

Trends 2022



JUNI 2022

Unsere Themen in der Biometrie

Wie Versicherer mehr Kunden, einen zufriedeneren Vertrieb und ein gesünderes Versicherungskollektiv erreichen. Wie Arbeitskraftabsicherung auch online funktionieren kann. Wohin sich die Grundfähigkeitsversicherung entwickelt und was sie mit der beruflichen Tätigkeit zu tun hat. Wie wir sogar Kleinkinder in der GF versichern und wie wir Schüler und Studenten für die BU gewinnen. Antworten auf diese Fragen haben wir gemeinsam mit Experten auf unserem Deutsche Rück Leben Forum 2022 vorgestellt und diskutiert.



Wir können Risiken besser bewerten, wenn Kunden sich um ihre Genesung bemühen – mehr Normalannahmen für mehr Neugeschäft.

(Dr. Barbara Ries – Deutsche Rück)

Neuer Weg in Kundenansprache und Risikobewertung – Unterstützen. Versichern. Belohnen. Mehr Kunden, einen zufriedeneren Vertrieb und ein gesünderes Versicherungskollektiv – mit unserem Ansatz wollen wir genau das erreichen. Unser Slogan steht für ein neues Mindset, mit dem wir neue Produkte entwickeln und Prozesse überdenken. Wir helfen Ihnen, Ihre Kunden dabei zu unterstützen, gesund zu bleiben oder gesund zu werden, besseren Versicherungsschutz für mehr Kunden zu ermöglichen und dabei Ihre Kunden für gesundheitsbewusstes Verhalten und ihr Bemühen um Genesung zu belohnen.



Die BU ist – in ihrer aktuell sehr komplexen Ausgestaltung als Premiumprodukt – Online nicht vermittelbar. Es braucht neue und einfachere AKS-Produkte, um Online relevante Abschlüsse generieren zu können.

(Christian Schwalb – SCALA Finanzgruppe)

Die potenzielle Zielgruppe der „Digital Natives“ vertraut heute Online-Portalen mehr als physischen Beratern. Die BU ist aufgrund ihrer aktuellen Produkt-Architektur für die automatisierte Online-Vermarktung nicht geeignet. Das Risiko des Einkommensverlustes ist aber gerade bei einer konsumgetriebenen Generation sehr gut und einfach zu adressieren sowie zu emotionalisieren. Über smarte Online-Versicherungsangebote besteht hier ein großes Vertriebspotenzial.

Online-fähige Produkte müssen einfach, transparent und günstig sein.

(Guido Berendes – Deutsche Rück)

Gemeinsam mit der Bayerischen, der Nürnberger, dem Volkswahl Bund und Work-surance haben wir zwei völlig neue AKS-Produkte für den Online-Vertrieb entwickelt.

Sie sind deutlich günstiger als eine Berufsunfähigkeitsversicherung. Wer in jungen Jahren seinen Beruf nicht mehr ausüben kann, braucht finanzielle Unterstützung. Gleichzeitig zeigt sich, dass insbesondere junge Menschen bereit sind, einen anderen Beruf zu ergreifen. Wir unterstützen diese Kunden bei der Umschulung und belohnen einen erfolgreichen Wiedereinstieg. Doch je höher das Alter, desto schwieriger ein beruflicher Neuanfang. Auch das berücksichtigen die beiden neuen Produkte.



Die Grundfähigkeitsversicherung darf im zunehmenden Wettbewerb nicht dem Bedingungs-wettlauf verfallen. Sie sollte ein bezahlbarer Einkommensschutz bleiben.

(Christian Schröder – Volkswahl Bund / Dortmunder)

Die GF ist noch nicht am Ende ihrer Entwicklung, die Reise wird weitergehen. Drei Wünsche für die Weiterentwicklung der GF: 1. Die GF sollte ein eigenständiges Produkt bleiben. Sie ist keine BU-light und hat eine eigene Daseinsberechtigung für ihre Zielgruppe. 2. Der zunehmende Wettbewerb wird die Weiterentwicklung der GF verstärken. Dabei darf die Kundenzentrierung nicht auf der Strecke bleiben. 3. Der Leistungsumfang darf nicht um jeden Preis steigen. Die Bezahlbarkeit muss erhalten bleiben.

Die Grundfähigkeitsversicherung versichert nicht die Arbeitskraft. Trotzdem schließen Kunden sie als Einkommensschutz ab.

(Mathias Strathmann – Deutsche Rück)

GF-Tarife werden immer modularer. Was der individuellen Absicherung zuträglich ist, steigert gleichzeitig die Komplexität. Es fehlt ein Leitfaden. Was braucht der Kunde, was braucht er nicht? Worauf

kann er verzichten, worauf besser nicht? Die berufliche Tätigkeit ist entscheidend für die richtige Auswahl der passenden Grundfähigkeiten. Mit drei Fragen zur Tätigkeit erhalten Kunden den passenden Grundfähigkeitsschutz. Muss der Kunde bei seiner beruflichen Tätigkeit z.B. schwer Heben und Tragen, empfehlen wir ihm das Paket „Körper“.

Um in der Grundfähigkeitsversicherung Kleinkinder zu versichern, reicht es nicht, einfach nur das Eintrittsalter zu senken.

(Dr. Barbara Ries – Deutsche Rück)

Kleinkinder haben noch nicht alle Fähigkeiten. Wie versichern wir Fähigkeiten, die noch gar nicht da sind? Marktteilnehmer gehen unterschiedlich mit dieser Herausforderung um. Uns war es wichtig, Eltern die Sicherheit zu geben, dass alle Fähigkeiten

bereits ab 6 Monaten versichert sind. Auch dann, wenn Fähigkeiten noch nicht oder noch nicht vollständig erlangt wurden. Möglich wird das durch eine Formulierung in den Bedingungen und den damit verbundenen Leistungsprüfungsprozess. Das funktioniert gleichermaßen in neuen wie bestehenden GF-Tarifen.



Mit den heutigen AKS-Produkten erreichen wir nur einen Teil der Schüler und Studenten.

(Frank Schoenen – Deutsche Rück)

Gerade in dieser Zielgruppe sollte eine Arbeitskraftabsicherung einfach zu erklären, einfach in der Umsetzung und preisgünstig sein. Nicht nur den Schülern und Studenten selbst sind die heutigen Produkte zu teuer, auch ihren Eltern sind die Beiträge für die Arbeitskraftabsicherung ihrer Kinder oft zu hoch. Unser Konzept sichert den Kunden ihren aktuellen Gesundheitszustand und einen BU-Abschluss ohne erneute Gesundheitsprüfung bis Alter 30. Versicherer sichern sich eine der attraktivsten Zielgruppen damit frühzeitig.

Die junge Zielgruppe will ernst genommen werden. Das gilt auch für die Arbeitskraftabsicherung.

(Franziska Zepf – Premium Makler)

Kaum eine andere Zielgruppe hat eine größere Absicherungslücke als Kinder und Jugendliche. Gleichzeitig hat diese Zielgruppe auch das geringste Interesse an Versicherungsthemen. Kein Kind kommt auf seine

Eltern zu und bittet um ein Beratungsgespräch zur Berufsunfähigkeitsversicherung. Dennoch ist diese Zielgruppe die absolute „Traum-Zielgruppe“ für Makler. Denn Kinder und Jugendliche versprechen eine lange Kundenbindung und sind in vielen Fällen kern gesund und damit ohne Risikozuschlag oder Ausschluss versicherbar.

Ihre Ansprechpartnerin



DR. BARBARA RIES

Bereichsleiterin Leben/Kranken Markt- und Produktmanagement

Telefon +49 211 4554-299

barbara.ries@deutscherueck.de

Titelbild: © whyframeshot – Adobe Stock

DEUTSCHE RÜCKVERSICHERUNG AKTIENGESELLSCHAFT

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