



Versicherungen 2013: Stimmung so bescheiden wie die Zinsen

Versicherungen 2013: Stimmung so bescheiden wie die Zinsen
 Hamburg, 17. Oktober 2013 - In der Versicherungswirtschaft in Deutschland herrscht aufgrund zahlreicher Baustellen gedämpfte Stimmung. Acht von zehn Entscheidern bei Versicherern und Maklern bereiten vor allem die niedrigen Zinsen Kopfzerbrechen. Dazu kommen die Vorarbeiten für Solvency II und weitere Regulierungen wie die nächste Stufe der EU-Vermittlerrichtlinie IMD 2. Als Ausweg aus dem Stimmungsloch plant die Branche Umschichtungen in rentablere Vermögensanlagen sowie Investitionen in IT und Standardisierung. Für Wachstum soll weiterhin die betriebliche Altersversorgung sorgen. Das sind Ergebnisse der Studie "Branchenkompass 2013 Versicherungen" von Steria Mummert Consulting.

Die Stimmung in der Versicherungsbranche hat sich in den vergangenen zwei Jahren eingetrübt. Nur neun Prozent der Versicherungsmanager erwarten mittelfristig eine bessere Entwicklung der eigenen Branche im Vergleich zur Gesamtwirtschaft. 2011 waren es noch 17 Prozent, 2006 hatten noch 41 Prozent der Befragten eine bessere Performance der Assekuranz prognostiziert. Zwar verlief das Geschäftsjahr 2012 für die Branche trotz der schwierigen Lage bei Kernprodukten wie der Kapitallebensversicherung ordentlich, doch die Zukunftsaussichten sind mäßig. Diese Einschätzung zieht sich mehrheitlich durch alle Versicherungssparten. Der Anteil der Pessimisten ist heute so groß wie im Krisenjahr 2008. Jeder vierte Versicherungsentscheider rechnet gegenwärtig mit einem schwächeren Abschneiden der Branche im Vergleich zur Gesamtwirtschaft. Die Makler blicken nur leicht optimistischer auf die kommenden drei Jahre.

Steigende Anforderungen an das Compliance-Management setzen den Versicherungen und Maklern besonders zu. Richtlinien wie Solvency II und IMD 2 binden Ressourcen und verursachen Kosten, denen keine Erträge gegenüberstehen. Als Versicherungspartner von Privatunternehmen müssen sie zudem in vielen Fällen auch deren Compliance-Vorgaben berücksichtigen und Prüfungen zulassen, beispielsweise ein Business-Partner-Screening. Gleichzeitig sind die Zinsen so niedrig, dass es der Assekuranz immer schwerer fällt, die gegenüber Kunden vertraglich garantierten Leistungen aus Kapitallebensversicherungen zu gewähren.

Auf die steigenden regulatorischen Anforderungen reagiert die Branche, indem sie intern ihre Prozesse effizienter gestalten will. 62 Prozent der Versicherer und 78 Prozent der Makler planen bis 2016, in verbesserte Abläufe zu investieren, um so Kosten zu sparen. Als Antwort auf die Zinsflaute richten viele Assekuranten ihr Assetmanagement neu aus. Statt festverzinslicher Wertpapiere mit aktuell geringen Erträgen wollen sie vermehrt alternative Anlagen in ihr Portfolio aufnehmen, beispielsweise Aktien, Immobilien und Beteiligungen an Infrastrukturprojekten.

Dieses Umschichten in rentablere Anlageklassen verlangt allerdings Anpassungen beim Risikomanagement. "Die Versicherer sind gefordert, ihr Risikoradar deutlich sensibler einzustellen", sagt Andreas Hutfleß, Leiter des Geschäftsbereichs Insurance bei Steria Mummert Consulting. "Unternehmen mit genaueren Rechenmodellen sind Wettbewerbern gegenüber im Vorteil. Sie brauchen weniger Eigenkapital vorzuhalten, um Risiken abzusichern." 78 Prozent der Versicherer planen, das Risikomanagement anzupassen. Immerhin gut jeder zweite Makler sieht auch auf seiner Seite im Risikomanagement Investitionsbedarf.

Informationstechnologie spielt für die Versicherer beim Management der anstehenden Baustellen eine immer größere Rolle. Das IT-Budget macht rund 19 Prozent der Gesamtinvestitionen bis 2016 aus. Die IT-Abteilungen erhalten damit das größte Stück vom Investitionskuchen - mehr noch als der Vertrieb (16 Prozent). "IT wird für die Assekuranz zu einem Schlüsselfaktor im Wettbewerb um Kunden und Kostenführerschaft", sagt Andreas Hutfleß von Steria Mummert Consulting. Speziell mobile Anwendungen für Kunden und Vertrieb, Business Intelligence und Cloud Computing stehen ganz oben auf der Agenda der Versicherer. Jeder zweite plant kurzfristig Investitionen in mobile Apps und Mobile Enterprise. Kunden sollen zum Beispiel Dokumente wie Arzt- und Werkstattrechnungen künftig elektronisch über ein Smartphone oder Tablet einreichen können. Die Versicherer versprechen sich dadurch Kosteneinsparungen im Leistungs- und Schadenmanagement. Gleichzeitig wollen sie sich den Versicherten gegenüber so als moderner, kundenorientierter Dienstleister präsentieren.

Neue Wachstumsimpulse verspricht sich die Versicherungswirtschaft vor allem durch mehr Geschäft mit Neukunden. 91 Prozent der Entscheider bei Versicherern und Maklern sehen das Potenzial nicht ausgeschöpft. Insbesondere in der betrieblichen Altersversorgung (bAV) ist nach Ansicht der Assekuranten und der Makler der Bedarf noch nicht gedeckt. Gerade vor dem Hintergrund der Krise der Lebensversicherung können lukrative bAV-Lösungen als ein Zweig der kapitalgedeckten Altersvorsorge Geschäftskunden und deren Beschäftigte überzeugen. 64 Prozent der Versicherungen planen darüber hinaus Kooperationen mit Betreibern von Online-Vergleichsportalen, um den Vertrieb über das Internet anzukurbeln.

Die Presseinformation finden Sie auch online auf unserer Website: http://bit.ly/steria_insurance

Hintergrundinformationen
 Für die Studie "Branchenkompass 2013 Versicherungen" wurden im Juli und August 2013 100 Führungskräfte von 100 der größten Versicherungsgesellschaften und -makler in Deutschland zu ihren Investitionszielen und ihrer Geschäftspolitik bis 2016 befragt. Die Gesprächspartner waren Geschäftsführer oder Mitglieder der Geschäftsführung, Vorstandsvorsitzende oder andere Vorstandsmitglieder, Leiter des Marketings oder anderer zentraler Bereiche. Das Marktforschungsinstitut Forsa führte die Befragung im Auftrag von Steria Mummert Consulting in Telefoninterviews nach der Methode des Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) durch.

Kontakt:
 Birgit Eckmüller
 Steria Mummert Consulting
 Tel.: +49 (0) 40 22703-5219
 E-Mail: birgit.eckmueller@steria-mummert.de
 Jörg Forthmann
 Faktenkontor
 Tel.: +49 (0) 40 253185-111
 E-Mail: joerg.forthmann@faktenkontor.de

Pressekontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

birgit.eckmueller@steria-mummert.de

Firmenkontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

birgit.eckmueller@steria-mummert.de

Warum nennt sich eine PR-Agentur Faktenkontor? Weil Fakten über Kommunikationserfolge entscheiden. Journalisten suchen Fakten. Entscheider suchen Fakten. Kunden suchen Fakten. Wer harte Nachrichten, Entscheidungsgrundlagen und Nutzwertargumentationen sowie spannende

Geschichten liefert, setzt sich durch. Deshalb basiert unsere Kommunikationsarbeit für Pressestelle und Vertrieb unserer Kunden auf harten gründlich erhobenen Fakten. In hanseatischer Tradition nennen wir uns Faktenkontor. Das Kontor steht für hanseatisches Kaufmannstum, ein Selbstverständnis auf das sich unsere Kunden im täglichen Miteinander unbedingt verlassen können. Wie entstand das Faktenkontor? Das Faktenkontor ist aus der Unternehmensberatung Mummert Consulting hervorgegangen. Anfang 2006 firmierte die am 1. Januar 2003 gegründete Mummert Communications in Faktenkontor um.