

Herausforderungen für die Autoversicherung

Auskömmliche Gegenwart, ungewisse Zukunft – Marktumwälzung durch Direktvertrieb?

In der Autoversicherung wird momentan viel über rückläufige Prämieinnahmen und verschlechterte technische Ergebnisse geklagt. Dabei ist die größte deutsche Schadenversicherungssparte heute insgesamt ein auskömmliches Geschäft. Dunkle Wolken sind zwar am Horizont aufgezogen, aber momentan scheint noch die Sonne. Und Versicherer und Rückversicherer geben sich bislang recht gelassen, wenn es darum geht, ab wann der augenblickliche Abwärtstrend bei den Beitragseinnahmen gestoppt werden muss. Ausreichende Reserven aus den guten Vorjahren, solide Kapitalerträge und eine immer noch weiter rückläufige Schadenhäufigkeit haben bislang dafür gesorgt, dass der Druck auf die Autoversicherer nicht besonders hoch ist, den scharfen Preis- und Bedingungswettbewerb zu beenden.

Allerdings wird das Leben nicht mehr allzu lange so komfortabel bleiben: Spätestens für 2009 zeichnet sich die Rückkehr zu technischen Verlusten ab. Deshalb ist es für die deutschen Autoversicherer wichtig, heute aus einer Position der Ertragsstärke die richtigen Antworten auf einige Zukunftsherausforderungen zu finden, die in wenigen Jahren den Markt kräftig verändern könnten. Auf der diesjährigen Kfz-Fachtagung des aktuariellen Beratungshauses Meyerthole Radtke und Siems (MRS) ging es kürzlich in Köln genau um diese Frage: „Krafftahrt 2008 – Strategien in einem heiß umkämpften Markt“ lautete der Titel.

In seinem Einführungsvortrag brachte Onnen Siems, einer der Geschäftsführer von MRS, die Lage nüchtern auf den Punkt: Der Markt schrumpft weiter. Für die deutschen Versicherer werde es zunehmend wichtiger, über kreative Ausweichmanöver etwa bei neuen Produkten oder die Ausrichtung auf lukrative Nischenzielgruppen ihre Zukunft zu sichern. (Anmerkung: Der Vortrag von Siems er-

scheint als Aufsatz in der nächsten Ausgabe der ZfV).

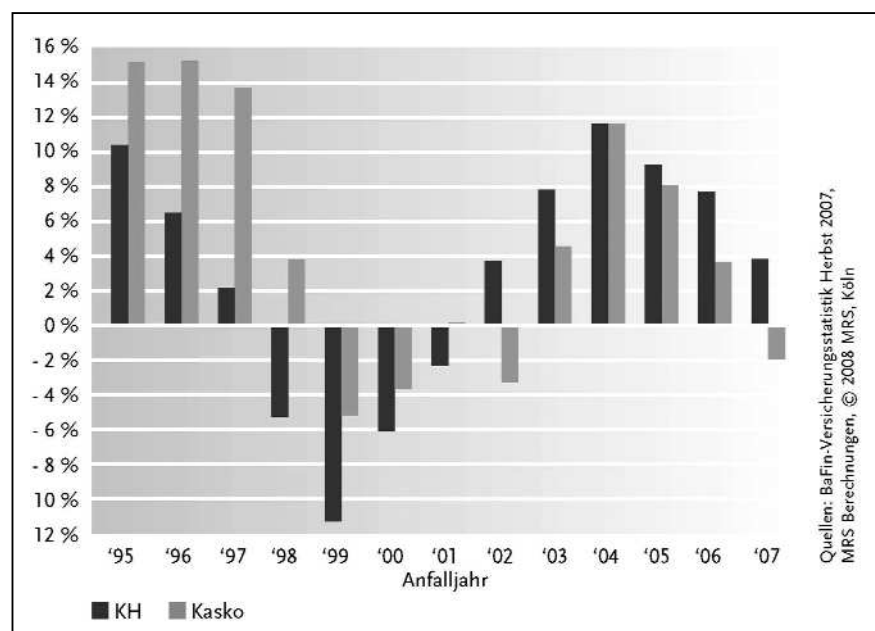
2008 noch mit ausreichendem Ergebnis – aber Spielraum für weiteren Preiswettbewerb schrumpft

Das Geschäft selbst, so das Fazit der Tagung, steht momentan noch auf recht soliden Füßen. Die Prämien werden zwar 2008 weiter abbröckeln. Andreas Kelb, Bereichsleiter E+S Rückversicherung, geht von $-2,5\%$ in K-Gesamt aus. Allerdings reduziere sich in KH auch die Schadenfrequenz weiter um etwa 1 bis 2%. Der Schadenaufwand dürfte um 1 bis 2% zulegen. Für das Kalenderjahr 2008 werde sich das technische Ergebnis weiter verschlechtern, insgesamt könne man aber noch von einem betriebswirtschaftlich ausreichenden Ergebnis ausgehen.

Wenn die Prämien nicht angehoben würden, müsse 2009 – betrachtet auf Anfalljahresbasis – mit einem deutlich negativen Ergebnis gerechnet werden. Kritisch sieht Kelb die Kalkulation für die zahlreichen neuen Werkstatttarife, die zum Teil einen Nachlass von bis zu 20% gewähren. „Als

Rückversicherer hoffe ich, dass am Ende nicht allzu viele Kunden diese Tarife abschließen“, so seine Antwort auf die Frage, ob diese Angebote ausreichend tarifiert seien.

Auch Dr. Andreas Meyerthole, Geschäftsführer von MRS, sieht die deutschen Autoversicherer momentan und in der nächsten Zukunft noch auf der auskömmlichen Seite. Er beschäftigte sich mit der Ergebnisentwicklung unter dem Blickwinkel der Anfalljahresbetrachtung. Nach seiner Auffassung ist bei „konservativen“ Annahmen hinsichtlich der Kapitalerträge und der Eigenkapitalverzinsung ein abgewickelter Anfalljahresergebnis von -2% in K-Gesamt immer noch auskömmlich für die deutschen Autoversicherer. Und von dieser Wasserscheide sei der deutsche Markt noch deutlich entfernt: Im Anfalljahr 2007 wird nach Schätzung von MRS in K-Gesamt ein abgewickelter technisches Ergebnis von $1,6\%$ erzielt. Für das Anfalljahr 2008 wird dieser Wert auf $0,1\%$ sinken. Damit, so Meyertholes Fazit, sei der Spielraum für weitere Preissenkungen immer noch nicht ausgeschöpft – aber er schrumpfe zusehends.



Anfalljahresergebnisse in KH und Kasko

Herausforderung Werkstatttarife

Die deutschen Autoversicherer sind also in der angenehmen Lage, aus einer durchaus komfortablen Ertragsposition über ihre künftigen Strategien im Markt nachdenken zu können. Denn es gibt erhebliche Herausforderungen für das klassische Geschäftsmodell der Autoversicherer. Schon seit längerem wird über sie diskutiert – aber erst allmählich beginnen sich die konkreten Auswirkungen abzuzeichnen. Da ist etwa der langjährige Trend zu einem verbesserten Schadenmanagement. Dieses Konzept hat mit der kürzlich vereinbarten Kooperation von HUK-Coburg und VHV beim Werkstattmanagement eine neue Dimension erreicht: Damit können nun potenziell die Schäden von fast 10 Mio. Fahrzeugen über Partnerwerkstätten gesteuert werden.

Von den betriebswirtschaftlichen Vorteilen, die sich damit künftig für die beiden großen Kfz-Versicherer ergeben, können kleinere und mittlere Versicherer nur träumen. Bislang sind Tarife mit Werkstattbindung in Deutschland noch kein echtes Massenprodukt. Einzig die HUK-Coburg kommt auf ansehnliche Stückzahlen – 1 Mio. Verträge sollen es bis Ende 2008 sein. Aber wenn die Entwicklung – getrieben vom immer härter werdenden Preiswettbewerb – ähnlich verläuft wie in England, dann wird die Werkstattbindung bald zum Standard gehören. Alle Versicherer, die hier nicht mithalten können, dürften erhebliche Probleme bekommen.

Herausforderung Autohersteller: Paketangebote als Wachstumstreiber

Auch von Seiten der Autohersteller und -händler droht zunehmend Konkurrenz. In den Autohäusern und bei den Herstellern wächst der Ertragsdruck. Die Bemühungen, über Finanzierung und Versicherung Mehrwert zu generieren und – wichtiger noch – den Kunden an die Werkstätten zu binden, werden überall intensiviert. Frank Motejat, einer der erfolgreichsten ostdeutschen Skoda-Händler (Ha-

„Die deutschen Autoversicherer sind in der angenehmen Lage, aus einer durchaus komfortablen Ertragsposition über ihre künftigen Strategien im Markt nachdenken zu können“

vel/Brandenburg), zeigte das große Potenzial auf, das beim Versicherungsverkauf im Autohaus noch gehoben werden kann. Bislang gebe es hier große Defizite bei der Steuerung und der Motivierung der Autoverkäufer, so seine Einschätzung. Aber durch eine kluge Provisionssteuerung der Verkäufer und eine klare strategische Ausrichtung der Autohausbesitzer auf den Versicherungsbereich eröffneten sich große Chancen. Motejat hält es für möglich, dass künftig 60% aller Neuwagen mit einer Versicherung über das Autohaus ausgestattet sein werden. Heute erreicht VW, der Marktführer bei der Versicherungsdurchdringung im Autohandel, ein Drittel.

Als besonders attraktiv haben sich die neuen Paketangebote für die Neuwagenfinanzierung mit eingeschlossener Kfz-Versicherung erwiesen. Diese neue „Flatrate“, die dem Kunden für einen festgelegten Zeitraum sämtliche Kosten für das Auto abnimmt, ist bei der Auto-Finanzierung mittlerweile ein echter Renner: Nur zwei Jahre nach Einführung wird

sie bereits bei rd. 50% aller Finanzierungen genutzt, so Horst Berger vom Arbeitskreis der Banken und Leasinggesellschaften der Automobilwirtschaft. Dadurch habe sich das Neugeschäft mit Versicherungen über die Autohersteller um rd. 44% erhöht.

Service-Flatrates als Antwort auf die Werkstatttarife

Und bei den neuartigen Kfz-Kosten-Flatrates, die die Versicherung zu einem Teilbaustein degradieren, ist das Ende der Fahnenstange noch lange nicht erreicht. Autohauschef Motejat kann sich zukünftig gut ein solches Paket auch für den Gebrauchtwagenhandel vorstellen. Gespräche darüber mit potenziellen Versicherungspartnern gebe es bereits. Diese Variante ist auch für alle Versicherer interessant, die bisher noch keinen Vertragspartner unter den Autoherstellern hatten. Im Neugeschäft ist der Markt ja weitgehend verteilt (Allianz und Nürnberger sind Marktführer); aber die meisten Händler bräuchten ohnehin in der Praxis noch einen zweiten Versicherungspartner, auf den sie im Bedarfsfall ausweichen könnten, so Motejat.

Die Kosten-Flatrates sind auch als Antwort der Automobilbranche auf die Werkstatttarife der Versicherer zu verstehen, so Dr. Konrad Weißner, Geschäftsführer der auf den Autobereich spezialisierten Marktforschungsgesellschaft plus. Mit diesen Paketen sollen die Kunden nicht zuletzt enger an die eigenen Werkstätten gebunden werden. Dabei sei es jedoch wichtig, sich die Margen im Reparaturgeschäft nicht durch zu knappe Kalkulation dieser Servicepakete ka-

Erfolgmodell Werkstattbindung

Kasko Select, die Kaskoversicherung mit Werkstattbindung der HUK-Coburg, ist zwei Jahre nach Einführung der Motor des anhaltend überdurchschnittlichen Wachstums der Gesellschaft. Im Neugeschäft entscheidet sich jeder zweite Vollkaskokunde für Kasko Select mit 20% Beitragsnachlass. Bis zur Jahresmitte erwarten die Franken einen Bestand von einer Million Verträgen mit Werkstattbindung.

puttzumachen, warnte Autohändler Motejat.

*„Pay as you Drive“
ohne Technik: Kfz-Versicherung
nach Tachostand*

Unterdessen läuft auch eine Entwicklung weiter, die das Kalkulationsmodell der Autoversicherer auf eine neue Grundlage stellen will. „Pay as you Drive“, die fahrstreckenindividuelle Abrechnung der Kfz-Versicherung, ist in Deutschland zwar bislang nicht über das Projektstadium hinausgekommen. Zu aufwendig ist offenbar bisher die dafür nötige technische Aufrüstung der Fahrzeuge. Aus den USA kommt aber nun ein neuer Ansatz, der ganz ohne „Black Box“ oder aufwendige GPS-Technik auskommt. In Texas bietet ein neues, kleines Versicherungsunternehmen namens MileMeter Inc. eine Autopolice an, die der Kunde für eine vorher festgelegte genaue Zahl von Meilen kaufen kann. Dabei gilt allein der Tachostand, der in den USA durch strenge gesetzliche Regulierung deutlich weniger manipuliert wird, als Messgröße. Im Schadenfall schickt der Versicherer einen Gutachter. Stellt der fest, dass der Kunde mehr Meilen zurückgelegt hat als bezahlt, ist der Versicherer leistungsfrei.

Chris Gay, CEO des jungen Start-up-Unternehmens, das für das Produktkonzept mit einem Innovationspreis von Amazon ausgezeichnet wurde, sieht die Fahrleistung als entscheidendes Kriterium für das Schadenrisiko eines Fahrers. Das neue Konzept helfe vielen Autofahrern, Prämien zu sparen und es sei außerdem noch gut für die Umwelt, weil bewusster gefahren werde. Wenn die bezahlte Kilometerzahl verbraucht sei, können man jederzeit Online oder per Handy Deckung nachordern. Diese „distance-based auto insurance“ stellt einen weiteren Schritt zur Individualisierung der Versicherungstarife dar. Ob sie durch die einfache technische Umsetzung auch das Einfallstor für Pay-as-you-Drive-Tarife in Deutschland werden könnte, muss sich zeigen.

Großbritannien: Immer nur Verluste

Die deutschen Autoversicherer und ihre Rückversicherer klagen schon, wenn sie zwei Jahre hintereinander eine Combined Ratio von über 100% verkraften müssen. In Großbritannien – ein Markt, der schon lange dereguliert ist und wo sich die etablierten Versicherer und die Direktanbieter seit vielen Jahren einen erbitterten Wettbewerb liefern – kann man darüber nur müde lächeln. Der Kfz-Markt in Großbritannien hat jetzt die Chance, in 2009 profitabel zu werden – nach 14 Jahren mit technischen Verlusten. In 2009, so erwarten es die Marktanalysten von Data-Monitor, dürften die Prämien das erste Mal seit 14 Jahren in Folge wieder stärker steigen als die Schadenaufwendungen. Ein bescheidener technischer Gewinn von etwa 30 Mio. Pfund wird dabei für die K-Versicherer auf der Insel herauspringen. Allerdings bleibt keine Zeit zum Ausruhen: 2010 soll sich der Wettbewerb wieder intensivieren, und es geht zurück in die roten Zahlen. Sieht so auch die Zukunft des deutschen Kfz-Marktes aus?

*Direktvertrieb: Durchbruch mit
den großen Namen – Bleiben
kleine Versicherer außen vor?*

Eine der größten Herausforderungen für die deutschen Autoversicherer ist schließlich der Aufstieg des Direktvertriebs. Schon früher wurde ihm ein Siegeszug vorausgesagt, aber alle euphorischen Prognosen haben sich bislang nicht erfüllt. Das könnte sich ändern, denn inzwischen sind es nicht mehr nur kleine Newcomer oder ausländische Versicherer, die sich hier engagieren, sondern auch große Marken der deutschen Assekuranz. Seit die HUK 24 den Durchbruch im Massengeschäft schaffte, hat sich das Geschäftsmodell geändert: Es geht nicht mehr um die Direktvertreiber, sondern um den Direktvertrieb – und zwar über das Internet.

Die klassischen Versicherer verkaufen über ihre hohe Markenbekanntheit zunehmend Policen online. Auf diese Weise könnte der Direktvertrieb, der hierzulande lange ein Schattendasein fristete, nach Ansicht von Jörg Vogel-sang, Berater bei MRS, doch noch zu einem Erfolgsmodell werden. Zwar werde man in den nächsten fünf Jahren wohl noch keine gewaltigen Wachstumssprünge mit Geschäftsanteilen von 25% oder mehr erreichen. (In Großbritannien liegt der Marktanteil bei 45%). Aber auch in

Deutschland ging es in den letzten Jahren aufwärts: Zwar liegt nach Schätzung von MRS der Marktanteil der klassischen Direktversicherer nur bei ca. 5%, aber der Marktanteil des Direktvertriebes insgesamt dürfte momentan schon zwischen 10 bis 15% betragen.

Wer keinen bekannten Markennamen hat, kann im Direktmarkt nur eine Rolle spielen, wenn er einen sehr großen Marketingaufwand treibt. So hat sich bislang neben dem langjährigen deutschen Direkt-Platzhirschen DA nur die Direct Line einigermaßen etabliert – und dafür sehr viel Geld ausgegeben. Wenn künftig immer mehr Geschäft direkt über das Internet läuft, verlieren die kleinen und mittleren deutschen Versicherer ohne einen großen Markennamen, die sich bislang auf ihren Ausschließlichkeitsvertrieb verlassen haben, in der Autoversicherung zunehmend Geschäft.

*„Seit die HUK 24 den
Durchbruch im
Massengeschäft
schaffte, hat sich
das Geschäftsmodell
geändert“*

Unverändert versuchen sich neue Anbieter im Direktgeschäft über den Preis zu profilieren. Das führt dazu, dass ein Newcomer wie die britische Admiral in Deutschland zunächst einmal mit Kampfpreisen angetreten ist. Nach einem Marktüberblick von MRS ist sie noch bis zu 30% billiger als die Discountangebote der HUK 24. (Das hat ihr in den ersten zehn Wochen auf dem deutschen Markt immerhin 9.000 Verträge eingebracht.)

Kalkulatorisch mag das Startangebot von Admiral jenseits von Gut und Böse sein. Aber es zeigt, wie attraktiv (und profitabel) der deutsche Markt offenbar immer noch ist, wenn ausländische Versicherer hier mit solchen Kampfpreisen starten.

Das Besondere am Engagement von Admiral: Die Münchener Rück ist als größter Anteilseigner mit im Boot. Immerhin 65% des Geschäftes sind nach einem Bericht der Financial Times Deutschland in München rückversichert. Auf diese Weise kann der Rückversicherer wenigstens die Talfahrt des Kfz-Prämienniveaus hierzu-lande direkt steuern. Und er weiß dann auch aus erster Hand, wann und wieso die Autoversicherung zukünftig wieder zu einem Sanierungsfall wird... M.S.

■ Umweltschäden in der Kfz-Deckung

Zum 1. April 2008 stellt die HUK-Coburg Kunden in der Kfz-Versicherung rückwirkend und ohne Mehrbeitrag vor öffentlich-rechtlichen Ansprüchen nach dem neuen Umweltschadengesetz zur Sanierung von Umweltschäden frei.

Der Schutz gilt rückwirkend für alle Schäden seit dem 30. April 2007, soweit sie ab dem 1. April 2008 bekannt werden. Die Versicherungssumme beträgt 5 Mio. Euro je Schadenfall und bis zu 10 Mio. Euro pro Jahr. Ein Schadenfall belastet den Schadenfreiheitsrabatt nicht.

Dr. Olaf Mudrack*

Das Adressenausfallrisiko der Versicherungsunternehmen und die Finanzkrise

In der gegenwärtigen Finanzkrise stehen die Versicherungsunternehmen weitgehend im Schatten der Banken. Dabei ist bei ihnen gegen ein wichtiges Risiko wesentlich schlechter Vorsorge getroffen als bei den Banken. Die Finanzkrise könnte die Aussichten steigern, die Öffentlichkeit für diese Schwachstelle zu interessieren, nämlich das so genannte Adressenausfallrisiko. Dies ist das Risiko, dass die Anlage bei einem einzelnen Schuldner bzw. in einem einzelnen Objekt ausfällt. Dieses Risiko ist bei den deutschen Versicherungsunternehmen so unzulänglich geregelt, dass der völlige oder sogar nur teilweise Ausfall einer solchen Anlage zur Insolvenz eines Versicherungsunternehmens führen kann. (Vereinfachtes) Szenario: das deutsche Lebensversicherungsunternehmen L mit einem gebundenen Vermögen von 9 Mrd. Euro und Eigenmitteln von 550 Mio. Euro hält zulässigerweise Aktien der Bank B im Buchwert von 1 Mrd. Euro. Der Buchwert der Aktien von B fällt um 55%.¹ Das Versicherungsunternehmen hat seine Eigenmittel verloren.

1. Die deutsche Regelung des Adressenausfallrisikos der Versicherungsunternehmen

Nach § 54 Abs. 1 VAG² ist das gebundene Vermögen³ so anzulegen, dass u.a. möglichst große Sicherheit unter Wahrung angemessener *Streuung* erreicht wird. Konkretisiert wird diese Vorschrift durch die Anlagenverordnung (AnIV),⁴ die in § 4 schuldnerbezogene Beschränkungen, also Streuungsvorschriften enthält. Gem. Absatz 1 Satz 1 des § 4 dürfen alle auf ein und denselben Aussteller (Schuldner) entfallenden Anlagen 5% des gebundenen Vermögens nicht übersteigen (wobei gem. Absatz 4 Satz 1 u.a. Aktien – ggf. zusammen mit bestimmten anderen Anlagearten – 10% des Grundkapitals ein und derselben Gesellschaft nicht übersteigen dürfen).

Ein Lebensversicherungsunternehmen mit einem gebundenen Vermögen von 9 Mrd. Euro darf also z.B. 450 Mio. Euro des gebundenen Vermögens in Aktien der Bank B anlegen, sofern diese mindestens ein Grundkapital von 4,5 Mrd. Euro hat.⁵

Die Anlage desjenigen Vermögens, das nicht zum gebundenen Vermö-

* Der Autor war vor seiner Pensionierung lange Jahre im Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen tätig. Er hat erstmals vor knapp 20 Jahren auf die unzulängliche Regelung dieses Risikos hingewiesen, vgl. Mudrack BB Beilage 12/1988 S. 25, 29 f.

¹ Bekanntlich fiel z.B. der Kurs der Aktien der Hypo Real Estate im Januar 2008 innerhalb weniger Tage um 50%, innerhalb der 52 Wochen, die am 11.2.08 endeten, betrug der Höchstkurs 52,78 Euro, der Tiefstkurs 17,16 Euro, vgl. FAZ vom 12.2.08, S. 21; der Kurs der IKB-Aktie verzeichnete innerhalb der 52 Wochen, die am 11.2.08 endeten, einen Höchstkurs von 33,06 Euro und einen Tiefstkurs von 4,96 Euro (vgl. FAZ v. 12.2.08, S. 9), also einen Rückgang auf 15% des Höchstkurses.

² Gesetz über die Beaufsichtigung der Versicherungsunternehmen (Versicherungsaufsichtsgesetz – VAG) i.d.F. der Bekanntmachung vom 17. Dezember 1992 (BGBl. 1993 I, S. 2), zuletzt geändert durch Gesetz vom 23.12.2007 (BGBl. I, S. 3248).

³ Das sind die Bestände des Sicherungsvermögens – früher Deckungsstock – und das sonstige gebundene Vermögen, welche die versicherungstechnischen Rückstellungen und die aus Versicherungsverhältnissen entstandenen Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten bedecken sollen. Das gebundene Vermögen macht bei Lebensversicherungsunternehmen im Durchschnitt etwa 90% der Bilanzsumme aus.

⁴ Verordnung über die Anlage des gebundenen Vermögens von Versicherungsunternehmen (Anlageverordnung – AnIV) vom 20.12.2001, zuletzt geändert durch die zweite Änderungsverordnung vom 21.12.2007, BGBl. I, S. 3278.

⁵ Eine Anlage in Bankaktien wird hier deshalb zugrunde gelegt, weil eine solche Anlage das Adressenausfallrisiko derzeit angesichts der Finanzkrise besonders deutlich werden lässt. Statt Aktien kämen auch andere Titel, z.B. Anleihen, in Betracht.