

PRODUKTINNOVATIONEN IN DER PERSONENVERSICHERUNG

INNOVATIVE PRODUKTENTWICKLUNG

Im Mittelpunkt aller Produktinnovationen steht der Kunde. In der Lebensversicherung stehen darüber hinaus alle Überlegungen unter dem Vorbehalt, dass zukünftige Produkte an den Regelungen der Einkommensbesteuerung, die voraussichtlich noch einmal diskutiert werden, ausgerichtet sein müssen.

Um eine Produkteinführung erfolgreich durchzuführen, ist im Vorfeld eine Reihe von Fragen unter Einbeziehung verschiedener Unternehmensfunktionen zu klären:

Stimmt das Produkt mit den Lebensgewohnheiten der potenziellen Kunden überein und deckt es deren wahrgenommene Risiken? Haben die potenziellen Kunden die Möglichkeit, die Vorteile der Neuerung wahrzunehmen und kennen zu lernen?

Ist ein attraktiver und ausreichend großer Markt vorhanden? Werden die Vorteile gegenüber Konkurrenzprodukten deutlich? Kann das Produkt in ausreichend ausgereifter Form rechtzeitig am Markt eingeführt werden?

Kann das neue Produkt kostengünstig vertrieben und rationell verwaltet werden?

INNOVATIVE PRODUKTE

Die herausragendste Umsetzung eines innovativen Produkts in der letzten Zeit ist mit Sicherheit die aktienindexgebundene Lebensversicherung. Trotzdem die Grundidee bereits realisiert ist, bleibt bei diesem Produkt ausreichend Raum für Weiterentwicklung und Differenzierung. Neben dem DAX als wichtigstem deutschem Index kommen weitere Indizes in Frage. Euro-Stoxx und MSCI Europa sind durch das Zusammenwachsen des europäischen Finanzmarkts von zunehmender Bedeutung. Mit Dow Jones und Nikkei-Index kann die Entwicklung internationaler Märkte einbezogen werden. Einerseits ist durch die Auswahl des Index' eine Schwerpunktsetzung wie beispielsweise für ein Europa-Produkt möglich. Andererseits sind auch Kombinationen mehrerer Indizes sinnvoll. Zusätzlichen Gestaltungsspielraum bietet eine zielgruppengerechte Auswahl von Beitragszahlungsform, garantierten Leistungen und Partizipation an den Indexsteigerungen. Gleichzeitig sollte nicht übersehen werden, dass solche Produkte aufgrund ihrer technischen Besonderheiten hohen Aufwand bei Umsetzung und Verwaltung bedeuten.

Ebenso sind Dread Disease-Deckungen bereits etabliert. Neuer hingegen sind beispielsweise Berufsgruppentarife in der Berufsunfähigkeitsversicherung sowie Preferred Lives-Tarife. Umgesetzt sind Nichtraucherer Tarife in der Risiko-Lebensversicherung und Dread Disease. Für die Identifizierung von Preferred Lives können weitere Merkmale wie Alkoholkonsum, Blutdruck, Blutwerte oder das Betreiben von Risikosportarten hinzugezogen werden. Problematisch werden dabei grundsätzlich die Überprüfbarkeit und Manipulation der Angaben sowie Sanktionen gegen Falschangaben.

Mit der Herausbildung der Erwerbsunfähigkeitsversicherung aus der Berufsunfähigkeitsversicherung werden neue Kundengruppen wie Auszubildende, Studenten und Hausfrauen erschlossen. Die Arbeitslosigkeitsversicherung erhöht beispielsweise durch den Einschluss zu einer Restschuldversicherung den Kundennutzen.

Nicht ganz so deutlich wahrgenommen, aber von hoher Aktualität ist die Absicherung von Arbeitszeitkonten gegen Insolvenz. Der Gesetzgeber hat Rahmenbedingungen für die Einrichtung von Arbeitszeitkonten geschaffen. Die Absicherung im Fall der Insolvenz des Arbeitgebers kann durch Versicherungsunternehmen sinnvoll übernommen werden. In der Diskussion sind gegenwärtig Kombinationen aus Fonds- und Versicherungsprodukten, Rückdeckungsversicherungen sowie Altersteilzeitversicherungen.

Als Ergebnis der laufenden Diskussion der zukünftigen Ertragsbesteuerung von Lebensversicherungen sollte ein Ausbau der Palette von Rentenversicherungen stehen. Daneben könnte Universal Life mit weitgehender Freiheit bei Einzahlungen, Anlage und Auszahlungen auch in Deutschland zu einem wichtigen Produkt werden.

BETRIEBLICHE ALTERSVERSORGUNG UND RIESTER-RENTE

Bei der Umsetzung hat sich die Riemer-Rente als nicht ganz einfaches Produkt dargestellt. Neben einigen unklaren Vorgaben für die Produktgestaltung ist mit einem Verwaltungsaufwand in bisher nicht bekanntem Ausmaß zu rechnen. Auf der anderen Seite ist für einige Anbieter in der Summe mit einem großen zusätzlichen Marktvolumen zu rechnen, dass eine regelmäßige Kundenansprache erlaubt.

Die Entscheidung, dass jedem Arbeitnehmer auf Verlangen eine betriebliche Altersversorgung einzurichten ist, wird für weitere Dynamik auf dem Markt sorgen.

Neben die traditionellen Formen der betrieblichen Altersversorgung Direktzusage, Direktversicherung, Unterstützungs-kasse und Pensionskasse sind Pensionsfonds bereits zugelassen. Obwohl noch nicht alle Rechtsverordnungen beschlossen sind, beginnt bereits jetzt die Gestaltung der Pensionsfonds. Kreative Lösungen, die das Gestaltungspotenzial ausnutzen, werden einen Vorteil auf dem wachsenden Markt der betrieblichen Altersversorgung haben.

INNOVATIVE KONZEPTE

Ausgangspunkt und Ziel aller Überlegungen zur innovativen Gestaltung von Versicherungsprodukten ist der potenzielle Kunde. Dazu ist es erforderlich, die Vorteile von Versicherungslösungen aus Sicht des Kunden zu erkennen, zu deuten und zu verkaufen. Ein Weg dorthin ist die Analyse und Kategorisierung von Kundenpersönlichkeiten mit ihren individuellen Wertvorstellungen. Daraus lassen sich jeweils der spezifische Versicherungsbedarf und damit das Versicherungspotenzial ermitteln. Auf dieser Grundlage ist eine gezielte Bedarfsdeckung möglich.

So können beispielsweise Produkte, die die Erwerbsbiografien von Frauen besonders berücksichtigen, entwickelt werden. Ein anderes gängiges Beispiel sind Policen für Existenzgründer. Auch gewinnt die Mitversicherung klassischer Ausschlüsse wie das Tauchen, das Betreiben von Motorsportarten oder Extremsport zunehmend an Bedeutung.

Aus der Sicht des Versicherungskunden sollten Komplettpakete interessant sein, bei denen die Leistungen verschiedener Versicherungen ineinander greifen, ohne dass Lücken oder mehrfache Deckungen desselben Risikos auftreten. Noch besser wäre die Stiftung eines Nutzens für den Kunden über den konventionellen Deckungsumfang hinaus.

INNOVATIVE UMSETZUNG

Gerade in der jüngeren Vergangenheit war die Umsetzung von Produktinnovationen mit der Verfolgung guter Risiken verbunden. Falls sich die Produktentwicklung nur auf die Zuweisung von Rabatten beschränkt, werden aus den ehemals guten Risiken natürlich schnell durchschnittliche, wenn nicht sogar schlechte Risiken. Hinzu kommt die Gefahr von Selektionsbewegungen im Bestand, falls nicht alle Versicherungsunternehmen derselben Rabattrichtlinie folgen.

Auf der anderen Seite ist die Umsetzung neuer Produkte aus Unternehmenssicht immer mit der innovativen Lösung interner technischer Probleme verbunden. Hilfreich ist in jedem Fall eine flexible technische Produkt- und Vertragsverwaltung. Dabei darf jedoch die Flexibilität nicht zum Selbstzweck werden. Stattdessen stehen die Vermittlung von Kundennutzen und der Verkauf von Versicherungsprodukten im Mittelpunkt.

BERATUNGSLEISTUNG

Beim Innovationsprozess können wir Sie durch Moderation und Anleitung unterstützen. Mit unserer Beratungsleistung verbinden wir Methodenwissen mit einer hohen, in verschiedenen Beratungsprojekten erworbenen Fachkompetenz. Einen weitreichenden Marktüberblick dokumentieren wir mit unserer Internet-Lösung. Abgerundet wird unsere Leistung durch Dokumentation und technische Unterstützung sowie die Integration einer eventuell bereits bestehenden individuellen Methodik zu einer dauerhaften Lösung.