

Zukunft der MF- Versicherung ?!

Aus der Sicht eines MF-
Produktverantwortlichen

Mitgliederversammlung NVB & NGF
Thomas Lanfermann
Wallisellen, 13. Juni 2014



Inhalt

- 1** Bedeutung des KFZ-Versicherungsgeschäftes
- 2** Aktuelle Herausforderungen
- 3** Wohin führen aktuelle Trends?
- 4** Telematik – eine Wunderwaffe?!

Inhalt

- 1 Bedeutung des KFZ-Versicherungsgeschäftes**
- 2 Aktuelle Herausforderungen
- 3 Wohin führen aktuelle Trends?
- 4 Telematik – eine Wunderwaffe?!

Bedeutung des KFZ-Geschäftes für ein Versicherungsunternehmen



Prämien

- >30% des P&C Volumens
- Hoher Beitrag zum Kostenapparat



Kunden

- Rd 70% der Kunden haben eine KFZ-Versicherung
- Rd 2/3 der KFZ-Kunden sind Einpolicenkunden
- Einstiegsgeschäft bei Neukunden (?)



Ertrag

- Bis zu 30% der Erträge kommen aus der Sparte
- KFZ-Haft mit hohen Reserven



Vertrieb

- 1/3 des Einkommens des Aussendienstes
- Einfach zu verkaufen – wenig Beratungsbedarf
- Schnell viel Volumen und Provisionen

Geht es ohne die KFZ-Versicherung?

Guck mal, ist sie nicht toll, meine Autoversicherung?

Die KFZ-Versicherung aus der Sicht des Kunden

Keine Differenzierung
im MF-Markt



- Alle Versicherer bieten ähnliche Produkte
- Differenzierung über den Preis
- Pflichtversicherung – notwendiges Übel

Ein Produkt für alle



- Keine Kundensegmente – gleiches Angebot für alle
- Unzählige Anbieter, Plattformen, Kanäle

Keine Innovationen /
Kein Cross Selling



- Standardisierte Produkte, Versicherer werden nicht als besonders innovativ betrachtet
- Kunden sehen keine Vorteile, wenn sie mehrere Policen beim selben Versicherer abschliessen

Verändertes
Kundenverhalten



- Verlagerung von „Besitz“ zur „Nutzung“
- statt „Schadenersatzzahlung“ -> „Mobilität“
- Nachfrage/Angebot über verschiedene Kanäle (hybrider Kunde, ROPO)

Inhalt

- 1 Bedeutung des KFZ-Versicherungsgeschäftes
- 2 Aktuelle Herausforderungen**
- 3 Wohin führen aktuelle Trends?
- 4 Telematik – eine Wunderwaffe?!

Vielfache Herausforderungen stehen an – Umbruch in der Branche



Vergleichsportale/ Social Media

- Wissen jederzeit und überall verfügbar
- Volle (Preis-)Transparenz
- Ungefilterte Kommentare in Blogs



Reparaturbetriebe

- Immer professioneller im Umgang mit Schadenfällen
- Wenn die Versicherung bezahlt spielt Geld keine Rolle
- Schadensteuerung – Hase und Igel
Mehr Selbstbehalt/höhere Rechnung



Kundenverhalten

- Zunehmende Preissensitivität
- Abnehmende Loyalität
- Stellenwert (Junge Leute, ältere Generation) des Autos nimmt ab
- Weniger Mobilität (e-shopping, Home-Office, hohe Benzinkosten)



Neue Antriebsformen/ Werkstoffe

- Neue Risiken? Elektro, Hybrid, Wasserstoff
- Fehlende Schadenerfahrung
- Umgang mit Carbonkarosserie



Fahrsicherheitssysteme

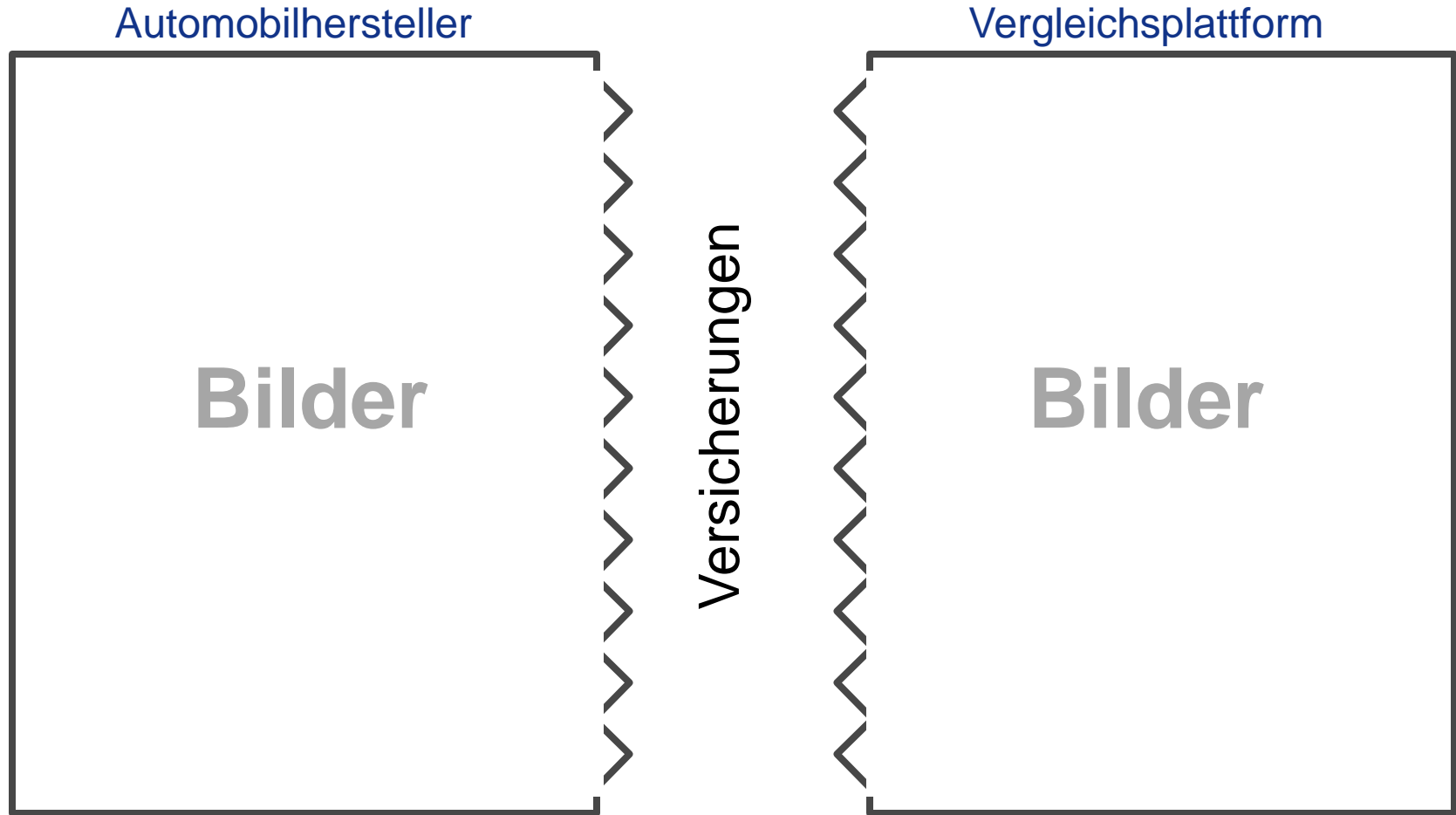
- Deutlicher Rückgang der Unfälle
- Rückgang der Schadenquoten in Haft
- Folge: Weniger Prämie auf gleich hohen Kostenbedarf



Neue Formen der Mobilität

- Car Sharing statt eigenem Auto – Keine Individualverträge
- Kleinere / Günstigere Autos
- E-Auto: Auto gekauft, Batterie geleased – was wird wie versichert?

Die grösste Herausforderung kommt aber nicht von den Mitbewerbern



Inhalt

- 1 Bedeutung des KFZ-Versicherungsgeschäftes
- 2 Aktuelle Herausforderungen
- 3 Wohin führen aktuelle Trends?**
- 4 Telematik – eine Wunderwaffe?!

Transparenz erhöht Akzeptanz: Selbst das Management kann es nicht nachvollziehen



Junglenker bis 40? Lenker älter als 100!



Zeitungsartikel

Bild

Reverse Pricing oder einfach *copy-paste*?

Auto-Haftpflicht-Versicherungen im Vergleich

Individuelles Pricing – Telematik und CreditScoring reichen aus !?

Zeitungsartikel

Zeitungsartikel

Versicherung als Zubehör und nicht mehr Stand-Alone?



Zeitungsartikel

Zeitungsartikel

Nutzen statt besitzen – wie pricen wir Sharing?

Zeitungsartikel

Hilfe, mein Auto brennt – von der MF Police zur Produkthaftpflichtversicherung?



Zeitungsartikel

Inhalt

- 1 Bedeutung des KFZ-Versicherungsgeschäftes
- 2 Aktuelle Herausforderungen
- 3 Wohin führen aktuelle Trends?
- 4 Telematik – eine Wunderwaffe?!**

Telematik: Ein neuer Trend kommt?!



Eins ist sicher:
Allianz
Helpbox

**Andere
Versicherung**

**Andere
Versicherung**

**Andere
Versicherung**

Es gibt nicht die **eine** Telematik

Wie?

Retrofitted Solutions

OEM Solutions

Smartphone Solutions

„Aufstecklösungen“

Worüber?

Eigene Plattform

Drittanbieter

Gemeinschafts-
plattform

Was?

PAYD

PHYD

E-Call

B-Call

Tracking

Services

Wem?



Telematik-Strategie

Löst Telematik alle Probleme?

- Sind genug Kunden bereit, ihre Daten zur Verfügung zu stellen?
- Bringt Telematik bessere Informationen als vorhandene moderne Pricing-Methoden?
- Rechnet sich der Business Case nachhaltig?
- Bringt Telematik neue Player ins Spiel, welche die Versicherungen verdrängen?
- Ist durch den E-Call eh alles verteilt?
- Wie entwickeln sich Telematik und Kosten?
- Welche Angebote werden sich durchsetzen?



Telematik ist die grosse Herausforderung im KFZ-Versicherungsgeschäft

Inhalt

- 1** Bedeutung des KFZ-Versicherungsgeschäftes
- 2** Aktuelle Herausforderungen
- 3** Wohin führen aktuelle Trends?
- 4** Telematik – eine Wunderwaffe?!

Fragen
Anmerkungen
Meinungen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!