DER VERSICHERUNGSMARKT ALS OZEAN

Stellen wir uns vor, die Versicherungswirtschaft wäre ein riesiges, tiefes Meer!

- ➜ Wer sind heute die beachtenswerten Fische in diesem großen Teich?
- ➜ Welche Herausforderungen sind an Land und auf hoher See zu bewältigen?
- ➜ Welche Chancen und Risiken lauern in den Tiefen des Versicherungsmeeres?

IT-SYSTEME [1]

- Standardisierung und Automatisierung
- Business Process Outsourcing
- Etablierung Risikomanagement
- Unterstützung moderner Vertriebskanäle
- Sicherstellung Fusionsbereitschaft

NEUE PRODUKTE IN DER VERSICHERUNGSWIRTSCHAFT

TELEMATIK

CYBER-RISIKEN

PFLEGEVORSORGE

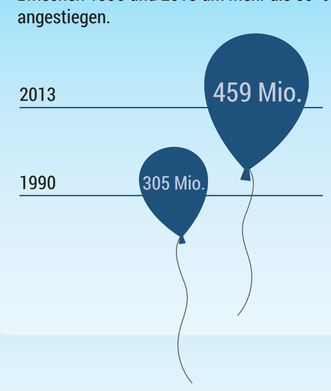
APPDRIVE

ELEKTRONISCHER PATIENT

RENTENPOLICE

VERSICHERUNGSVERTRÄGE [2]

Die Anzahl der Versicherungsverträge ist zwischen 1990 und 2013 um mehr als 50 % angestiegen.

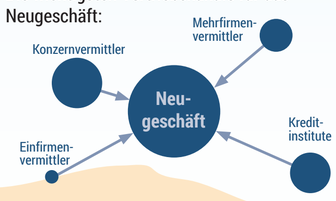


GLOBALISIERUNG [2]

Zunahme der grenzüberschreitenden Aktivitäten in der Erstversicherung.

VERTRIEBSWEGE [3]

Die wichtigsten Vertriebskanäle für das Neugeschäft:

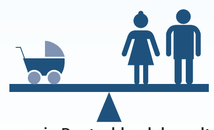


Accenture-Studie: Der Versicherungsabsatz über das Internet verdoppelt sich in Europa bis 2016 auf jährlich 25 Milliarden Euro.

DEMOGRAFIE [4]

Bis zum Jahr 2050 wird …

… das Durchschnittsalter der Bevölkerung 50 Jahre betragen.

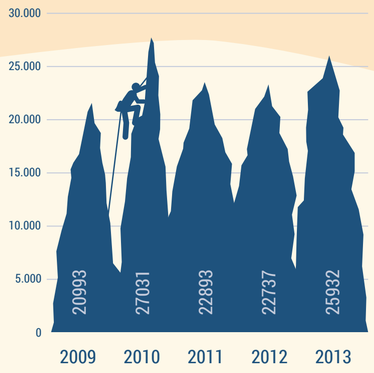


… es in Deutschland doppelt so viele 60-Jährige geben wie Neugeborene.

… die Zahl derjenigen, die **80 Jahre** und älter sind, auf **10 Millionen** steigen.

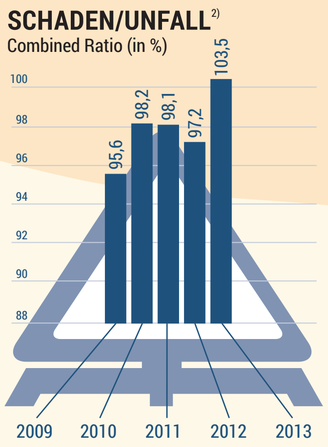
LEBENSVERSICHERUNG [2]

Einmalbeiträge (in Mio. Euro)



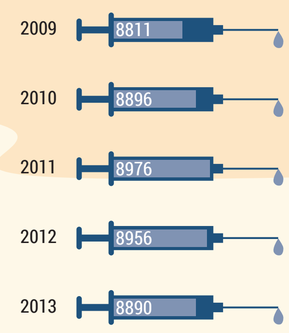
SCHADEN/UNFALL [2]

Combined Ratio (in %)



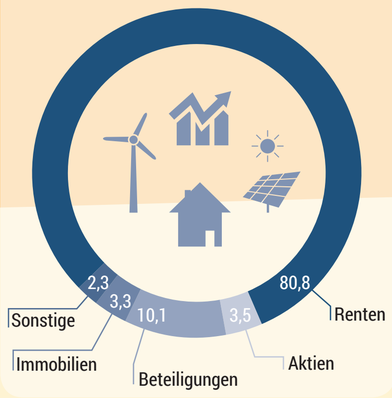
KRANKENVERSICHERUNG [2]

Vollversicherte Personen (Anzahl in 1000)



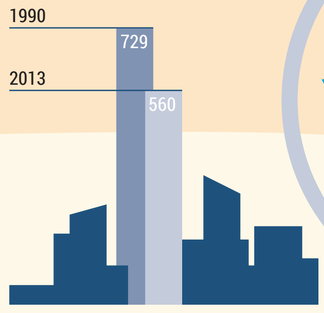
KAPITALANLAGEN [2]

Struktur der Kapitalanlagen (in %, 2013)



VERSICHERUNGSKONZERNE [5]

Marktkonzentration in der Versicherungswirtschaft – Anzahl der Versicherungsunternehmen.*



Die 10 größten Versicherungsgruppen haben einen Marktanteil von 64 %

* Nach den Beitragseinnahmen im Jahr 2013

PREISWETTBEWERB [6]

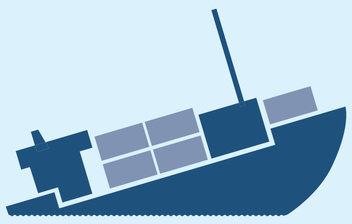
Wachsende Bedeutung von Vergleichsportalen

HYBRIDER KUNDE [7]

Der hybride Kunde erwartet von jedem Unternehmen analoge wie digitale Zugangsmöglichkeiten.

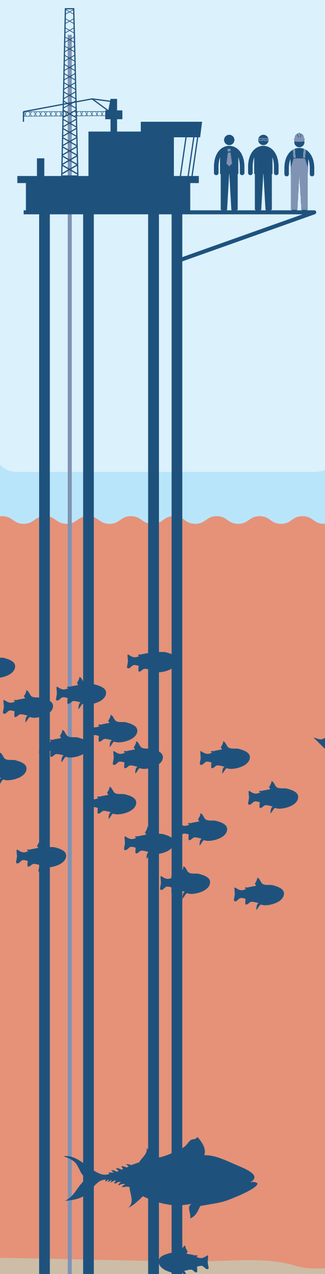
SCHADENMANAGEMENT [8]

Für den Versicherer ist der Eintritt eines Schadenfalls die Gelegenheit, sein Versprechen in die Tat umzusetzen und die Kundenerwartungen zu erfüllen oder gar zu übertreffen.



BESCHÄFTIGTE [9]

Demografiemanagement: „Es gilt, die Leistungsfähigkeit und Motivation der steigenden Zahl älterer Arbeitnehmer zu fördern, einem Abbau an Erfahrungswissen entgegenzuwirken sowie gleichzeitig Talente am Markt zu gewinnen und Entwicklungsperspektiven für Mitarbeiter jüngeren und mittleren Alters zu schaffen."

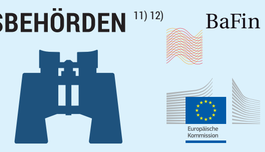


SOCIAL MEDIA [10]

Digitalstrategie, 360-Grad-Kundensicht, autarker Kundenservice

AUFSICHTSBEHÖRDEN [11] [12]

- Zulassung
- Stresstest
- Kapitalanlagen
- MaRisk
- Solvency II



KLIMA [13]

TECHNOLOGIE [6]

- Internet Of Things
- Wearables
- Cloud Computing
- ICT
- Mobile Business
- Collaboration
- Business Analytics

FINANZMÄRKTE [14] [15]

Die Zukunft der Finanzmärkte: Wie muss sich das Finanzsystem entwickeln, um Frieden und Wohlstand zu sichern?

WETTBEWERBER [3]

Verschärfung der Wettbewerbssituation im Versicherungsvertrieb innerhalb der kommenden drei Jahre durch die Entwicklung von Wettbewerbern aus dem Lager der Nicht-Versicherer.

BMW GROUP Financial Services · amazon · VOLKSWAGEN FINANCIAL SERVICES · Google · Ford FORD BANK · OVS · Alibaba.com · Mercedes-Benz Bank

BIG DATA [1]

Für Unternehmen bietet die Analyse von Big Data die Möglichkeit zur Erlangung von Wettbewerbsvorteilen, Generierung von Einsparungspotenzialen und zur Schaffung von neuen Geschäftsfeldern.

KUNDENLOYALITÄT [16] [20]

Loyale Kunden kaufen mehr Produkte, bleiben einer Versicherung länger treu und empfehlen sie häufiger weiter. Auch sind diese Kunden profitabler.

RATINGAGENTUREN [17]

Rating-Hitliste: „Diese Versicherungen sind die Besten …"

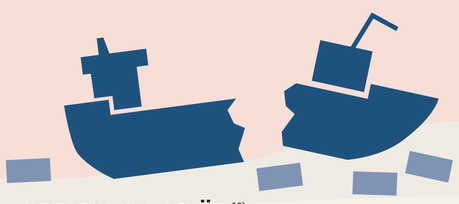
ASSEKURATA · Creditreform Rating Agentur · MORGEN & MORGEN · Moody's · FitchRatings · EULER HERMES · STANDARD & POOR'S · map - report · DBRS

INFRASTRUKTUR [18]

Investoren gesucht! Verkehr, Energie, Telekommunikation, …

SERVICEQUALITÄT [19]

Die Servicequalität der Autoversicherer lässt nach der „Studie Kfz-Versicherer 2014" des Deutschen Instituts für Service-Qualität zu wünschen übrig. Die klassischen Versicherer erhielten im Schnitt nur ein „ausreichend", die Direktversicherer ein „befriedigend".



VOLATILER KAPITALMARKT [6]

Entwicklung von attraktiven, langfristigen Vorsorgeprodukten vor dem Hintergrund der Niedrigzinspolitik.

Quellenangaben

1) www.cio.de
2) www.gdv.de
3) www.accenture.com
4) www.empiwifo.uni-freiburg.de
5) www.statista.com
6) www.luenendonk.de
7) www.pwc.de
8) www.versicherungsbote.de
9) www.versicherungswirtschaft-heute.de
10) www.bearingpoint.com
11) www.bafin.de
12) www.europa.eu
13) www.munichre.com
14) www.brandeins.de
15) www.bundesfinanzministerium.de
16) www.versicherungsmagazin.de
17) www.solvency-ii-kompakt.de
18) www.manager-magazin.de
19) www.disq.de
20) www.bain.de

integrium · REVENUE MAKER sales on demand

© 2014 Integrium GmbH & Revenue Maker GmbH | München | www.integrium.de | www.revenue-maker.de