

Pressemitteilung

Versicherer setzen verstärkt auf biometrische Deckungen

RGA-Marktbefragung gibt Aufschluss über neue Produktstrategien in der Lebensversicherung

Köln, 28. März 2011 – Die Absicherung biometrischer Risiken rückt bei deutschen Lebensversicherern verstärkt in den Mittelpunkt des Interesses: Ob Schutz gegen Berufsunfähigkeit, Todesfallabsicherung oder Pflegeversicherung – über 90 Prozent der Versicherer rechnen mit einer deutlichen Absatzsteigerung und planen die Entwicklung und Einführung neuer biometrischer Produkte¹. Dies ergab eine Befragung unter Erstversicherungsunternehmen und größeren Vertriebsgesellschaften, mit deren Durchführung der in Deutschland tätige Lebensrückversicherer RGA International Reinsurance Company Limited, Niederlassung für Deutschland das Beratungsunternehmen Towers Watson beauftragt hat².

Die größte Wachstumsdynamik innerhalb des Segments der biometrischen Produkte sehen die Versicherer bei der Pflegeversicherung, der selbstständigen Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) sowie bei Zielgruppenprodukten, etwa für bestimmte Berufsgruppen oder Kunden in bestimmten Lebensphasen. Dabei ist eine weitere Ausdifferenzierung des Produktangebotes zu erwarten – sowohl hinsichtlich der Kundengruppen als auch der Vertriebswege und der Produktkomplexität. „Die Resonanz der Befragten ergab eine Marktabdeckung nach Prämieinnahmen von mehr als 45 Prozent“, erklärt Dr. Klaus Mattar, Hauptbevollmächtigter der deutschen RGA-Niederlassung. „Das bestätigt uns die aktuell hohe Relevanz dieses Themas.“

Neuartige biometrische Produkte in der Entwicklung

„Die Produktschmieden vieler Versicherer sind zurzeit wieder sehr aktiv“, sagt Ulrich Wiesenewsky, bei Towers Watson für die Marktumfrage im Auftrag von RGA verantwortlich. „Einige Gesellschaften planen konkret die Einführung neuer Produkte in der Pflegeversicherung und der Grund-Erwerbsfähigkeitsversicherung sowie von Kombinationsprodukten aus biometrischer Deckung und fondsgebundener Versicherung.“

¹ Biometrische Produkte: Alle Produkte/-kategorien, die keine reinen Sparprodukte sind, sondern sich mit der Absicherung von Lebensrisiken wie Berufsunfähigkeit, Krankheit oder Pflege beschäftigen.

² Die Erhebung fand zwischen Dezember 2010 und Februar 2011 statt.

Ein Großteil der Unternehmen erwartet, dass auch neuartige biometrische Risikoprodukte eine steigende Bedeutung haben werden. Dazu gehören unter anderem standardisierte Versicherungen, die sich gut über den Bankschalter, im Direktvertrieb oder im Annexvertrieb verkaufen lassen. Wichtige Produkt-Features seien vor allem die Flexibilität der Produkte (Zusatzbausteine) sowie der Verzicht oder die Einschränkung der Risikoprüfung. Wiesenewsky: „89 Prozent der befragten Versicherer gehen davon aus, dass die Geschwindigkeit der Produktzyklen stark steigen und der deutsche Markt damit Entwicklungen nachvollziehen wird, die im angelsächsischen Raum bereits weiter fortgeschritten sind.“

Zentrale Herausforderungen hinsichtlich der Produktinnovation sehen die Versicherer in der Geschwindigkeit der Produkteinführung („Time to market“) und in der Automatisierung der Prozesse. Die befragten Vertriebe sehen zudem hohe Chancen im Bereich der Rentenauszahlungsphase (z. B. erhöhte Rentenzahlungen bei schwerer Krankheit).

Effizienzsteigerung ist langfristige strategische Herausforderung

Die Erweiterung des Produktportfolios durch Einführung von Innovationen sind für Versicherer kurzfristig die wichtigste Aktivität zur Steigerung ihrer Wettbewerbsposition: 63 Prozent sehen dies als eine ihrer drei wichtigsten Aufgaben in den nächsten ein bis zwei Jahren. Andere wichtige Herausforderungen werden in der Standardisierung und Verschlanung der Prozesse (53 Prozent) sowie in der Investition in bestehende Vertriebswege (47 Prozent) gesehen. Langfristig steht dagegen die Steigerung der Effizienz und Produktivität im Vordergrund. Auf die Frage, welche strategischen Themen in den nächsten fünf Jahren im eigenen Unternehmen die höchste Relevanz haben, rangiert die Steigerung der vertrieblichen Effizienz mit 8,2 Punkten im Schnitt auf einer Skala von 0 bis 10 an erster Stelle, gefolgt von Kostenmanagement und Produktinnovation mit je 7,8 Punkten.

Rückversicherer als spezialisierte Partner gefragt

Produktinnovationen sowie die zunehmende Geschwindigkeit bei Produkteinführungen und im gesamten Produktzyklus erhöhen auch die Anforderungen der Erstversicherer an die Leistungsfähigkeit und Kompetenz ihrer Rückversicherungspartner. So ist bereits heute für 65 Prozent der befragten Erstversicherer eine klare Fokussierung auf das Leben-Geschäft ein wichtiges oder sehr wichtiges Entscheidungskriterium bei der Auswahl des Rückversicherers. „Gerade bei den komplexen biometrischen Risikoprodukten dürften spezialisierte Lebensrückversicherer von der Marktentwicklung profitieren“, so Wiesenewsky.

Die Rückversicherer spielen eine wichtige Rolle bei der Entwicklung neuer Produkte: „Wir informieren über Produktrends aus internationalen Märkten und stellen die notwendigen Kalkulationsgrundlagen zur Verfügung“, so RGA-Manager Mattar. „Darüber hinaus unterstützen wir Versicherer bei der Produktentwicklung sowie der Risikoannahme und Leistungsprüfung.“

Kontakt:

RGA International Reinsurance Company Ltd.
Niederlassung Deutschland
Claudia Wies
Kaiser-Wilhelm-Ring 15
D-50672 Köln
0221/9649-980
cwies@rgare.com

VOCATO public relations
Corinna Bause
Bahnstraße 19
D-50858 Köln
02234/60198-19
cbause@vocato.com

Über RGA

Die Reinsurance Group of America, Incorporated (RGA) ist ein international tätiges Rückversicherungsunternehmen mit Hauptsitz in Chesterfield, Missouri (USA). Die Gesellschaft wurde 1973 als Sparte der General American in den USA gegründet und hat sich bis heute zum drittstärksten Lebensrückversicherer weltweit, nach Bestandssumme und Vermögenswerten, entwickelt. Zu den Kunden gehören die größten Lebensversicherer in zahlreichen wichtigen Versicherungsmärkten, wie zum Beispiel die USA, Japan oder Großbritannien. Mit rund 1.350 Mitarbeitern in 27 Ländern bietet RGA Dienstleistungen an, die vom Risikotransfer über die Produktentwicklung bis hin zu Softwarelösungen für die Lebensrückversicherung reichen. Die RGA-Niederlassung in Deutschland wurde 2008 in Köln eröffnet. Ein Team aus erfahrenen Aktuaren, Versicherungs- und Marketingexperten bietet Dienstleistungen in der Lebensrückversicherung für global und lokal angesiedelte Kunden in Deutschland, Österreich, der Schweiz sowie Liechtenstein und Luxemburg. www.rgare.com

Über Towers Watson

Das Geschäftssegment Risk and Financial Services von Towers Watson bietet Dienstleistungen in den Bereichen Versicherung, Risikomanagement, Rückversicherungsvermittlung und Investment. Towers Watson berät hier mehr als drei Viertel der weltweit wichtigsten Versicherungsunternehmen, ist der weltweit viertgrößte Rückversicherungsvermittler und hat über 400 Softwarekunden. Im Investment Consulting berät Towers Watson mehr als 1.000 institutionelle Anleger mit Vermögenswerten in Höhe von über 2,1 Billionen US-Dollar. Towers Watson (NYSE, NASDAQ: TW) ist ein weltweit führendes Beratungsunternehmen, das Unternehmen dabei unterstützt, ihre Leistung durch effizientes Personal-, Risiko- und Finanzmanagement zu verbessern. Das Unternehmen berät zu allen Aspekten der betrieblichen Altersversorgung, des Talent- und Vergütungsmanagements sowie des Risiko- und Kapitalmanagements. Towers Watson hat weltweit 14.000 Mitarbeiter. www.towerswatson.com