

Fallbeispiel:

Analyse der Auswirkungen neuer Produkte auf die Solvenzsituation
unter Solvency II

- Institut für Finanz- und Aktuarwissenschaften
- Lise-Meitner-Str. 14 | 89081 Ulm
- August 2014



Solvency-II-Berechnungen vs. Profittest – die aktuelle Situation

Solvency-II-Berechnungen

- schauen von oben auf das gesamte Unternehmen
- stochastische Berechnungen notwendig
- aufgrund fehlender Granularität keine Aussagen für einzelne Produkte möglich
- für den Produktentwicklungsprozess nicht verwendbar, da keine schnellen „Was-wäre-wenn“-Analysen möglich

Top
Down

einzelvertragliche Profittests

- schauen von unten sehr detailliert in die Produkte hinein
- i.d.R. nur deterministische Berechnungen
- keine Kennzahlen, die aus Solvency-II-Sicht auf Unternehmensebene relevant sind
- keine Wechselwirkungen mit dem Bestand abgebildet
- i.d.R. isolierte Analyse der Profitabilität ohne umfassende Risikobewertung

Bottom-
up



- Übliche Solvency II Berechnungen können den Produktentwicklungsprozess nicht unterstützen.
- Übliche Profittests vernachlässigen die Auswirkungen auf die Solvenzsituation.

Hieraus ergeben sich Herausforderungen bei der Produktentwicklung

Eine Frage von vielen: Hat die Klassik eine Zukunft?



Berechnungen auf Unternehmensebene

- stochastische Bewertung von Optionen und Garantien
- hohe Komplexität
- keine ausreichende Granularität, um hieraus Erkenntnisse für die Produktentwicklung gewinnen zu können

einzelvertraglicher Profittest

- i.d.R. deterministischer Ansatz
- keine Berücksichtigung des Werts von Optionen und Garantien oder des Kapitalbedarfs / der Kapitalkosten
- detaillierte Analyse einzelner Produktausgestaltungen

Beispiele für neue Produkte...

..., die Risikoausgleich im Kollektiv mit verringerten Eigenkapitalanforderungen verbinden

Versicherer haben in den letzten Jahren Produkte entwickelt, die

- auf dem klassischen Sicherungsvermögen mit seinen Ausgleichsmechanismen aufbauen,
- aber andere Garantien anbieten.

Hier sind zum einen so genannte „**Select-Produkte**“ zu nennen, bei denen der Kunde das Wahlrecht hat, die Erträge einer klassischen Versicherung (oft mit Garantiezins 0% ausgestattet) gegen eine von der Entwicklung eines Aktienindex abhängige Rendite, die ebenfalls nicht unter 0% fallen kann, zu „tauschen“.

Auch verschiedene „**neue klassische Produkte**“ mit stärker endfälligen Garantien fallen in diese Kategorie.

Diese Produkte erhalten aus **Kundensicht** die Vorteile der kollektiven Kapitalanlage

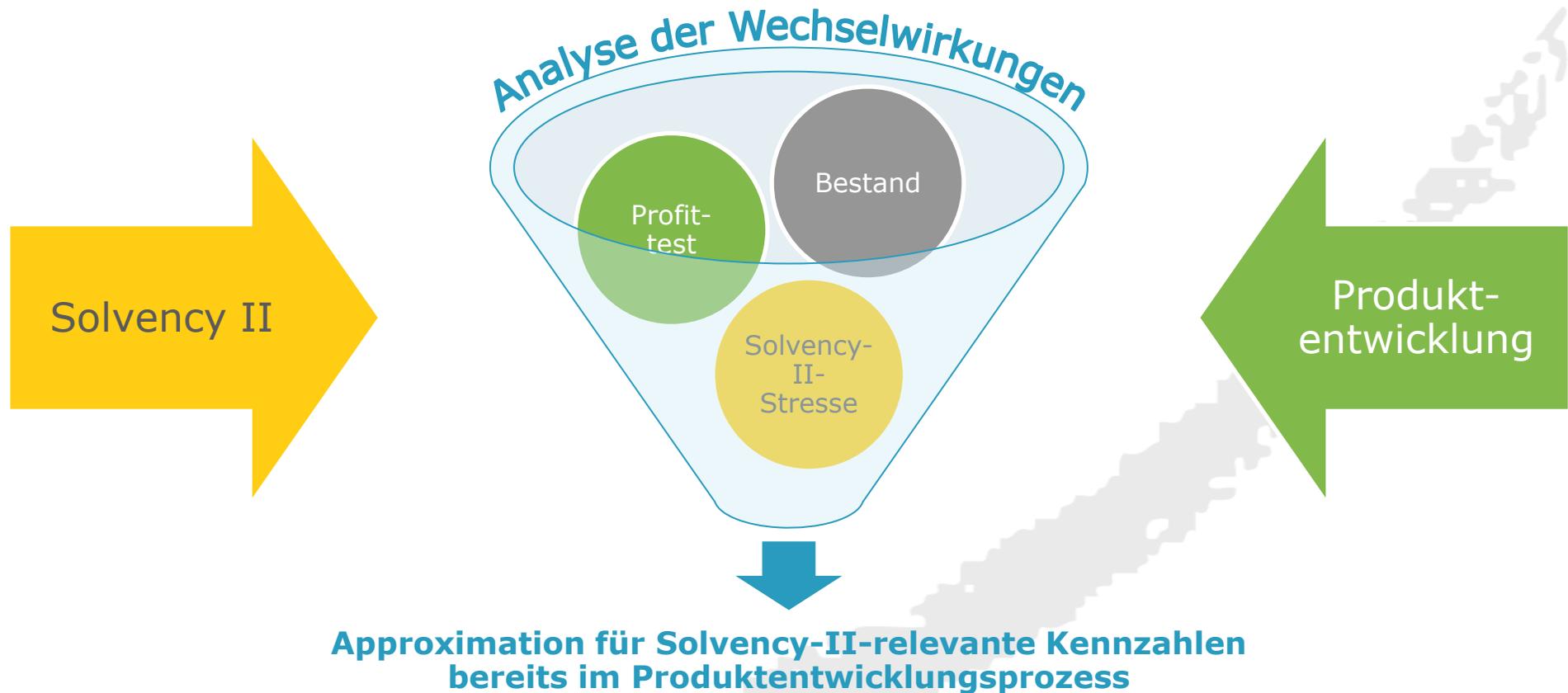
Sie bieten aber auch **für den Versicherer** Vorteile, insbesondere aufgrund der **Wechselwirkungen** solcher neuen Produkte mit dem Bestand.



Wie lassen sich solche Wechselwirkungen analysieren?

Wie lässt sich eine Solvency-II-Sicht in den Produktentwicklungsprozess integrieren?

Die Lösung: Analyse der Wechselwirkungen mit dem Bestand



Ohne eine Analyse der Wechselwirkungen mit dem Bestand und speziell der **Auswirkungen neuer Produkte auf die Solvenzsituation** des Unternehmens unter Solvency II wird Produktentwicklung zukünftig nicht mehr möglich sein.

→ **siehe beispielhafte Analyse auf den folgenden Folien**

Fallbeispiel

Wechselwirkungen zwischen neuen Produkten und dem Bestand

Wir haben analysiert, wie sich die **Risiko- und Solvenzsituation eines Versicherers** ändern würde, wenn der Versicherer in den nächsten 5 Jahren

- nur noch fondsgebundene Produkte verkauft oder
- ausschließlich neue klassische Produkte mit reduzierten Garantien (in diesem konkreten Fall: ein geeignetes „Select-Produkt“).

Wie erwartet ergab sich, dass bei einer **standalone-Betrachtung** der fünf Neugeschäftsjahre die fondsgebundenen Produkte aus Versicherersicht attraktiver sind.

Betrachtet man jedoch die Kombination aus **heutigem Bestand plus fünf Jahren Neugeschäft**, so steht der Versicherer in fünf Jahren besser da, wenn er bis dahin Select-Produkte verkauft.

- *siehe Tabelle mit beispielhaften Zahlen auf der nächsten Folie.*

Versicherer-
sicht



Dieses (naturgemäß vereinfachte) Beispiel zeigt, dass bei der Festlegung einer Produktstrategie aus Versicherersicht die **Wechselwirkungen neuer Produkte mit dem Bestand** berücksichtigt werden müssen. Anderenfalls besteht die Gefahr, dass die Risiken neuer klassischer Produkte falsch bewertet werden.

Fallbeispiel

Wechselwirkungen zwischen neuen Produkten und dem Bestand

Die folgende Tabelle erläutert die Wechselwirkungen mit anonymisierten Zahlen:

- Der Versicherer startet heute mit Eigenmitteln, die die Solvenzanforderung (SCR) um 20% übersteigen – die aktuelle **Solvenzquote** beträgt also 120%.
- Werden die fünf Neugeschäftsjahre des Select-Produkts für sich alleine betrachtet, so generieren sie „nur“ eine Solvenzquote von 125%, die Fondspolice hingegen von 200%.
- Die Gesamtsituation des Versicherers (heutiger Bestand plus 5 Jahre Neugeschäft) ist in 5 Jahren jedoch deutlich besser, wenn das Select-Produkt verkauft wird: Die Solvenzquote beträgt dann 141% im Gegensatz zu 126%, wenn 5 Jahre lang nur Fondspolizen verkauft werden.

	Bestand heute	Select-Produkt standalone	Fondspolice standalone	Bestand plus Neugeschäft Select-Produkt	Bestand plus Neugeschäft Fondspolice
Eigenmittel	1.200	50	20	1.300	1.225
SCR	1.000	40	10	925	975
Solvenzquote	120%	125%	200%	141%	126%



Ähnliche Werte ergeben sich auch, wenn anstelle eines Select-Produkts andere Formen von „**neuen klassischen Produkten**“ verwendet werden.

Fazit

Die „**Strategie**“, aufgrund von klassischen Bestandsrisiken das klassische Neugeschäft einzustellen, und nur noch Fondspolizen zu vertreiben ist vergleichbar damit, einer Badewanne mit unangenehm heißem Wasser dadurch zu begegnen, dass man eine zweite Badewanne daneben stellt, in welche kaltes Wasser eingefüllt wird.



Sinnvoller ist es natürlich, kälteres Wasser in die heiße Wanne **zu mischen!** Analog können die Risiken, die heute in klassischen Beständen von Versicherern liegen, durch **risikoreduzierte Produkte auf klassischer Basis** „heruntergemischt“ werden.

Hierdurch kann **für den Kunden** der Nutzen des Risikoausgleichs im Kollektiv und in der Zeit **erhalten bleiben**.



Risikoreduzierte Produkte auf klassischer Basis können die Bedürfnisse von **Kunden** und **Versicherer** vereinigen.

Kontakt

Dr. Andreas Reuß

Bereichsleiter ALM | Partner

+49 (731) 20 644-251

a.reuss@ifa-ulm.de



apl. Prof. Dr. Jochen Ruß

Geschäftsführer

+49 (731) 20 644-233

j.russ@ifa-ulm.de



Beratungsangebot

Life



Produktentwicklung
Biometrische Risiken
Zweitmarkt

Non-Life



Produktentwicklung
und Tarifierung
Schadenreservierung
Risikomodellierung

Health



Aktuarieller
Unternehmenszins
Leistungsmanagement

**Actuarial
Consulting**

Solvency II ▪ Embedded Value ▪ Asset-Liability-Management
ERM ▪ wert- und risikoorientierte Steuerung ▪ Data-Mining

Projektmanagement ▪ Markteintritt ▪ M&A ▪ strategische Beratung

**Actuarial
Services**

aktuarielle Großprojekte ▪ aktuarielle Tests
Überbrückung von Kapazitätsengpässen

Research



Aus- und Weiterbildung



... weitere Informationen
unter www.ifa-uhl.de