

Cash.EXKLUSIV

BERUFSUNFÄHIGKEITSVERSICHERUNG

Greifbarer Bedarf



Frank O. Milewski, Chefredakteur

Die jüngst entbrannte Diskussion in der Öffentlichkeit um das Für und Wider einer Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) ist eher akademischer Natur. Auch wenn das Zahlenmaterial zur BU selbst etwas dünn ausfällt, ist es auf Seiten des Bedarfs umso üppiger. Rund 43 Millionen Deutsche befinden sich derzeit in Lohn und Brot, aber nur 17 Millionen von ihnen sind dafür gewappnet, sollten sie aus gesundheitlichen Gründen zeitweilig oder aber endgültig aus dem Berufsleben ausscheiden müssen.

Im Umkehrschluss bedeutet das, dass rund 60 Prozent der Erwerbstätigen nicht privat vorgesorgt haben, sollten Krankheiten oder Unfälle die Karriere vorzeitig beenden. Dass dies gar nicht so selten ist, belegen Zahlen wiederum sehr deutlich. Denn jeder fünfte Bundesbürger

schafft es nicht, seinen Beruf bis zum Beginn der Rentenphase durchzuhalten. Die Dimension des Absicherungsbedarfs in Deutschland wird auch an einer weiteren Zahl deutlich. Allein im Jahr 2015 hat die deutsche Versicherungswirtschaft 3,44 Milliarden Euro in Form von Einmal- oder Rentenleistungen an berufsunfähige Kunden ausgezahlt.

Private Vorsorge tut also offenkundig not. Nicht zuletzt deshalb, weil der deutsche Staat sich mit der Rentenreform vor 15 Jahren aus dem Schutz vor Berufsunfähigkeit weitestgehend verabschiedet und die Leistung der gesetzlichen Berufsunfähigkeitsrente stark eingeschränkt hat. Wer nach dem 2. Januar 1961 geboren wurde, hat nur noch die Chance auf eine staatliche Erwerbsminderungsrente. Um diese jedoch in voller Höhe erhalten zu können, muss der Antragsteller nachweisen, dass er täglich höchstens drei Stunden arbeiten kann. Steigt der Zeitraum auf bis zu sechs Stunden, halbiert sich die ohnehin schon geringe Rente noch einmal. Weiterer Haken: Beides gilt auch nur dann, wenn der Antragsteller zuvor fünf Jahre in die Rentenkasse eingezahlt hat.

Die Gründe, sich privat gegen den Fall der Fälle abzusichern, sind also vielfältig. Gebraucht wird in jedem Fall eine kompetente Beratung, um eine auf die jeweilige Lebenssituation des Kunden passgenaue Absicherung zu erhalten. Die Dialog Lebensversicherung bietet eine ganze Palette an Produkten, um sich gegen eine Berufsunfähigkeit abzusichern. Dies gilt auch für Berufseinsteiger, denn frühzeitige Vorsorge spart zudem Geld.

Inhalt

48 Türöffner gesucht

Neue Konzepte sind gefragt, um die Durchdringungsquote für den BU-Schutz signifikant zu erhöhen

50 Biometrische Risiken absichern, Gesundheit fördern

Olaf-Axel Engemann und Hartwig Haas, Dialog, über das Angebot im Bereich BU und Änderungen im Vertrieb

Cash.Exklusiv **Berufsunfähigkeitsversicherung**
in Kooperation mit:

Dialog:
Lebensversicherungs-AG

Türöffner gesucht

BERUFUNFÄHIGKEITSVERSICHERUNG Obwohl statistisch gesehen jeder fünfte Deutsche berufsunfähig wird, ist der BU-Schutz noch immer nicht flächendeckend in der Bevölkerung verankert. Doch die Versicherer wollen daran arbeiten, dass sich die Durchdringungsquote deutlich erhöht.

Da ist noch Luft nach oben: Nur etwa ein Fünftel (22 Prozent) der Deutschen verfügte im vergangenen Jahr laut einer Umfrage des Marktforschungsinstituts YouGov über eine Erwerbs- oder Berufsunfähigkeitsversicherung. Der Verzicht auf eine Absicherung wurde am häufigsten mit den Kosten (47 Prozent) begründet.

Rund ein Viertel der Befragten (27 Prozent) erklärte, sich generell noch nicht mit der Thematik Erwerbsunfähigkeit beschäftigt zu haben. Dass fast jeder zweite Deutsche (46 Prozent) angab, Personen aus dem eigenen Umfeld zu kennen, die erwerbs- oder berufsunfähig geworden sind, schein „keinen merklichen Einfluss auf die eigene Absicherung zu haben“, gaben die Studienmacher zu bedenken. Das Motto lautet offenbar: „Mich wird es schon nicht treffen“.

Obwohl statistisch gesehen jeder fünfte Deutsche berufsunfähig wird, ist der BU-Schutz noch immer nicht flächendeckend in der Bevölkerung verankert. Also sind Strategien für eine größere Marktdurchdringung gefragt. Die Dialog Lebensversicherung ist Spezialversicherer für biometrische Risiken. Mit ihrem Angebot deckt die Dialog die Risiken Todesfall, Berufsunfähigkeit und Erwerbsunfähigkeit ab. Das Hauptgeschäftsfeld ist dabei die Risikolebensversicherung. „Risikoleben ist für den Makler ein wichtiger Teil seiner Gesamtvorsorgeberatung – ein Türöffner für den erfolgreichen Verkauf notwendiger anderer Versicherungsarten“, betont Hartwig Haas, Leiter Vertrieb und Marketing der Dialog Lebensversicherungs-AG.

Hier sei als wichtigste biometrische Absicherung die Berufsunfähigkeitsversicherung zu nennen. „Unsere Philosophie in der Berufsunfähigkeit lautet: Es kommt in der Versicherung auf das Gesamtpaket und nicht auf einzelne herausgehobene Features an. Wir stellen dem Makler ein Paket zur Verfügung, in dem alle Leistungsmerkmale stimmen. So erhalten seine Kunden ei-



Die BU-Versicherung bietet Schutz gegen das Risiko „Verlust der Arbeitskraft“.

nen zuverlässigen Schutz gegen das Risiko „Verlust der Arbeitskraft“, so Haas. Das Unternehmen will seine Berufsunfähigkeitsversicherung im Rahmen einer speziellen Informationskampagne stark promoten und erwartet dadurch ein Aufrücken in die Top Five der Anbieter.

Dass sich der Abschluss einer Berufsunfähigkeitsversicherung für die Kunden lohnt, zeigt eine Auswertung des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV). Demnach haben Versicherte, die bei Berufsunfähigkeit Leistungen beantragen, in mehr als drei Viertel der Fälle Erfolg. Die erstmals erhobene Branchenstatistik zeigt, dass im Jahr 2014 knapp 77 Prozent der Versicherten die von ihnen beantragte BU-Leistung auch erhielten. Versicherer gaben nur bei knapp sechs Prozent der Anträge ein Gutachten in Auftrag, um die geltend gemachten Ansprüche näher zu prüfen.

Die Gutachten bestätigten dann in 60 Prozent der Fälle eine Berufsunfähigkeit und entschieden damit im Sinne des Antragstellers. Darüber hinaus macht die Sta-

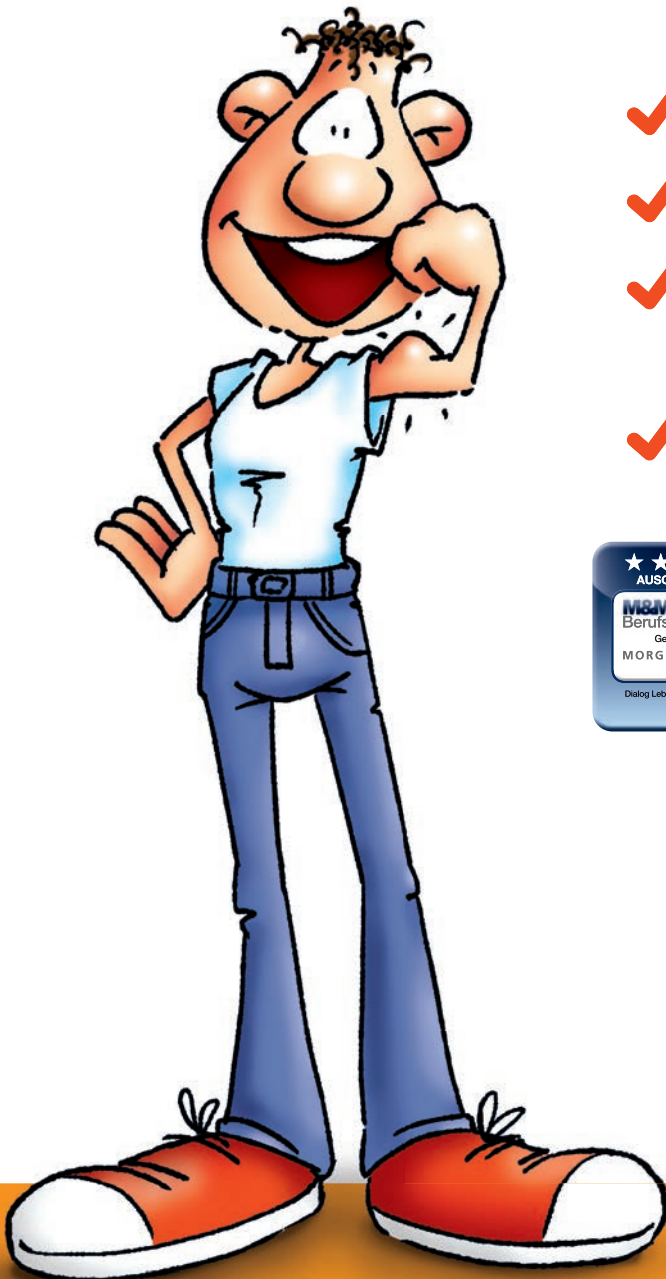
tistik deutlich, dass die Aussichten auf einen BU-Vertrag größer sind als gemeinhin angenommen wird: Von rund 823.000 BU-Interessenten erhielten 776.000 ein Vertragsangebot, um sich gegen eine Berufsunfähigkeit abzusichern.

Dies entspricht einer Annahmequote von über 94 Prozent. „Die Unternehmen leisten – schnell und unkompliziert. Gutachten spielen nur eine Nebenrolle. Zudem bekommt so gut wie jeder, der sich gegen Berufsunfähigkeit absichern möchte, auch ein Angebot von einer Versicherung“, fasste Peter Schwark, Mitglied der GDV-Hauptgeschäftsführung, die Umfrageergebnisse zusammen. Es gibt gute Gründe für eine weitere Verbreitung dieses Versicherungstyps in der Bevölkerung. Denn das ist das Ziel der Versicherer. Die Dialog hat bereits angekündigt, gemeinsam mit der Branche daran arbeiten zu wollen, dass sich die Durchdringungsquote bei der Berufsunfähigkeitsversicherung deutlich erhöht. ■

Kim Brodtmann, Cash.

Stark in BU

SBU-solution® | SBU-professional



- ✓ Lebensphasenmodell
- ✓ Überbrückungshilfe
- ✓ Geringe Einstiegsprämie mit SBU-solution®
- ✓ Wechsel ohne Gesundheitsprüfung



www.dialog-leben.de/stark-in-bu

DER Spezialversicherer für biometrische Risiken

Biometrische Risiken absichern, Gesundheit fördern

INTERVIEW mit Olaf-Axel Engemann, Generalbevollmächtigter Vertrieb Deutschland, und Hartwig Haas, Leiter Vertrieb/Marketing der Dialog Lebensversicherungs-AG.

Herr Engemann, Herr Haas, die Makler haben es heute schwer: Provisionen werden reduziert, verschiedene Gesellschaften fahren ihr Maklergeschäft zurück oder stellen es ganz ein. Wie sieht es bei der Dialog aus?

Engemann: Die Dialog ist ein ausschließlicher Maklerversicherer und bekennt sich klar zum Maklervertrieb. Bei den erklärungsbedürftigen biometrischen Produkten, auf die wir uns fokussieren, braucht der Kunde fachliche Beratung. Wer ist hierzu besser geeignet als der Makler, der das Marktangebot kennt, nur seinem Wissen und Gewissen verpflichtet ist und die persönliche Bedarfssituation des Kunden im Auge hat?

Haas: Erfreulicherweise bleibt in einem schrumpfenden Vermittlermarkt die Zahl der Makler stabil. Wir machen uns daher keine Sorgen um den Maklerkanal. Auch in Zukunft werden wir unseren Vertriebspartnern mit bedarfsgerechten Produkten und einem exzellenten Service zur Seite stehen. *Im Vertrieb der Dialog und der Generali Versicherungen gab es im Frühjahr 2016 erhebliche Umstellungen. Was sind die Hintergründe?*

Engemann: Innerhalb der Generali in Deutschland haben wir das Maklergeschäft im Retailbereich der Lebensversicherung komplett bei der Dialog angesiedelt. In der Vergangenheit waren wir mit den Generali Versicherungen in München und der Dialog doppelgleisig unterwegs, jetzt haben wir eine klare Struktur. Ausschlaggebend für die Entscheidung pro Dialog waren und sind ihre einzigartige Kompetenz in der Zusammenarbeit mit den Maklern, ihre hervorragenden Produkte und ihr ausgezeichnete Service, nicht zu reden von dem dauerhaften wirtschaftlichen Erfolg mit kontinuierlichem Wachstum. Die Generali Versicherungen konzentrieren sich jetzt auf ihre Stammorga und das Kompositgeschäft.

Das bedeutet aber auch zusätzliches Geschäft bei der Dialog. Wie wollen Sie es stemmen?

Haas: Wir haben unsere Organisation größer und schlagkräftiger gemacht. Zum einen haben wir die Zahl der Maklerbetreuer erhöht, um eine intensive flächendeckende Betreuung zu sichern. Zum anderen haben wir mit dem Vertriebs-Service-Center eine neue vertriebspartnernahe Organisationseinheit mit hoher Erreichbarkeit geschaffen. Im Rahmen unserer Digitalisierungsstrategie entwickeln wir für unsere Vertriebspartner neue Tools und digitale Services, die ihnen die Arbeit erleichtern und sie schneller zum fertigen Antrag kommen lassen.

Sie haben gerade das Stichwort Produkte gegeben. Nach unserer Kenntnis konzentriert sich die Dialog in ihrem Angebot ausschließlich auf biometrische Produkte. Wird sich hieran etwas ändern?

Haas: Nein, in unseren Märkten Deutschland und Österreich sind und bleiben wir der führende Spezialversicherer für biometrische Risiken. Mit stabiler Marktpräsenz werden wir unseren Kunden weiterhin Schutz vor den existenziellen Risiken gewähren. Unsere Produkte zeichnen sich durch Top-Bedingungen, ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, einmalige Variabilität und hohe Flexibilität aus. Unsere Vertriebspartner schätzen neben hoher Qualität und marktgerechten Preisen vor allem die Anpassbarkeit unserer Tarife an die individuelle Bedarfssituation des Kunden. Auch die Preisstabilität ist ein wichtiger Pluspunkt: Wir haben unsere Bruttoprämien noch nie erhöht, dafür aber vor einiger Zeit den Abstand zwischen Brutto und Netto verringert, um den Kunden ein günstigeres Garantieniveau zu sichern.

Engemann: Auch unsere Finanzkraft ist für den Makler ein wichtiges Kriterium. Internationale Rating-Agenturen wie Fitch und Moody's bescheinigen uns eine hohe Finanzstärke, zudem sind wir Teil der Generali in Deutschland, des zweitgrößten Erstversicherers auf dem deutschen Markt mit entsprechender Finanzstärke. Solvency II stellt für uns kein Problem dar; wir haben

eine hohe dreistellige Solvenzquote. Das ist darin begründet, dass wir ein auf die Biometrie spezialisierter Versicherer sind und kein traditionelles Zinsgarantiegeschäft haben, welches wir zukünftig mit hohem Eigenkapital bedecken müssten.

Lassen Sie mich meine Produktfrage spezifizieren: Welche biometrischen Risiken decken Sie ab, wie ist Ihre Marktposition in den einzelnen Segmenten?

Haas: Mit unserem Angebot decken wir die Risiken Todesfall, Berufsunfähigkeit und Erwerbsunfähigkeit ab. Auf den Punkt gebracht: Wir als Dialog verkaufen keine Produkte, wir verkaufen Beratungsansätze. Unsere Vertriebspartner wählen hieraus das für ihren Kunden geeignetste Produkt in der passenden Konfiguration aus. Unser Hauptgeschäftsfeld ist die Risikolebensversicherung; hier nehmen wir mit einem Anteil von 22,9 Prozent die Spitzenposition im Maklermarkt ein. Im Frühjahr 2016 hatten wir mit RISK-vario® und RISK-vario® Premium zwei neue, bedingungsmaßig stark optimierte Tarife auf den Markt gebracht, die bei den Maklern auf sehr positive Resonanz gestoßen sind. Dabei liegt der Premium-Anteil bei nahezu 50 Prozent – ein Zeichen, dass ein hohes Schutzniveau gefragt ist. Risikoleben ist für den Makler ein wichtiger Teil seiner Gesamtvorsorgeberatung – ein Türöffner für den erfolgreichen Verkauf notwendiger anderer Versicherungsarten. Hier ist als wichtigste biometrische Absicherung die Berufsunfähigkeitsversicherung zu nennen. Wir bieten top-geratete Produkte an: den klassischen Tarif SBU-professional mit einem über die Laufzeit konstanten Beitrag und den altersabhängig kalkulierten Tarif SBU-solution®, der jungen Leuten einen Vollschutz zu äußerst günstigen Beiträgen ermöglicht. Unsere Philosophie in der Berufsunfähigkeit lautet: Es kommt in der Versicherung auf das Gesamtpaket und nicht auf einzelne herausgehobene Features an. Wir stellen dem Makler ein Paket zur Verfügung, in dem alle Leistungsmerkmale stimmen. So erhalten seine Kunden



Leiter Vertrieb/Marketing Hartwig Haas (links) und Generalbevollmächtigter Vertrieb Deutschland Olaf-Axel Engemann: „Wir verkaufen keine Produkte, wir verkaufen Beratungsansätze.“

einen zuverlässigen Schutz gegen das Risiko „Verlust der Arbeitskraft“. Mit unserem speziellen BU-Expertenteam, das sich aus kompetenten Fachleuten zusammensetzt, stehen wir unseren Vertriebspartnern in allen Fragen von der Angebotserstellung bis hin zur Policierung persönlich zur Verfügung. In diesem Jahr werden wir unsere Berufsunfähigkeitsversicherung im Rahmen einer speziellen Informationskampagne stark promoten und erwarten dadurch ein Aufrücken in die Top Five der Anbieter. Mit der Branche hoffen und arbeiten wir daran, dass sich die Durchdringungsquote bei der Berufsunfähigkeitsversicherung, ausgehend von derzeit knapp 30 Prozent, deutlich erhöht.

Furore macht die Generali derzeit mit ihrem neuen Vitality-Angebot. Ist die Dialog hier auch beteiligt?

Engemann: Die Generali in Deutschland hat die neue Strategie „Simpler, Smarter for

You“ entwickelt, die als Kernelement den Kunden noch stärker in den Fokus rückt. Eine Säule dieser Strategie stellt das Thema „Smart Insurance“ dar, also smarte Produkte, Prozesse und digitale Tools. Hierzu gehört auch Generali Vitality: Es ist ein Versicherungsprogramm, das gesundheitsbewusstes Verhalten fördert, um Gesundheit und Lebensqualität der Kunden zu verbessern. Generali Vitality belohnt den Kunden, wenn er sich körperlich betätigt, gesund ernährt und regelmäßig zu Vorsorgeuntersuchungen geht. Jede dieser Aktivitäten ist mit einem Punktekatalog verbunden. Die angesammelten Punkte definieren dann einen Status, der zu entsprechenden Rabatten beim Versicherungsschutz und bei unseren Partnerunternehmen führt. Zur Gewährleistung des Datenschutzes werden alle Kundendaten bei einer unabhängigen Gesellschaft gesammelt, die dem Versicherer nur den Status der Kunden übermittelt.

Mehr erfährt der Versicherer nicht. Und der Status wird von der Versicherung nur verwendet, um den Versicherungsbeitrag für das Folgejahr festzulegen. Die Teilnahme an dem Programm ist absolut freiwillig, unsere normalen Produkte werden auch weiterhin angeboten. Nun zu Ihrer Frage, ob die Dialog auch beteiligt ist. Ja, seit wenigen Wochen bieten wir als erster Maklerversicherer in Deutschland das Generali-Vitality-Programm an. Und zwar in Verbindung mit unseren Risikolebensversicherungen unter dem Label RISK-vario® Vitality. Der neue Tarif bietet dem Makler deutliche Vorteile: Er verschafft ihm den Zugang zu jungen, sportbegeisterter und gesundheitsbewusstesten Menschen, also der idealen Zielgruppe für die Risikolebensversicherung. Da Fitness und Sport oft in Gruppen betrieben werden, besteht die Möglichkeit einer weiteren Kundenansprache. Die Prämienrabatte erleichtern den Vertragsabschluss: Die Einstiegsprämie für alle, die mitmachen, ist sieben Prozent günstiger; im weiteren Verlauf können bis zu elf Prozent gespart werden. Schließlich gibt der neue Tarif dem Makler die Möglichkeit, seine Kunden regelmäßig zu kontaktieren und auf das Programm und seine Vorteile anzusprechen. Dies beinhaltet auch die Chance des Cross-Sellings: Der Makler lernt so die Bedürfnisse seiner Kunden nach weiteren Absicherungen besser kennen. In der Ausschließlichkeit bieten die Generali Versicherungen Generali Vitality schon seit einiger Zeit an; die Verkaufserfolge übersteigen bei Weitem die Erwartungen. Angesichts der einzigartigen Vorteile gehen wir davon aus, dass sich auch die Makler für das neue Programm begeistern werden. Wir erwarten daher nennenswerte Umsatzzuwächse.

Hier stellt sich mir die Frage, warum Sie nicht auch die Berufsunfähigkeitsversicherung in Verbindung mit dem Vitality-Programm anbieten.

Engemann: Meine Antwort lautet: Step by step. Wir arbeiten daran und werden unsere Berufsunfähigkeitsversicherung in der Kombination mit dem Generali-Vitality-Programm voraussichtlich im zweiten Quartal dieses Jahres auf den Markt bringen. Auch hier erwarten wir eine positive Reaktion der Makler wie der Verbraucher. Sie dürfen gespannt sein.

Herr Engemann, Herr Haas, wir danken Ihnen für das Gespräch. ■

Das Gespräch führte
Frank O. Milewski, Cash.