

Daten.Fakten.Meinungen.

Zielgruppenerweiterung 4.0



AUGUST 2021

Größeres Neugeschäftspotenzial trotz sinkender Kernzielgruppe

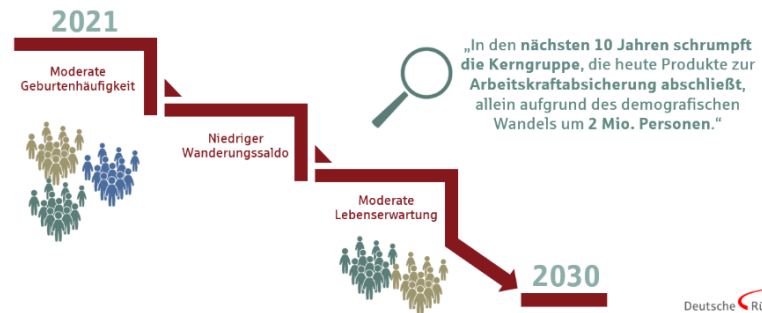
Die Herausforderungen der Lebensversicherungsbranche sind vielfältig. Immer neue regulatorische Bestimmungen, eine anhaltende Niedrigzinsphase sowie steigende Digitalisierungs- und Service-Anforderungen von Vertrieb und Kunde zeigen ein anspruchsvolles Bild.

Doch das ist nicht alles. Eine umfassende Auswertung zur „Arbeitswelt im dynamischen Wandel“ der Deutschen Rück hat ergeben, dass in den nächsten 10 Jahren die Kerngruppe, die heute Produkte zur Arbeitskraftabsicherung abschließt, schrumpft. Gründe hierfür liegen nicht nur im demografischen Wandel, der durch moderate Geburtenhäufigkeiten besticht, sondern auch in einer zunehmenden Ungleichverteilung von Einkommen und Vermögen in Deutschland. Der Anteil Personen, die Gelder für Absicherung und Vorsorge ausgeben können wird zurückgehen und dadurch das bestehende Kundenpotential deutlich sinken.

Das ist unerfreulich, eröffnet aber auch Chancen für die gesamte Branche. Wir müssen durch neue Ansätze das verbleibende Potenzial besser ausschöpfen und neue Zielgruppen erschließen.

WOHER KANN DAS NEUGESCHÄFT KOMMEN?

Problem Nummer 1: Produkte zur Arbeitskraftabsicherung - und hier vor allem die BU - werden hauptsächlich an Personen zwischen 15-40 Jahre verkauft. Das mittlere Eintrittsalter liegt bei 25-30 Jahren. Diese Gruppe wird innerhalb der laufenden Dekade um ca. 10 % zurückgehen.



Deutsche Rück

Ein zweites Problem für die Versicherungswirtschaft ist die zunehmende Ungleichverteilung von Einkommen und Vermögen. Im Bereich der Vermögensentwicklung zeigt sich Deutschland als das Land in Europa mit der höchsten Ungleichverteilung. Die Tendenz ist zunehmend und dürfte durch die laufende Pandemie noch weiter angetrieben werden.

Das Institut der deutschen Wirtschaft sieht zwar kein Schrumpfen des Mittelstandes in Deutschland, mehrere Aspekte sorgen jedoch dafür, dass sich zunehmend weniger Personen eine Arbeitskraftabsicherung leisten können. Die gefühlte Inflation ist zudem für viele Personen (u.a. bedingt durch anziehende Mieten/ Strompreise) deutlich höher als die tatsächliche. Zusätzlich angetrieben wird dies durch einen überdurchschnittlichen realen Inflationsanstieg in Folge der laufenden Pandemie.

Erschwerend hinzu kommt, dass es immer weniger tarifabhängig Beschäftigte, im Gegenzug dafür deutlich mehr atypisch Beschäftigte (bspw. Teilzeit, Befristungen, Niedriglohnssektor) als früher gibt. Diese Entwicklung wird von einer kontinuierlich ansteigenden Anzahl an Alleinerziehenden begleitet.

Abschließend ist dabei noch zu berücksichtigen, dass die Prämien für Produkte rund um Arbeitskraftabsicherung für viele Personen durch die zunehmende Berufsdifferenzierung deutlich gestiegen sind. Auch wenn wir eine Zunahme an Stellen im Dienstleistungsgewerbe beobachten und diese tendenziell besser eingestuft sind, so sehen wir nach wie vor ein hohes Interesse für Handwerksberufe und eine Stabilisierung bei Stellen mit mehrheitlich körperlicher Tätigkeit. Dies zeigt sich auch in Zahlen des Statistischen Bundesamtes, das für das vergangene Jahrzehnt sowohl eine kontinuierliche Zunahme an Handwerksbetrieben als auch einen Anstieg in den absoluten Beschäftigtenzahlen für das Handwerk in Deutschland ausweist.

Die aufgezeigten Probleme verlangen eine Neudefinition der bisherigen Vorgehensweise: Der Schlüssel zu mehr Neugeschäft liegt darin, mit zeitgemäßen Ansätzen das verbleibende Potenzial besser auszuschöpfen und neue Zielgruppen zu erschließen.

SCHÜLER UND JUNGE LEUTE IM FOKUS. GEHT DA NICHT NOCH MEHR?



Hierbei spielen vor allem die jungen Kunden rund um Schüler eine zentrale Rolle. Das haben einige Versicherer bereits erkannt und ihre Produktangebote um Absicherungen für Schüler ergänzt.

Das alleine reicht jedoch nicht. Statt bei bestehenden BU Produkten das Eintrittsalter kontinuierlich abzusenken, heißt es, umzudenken. Denn die Produkte sind für viele Eltern nicht erschwinglich. Welche anderen Lösungen bieten sich an?

Die Deutsche Rück hat sich mit diesem Thema intensiv beschäftigt, den Bedarf der jungen Kunden und deren Eltern analysiert und konkrete Produktlösungen daraus entwickelt.

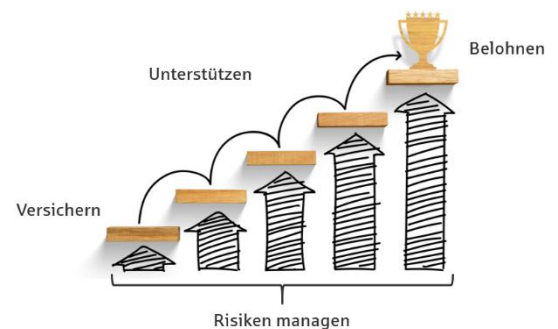
Das Ergebnis ist ein Schutz, der das schulpflichtige Kind im Krankheitsfall absichert, ergänzt um eine Option, die einen späteren Wechsel in ein AKS-Produkt - ohne erneute Gesundheitsprüfung mit Mindest-Berufsgruppe - ermöglicht.

Die Lösung bedient alle Anforderungen, die Eltern und Vertrieb in unseren Marktanalysen primär an ein Absicherungsprodukt gestellt haben. Neben der Absicherung im Krankheitsfall sind dies vor allem das Einfrieren des guten Gesundheitszustandes und die Sicherung einer günstigen Berufsgruppe. All das bietet das Produkt **Schüler-Schutz** der Deutschen Rück.

LIMITIERUNG DURCH EIGENE GRENZEN. STECKT IN VORERKRANKTEN NICHT DOCH MEHR POTENZIAL ALS ANGENOMMEN?

Viele potenzielle Kunden mit Vorerkrankungen sind heute entweder nur mit Zuschlägen, Ausschlüssen oder gar nicht versicherbar. Auch wenn dies auf den ersten Blick risikogerecht erscheint, muss Altbewährtes nicht zwangsläufig immer noch zeitgemäß sein.

Statt zu sanktionieren, gilt es, Anreize zu schaffen, den Kunden aktiv zu begleiten und mit passgenauen Maßnahmen eine Verbesserung des Gesundheitszustandes herzuleiten. Das alles erfolgt nicht zum Selbstzweck. Durch ein fokussiertes Zielsystem werden dem Kunden Möglichkeiten aufgezeigt, wie er seinen Gesundheitszustand verbessern und gleichzeitig zu besseren Konditionen versicherbar gemacht werden kann. Das bietet unsere Lösung **Step-by-Step** für Vorerkrankungen rund um **Psyche und Adipositas**.



MÖCHTEN SIE AUF DIE HERAUSFORDERUNGEN VORBEREITET SEIN?

Mit zielgruppengerechten Lösungen Neugeschäftspotenziale heben. Die Möglichkeiten für Lebensversicherer sind vielfältig. Gerne begleiten wir Sie auf diesem Weg und unterstützen Sie bei der Einführung von passgenauen Lösungen.

Profitieren Sie von unserer Expertise. Sprechen Sie uns an.



Deutsche Rück Leben Forum 2021: Solvency II – Risikomanagement – Aktuariat

Unser Deutsche Rück Leben Forum 2021: Solvency II – Risikomanagement – Aktuariat findet in diesem Jahr virtuell statt. Wann? Am **9. September von 10:00 – 11:30 Uhr.**

Unsere diesjährigen Themen sind

- „Auswirkungen der Corona-Krise auf das Risikomanagement“
- „Machine Learning in der Lebensversicherung“
- „Bestandsaufnahme! Die Arbeitswelt im Umbruch – Erkenntnisse und Auswirkungen für die Lebensversicherung“

Ihre Anmeldung nehmen wir gerne heute schon entgegen. Schreiben Sie uns einfach eine E-Mail an leben-events@deutscherueck.de

Wir freuen uns auf Sie!

Kennen Sie schon unseren marktreport?

Was Versicherer bewegt – spartenübergreifend!
Eines von vielen interessanten Themen „*Lebensversicherung und Gesundheitsangebote – Ein Dream-Team!*“

Die aktuelle Ausgabe finden Sie [hier](#).



Ihre Ansprechpartnerin



DR. BARBARA RIES

Bereichsleiterin Leben/Kranken Markt- und Produktmanagement

Telefon +49 211 4554-299

barbara.ries@deutscherueck.de

Titelbild: © indysystem - Adobe Stock

DEUTSCHE RÜCKVERSICHERUNG AKTIENGESELLSCHAFT

Hansaallee 177
40549 Düsseldorf
Telefon +49 211 4554-01
info@deutscherueck.de
www.deutscherueck.de