

Pressemitteilung 24. Juli 2013 – HEUTE UND MORGEN GmbH – Köln

Neue Studie

Der Biometrie-Markt aus Maklersicht

SBU bleibt aus Maklersicht „alternativlos“ – Andere biometrische Produkte haben (noch) einen schweren Stand

Köln, 24. Juli 2013. Biometrische Versicherungsprodukte zählen zu den Hoffnungsträgern der Lebensversicherer in Deutschland. Unabhängige Versicherungsmakler gehen in diesem Produktsegment von einer weiter steigenden Nachfrage aus. Zugleich wird eine verstärkte Dynamik und Differenzierung im Anbietermarkt erwartet. Schwerpunktartig vermitteln die Makler das „Königsprodukt“ der selbständigen BU, da nur diese den Kunden aus ihrer Sicht ein wirklich „erstklassiges“ Leistungsspektrum bietet. Risk-Policen aus dem biometrischen Alternativmarkt – wie Dread Disease oder funktionelle Invaliditätsabsicherung – werden hingegen nicht als „echte“ Alternativen zur BU eingestuft. Vielmehr werden diese als Ersatz oder Zusatz für den Fall definiert, dass sich die Kunden eine SBU finanziell nicht leisten können oder von den Anbietern aus gesundheitlichen Gründen abgelehnt werden.

Dies zeigt eine aktuelle Expertenbefragung unabhängiger Versicherungsmakler zum Marktsegment „Biometrie-Produkte“ des Marktforschungsinstituts HEUTE UND MORGEN aus Köln. 30 hauptberufliche Versicherungsmakler unterschiedlicher Umsatzgröße und regionaler Herkunft mit Vermittlungsschwerpunkt im Bereich biometrische Risiken wurden im Juni 2013 im Rahmen der neuen Studienreihe „Klartext Assekuranz: Marktperspektiven aus Maklersicht“ ausführlich befragt. Im Fokus standen relevante Marktentwicklungen, Produkt- und Anbieterpräferenzen, Bedingungswerke und die Auswahlkriterien im Bereich Berufsunfähigkeit, Dread Disease und funktionelle Invaliditätsabsicherung.

Größere Transparenz bei der BU-Annahme gefordert

Mehrheitlich mahnen die Makler eine größere Transparenz der Produktgeber bei ihrer BU-Annahmepolitik und bessere Einsicht in die Entscheidungsparameter beim Prüfverfahren an, um die Kunden noch besser und gezielter beraten zu können. Kritisch betrachtet wird zudem die häufig wechselnde Berufsgruppeneinteilung in den BU-Bedingungswerken der Versicherer, die eine klare Orientierung erschwert.

Infolge des wachsenden Wettbewerbs nehmen die Makler insgesamt deutliche Verbesserungen und höhere Leistungsstandards bei den BU-Policen in den letzten Jahren wahr. Dennoch bleiben aus Maklersicht bei einzelnen Anbietern noch zu viele Fallstricke oder Aushebelungen im Kleingedruckten bestehen. Generell beobachten die Makler zudem eine zunehmend restriktive Annahmepolitik der Versicherungsgesellschaften. Viele Makler suchen daher eine Lösung für das am Markt sehr deutlich wahrgenommene Dilemma, dass diejenigen, die eine BU am dringlichsten brauchen, sich diese aufgrund sehr hoher Risikozuschläge nicht leisten können. Aus Maklersicht gilt es hier, zusätzliche Stellschrauben und flexible Bedingungswerke zu entwickeln, die den Beitrag senken können.

Kriterien und Anbieterpräferenzen der Makler bei der BU-Auswahl

Wichtigstes Kriterium der Makler bei der Auswahl der für den einzelnen Kunden geeigneten BU ist das Bedingungsnetz, das letztlich über die Produktqualität entscheidet. Um die einzelnen Bedingungen der jeweiligen Tarife und Anbieter in der BU vergleichbar zu machen, nutzen alle befragten Makler mindestens eine Vergleichssoftware – derzeit am häufigsten die von Morgen&Morgen, gefolgt von Soffair sowie Franke und Bornberg.

Neben weiteren Kriterien wie berufsgruppenspezifische Angeboten, Anbieterexpertise, Maklerbetreuung sowie Erfahrungen mit der Schadenabwicklung und Prozessquote, spielt zunehmend auch die Finanzkraft der Produktgeber eine Rolle, da nur diese einen stabilen und langfristigen Versicherungsschutz garantiert.

Die Kunden selbst – so die Erfahrung der Makler – kommen heute insgesamt vorinformierter als früher in die Beratung, nicht selten bringen diese auch bereits Rankings oder Tests aus Publikums- oder Fachzeitschriften mit. Zugleich bleibe das Wissen aber häufig noch oberflächlich und lückenhaft.

Zu den beliebtesten und vergleichsweise am häufigsten vermittelten BU-Anbietern im Maklermarkt zählen derzeit Alte Leipziger, Nürnberger, Swiss Life, und Volkswohl Bund. Aber auch Allianz, Continentale und HDI und zählen mit zum maklerseitigen Favoritenkreis.

„Unsere Expertenbefragung zeigt, dass sich die Makler in der Regel ein differenziertes Bild von den Stärken und Qualitäten der einzelnen Anbieter und deren Angeboten machen, und dann je nach Bedarf im Einzelfall aus einem Portfolio von etwa 5-7 Produktgebern auswählen“, sagt Tanja Höllger, Geschäftsführerin beim Marktforschungs- und Beratungsinstitut HEUTE UND MORGEN aus Köln. „Die Möglichkeiten der Anbieter biometrischer Produkte, sich vom Wettbewerb zu differenzieren werden gleichzeitig enger und spezifischer. Daher lohnt ein genaues Hinschauen auf den wichtigen und starken unabhängigen Vertriebskanal in diesem beratungsintensiven Produktsegment.“

Biometrischer Alternativmarkt wird ambivalent beurteilt

Zum vergleichsweise noch jungen biometrischen Alternativmarkt zeigt die Maklerbefragung deutlich, dass es vielen Makler derzeit noch schwer fällt, sich vom Konzept des Komplettschutzes der BU zu lösen.

Neue Biometrie-Produkte wie Dread Disease, funktionelle Invaliditätsabsicherung und weitere Alternativen – die das Risiko einer Berufsunfähigkeit nur partiell bzw. auslösespezifisch absichern – haben im Maklermarkt daher längst kein so positives Image wie die hochangesehene SBU. Im Gegenteil: „Notprodukte“, „zweitklassige Lösung“ oder „Nischenprodukte“ sind häufig zur Beschreibung gewählte Begriffe. Bereits mit den „sperrigen“ Produktbegriffen können sich viele Makler nur wenig identifizieren. Viele Makler wünschen auch eher Weiterentwicklungen und bedarfsorientierte zielgruppenspezifische Differenzierungen innerhalb der etablierten BU als im Bereich neuer alternativer Biometrie-Produkte.

Gleichzeitig wird aber auch deutlich, dass sich die Makler mit den neuen Biometrie-Produkten und deren Chancen bei weitem noch nicht so intensiv wie mit der BU auseinandergesetzt haben und diese im Maklermarkt erst schrittweise „ankommen“. In der Öffentlichkeit bzw. bei den Kunden sind diese aus Maklersicht bisher kaum bekannt, was ein zusätzliches Hemmnis in der Vermittlung darstellt.

Daher bleibt es wichtige Aufgabe der Produktgeber, den Maklern - wie auch der Öffentlichkeit - die neuen biometrischen Versicherungsprodukte näher als bisher zu bringen und entsprechende Einstiegshilfen zu bieten. Hierzu wünschen sich die Makler kurze faktenorientierte Produktsteckbriefe und Produkthighlights deutlich mehr als ausführliche, stärker am Anbietermarketing orientierte Produktbroschüren. Auch produktbezogene Schulungen, Roadshows und Webinare werden von den Maklern gerne genutzt.

Als aktuelle Top-Anbieter im Bereich Dread Disease sehen die Makler insbesondere Canada Life, mit Abstand gefolgt von Gothaer und Skandia. Weitere Anbieter sind den Maklern hier nur wenig präsent. Im Bereich der funktionellen Invaliditätsabsicherungen zählen vor allem Axa und Janitos zum Relevant Set der Makler, daneben auch Allianz und Barmenia.

„Auffällig ist, dass die Marktführer aus der BU im biometrischen Alternativmarkt unter den im Maklermarkt bevorzugten Anbietern kaum auftauchen. Gerade für etablierte BU-Versicherer mit gutem Ruf in der Maklerschaft könnte ein stärkerer Einstieg in den biometrischen Alternativmarkt erfolgsversprechend sein“, ergänzt Christina Barschewski, Senior Projektleiterin bei HEUTE UND MORGEN.

Studienbestellung

Die komplette 130-seitige Studie „Biometrie-Produkte – Marktperspektiven aus Maklersicht“ mit zahlreichen weiteren Ergebnissen und Details sowie ausführlichen produkt-, anbieter- und zielgruppenspezifischen Differenzierungen kann direkt über die HEUTE UND MORGEN GmbH bezogen werden. Die Studie ist Teil der neuen Studienreihe „Klartext Assekuranz: Marktperspektiven aus Maklersicht“, die auf Basis von Expertenbefragungen mit Versicherungsmaklern zu einzelnen Produktsegmenten regelmäßig tiefgehende Einblicke in den unabhängigen Maklervertriebskanal geben wird.

Weitere Studieninformationen:

http://www.heuteundmorgen.de/leticms/frontend/media/files/klartext_makler_biometrie.pdf

Kontakt

Tanja Höllger
Geschäftsführerin
HEUTE UND MORGEN GmbH
Venloer Straße 19
50672 Köln
Telefon: +49 221 99 500 512
E-Mail: tanja.hoellger@heuteundmorgen.de
www.heuteundmorgen.de