

# Warum der Versicherer den Kunden und der Kunde die Versicherungsprodukte nicht immer versteht

Oder: Was würde der Kunde wollen, wenn er wüsste, was er braucht?

- Köln, September 2013
- Jochen Ruß



# Vorbemerkung

„**Existenzberechtigung**“ von **Versicherungen** ist die Möglichkeit der ...

- Absicherung zufälliger Risiken,
- die der Einzelne nicht sinnvoll beherrschen kann,
- die für den Einzelnen Existenz gefährdend sind
- und die im Kollektiv beherrschbar sind.

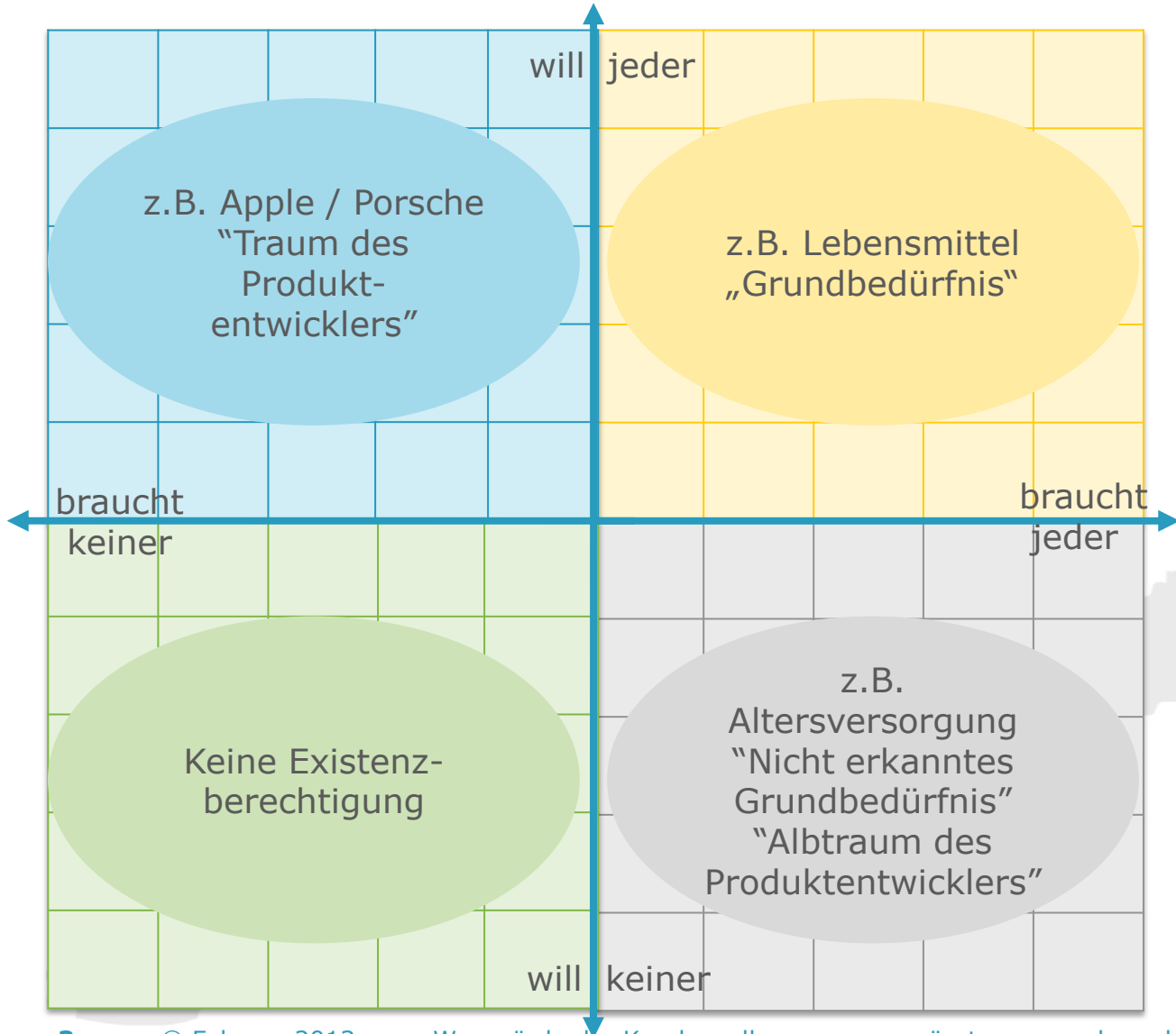
## → **Risikoausgleich im Kollektiv**

Das **Langlebigkeitsrisiko** (also das Risiko, länger zu leben, als das Geld reicht) gehört zu diesen Risiken.

- Ein „perfektes Produkt“ würde lebenslang exakt die benötigte Kaufkraft absichern.
- Eine sinnvoll ausgestaltete Leibrente ist für viele Kunden das bestmögliche Produkt in diesem Segment.
- Dennoch ist die Akzeptanz gering (vgl. auch *Annuity Puzzle*).

# Vorbemerkung

Viele Versicherungsprodukte liegen in einem "undankbaren" Segment



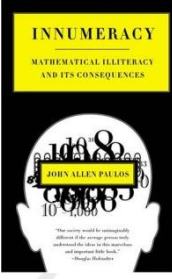
Viele Versicherungsprodukte befinden sich unten rechts.

Es drängen sich Fragen auf, z.B.:

- Was würde der Kunde wollen, wenn er wüsste, was er braucht?
- Warum weiß der Kunde nicht, was er braucht?

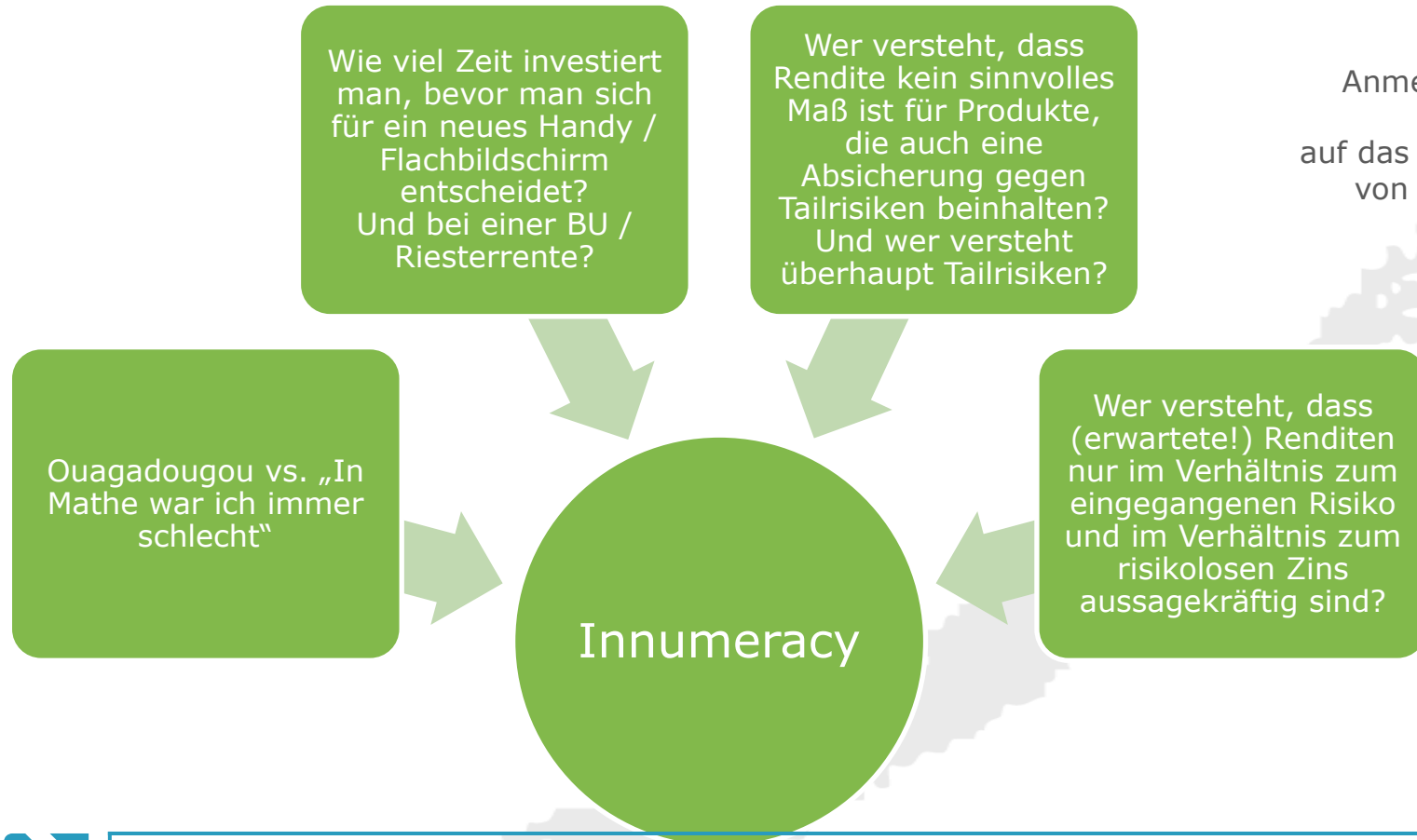
Differenzierter:

- Welche Fehler der Vergangenheit haben dazu beigetragen, dass die Produkte der Versicherungsbranche
  - ... nicht oder falsch verstanden werden?
  - ... einen schlechten Ruf haben?
- Was muss geschehen, damit die Produkte ins richtige Segment (oben rechts) wandern?



# Warum weiß der Kunde nicht, was er braucht?

oder: Ist der Kunde selber schuld?



Anmerkung: Der Begriff „Innumeracy“ geht auf das gleichnamige Buch von J.A. Paulos zurück.



Wenn der Staat richtigerweise die Bedeutung umlagefinanzierter Systeme reduziert und die Altersversorgung stärker in die Eigenverantwortung der Kunden legt, muss er auch dafür sorgen, dass das hierfür notwendige Wissen vermittelt wird.

# Warum weiß der Kunde nicht, was er braucht?

oder: Ist der Kunde selber schuld?

## Erkennt der Kunde seinen Bedarf für Altersvorsorge?

- Vermutlich haben viele Menschen eine (qualitative) Vorstellung, dass das Geld im Alter knapp werden könnte, aber...
  - dies konkurriert mit (konkreten) aktuellen Konsumwünschen (vgl.: *zeitinkonsistenter Diskont*).
  - eine konkrete Entscheidung fällt schwer, da Vertrauen in zukünftige Leistungsfähigkeit der Versicherer angeschlagen ist.
  - oft misstrauen Kunden dem Berater, der (manchmal zurecht) als Verkäufer wahrgenommen wird.
  - die Komplexität der Produkte und die Produktvielfalt wirken abschreckend und bieten einen willkommenen Vorwand, die Entscheidung erst mal zu vertagen.
- Daneben gibt es sicher auch viele Kunden, die den Bedarf nicht erkennen, weil sie
  - glauben, dass die gesetzliche Versicherung reicht.
  - kein Verständnis dafür, haben, wie alt man mit welcher Wahrscheinlichkeit werden kann.
    - **Lebenserwartung ist irrelevant; Versicherung ist nicht für den Normalfall!**
  - kein Verständnis dafür haben, wie Inflation die künftige Kaufkraft (der gesetzlichen Rente) beeinflusst.
- Schließlich können sich viele Kunden die notwendige Absicherung schlicht nicht leisten.

# Haben Versicherer in der Kommunikation versagt?

oder: Ist an allem die Branche schuld?

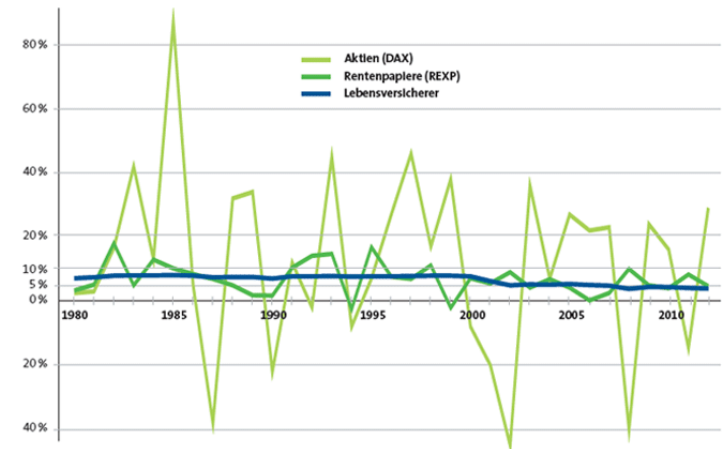
Was ist **die** herausragende Eigenschaft und **das** Alleinstellungsmerkmal der klassischen Versicherung?

- Vorherrschende Meinung: Die langfristige Garantie
- Meine Meinung: Der Risikoausgleich im Kollektiv und in der Zeit
  - Das dürfen nur Versicherer.
  - Das führt (selbst ohne Garantie) zu einem einzigartigen Verhältnis von Chance zu Risiko.
  - **Das weiß aber leider kein Mensch!**
  - Haben Versicherer in der Kommunikation versagt?

## Zentrale Frage:

- Wie kann man dem Kunden / den Verbraucherschützern / dem Gesetzgeber **das** Alleinstellungsmerkmal der klassischen Versicherung mit seinen Vorteilen transparent erläutern?
- Die Antwort auf diese Frage würde auch den Weg für zukunftsfähigere Produkte freimachen.
  - Kombination dieses Grundprinzips mit andersartigen Garantien.

Kapitalanlage der Lebensversicherer im Vergleich  
Jahresrenditen von 1980 - 2012 in %



Quelle: Albrecht, P. (2010), GDV

GDV

ifa

# Einschub

## Ein paar Anmerkungen zum Risikoausgleich im Kollektiv und in der Zeit

Hier ist die Rede vom Risikoausgleich von Kapitalanlageerträgen. Das ist ein strukturell anderer Risikoausgleich als der „normale“ Risikoausgleich im Kollektiv (z.B. Langlebigkeit, Tod, Unfall, Kfz).

Der Risikoausgleich im Kollektiv und in der Zeit führt zu einer massiven Reduktion des Kapitalanlagerisikos für alle.

Nach Erkenntnissen der Verhaltensökonomie müssten Kunden dieses Mechanismus eigentlich lieben.

**Der Risikoausgleich im Kollektiv und in der Zeit führt zwingend dazu, dass nicht jeder Kunde genau das bekommt, was mit seinem Euro erwirtschaftet wird.**

- Manche bekommen mehr als mit ihrem Geld erwirtschaftet wurde, andere weniger.
- Das weiß man erst hinterher.
- Aber **alle** profitieren von der resultierenden Risikoreduktion.

Bestrebungen, die Kapitalanlageerträge der klassischen Versicherung zu individualisieren, torpedieren diesen Mechanismus (z.B. Mindestbeteiligung an den Bewertungsreserven).

Wenn man möchte, dass jeder Kunde genau das bekommt, was mit seinem Euro erwirtschaftet wurde, muss man Fondsprodukte, Bankprodukte oder Fondspolizen wählen. Dann verzichtet man aber auf die Risikoreduktion, die aus dem Risikoausgleich im Kollektiv und in der Zeit resultiert.

# Haben Versicherer in der Kommunikation versagt?

oder: Ist an allem die Branche schuld?

In der Kommunikation / Erläuterung von Versicherungsprodukten wurden in der Vergangenheit Fehler gemacht.

**Die drei „W“:** Prognosen und Erläuterungen waren oft von **Wunschdenken** getrieben. Dies löste in der **Wahrnehmung** des Kunden eine unrealistische Erwartungshaltung aus, die von der **Wirklichkeit** nicht zu erfüllen war.

## Ein konkretes Beispiel:

- Vertrag läuft heute aus. Rendite auf Zahlbeiträge rund 4%
- Objektiv hat der Vertrag gemessen am Risiko und vor dem Hintergrund, dass auch Todesfallschutz vorhanden war, eine sehr attraktive Rendite erzielt.
- Vor dem Hintergrund der beim Kunden vorherrschenden Erwartungshaltung stellt die Ablaufleistung für ihn jedoch eine massive Enttäuschung dar!
  - Modellrechnung stellte eine weitaus höhere Ablaufleistung in Aussicht.
  - Kunde wurde in der ersten Vertragshälfte immer wieder mit Nachrichten von sehr hohen Überschussbeteiligungen „beglückt“ und verstand nicht, dass diese sich in den ersten Jahren auf einen „fast leeren“ Vertrag bezogen.



# Haben Versicherer in der Kommunikation versagt?

oder: Ist an allem die Branche schuld?

## Etwas abstrakter:

- Bei Vertragsabschluss bekommt der Kunde eine (oft optimistische) **prospektive Prognose** für die Leistung in sehr vielen Jahren. Jahr für Jahr wurde diese **reduziert**.
- Eine Darstellung, bei der dem Kunden jedes Jahr **retrospektiv** die Verzinsung und die resultierende **Erhöhung** seines „Kontostandes“ gezeigt wird, wäre vermutlich bei gleicher Entwicklung deutlich positiver wahrgenommen worden.

## Zentrale Frage:

- Wie können Versicherer sich vom vertrieblichen Fokus auf (in manchen Segmenten „getunte“) Ablaufprognosen befreien?

## Weiterer Aspekt:

- Nicht nur der Kunde muss lernen, dass Renditen immer im Verhältnis zur risikolosen Rendite und zum eingegangenen Risiko betrachtet werden müssen. Auch Versicherer müssen lernen, dass Kosten im Verhältnis zur erwarteten Rendite betrachtet werden müssen.
- Sind die aktuellen Kosten (hinsichtlich Höhe und Struktur) mit dem Umfeld vereinbar und wo gibt es ggf. Verbesserungspotenzial?

# Warum ist der Ruf der Branche so schlecht?

Der schlechte Ruf der Branche hat m.E. drei Hauptursachen.

## Die Produkte werden nicht verstanden.

- naturgemäß hohe Komplexität
- falscher Fokus bei Erläuterungen (Wecken falscher Erwartungen)
- teilweise heute noch systematisch zu optimistische Darstellung mancher Produkte teilweise ohne Erläuterung der mit den Chancen einhergehenden Risiken
- Der Kunde will oft die Produkte nicht verstehen (s.o.).

## Enttäuschte Erwartungen in der Vergangenheit

- Konsequenz aus Fokus auf prognostizierte (teilweise unrealistische) Leistungen im Beratungsgespräch teilweise ohne Erläuterung der Risiken.

## Aktuelles „Versichererbashing“ in den Medien

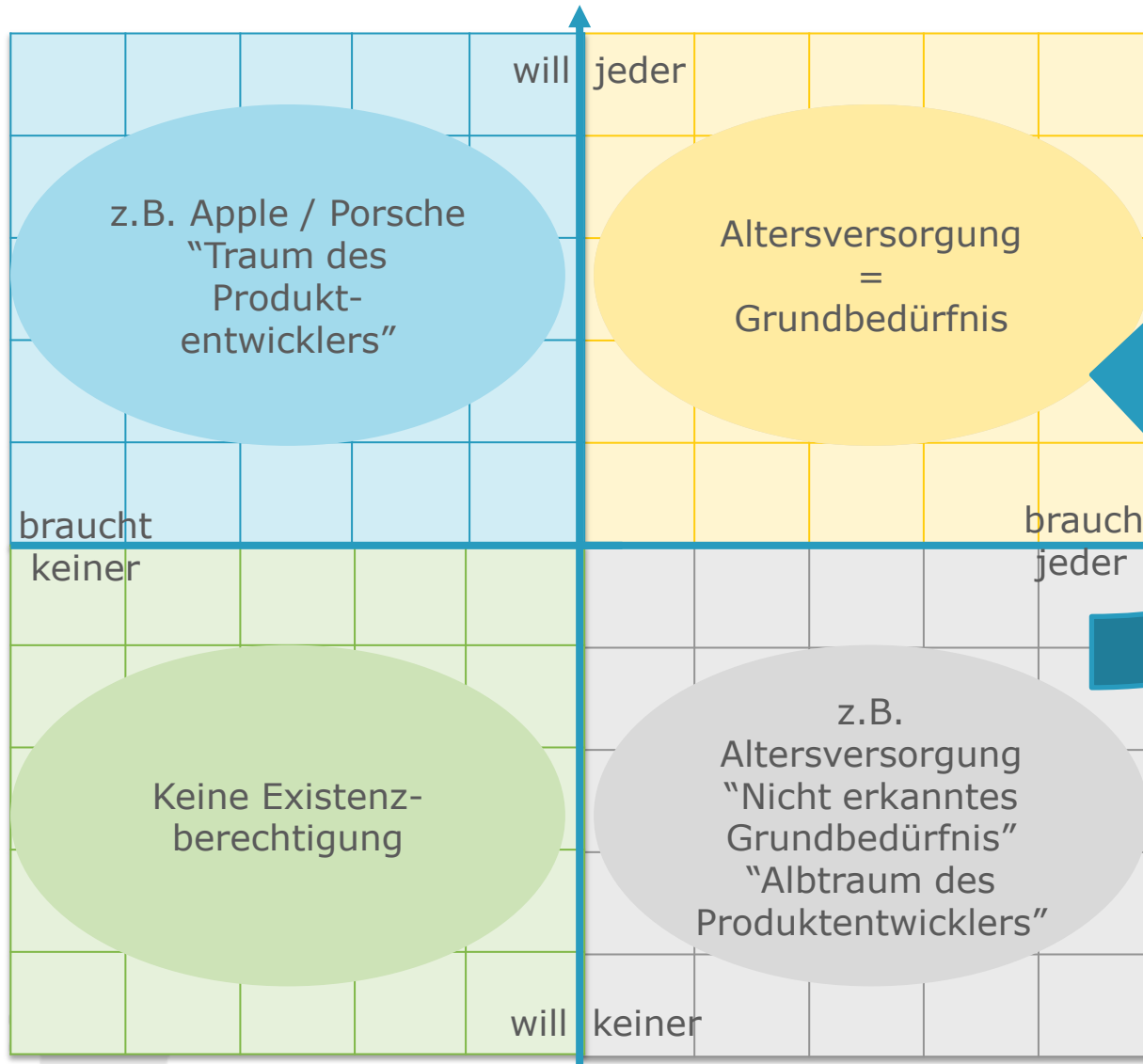
- Die beiden erstgenannten Ursachen bieten den optimalen Nährboden hierfür.
- Neben berechtigter Kritik gibt es in jüngster Vergangenheit leider auch undifferenzierte und unqualifizierte Kampagnen (z.B. gegen die Riesterrente).
- Die Branche schafft es leider nicht einmal ansatzweise auch nur die größten Unwahrheiten nachhaltig richtigzustellen (Rentabilität der Riesterrente aus Kundensicht; was passiert mit nicht ausgeschütteten Reserven).

## Was ist zu tun?

Antworten auf folgende Fragen können (hoffentlich) einen Ansatz liefern.

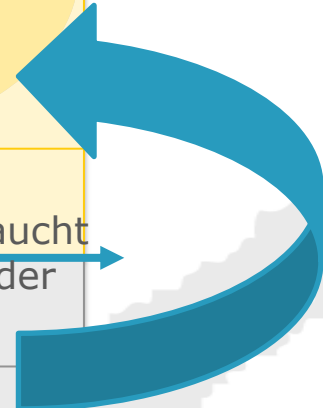
- Warum werden Produkte falsch verstanden und wie kann man die Vorteile und die Risiken verständlich erläutern?
- Warum haben Kunden unrealistische Erwartungen und wie kann man erläutern, was realistisch möglich ist (und warum das realistisch Mögliche attraktiv ist)?
  - Verhältnis von Rendite zu Risiko; Verhältnis von Rendite zu risikolosem Zins; Zusatznutzen der Absicherung biometrischer Risiken; ...
- Warum wurden Kunden in der Vergangenheit enttäuscht und wie kann man „großflächige“ Enttäuschungen von Kundenerwartungen künftig vermeiden?
- Welche Kritik an der Branche ist gerechtfertigt und wie kann man die Probleme beseitigen?
- Welche Kritik ist nicht gerechtfertigt und wie kann man Kritikern die Wahrheit erläutern?
- Was treibt diejenigen an, die wissen, dass die von ihnen geäußerte Kritik nicht gerechtfertigt ist?

# Fazit



Dieser Weg wird kein leichter sein.  
Dieser Weg wird steinig und schwer.  
Nicht mit vielen wirst du dir einig sein.

[Xavier Naidoo]



# Kontakt Daten

**Prof. Dr. Jochen Ruß**

Geschäftsführer

+49 (731) 50-31233

[j.russ@ifa-ulm.de](mailto:j.russ@ifa-ulm.de)



# Unser Beratungsangebot

## Life



Produktentwicklung  
Schnittstelle Bank/VU  
Markteintritt  
Zweitmarkt

## Non-Life



Tarifierung und  
Produktentwicklung  
Schadenreservierung  
Risikomodellierung

## Health



aktuarielle und  
finanzmathematische  
Fragen der privaten  
Krankenversicherung

**Actuarial  
Consulting**

Solvency II ▪ Asset-Liability-Management ▪ Embedded Value  
aktuarielle Modellierung ▪ Data-Mining ▪ wert- und risikoorientierte Steuerung  
Projektkoordination ▪ strategische Beratung ▪ M&A

**Actuarial  
Services**

aktuarielle Großprojekte ▪ aktuarielle Tests  
Überbrückung von Kapazitätsengpässen

## Research



## Aus- und Weiterbildung



... weitere Informationen  
unter [www.ifa-uhl.de](http://www.ifa-uhl.de)