

## Studie: 58 Prozent der Versicherer prognostizieren moderates Wachstum

**58 Prozent der deutschen Versicherer prognostizieren bis 2014 für ihre Branche ein Wachstum mit angezogener Handbremse. Zwar erwartet die Mehrheit, dass die Assekuranz von der insgesamt guten Konjunkturlage profitiert.**

58 Prozent der deutschen Versicherer prognostizieren bis 2014 für ihre Branche ein Wachstum mit angezogener Handbremse. Zwar erwartet die Mehrheit, dass die Assekuranz von der insgesamt guten Konjunkturlage profitiert. Gegenwärtig fehlt es der Branche allerdings an starken Wachstumstreibern.

Deshalb rechnen nur 17 Prozent der Versicherer damit, dass sich die Assekuranz bis 2014 besser entwickeln wird als die Gesamtwirtschaft. Als größte Herausforderung für das eigene Unternehmen wird am häufigsten die Vorbereitung auf gesetzliche Änderungen genannt (38 Prozent). Als neue Aufgabenstellung ist die schwierige Kapitalmarktsituation hinzugekommen. Sie bereitet jedem fünften Versicherer (20 Prozent) Sorge. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Entscheider-Befragung "Branchenkompass 2011 Versicherungen" von Steria Mummert Consulting in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut.

Aufgeschlüsselt nach Sparten, fällt das Stimmungsbild in der Assekuranz sehr unterschiedlich aus. Während fast zwei Drittel der Schadenversicherer eine kontinuierliche Wirtschaftsentwicklung in der eigenen Branche erwarten (63 Prozent), äußern sich die Personenversicherer in der Regel verhaltener.

Skeptisch zeigt sich vor allem die gesetzliche Krankenversicherung (GKV), auf der ein hoher Konsolidierungsdruck lastet: Fast jede vierte Kasse beurteilt die mittelfristige Perspektive negativ. Zugleich freuen sich die privaten Krankenversicherer über mehr Neugeschäft infolge der Aufhebung des Dreijahresmoratoriums.

Die Sorge der Schadenversicherer gilt vor allem dem Reformeifer des Gesetzgebers. Befragt nach den größten Herausforderungen für das eigene Geschäft, verweist knapp jeder zweite Schadenversicherer auf die Gesetzesänderungen und deren internen Umsetzung (49 Prozent). Nur 26 Prozent der Personenversicherungen beklagen diesen Umstand. Ein umgekehrtes Bild ergibt sich bei der Einschätzung der aktuellen Kapitalmarktsituation. Schwindende Erträge aus der Kapitalanlage infolge niedriger Leitzinsen belasten die Geschäftsergebnisse der Lebensversicherer. Entsprechend bezeichnen 32 Prozent der Personenversicherer diese Situation als ihre größte Herausforderung, nur neun Prozent der Schadenversicherer teilen diese Sichtweise. Der Kostendruck ist hingegen in beiden Sparten gleichermaßen stark zu spüren. Mehr Entscheider als vor drei Jahren sorgen sich um steigende Kosten (14 Prozent).

Auf die Herausforderungen antworten die Versicherer mit strategischen Neuausrichtungen und dem Aufbau von Arbeitsgruppen (28 Prozent). Gerade Solvency II, aber auch der verschärfte Wettbewerb, der niedrige Leitzins und die neuen Versicherungsrisiken erfordern von der Assekuranz ausgereifte Lösungen. Entsprechend erachten die Befragten Strategiefragen und das Einsetzen von Arbeitsgruppen zu Einzelaufgaben gegenwärtig für wichtiger als 2008. Gut jeder fünfte Versicherer antwortet auf die aktuellen Herausforderungen mit der Entwicklung neuer Produkte und Tarife (22 Prozent). In der Befragung von 2008 gab noch jeder dritte Entscheider dieses Maßnahmenbündel an.

Heute wollen vor allem Personenversicherer neue Produkte auf den Markt bringen.

### Hintergrundinformationen

Im April und Mai 2011 befragte das Marktforschungsinstitut forsa im Auftrag von Steria Mummert Consulting und dem F.A.Z.-Institut 100 Führungskräfte aus 100 der größten Versicherungs-

gesellschaften in Deutschland über ihre Investitionsziele und ihre Geschäftspolitik bis 2014. Die Topentscheider repräsentieren die wichtigsten Sparten der Personen- und Schadenversicherung: Leben, Kranken, Kfz, Haftpflicht, Industrie/Gewerbe und sonstige Sachversicherungen. Die Interviewpartner waren Vorstandsvorsitzende, andere Mitglieder des Vorstands oder Leiter der für Investitionen zuständigen Finanz- und Entwicklungsabteilungen sowie Leiter des Marketings. forsa führte die Befragung in Telefoninterviews nach der Methode des Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) durch. Die Ergebnisse wurden untersucht und mit den Branchenkompass-Studien der Jahre 2002 bis 2008 verglichen.

**Pressekontakt:**

Steria Mummert Consulting

Birgit Eckmüller

Tel.: +49 (0) 40 22703-5219

E-Mail: [birgit.eckmueller@steria-mummert.de](mailto:birgit.eckmueller@steria-mummert.de)

**Faktenkontor**

Jörg Forthmann

Tel.: +49 (0) 40 253 185-111

E-Mail: [joerg.forthmann@faktenkontor.de](mailto:joerg.forthmann@faktenkontor.de)

