	7,6%



# Agenda



- Status Quo in der Unfallversicherung
- **„Die unterschiedlichen Sichtweisen in der Unfallversicherung“**
- „Der Blick nach vorne“

# Wie sieht ein Endkunde die Unfallversicherung?



„Brauch‘ ich nicht, ich habe schließlich eine Berufsunfähigkeitsversicherung“

„Unfallversicherung, habe ich über die gesetzl. Sozialversicherung“



„Ich bin schon so alt, bis jetzt ist noch nie etwas passiert“

„Ich verstehe die Versicherung nicht mit den ganzen Begriffen wie Progression, Gliedertaxe und weiß auch nicht wie hoch meine Invaliditätssumme sein muss“

„Finde ich gut, wenn ich eine Pflegefall werde, zahlt die ja auch“

# Wie sieht ein Endkunde die Unfallversicherung?



„Ich bin schon so alt, bis jetzt ist noch nie etwas passiert“

„Brauche ich eine Unfallversicherung, wenn ich schon eine Berufsunfähigkeitsversicherung habe?“

„Unfallversicherung ist doch nur für Unfälle, ich brauche sie aber auch für meine Sozialversicherung.“

**Fazit: Es gibt viele Irrtümer und Unsicherheit sowie geringe Kenntnisse!**

„Ich habe die Versicherung nicht mit meinem Arbeitgeber abgeschlossen, sondern weiß nicht, wie hoch die Beitragssumme ist.“

„Finde ich gut, wenn ich eine Pflegefall werde, zahlt die ja auch“



**Versicherungen**

## **Warum Sie auf eine Unfallpolice verzichten können**

Fast 26 Millionen Menschen in Deutschland haben eine Unfallversicherung. Die wenigsten aber wissen: Die Police greift nur in seltenen Fällen. Was sind die Alternativen?

Eine Kolumne von *Hermann-Josef Tenhagen* ▼



Versicherungen

## Warum Sie auf eine Unfallpolice verzichten können

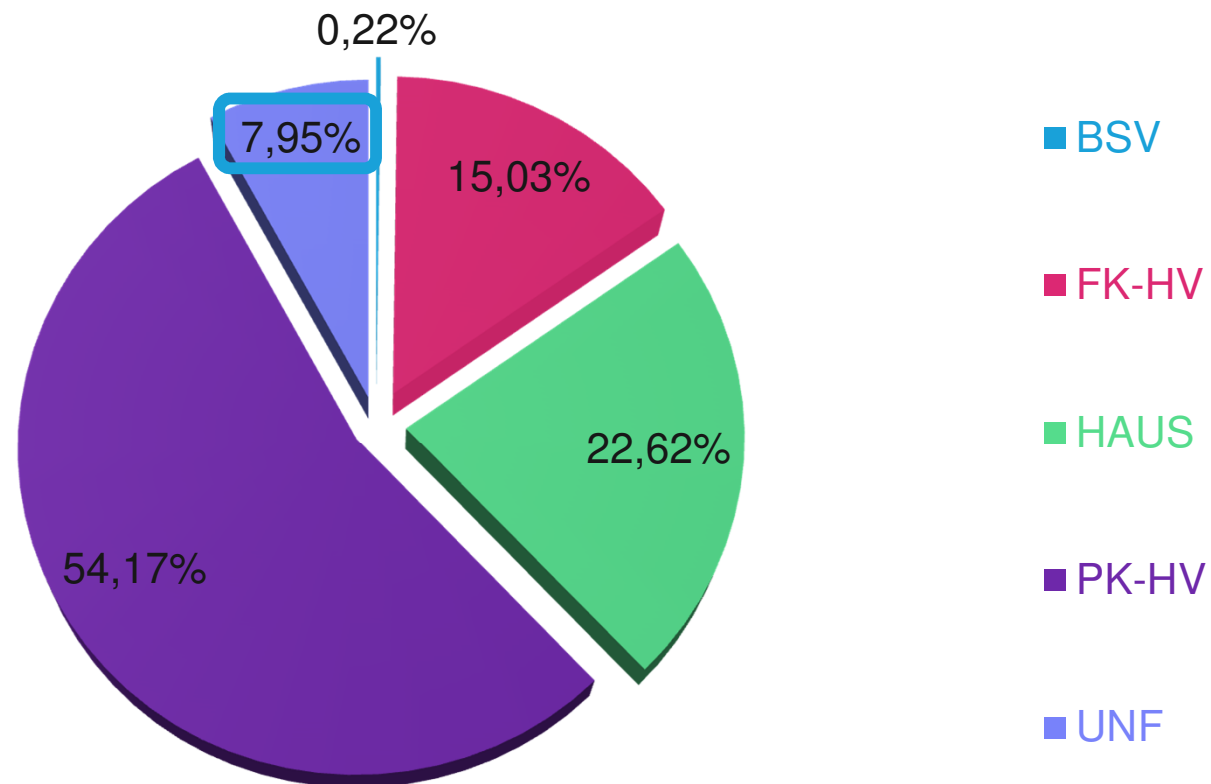
Fast 26 Millionen Menschen in Deutschland haben eine Unfallversicherung. Die wenigsten aber wissen: Die Police greift nur in seltenen Fällen. Was sind die Alternativen?

Eine Kolumne von Hermann Josef Tenhagen ▼

**Fazit der Presse:  
Absicherung der BU  
und/oder Biometrie  
Produkte hat Priorität!**

# 1. Geschäftsverlauf

Verteilung Neugeschäft Gesamt 2016





## Fazit Endkunde



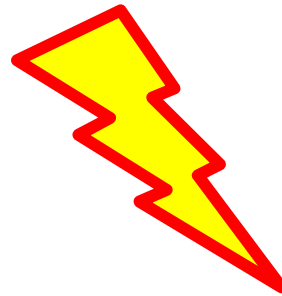
- Komplexität des Produktes ist zu hoch
  - Unverständnis durch Faktoren wie unterschiedliche Gliedertaxen, Progressions- bzw. Plusstaffeln und Invaliditätsgrade
- Nicht nachvollziehbare Invaliditätssummen
- Geringe Begeisterungsfaktoren für das Produkt
- Sinkendes Interesse je jünger der Adressat
- Verbraucherverbände und Medien raten vom Abschluss ab

# Sichtweise eines Versicherungsmaklers



## Theorie

- Bedarfsanalyse bzw. individuelle Ermittlung der Versorgungslücken
- Angebot analog Bedarf



## Praxis

- Was kann sich der Kunde leisten?  
„Wie immer: 100.000€ Grundsumme mit 350% Progression oder 50€ monatl.“

## Fazit

Beratung findet im Spannungsfeld zwischen Maklerhaftung, IDD Anforderungen und realen Kundenwünschen statt

# Bedarfsanalyse in der privaten Unfallversicherung eines 35jährigen



# Bedarfsanalyse in der privaten Unfallversicherung eines 35jährigen

- Jährliches Nettoeinkommen
- Versorgungslücke bis zum Renteneintritt
- Versorgungslücke in der Rentenzeit
- Zur Abdeckung der Versorgungslücke bis zum Renteneintritt mit 67 Jahren
- Zur Abdeckung der Versorgungslücke in der Rentenzeit bis zum 90 Lebensjahr

21.600 €

10.800 €

5.400 €

345.600 €

124.200 €

50% vom  
Nettoeinkommen\*

50% von  
Versorgungslücke\*\*

32 Jahre x  
10.800 €

23 Jahre x  
5.400 €

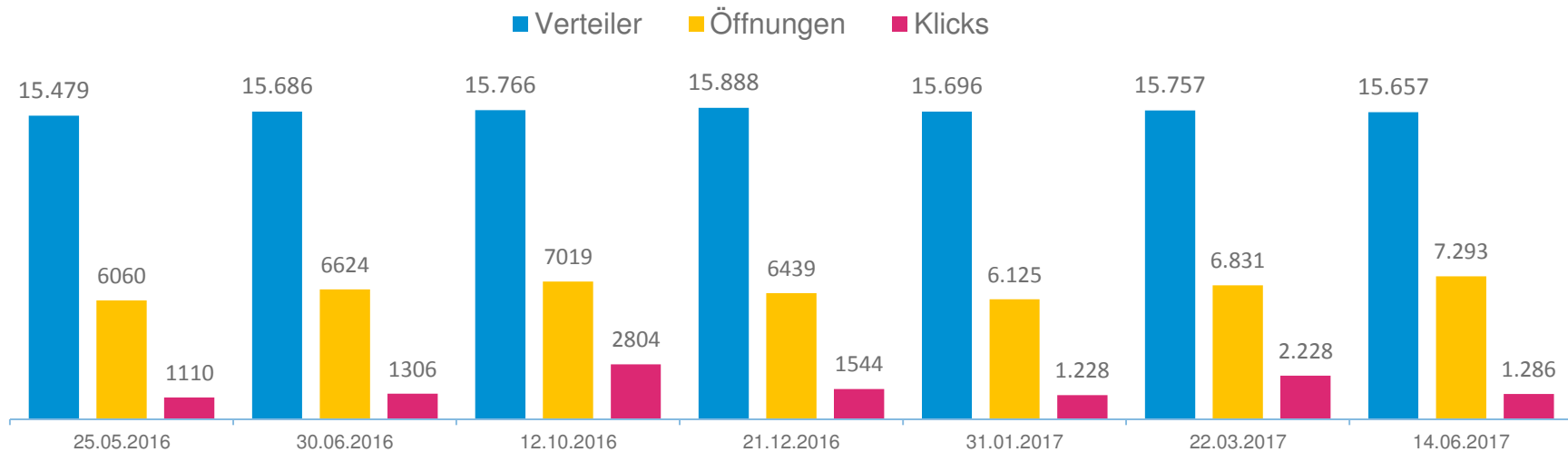
\* Vereinfacht wird angenommen, dass unfallbedingt nach Abzug der Erwerbsminderungsrente rund 50% Ihres Nettoeinkommens verloren gehen

\*\* Vereinfacht wird angenommen, dass durch das unfallbedingt niedrigere Einkommen nur reduzierte Rentenansprüche aufgebaut werden können. In diesem Beispiel sichern wir einen Verlust in Höhe der halben Versorgungslücke bis Renteneintritt ab

### 3. E-Mail Marketing



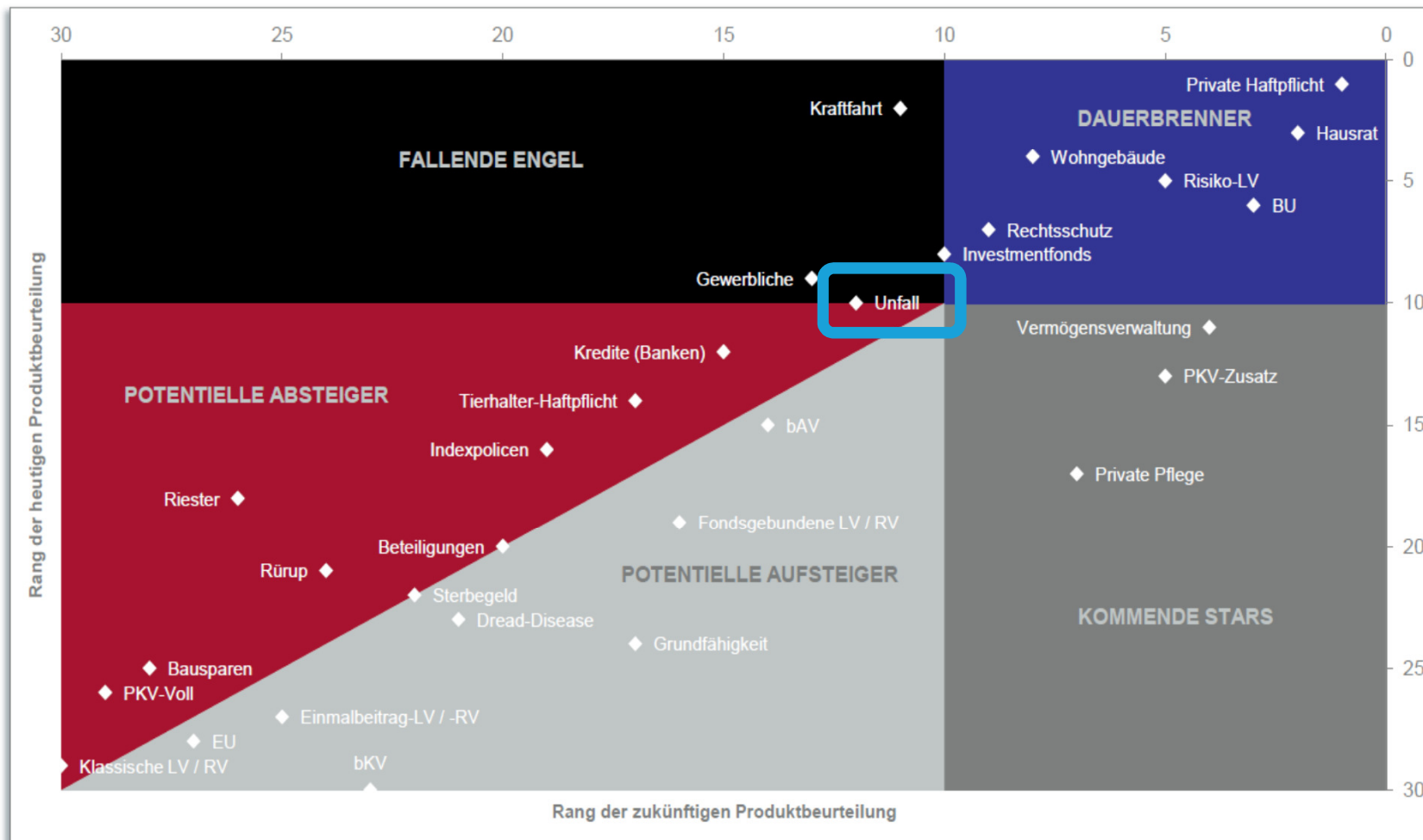
Datum	Betreff	Verteiler	E-Mail-Öffnung <sup>1</sup>		Klicks zu weiteren Inhalten <sup>2</sup>	
			abs.	%	abs.	%
Q2 25.05.16	Unfall-Basisschutz jetzt ohne Gesundheitsprüfung	15.479	6.060	39%	1.110	18%
Andere E-Mail-Mailings				43%	1.306	20%
				45%	2.804	40%
				41%	1.544	24%
				40%	1.228	20%
				49%	2.228	45%
				47%	1.286	18%



Quelle: E-Mail Versandsystem CleverReach; 1: Gemessen an der Verteilergröße; 2: Gemessen an der Anzahl der Öffnungen

### 3.3 Produktabsatz

#### 3.3.4 Produkt-Trend-Indikator



## Fazit Makler

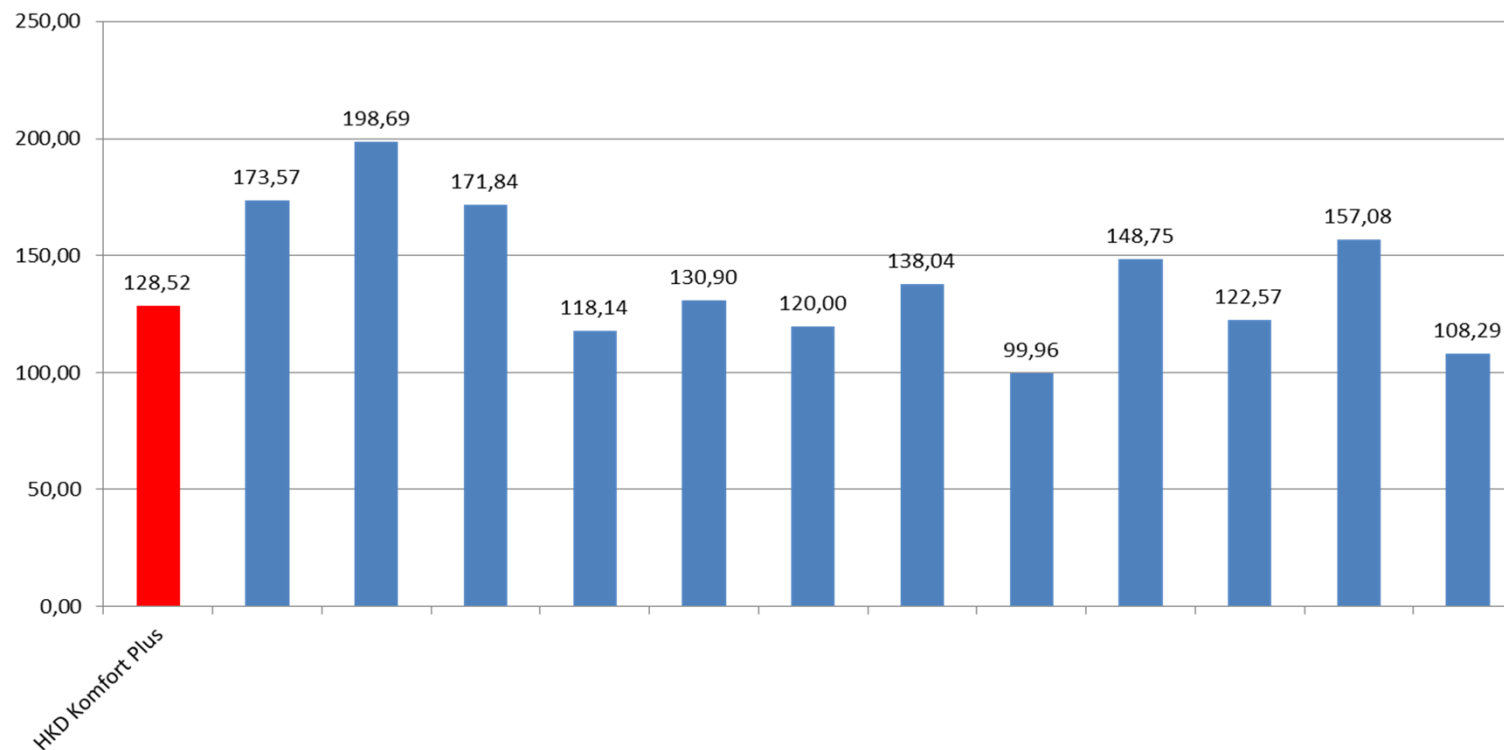


- Hoher Beratungsaufwand bei hoher Produktkomplexität
- „Kampf um das Kundenbudget“ (BU, Biometrie und AV)
- Beratung im Spannungsfeld zwischen der „realen Kundensituation“ und IDD-Anforderungen / Bedarfsanalyse – Stichwort Maklerhaftung

# Sichtweise eines Versicherungsunternehmens



## ➤ Verschärfter Bedingungs- und Preiswettbewerb im Maklermarkt inkl. Risikoselektion



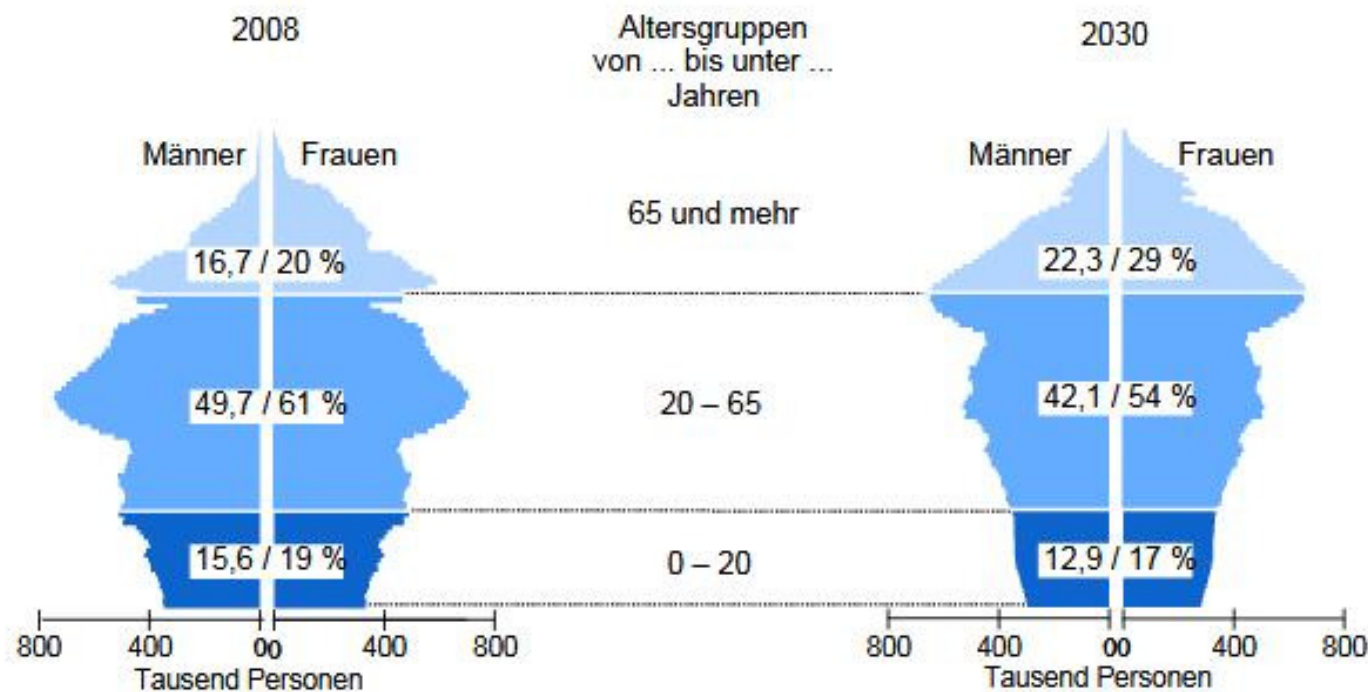


# Demographische Entwicklung



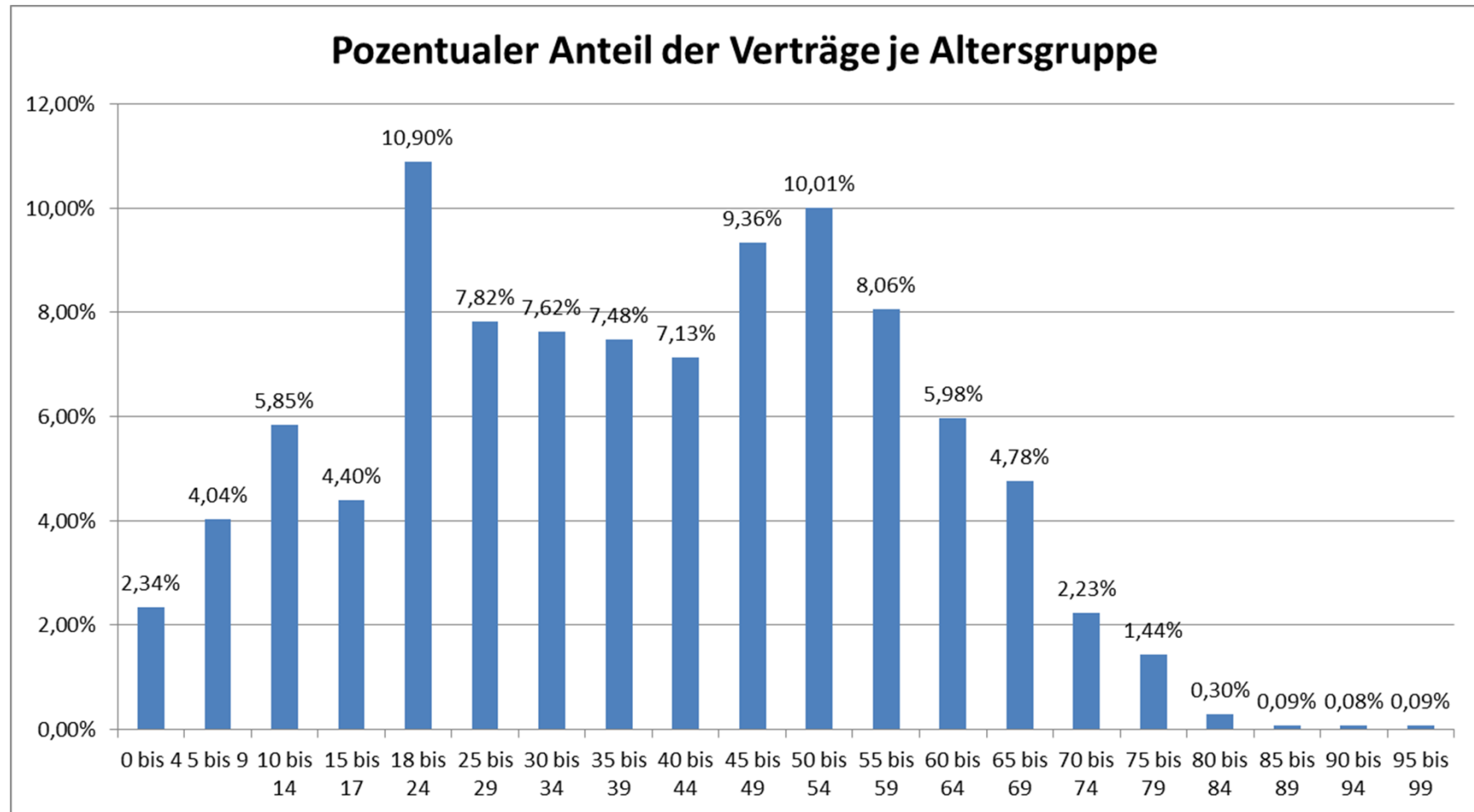
**Abbildung 10 Altersaufbau der Bevölkerung in Deutschland<sup>1</sup>**

Bevölkerung nach Altersgruppen in Tausend / in % der Gesamtbevölkerung



<sup>1</sup> 2030 Ergebnisse der 12. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung (Variante Untergrenze der „mittleren“ Bevölkerung).

# Vertragsverteilung je Altersklasse am Beispiel „Die Haftpflichtkasse“

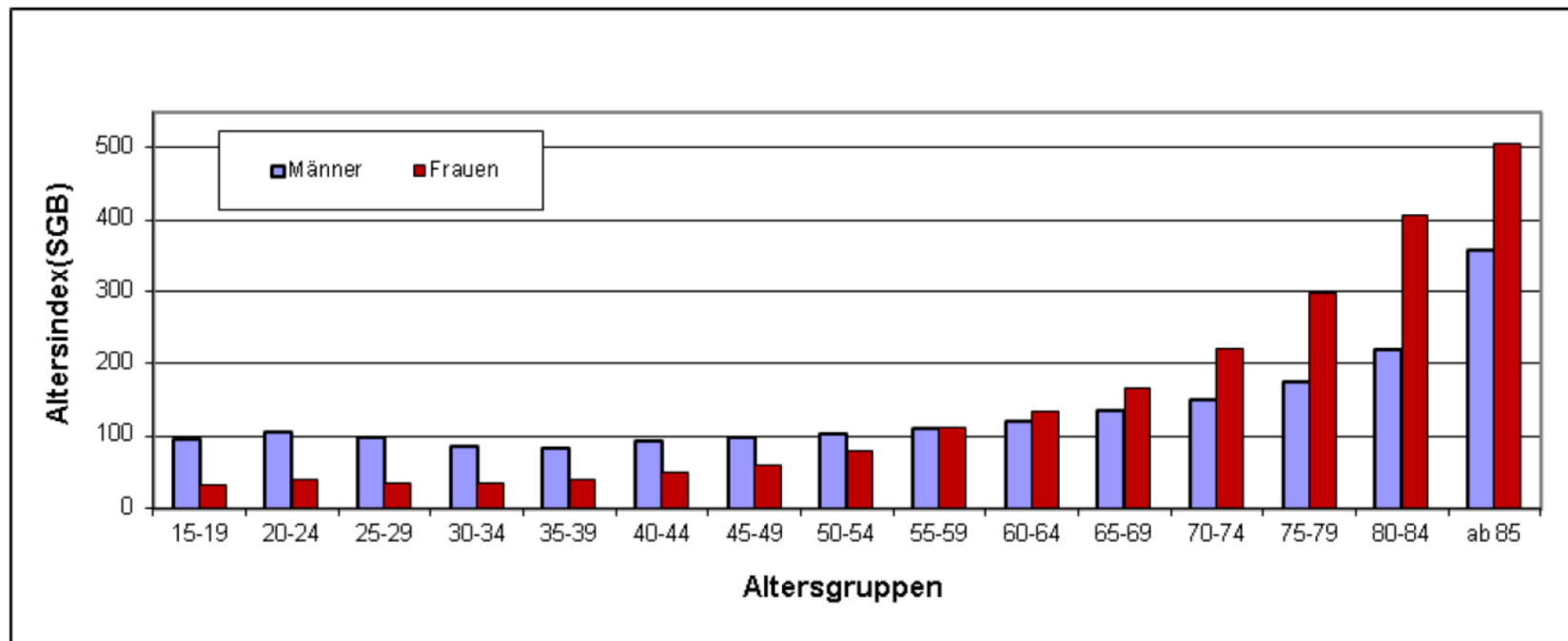


# Sichtweise Versicherer



- Demografische Entwicklung im Bestand / Überalterung (risikogerechter Beitrag vs. Kündigung)

## Altersindizes des Statistischen Grundbedarfs – Invaliditätsleistung



## Fazit Versicherer



- Combined Ratio verbessert sich bei steigenden Schadenquoten
- Zunehmende Überalterung der Bestände und zu geringe Anzahl an Neuabschlüssen mit jungen Versicherungsnehmern
- Schadenhöhe und Schadenhäufigkeit wächst mit dem alternden Bestand

# Agenda



- Status Quo in der Unfallversicherung
- „Die unterschiedlichen Sichtweisen in der Unfallversicherung“
- „Der Blick nach vorne“

# Lösungsansätze für die Zukunft mit dem Fokus auf Endkunden



- Reduktion der Komplexität
- Flexibilität in den einzelnen Lebensphasen

# Reduktion der Komplexität



- Produkt am Bedarf des Kunden entwickeln
- Unfallbegriff aus Kundensicht formulieren
- Beratungsprozess verständlich strukturieren  
Weg von unverständlichen Invaliditätsleistungen hin zu „Wir kümmern uns um Sie“
- Standardleistungen bei Standardschäden
- Koppelung Unfallleistung an Pflegestufe

## Flexibilität in den einzelnen Lebensphasen

- Unfallversicherung muss sich dem wandelnden Bedarf anpassen
- „Situativer Schutz“
- Vereinfachung der Erhöhung und Reduktion des Versicherungsschutzes





## Walter Stöcker

Abteilungsleiter Vertrieb



## Helmut Wagner

Abteilungsleiter Unfall

