

Ist die Kfz-Versicherung noch profitabel?

Prämienverfall, Ergebnisverfall, bescheidene Ziele

Wann ist der Punkt erreicht, an dem man sich ernsthaft Sorgen um die deutschen Kfz-Versicherer machen muss? Seit Jahren befindet sich der Markt in einer scheinbar unaufhaltsamen Abwärtsbewegung: Die Prämien und das technische Ergebnis erodieren, aber der Wettbewerb geht munter weiter. Offenbar ist das Geschäft bislang insgesamt immer noch auskömmlich gewesen. Aber wie lange noch? Auf der diesjährigen Kfz-Versicherungskonferenz des aktuariellen Beratungshauses Meyerthole Siems Kohlruß (MSK) Anfang Februar in Köln gab es Antwort auf diese Frage. „Es wird enger“, so das nüchterne Fazit von MSK-Geschäftsführer Dr. Andreas Meyerthole.

Meyerthole lieferte eine Rentabilitätsprognose 2010 für die deutsche Kfz-Versicherung. Sie fällt düsterer aus als in den Vorjahren. Die Schätzungen der Aktuarer ergeben für 2009 ein negatives Ergebnis in Kraftfahrt-Haftpflicht von 0,6% (Vorjahr: ca. +2%). „Damit könnte man noch leben“, so Meyertholes Einschätzung. Aber in Kasko sei das Ergebnis bedenklich schwach: MSK erwartet ein technisches Ergebnis von -7,1%. Das wäre zwar besser als das von Naturschäden geprägte Jahr 2008; aber angesichts einer freundlichen Schadenentwicklung in 2009 hätte das Ergebnis günstiger ausfallen müssten. Darin spiegelte sich deutlich der Preisverfall der letzten Jahre wider.

How low can you go?

Die Preisfrage für die deutschen Autoversicherer lautet nun: Wie schlecht dürfen die technischen Ergebnisse sein, damit am Ende keine Verluste in der Bilanz stehen? In einem einfachen Szenario versucht MSK diese Frage zu beantworten: Für die Kapitalerträge setzen die Aktuarer recht konservativ einen Zinssatz von 3% an. Das führe zu zusätzlichen Erträgen in

Höhe von rd. 5% der Beiträge. Der Eigentümer erwarte auf sein eingesetztes Kapital eine Rendite von etwa 15%. Die Solvabilitätsspanne beträgt nach Solvency I ca. 20% der Beiträge. (Solvency II werde sich auf Kfz nicht unbedingt kapitaltreibend auswirken.) Um die Renditeerwartung zu erfüllen, seien also im Ergebnis rd. 3% der Beiträge an den Eigentümer abzuführen.

Fazit: Das abgewinkelte versicherungstechnische Ergebnis muss besser als -2% sein, wenn ein Aktionär bedient werden soll. Für Break Even darf das technische Ergebnis nicht unter -5% fallen. Insgesamt schätzt Meyerthole für 2009 ein technisches Ergebnis von -3,1%. Das reichte nicht mehr aus, um große Gewinne auszusütten.

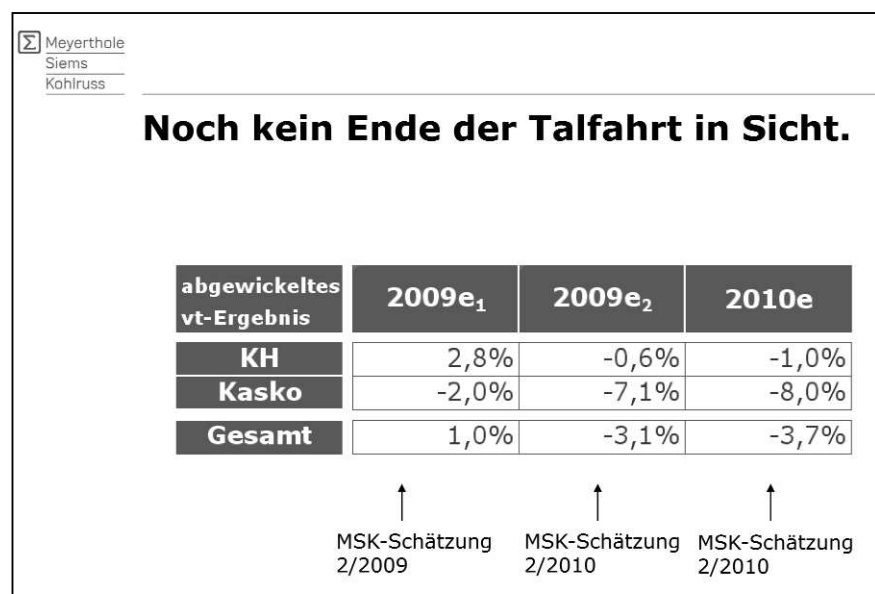
Für 2010 dürfte sich das Bild dann noch weiter eintrüben: MSK geht von einem technischen Ergebnis von -3,7% aus. Vor allem in Kasko verfallen die Beiträge weiter (-4,0%). Damit wird Kfz zwar über den ganzen Markt gerechnet wahrscheinlich nicht zum

„Wie schlecht dürfen die technischen Ergebnisse sein, damit am Ende keine Verluste in der Bilanz stehen?“

Verlustbringer, und die Existenz der Sparte steht auch noch nicht auf dem Spiel. Aber Gewinne werden in Kfz eben kaum noch gemacht – und der Spielraum für weitere Preisexperimente ist praktisch aufgebraucht.

Mehr als nur das Existenzminimum gefordert

Vertreter von großen Rückversicherern kritisierten auf der Tagung diese Rechnung als zu positiv: Es komme eben nicht nur darauf an, am Rande des Existenzminimums dahinzugehetieren und Verluste zu vermeiden. „Wir müssen wieder Kaufleute sein in Kfz“, forderte Rainer Fischer von der Swiss Re. Es dürfe nicht das Ziel bleiben, in Kfz nur so gerade eben die Kosten zu erwirtschaften, sondern es müsse neben der Rendite für den Aktionär auch ein Überschuss erwirtschaftet werden, der Wachstum und Investitionen in die Zukunft ermögliche. Dafür sei eine Combined Ratio von mindesten 96% nötig.



Quelle: K-Konferenz 04.02.2010 Köln © 2010 Meyerthole Siems Kohlruß

Spannend wird die Betrachtung der Profitabilität im deutschen K-Markt, wenn man sich vor Augen hält, das einige große Marktteilnehmer keine Aktionärsinteressen bedienen müssen, weil sie Versicherungsvereine sind. Bei ihnen ist der Spielraum also deutlich weiter. Sie werden auch in Zukunft den Markt in Bewegung halten und die Aktiengesellschaften weiter unter Druck setzen.

Erträglich bleibt die Situation im unvermindert scharfen Wettbewerb künftig nur dann, wenn die Schäden wie in den letzten Jahren weiter rückläufig sind. Hier gibt es allerdings gegenläufige Signale. Im 3. Quartal 2009 ging der Schadenbedarf gegen die Erwartung nach oben. Eine gute Erklärung dafür habe bislang noch keiner, stellte Meyerthole fest. Einige führen die zunehmend verbreiteten Rabattschutztarife an, weswegen nun verstärkt auch Schäden gemeldet

würden, die der Kunde früher selbst bezahlt habe. Andere weisen darauf hin, dass die höhere Zahl von Neuwagen auf den Straßen als Folge der Abwrackprämie die Schäden bei Unfällen in die Höhe treibe, weil vermehrt Neuwagen betroffen seien.

Der Verfall der Profitabilität ist allerdings nicht die einzige aktuelle Herausforderung, vor der die deutschen Autoversicherer stehen: Da ist etwa noch die zunehmende Konkurrenz der Autohersteller, denen in den nächsten Jahren ein Marktanteil am Versicherungsgeschäft mit Neuwagen von gut 50% vorhergesagt wird. Da ist außerdem die stark steigende Bedeutung des Vertriebsweges Internet, der das Geschäftsmodell kräftig durcheinanderwirbeln wird. Es ist also auch in Zukunft nicht einfach, in Deutschland ein erfolgreicher Autoversicherer zu sein.

M.S.

■ Allianz und Daimler

Die Daimler Financial Services AG und die Allianz haben eine gemeinsame Vereinbarung zur weltweiten Zusammenarbeit abgeschlossen. Durch das Kooperationsabkommen wird die Allianz zum strategischen Partner von Daimler im internationalen Autoversicherungsgeschäft. Die laufende Vereinbarung zur Zusammenarbeit der Mercedes-Benz Bank mit der HDI Direkt Versicherungs AG zum Kfz-Versicherungsgeschäft in Deutschland sei davon nicht betroffen, heißt es in einer Pressemitteilung.

Neben der bereits bestehenden Zusammenarbeit in zahlreichen osteuropäischen Märkten und in Australien übernimmt die Allianz auf Basis der Vereinbarung nun auch das Kfz-Versicherungsgeschäft für Daimler-Fahrzeuge in Italien. Bei Ausschreibungen in den rund 40 Auslandsmärkten von Daimler Financial Services wird zukünftig die Allianz als bevorzugter Partner für die Kfz-Versicherung und Garantievericherung berücksichtigt.

„Wir haben unsere weltweite Kompetenz in der Geschäftseinheit Global Automotive gebündelt, um mit Kunden wie Daimler Insurance Services eine echte Entwicklungspartnerschaft eingehen zu können“, sagte Karsten Crede, Vorstand der Allianz Global Corporate & Specialty AG. Seit über 80 Jahren gibt es eine Zusammenarbeit zwischen Daimler und der Allianz.

Crede hatte in seiner Zeit als Verantwortlicher für den Versicherungsbereich bei VW das Geschäft mit dem Partner Allianz kräftig ausgebaut und Volkswagen in Deutschland zum erfolgreichsten Autohersteller beim Verkauf von Versicherungspolice für die Neuwagenkunden gemacht. Insofern ist die intensivierte Zusammenarbeit von Daimler mit der Allianz durchaus als Kampfansage an einen Markt zu verstehen, der insgesamt bislang deutlich hinter seinen Möglichkeiten zurückgeblieben ist.

Alle lieben Rückversicherer

Auf einmal sind traditionelle Rückversicherer wieder attraktiv. Jahrelang senkten die Analysten die Daumen: Das kapitalintensive, stark von den Launen der Natur und den natürlichen Zyklen der Versicherungsmärkte abhängige Geschäft versprach keine Überrenditen, höchsten mit neuem Kapital auf Bermuda war ein schneller, heißer Dollar zu machen. Warren Buffett, der schon lange in seinem Finanzimperium der Rückversicherung die Treue hält, hat nun mit seinem überraschenden Einstieg bei der Munich Re, wo er sich im Januar mit 3% einkaufte, einen neuen Trend gesetzt. Und plötzlich sprechen die Analysten vom Charme einer soliden, gut kapitalisierten Branche, die bislang unterbewertet sei. Auch die Munich Re kann aufatmen: Vor der Krise musste sie sich noch gegen frivole Strategievorschläge von Hedgefondsmanagern wehren, die eine Zerschlagung des Konzern favorisierten. Jetzt hat sie einen neuen Ankeraktionär, der genau wie sie auf Langfristigkeit und Solidität setzt und ihr Geschäftsmodell kennt.

Und in diesem allgemeinen Stimmungshoch können die Rückversicherer eigentlich gar nichts mehr falsch machen: Wenn die Schäden sinken, hoffen die Analysten jetzt auf ein besseres Ergebnis. Wenn die Schäden steigen, hoffen die Analysten auf höhere Preise (und auf ein besseres Ergebnis in der Zukunft). In der Vergangenheit war es genau andersherum: Damals konnten die Rückversicherer den Kapitalmarktauguren nichts Recht machen: Gab es hohe Schäden, warnten die Analysten vor einem Ergebniseinbruch. Gab es keine Schäden, warnten sie vor einem Prämieeinbruch zur nächsten Erneuerung. So schön kann positives Denken auf den Kapitalmärkten sein...

M.S.