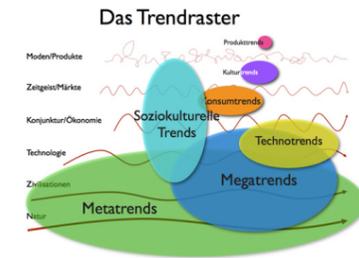
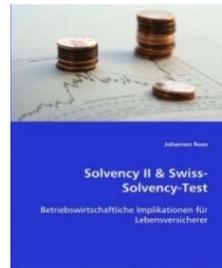


Institut für Versicherungswirtschaft



Universität St.Gallen



# Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

Jahrestagung des Deutschen Vereins für Versicherungswissenschaft

19. März 2014

Professor Dr. Hato Schmeiser

## 1. Einleitung

- Fokus auf vier Aspekte
  - Versicherungspricing (Kapitel 2)
  - Geschäftsmodell der Lebensversicherer (Kapitel 3)
  - Technologieinnovationen in der Kfz-Versicherung (Kapitel 4)
  - Regulierung der Versicherungsindustrie (Kapitel 5)



## 2. Das Pricing der Versicherer wird sich massiv verändern

- Preiskommunikation: Preisdarstellung gegenüber dem Kunden
  - Absolut, relativ, aufgeschlüsselt in Preisbestandteil, kombiniert mit anderen Produkten etc.
  - Objektiver Preis und Preiswahrnehmung beim Kunden (Bsp.: Media Markt, Lidl)
  - Basis: Framingeffekte
  - Preiskommunikation durch Preispositionierungsstrategien beeinflusst



## Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

- Preiskommunikation: Was macht die Assekuranz?

- **Kostenorientiertes Pricing** (vgl. Diskussion zu Unisex-Tarifen in der EU)
- Zahlungsbereitschaft der Kunden nicht primär im Fokus
- Verschiedene Vertriebswege mit leichter Preisdifferenzierung
- Eingeschränkte Preis-/Leistungstransparenz
- „Law of one price“ gilt im Versicherungssektor nur bedingt
- **Wenig Aufschlüsselung in Preiskomponenten** (Druck durch den Regulator)
- **Preisdarstellung in absoluter Form** (Preise wenig zeitsensitiv / wenig „Rabattkultur“)

1.



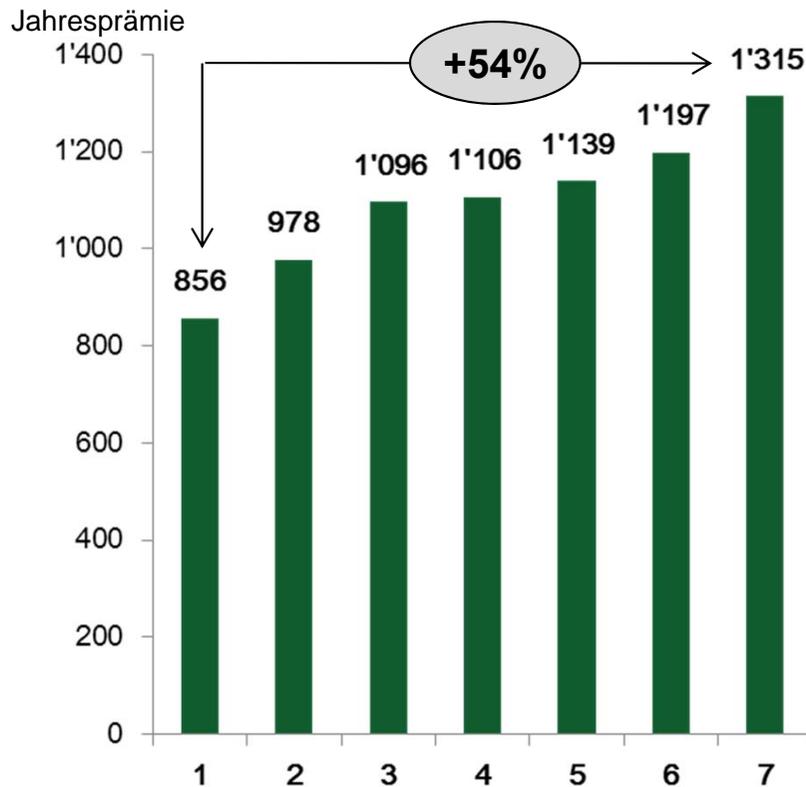
2.



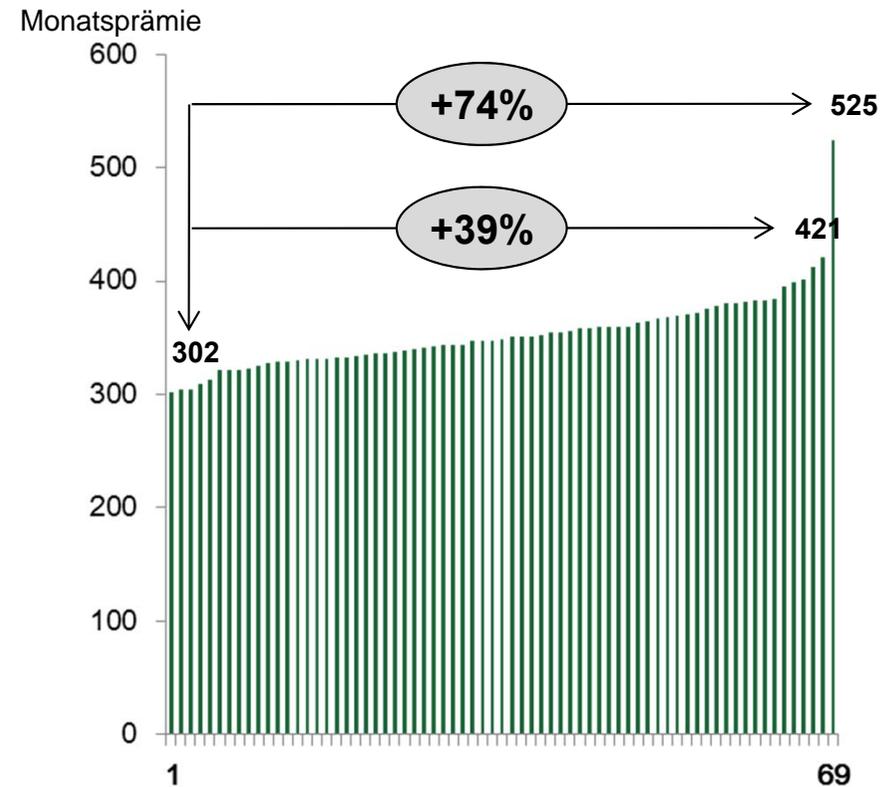
# Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

## zu 1. • Beispiel Comparis CH

### Motorfahrzeug-Versicherung



### Krankenversicherung (OKP)



# Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

## zu 1. • Beispiel Transparo Deutschland

	VU 1	VU 2	VU 3	VU 4	VU 5
Gewählter Tarif					
<b>i</b> Beitrag	769,41 €	848,31 €	926,88 €	1176,23 €	1343,75 €
Anteil Haftpflicht	542,26 €	543,06 €	665,26 €	805,91 €	951,64 €
Anteil Kasko	227,15 €	305,25 €	261,62 €	370,32 €	392,11 €
Zahlweise	jährlich	jährlich	jährlich	jährlich	jährlich
<b>i</b> Leistungsbewertung	 befriedigend	 befriedigend	 befriedigend	 befriedigend	 befriedigend
<b>i</b> Kundenbewertung	 4,3 Sterne	 4,2 Sterne	 4,1 Sterne	 4,1 Sterne	 4,1 Sterne

Quelle: [www.transparo.de](http://www.transparo.de) (am 12.03.2014)

Audi A3, Parameter analog zu CH-Angebot für Audi A3



## Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

- zu 2. • Aufschlüsselung der Prämie und unterschiedliche Formen der Preisdarstellung üben im Versicherungssektor kaum einen Einfluss auf das Nachfrageverhalten aus

PRICE BUNDLING FACTOR	PRICE OPTIC FACTOR			
	No Guarantee	Guarantee level at maturity of the contract: 12,000		
Bundling ( $P$ )	100	644 first month then 100	105	105 1% p.a.
Partial bundling				
Base contract( $P$ )	100	100	100	105
Inv. guarantee costs ( $P_G, \alpha$ )	0	544 up-front	5	1% p.a.
No bundling				
Risk premium( $P_D$ )	1	1	1	1
Savings premium( $P_S$ )	91	91	91	96
Administrative costs( $kP$ )	8	8	8	8
Inv. guarantee costs ( $P_G, \alpha$ )	0	544 up-front	5	1% p.a.



## Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

**zu 2.** - Regulatoren wünschen dies zunehmend im Rahmen einer «Transparenzoffensive»; die Versicherungsbranche steht einer Aufschlüsselung kritisch gegenüber



- Aufschlüsselungen üben in vielen Branchen einen erheblichen Effekt auf das Nachfrageverhalten der Kunden aus



### DUS-MNL via AMS; Preisaufschlüsselung:

Erwachsener  
Ticketpreis 482,00  
Ticket Service Charge -  
Treibstoffzuschlag 260,00  
Luftverkehrssteuer 45,00  
Flughafengebühr für Passagierservice 15,27  
Sicherheitsgebühr 14,50  
Flughafengebühr für Passagierservice 12,66  
Lärmschutzzuschlag Niederlande 4,00  
Flughafensicherheitsgebühr 3,89  
Gesamtpreis für alle Passagiere EUR 837,32

- Für eine rationale Kundenentscheidung ist nur der Gesamtpreis relevant



## Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

- Bedeutung des kostenorientierten Pricing in anderen Branchen
  - Beispiel Porsche 911 versus 911 S
  - Verkaufspreis: 90.417 € versus 105.173 € (2014)
  - Klare Orientierung an der Zahlungsbereitschaft der Kunden



Link zur Diskussion von Unisex-Tarifen in der EU:  
Nachweis der Kostensignifikanz eines Inputfaktors in Hinblick auf  
den Produktpreis in anderen Branchen?

## Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

- Thesen zum Pricing von Versicherungsunternehmen

- Dem Pricing von Versicherungsprodukten steht eine Revolution bevor: In Zukunft orientiert sich die Preisausrichtung an der Zahlungsbereitschaft der Kunden und an optimalen Preis- / Mengen-kombinationen
- Aktuarielles Pricing dient nur (noch) zur Ermittlung von Preisuntergrenzen
- Der Markt wird nochmals kompetitiver, die Produkte werden sich aber tendenziell weniger homogen entwickeln
- Der Produktmarkt definiert sich stärker über Zusatzleistungen (führt aber zu einer gewissen Inhomogenität)



## 2. Geschäftsmodell der Lebensversicherer unter Druck

### Immer weniger Zinsgarantie auf Lebensversicherungen

Die Zurich-Versicherung garantiert bei neuen Lebensversicherungspolice weniger als die Konkurrenz. Für die Kunden soll das gut sein. Von Charlotte Jacquemart

### Garantiezins für Lebensversicherungen infrage gestellt

Chef der Nürnberger Versicherungen greift heißes Eisen auf - 04.01. 21:00 Uhr

**NÜRNBERG** - Der Garantiezins für neue Lebensversicherungsverträge ist zum 1. Januar auf 1,75 Prozent gesunken. Eine eher lausige, staatlich festgelegte Höchstverzinsung, dafür aber dem Kunden garantiert, sogar ein Leben lang. Die Nürnberger Versicherungsgruppe stellt diese Praxis jetzt in Frage.



### Zurich verzichtet auf klassische Lebensversicherungen

Dienstag, den 19. Februar 2013 um 14:36 Uhr



Auch die Lebensversicherer spüren das gegenwärtige Tiefzinsumfeld. Der Versicherer Zurich hat sich deshalb entschieden, in Deutschland keine klassischen Lebensversicherungen mehr zu verkaufen.

Die Zinsen sind tief. Kaum jemand sieht einen Nutzen, sein Geld über Jahre hinaus in einer Lebensversicherung zu binden, die lediglich 1 bis 2 Prozent Rendite pro Jahr abwirft.

Auch die Versicherungsunternehmen sind herausgefordert. Denn diese können die Zinsaufwendungen für ihre Bestände an klassischen Lebensversicherungsprodukten wie Kapitallebens- und private Rentenversicherungen nicht mehr mit den Erträgen aus festverzinslichen Papieren bedienen.

#### Modelle mit hohem Aktienanteil



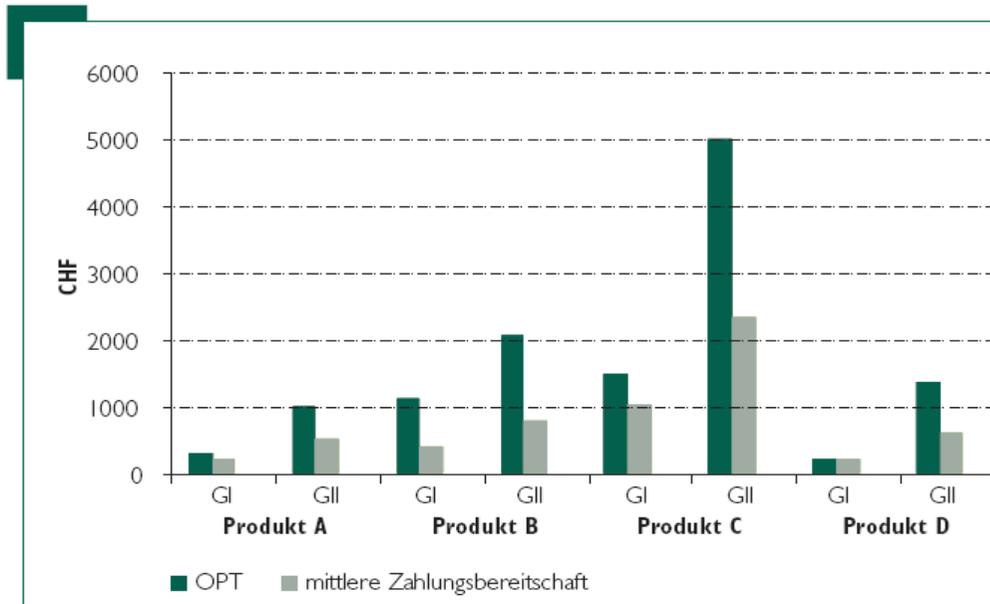
Aus diesen Gründen versucht die Branche bereits seit einiger Zeit, neue Geschäftsfelder zu erschließen. Dazu gehören fondsgebundene Lebensversicherungen mit einem hohen Aktienanteil und ohne garantierten Zins. Weil die Garantien die Versicherer zunehmend belasten, schlägt nun auch die Zurich Versicherung in Deutschland diesen Weg ein.

Dieser Schritt bedeutet gleichzeitig, dass sich erstmals ein grosser

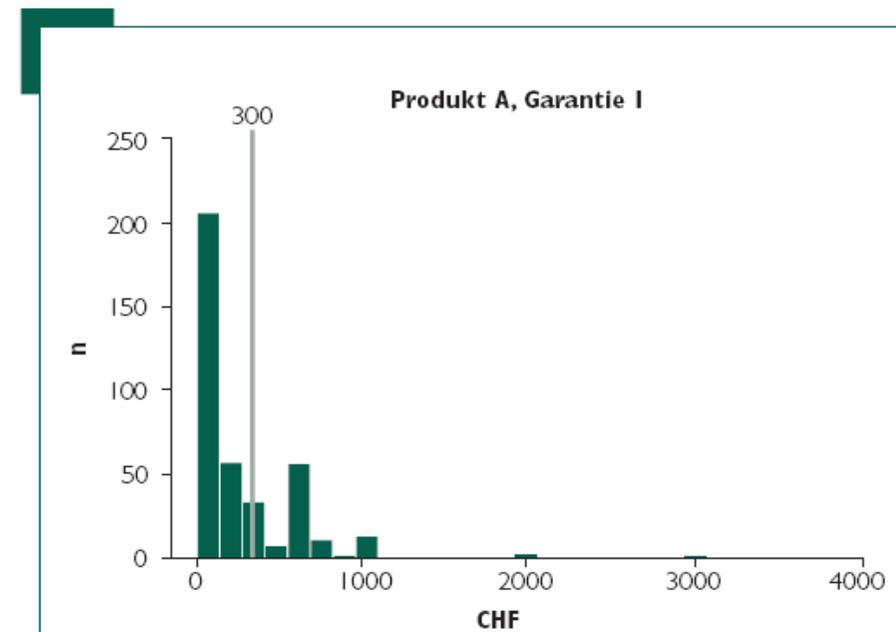
# Garantiezinsen sind nicht mehr zeitgemäß

**Nürnberger Versicherungsgruppe** | Jeder Versicherer sollte selbst eine angemessene Verzinsung wählen, meint Vorstandschef Werner Rupp

## Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?



- «Kunde wünscht langfristige Investmentgarantien»
- Aber: Reicht seine Zahlungsbereitschaft zur Kostendeckung aus?



Sichere Anlage  
(100% risikofrei)

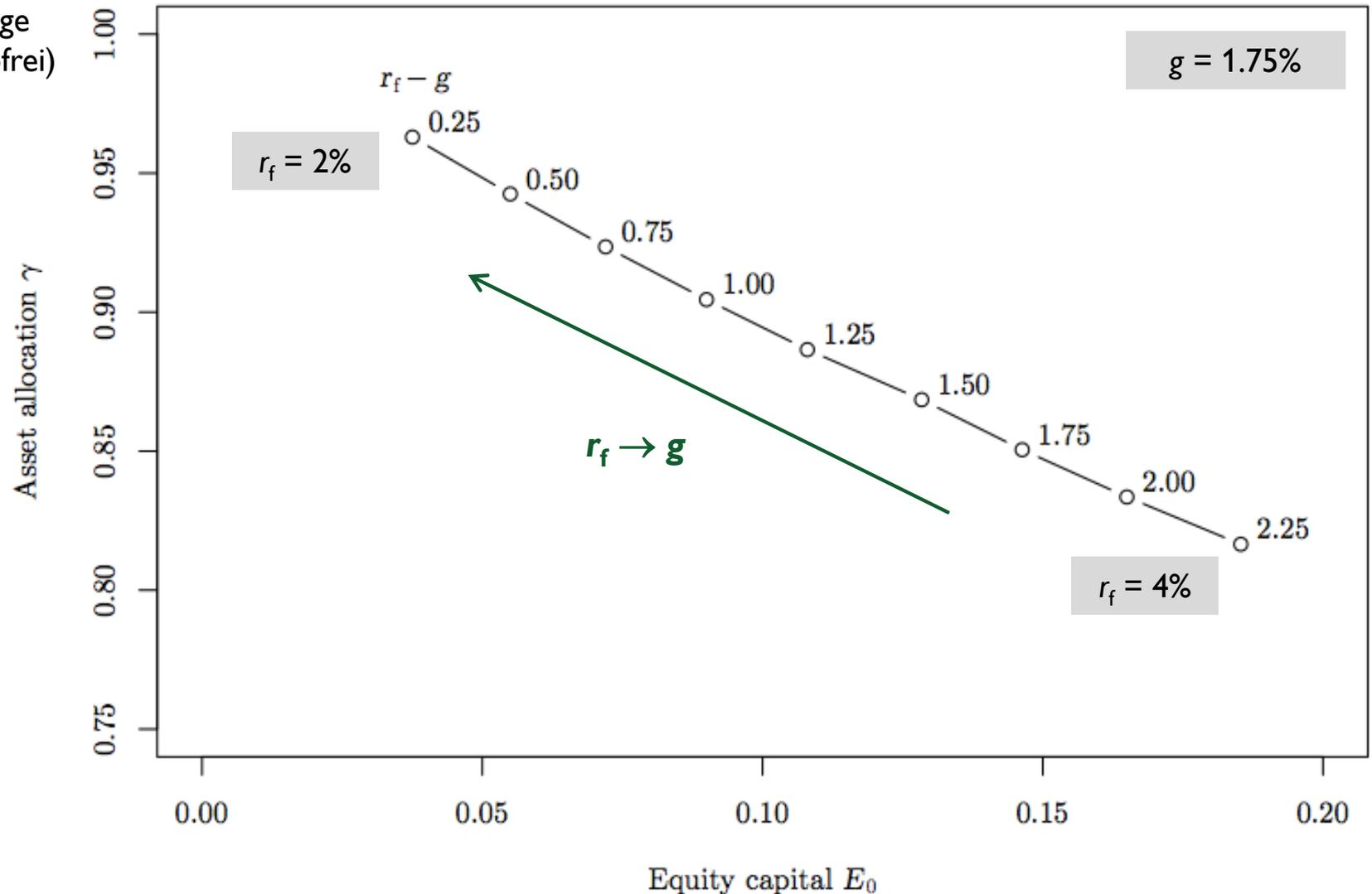
## Modellannahmen

$$r_f - g \rightarrow 0$$



Anlagestruktur  
 $\gamma \rightarrow 100\%$

Kein Spielraum für riskante aber auch chancenreiche Anlageformen  
⇒ "Erzwungene" Anlagestruktur in praxi nur vordergründig sicher, da wenig diversifiziert



Mindestverzinsungsgarantie faktisch wertlos, Inv. mglw. ungünstiger als Direktanlage;  
Anlageportfolio ohne Chancenpotenzial für Partizipation per Überschussbeteiligung

# Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

- Nur graue Theorie?

"Welt"-Umfrage: Dax-Rallye findet ohne die Branche statt – und damit ohne deren Kunden  
*Von Kathrin Gotthold, Daniel Eckert und Holger Zschäpitz*

Versicherer halten im Schnitt nicht mal mehr drei Prozent Aktien in ihren Portfolien. Viele Anbieter haben aus der Krise nichts gelernt und lassen es an Transparenz mangeln.

Google Anzeigle

**Konto zur Geburt zu 1.5%**  
 Sparen ohne Rückzugslimite. Ideales Geburtstagsgeschenk. [www.cafinancements.ch/jugendsparkonto](http://www.cafinancements.ch/jugendsparkonto)

Die Rallye am deutschen Aktienmarkt findet fast ohne die Lebensversicherer statt. Wie eine Umfrage der "Welt" unter den 30 führenden Unternehmen ergeben hat, verzichten die meisten Unternehmen weitgehend auf Investments in Börsenpapieren. Nicht selten haben die Versicherer ihre Aktienquote in den vergangenen Monaten weiter reduziert.

Die Axa hat so gut wie alle Aktien aus ihrem Portfolio kegelte. Deren Depotanteil macht gerade noch 0,6 Prozent aus. Zugleich hat sie den Renten-Anteil gesteigert. Die VHV Hannoverische weist einen Aktienanteil von 0,4 Prozent aus. Die Debeka hält nach eigenen Angaben nur 0,9 Prozent Dividendenpapiere. Die Generali, mit den Marken AachenMünchener und Generali einer der größten Anbieter hierzulande, hat ihren Aktien-Anteil nahezu gedrittelt von 2,8 Prozent auf ein Prozent. Andere große Gesellschaften wie Swiss Life und Provinzial Rheinland haben ebenfalls weniger als ein Prozent Aktien.

Nach Angaben des Branchenverbandes GdV ist die Aktienquote in den vergangenen Jahren kontinuierlich gesunken. Lag sie 2007 noch bei 8,5 Prozent, waren Ende 2011 nur noch 2,9 Prozent in Dividendenpapieren investiert. Die "Welt"-Umfrage legt nahe, dass die ohnehin niedrige Aktienquote auf zuletzt 2,8 Prozent gesunken ist. Die meisten Angaben beziehen sich auf das erste Halbjahr 2012.

Institut für Versicherungswirtschaft

## Struktur der Kapitalanlagen der Lebensversicherungsunternehmen i. e. S.\* – Anteile

42

Anlagearten	2008	2009	2010	2011	2012
in Prozent <sup>1</sup>					
<b>Renten</b>	85,3	87,1	87,1	89,3	89,3
Hypotheken	7,8	7,4	6,9	6,7	6,4
Darlehen	25,0	25,6	24,7	25,6	24,1
Darlehen an Kreditinstitute	15,6	14,6	13,1	14,1	13,0
Darlehen an Staaten	7,8	9,5	9,9	9,9	9,6
Darlehen an Unternehmen	0,7	0,8	0,9	0,8	0,9
Policendarlehen	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6
Andere	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
Pfandbriefe	25,2	25,6	24,4	23,8	22,5
Staatsanleihen	2,4	2,9	3,5	3,7	4,4
Unternehmensanleihen	1,5	1,5	1,6	1,6	2,4
in Fonds enthaltene Renten	17,2	18,4	20,3	21,1	22,5
Nachträge und Genussrechte	3,0	2,6	2,4	2,2	1,9
Tages-, Termin- und Festgelder	1,4	1,3	1,2	1,6	1,8
andere Renten	1,8	1,9	2,1	3,2	3,3
<b>Aktien</b>	4,7	3,2	3,2	2,9	2,7
direkt gehalten	1,0	0,6	0,5	0,3	0,2
über Fonds gehalten	3,7	2,6	2,7	2,5	2,5
<b>Beteiligungen</b>	2,6	2,4	2,3	2,5	2,5
<b>Immobilien</b>	3,4	3,4	3,5	3,7	3,8
direkt gehalten	2,2	2,1	2,2	2,5	2,6
über Fonds gehalten	1,2	1,3	1,3	1,2	1,2
<b>Sonstige</b>	4,0	4,0	3,9	1,7	1,7
<b>insgesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

- Thesen zur Zukunft der gemischten Kapitallebensversicherung

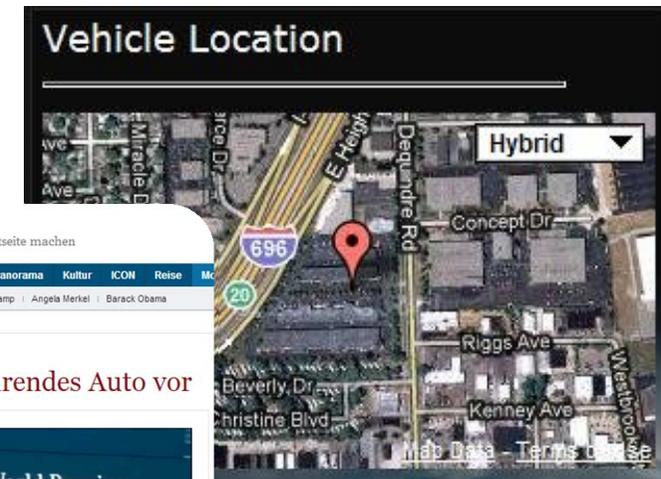
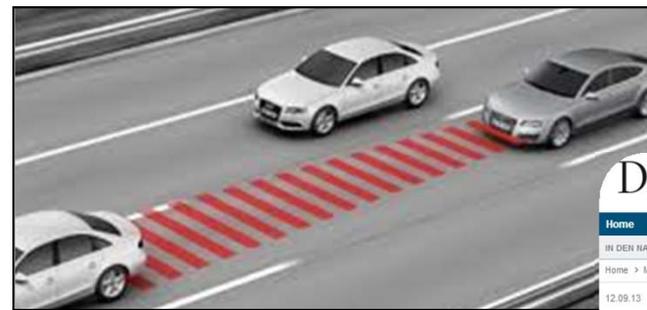
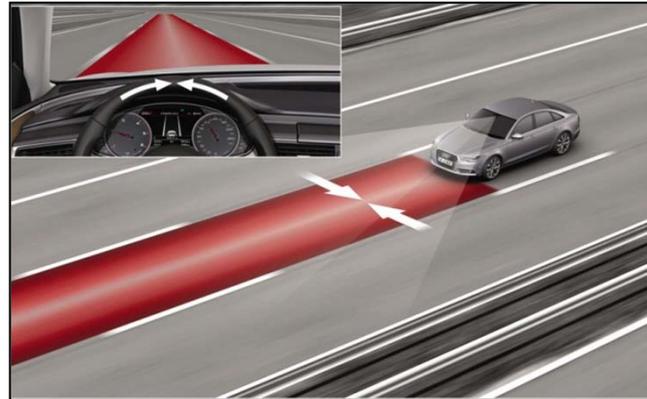
- In der aktuellen Situation verliert das Produkt der gemischten KLV an Attraktivität (Option quasi wertlos, Partizipation an Überschüssen eingeschränkt)
- Auch die Finanzierung der Geschäftsmodells aus der Perspektive der Eigentümer ist nicht leicht möglich
- Szenarien: Zinsen steigen? Senkung des Mindestverzinsungssatzes?
- Branche wird stärker auf alternative Sparprodukte ausweichen, eine Abgrenzung von der Investmentfondsbranche bleibt aber wichtig
- Der Druck auf die Transaktionskosten (gilt auch für andere VU-Zweige) wird weiter zunehmen



# Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

## 3. Motorfahrzeugversicherung

- Spurhalteassistent
- Geschwindigkeits- und Abstandshalter
- Einparkhilfe
- Fahrtschreiber
- Elektronisches Unfallprotokoll
- Kollisionserkennung
- ...



**how does it all work?**

**three easy ways to reduce the cost of your car insurance by fitting a Clear Box telematics device**

- 1. only pay for the miles you need**  
The Clear Box means you only pay for 6,000 miles, if you need to you can Top-Up your miles just like a mobile phone
- 2. being a good driver earns you additional miles each month**  
We will show you how you can earn extra miles each month
- 3. shop online through our portal & get additional reward miles...just for shopping!**  
Get your miles in gear by shopping with our top name retailers

An illustration of a green car and a person standing next to it.

**DIE WELT** zur Startseite machen

Home Politik Wirtschaft Geld Sport Wissen Panorama Kultur ICON Reise M

IN DEN NACHRICHTEN: Heinrich Himmlers Briefe | Ukraine | Dschungelcamp | Angela Merkel | Barack Obama

Home > Motor > Modelle > Daimler stellt ein selbstfahrendes Auto vor

12.09.13 | IAA

Daimler stellt ein selbstfahrendes Auto vor



Quelle: Reuters  
Daimler präsentiert zum IAA-Auftakt einen selbstfahrenden Mercedes S500. Mit dem neuen Konzept will sich der Konzern den Spitzenplatz in der Oberklasse zurückerobern.

Stolen Vehicle Location

## Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?



- Veränderung des Wertewandels bei Digital Natives
  - Neun von zehn Befragten im Alter von 14 bis 29 Jahren können sich ein Leben ohne Internet und Handy nicht mehr vorstellen – eines ohne Auto aber sehr wohl
  - Bei den Digital Natives spielt das Thema «eigenes Auto» erst an vierzehnter Stelle eine Rolle

Quelle: Scherrer 2009 Bitcom / Cebit



## Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

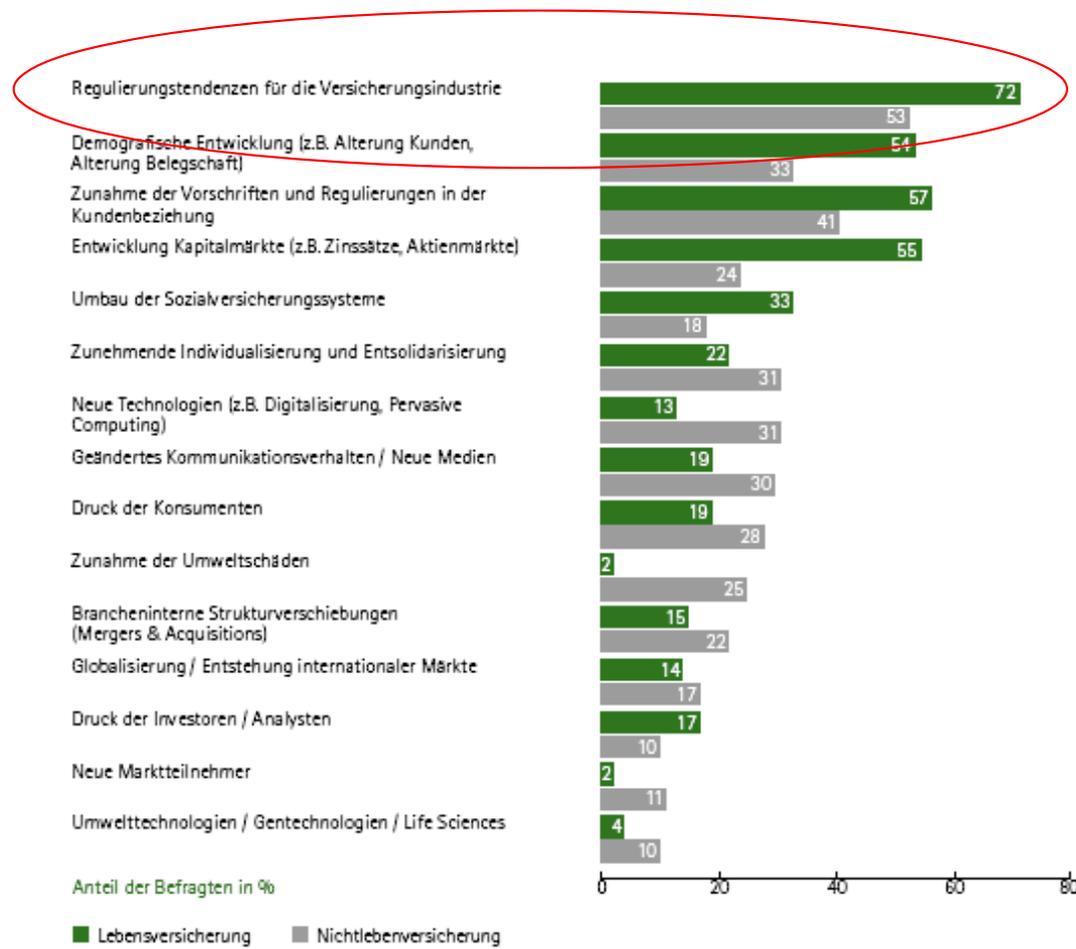
- Thesen zur Zukunft der Kfz-Versicherung

- Neue Technologien (GPS, Kollisionserkennung) und differenzierte Produkte (Pay-as-you-drive) bringen erhebliche Marktveränderungen und gehen mit Prämienvolumenminderungen (und vermutlich auch Margenreduktion) einher
- Durch neue Technologien: Mögliche Verschiebung des Kfz-Prämienvolumens zu Produkthaftpflichtversicherung
- Zentral hierbei: Kollisionsschutzsysteme
- Reduzierte Nachfrage nach eigenen Autos bei der jüngeren Generation: die gemeinsame Auto-nutzung (Carsharing) nimmt zu (Reduktion des Versicherungsvolumens)



## 4. Regulierung der Versicherungsindustrie

Abbildung 3  
Aus welchen Umweltbereichen erwarten Sie in den nächsten fünf Jahren die grössten Veränderungen für die Assekuranz?



Institut für Versicherungswirtschaft



## Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

- Solvency II
- VVG-Reform und Versicherungsvermittlerrichtlinie
- Unisex-Tarife in der EU
- EU-Insolvenzschutzsicherungsfonds
- .....
- Re-Regulierung



## Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?



- Solvency II

- Aktuelle I.VW-Studie zum Standardmodell: Die Einflüsse auf die Asset Allokation der Versicherer sind ökonomisch schwer nachvollziehbar; zudem: die tatsächlich zulässigen Ruinwahrscheinlichkeiten liegen deutlich von 0,5% entfernt; die Nicht-Hinterlegungspflicht für Staatsanleihen aus der EU ist politisch gewollt, im Sinne der Systemstabilität sehr gefährlich

- Unisex-Tarife in der EU

- Aktuelle I.VW-Studie in 5 europäischen Ländern: Die Verwendung des Tarifierungsmerkmals „Geschlecht“ wird von den Kunden nicht als negativ empfunden

- Vermittlerrichtlinie

- Trotz geschätzten Kosten in Höhe eines dreistelligen Millionenbetrags fehlt jede Untersuchung, ob die Vermittlerrichtlinie zu besser informierten Kunden geführt hat

Quellen:

Braun / Schmeiser / Schreiber: „Portfolio Optimization Under Solvency II: Implicit Constraints Imposed by the Market Risk Standard Formula“, Working Paper on Risk Management and Insurance No. 130, I.VW

Schmeiser / Störmer / Wagner: „Unisex Insurance Pricing: Consumers' Perception and Market Implications“, Geneva Papers on Risk and Insurance (2013)



## Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

- Thesen zur Zukunft der Versicherungsregulierung

- Es wird und muss einen Trend in Richtung “gute” und nicht “mehr” Regulierung geben
- Regulierungskonzepte werden sich in Zukunft einer fundierten Nutzen- / Kostenanalyse unterziehen müssen
- Es gibt einen erheblichen Spielraum zur Verbesserung des Qualitätsstandards der Regulierung



# Geschäftsmodell Versicherung: Was bringt uns die Zukunft?

- Regulierung schafft neue Geschäftsmodelle

The screenshot shows a web browser window displaying the 'drive like a girl' website. The browser's address bar shows 'Black box car insurance | Dr...'. The website features a navigation menu with 'Home', 'About', 'How it works', 'The box', and 'Con'. A large banner image shows a young woman in a red hat driving a car, with the text 'CAR INSURANCE DESIGNED FOR GIRLS\*' and '17 - 25 year olds save the most'. Below the banner are three smaller images: 'Drive like a girl? Prove it!', 'Money back after 3 months', and 'Lots of great benefits'. To the right of the website is a registration form titled 'About you' with fields for Title, First name, Surname, Gender (Male/Female), and Date of birth (Day, Month, Year). Below the form are social media links for Facebook (Like, Share, 503) and Twitter (Follow @drivelikeagirl). The footer of the website includes the text 'Institut für Versicherungswirtschaft' and 'Universität St.Gallen'.

Institut für Versicherungswirtschaft

## 5. Zusammenfassung und Ausblick

