

Zukunftsmarkt Arbeitskraftabsicherung: Bedarfe und Bedürfnisse der Kunden driften auseinander

[Leipzig, 9. März 2018] Die Arbeitskraft ist die Grundlage einer jeden Existenz. Trotzdem stagniert der Markt an Berufsunfähigkeitsversicherungen (BU) und anderen Arbeitskraftabsicherungsprodukten seit langem. Nur rund 25 Prozent der Erwerbstätigen besitzen eine Berufsunfähigkeitsversicherung. Auf dem Markt der Arbeitskraftabsicherung hat sich in den letzten Jahren viel getan, dennoch ist es nicht gelungen, die Absicherungsquote eklatant zu steigern.

Auf der 1. Fachkonferenz „Zukunftsmarkt Arbeitskraftabsicherung“ der Versicherungsforen Leipzig am 6. und 7. März 2018 ging es daher vornehmlich darum, die Herausforderungen in der Arbeitskraftabsicherung zu beleuchten und neue Produktansätze sowie Optimierungspotenziale in den Prozessen vom Vertrieb über den Antrag bis zur Leistung zu diskutieren.

Aktuell basieren Produkte zur Arbeitskraftabsicherung meist auf dem Status quo des Marktes, nicht aber auf den Bedürfnissen der Kunden. Hier gilt es für die Versicherer, genauer hinzuschauen und die Bedürfnisse der einzelnen Kundengruppen zu evaluieren. Denn selbst, wenn ein Bedarf für eine Berufsunfähigkeitsversicherung erkannt wurde, haben Kunden oft kein Bedürfnis, die selbige abzuschließen. Die negative Konnotation von Versicherungen allgemein und des Themas Berufsunfähigkeit im Speziellen führt dazu, dass Kunden sich damit kaum beschäftigen. Zudem herrschen noch immer Kritikpunkte wie z. B. hohe Kosten, Intransparenz und Ausschlüsse in den Köpfen der Kunden. Auch der Vertrieb hat oftmals Vorbehalte. Neben Aspekten wie der Komplexität von Arbeitssicherungsprodukten und schwierigen Antrags- und Leistungsprüfungen ist die Beratungshaftung, die im schlimmsten Fall geltend gemacht werden kann, eine Hürde. Der Markt der Arbeitskraftabsicherung steht vor großen und vor allem vielfältigen Herausforderungen.

Konkrete Produkte bzw. Produktkonzepte, mit denen man einigen davon begegnen kann, wurden auf der zweitägigen Fachkonferenz „Zukunftsmarkt Arbeitskraftabsicherung“ von den Rückversicherern Deutsche Rück und Munich Re sowie von den Basler Versicherungen und der Sijox (Signal Iduna Gruppe) vorgestellt. Die Ideen reichen dabei von Services für den Kunden zusätzlich zum eigentlichen Berufsunfähigkeitsprodukt über abgespeckte Produkte, die auch für körperlich tätige Personen erschwinglich sind bis zu BU-Produkten, bei denen man mittels gesunder Lebensweise die zu zahlenden Beiträge verringern kann. Mit diesem Ansatz versucht beispielsweise Sijox, die junge Marke der Signal Iduna Gruppe, ihr BU-Produkt AppLife den Kunden schmackhaft zu machen. Über 40 Prozent der Beiträge können sich Kunden mithilfe einer Schrittzähler-App und der entsprechenden Nutzung wieder zurückholen. Die Versicherung soll so erlebbar gemacht werden. Weiterer Vorteil dieser laufzeitbegrenzten BU-Versicherung: Nach fünf Jahren ist der Übergang in ein Anschlussprodukt bei der Mutter Signal Iduna ohne erneute Gesundheitsprüfung möglich. Bei der Deutschen Rück sind mittels Design-Thinking-Ansatz zwei Produktkonzepte entstanden, die Arbeitskraftabsicherung mit Vorsorge kombinieren und das veränderte Anspruchsdenken junger Kunden adressieren sollen.

Einen etwas anderen Blick auf das Thema gab Dr. Gerhard Schick, Mitglied des Bundestages und

Finanzpolitischer Sprecher der Fraktion BÜNDNIS 90/Die Grünen. Er betonte, dass Statistiken zufolge die Bürger sehr wohl das Risiko von Berufsunfähigkeit und die Relevanz einer entsprechenden Versicherung erkennen würden. Die gesetzliche Erwerbsminderungsrente müsse weiter gestärkt werden, doch die BU-Versicherung bleibe trotzdem ein zentraler Ergänzungsbaustein, den momentan nicht alle Menschen in Anspruch nehmen können. In einer Podiumsdiskussion während der Konferenz, an der neben Dr. Schick noch Vertreter der Munich Re, der Gothaer Lebensversicherung sowie der Makler Philip Wenzel teilnahmen, wurde dies auch noch einmal diskutiert. Dass die BU als Premium-Produkt der Arbeitskraftabsicherung einem Gros der Kunden (z. B. aufgrund von Ausschlüssen oder hohen Kosten) nicht zugänglich ist, ist dabei allen Marktteilnehmern bewusst. Man muss daher darauf achten, dass BU-Alternativen nicht als Notlösungen positioniert werden und so verständlich sind, dass Kunde und auch Vertrieb die Vorteile dieser Lösungen erfassen können. Einigkeit bestand, dass eine Risikoprüfung eigentlich an den Beginn einer Beratung gestellt werden muss, damit auf dem Ergebnis aufbauend die richtigen Produkte für den Kunden empfohlen werden können. Die Risikoprüfung darf nicht die letzte große Hürde sein, an der Kunden scheitern und mit einem schlechten Gefühl auf das Thema zurückgelassen werden.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.versicherungsforen.net/arbeitskraftabsicherung

Pressekontakt:

Katharina Thiemann

Telefon: +49 341 98988-224

E-Mail: katharina.thiemann@versicherungsforen.net

Unternehmen

Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16

04109 Leipzig

Internet: www.versicherungsforen.net

Über Versicherungsforen Leipzig GmbH

Die Versicherungsforen Leipzig verstehen sich als Dienstleister für Forschung und Entwicklung (F&E) in der Assekuranz. Als Impulsgeber für die Versicherungswirtschaft liegt ihre Kernkompetenz im Erkennen, Aufgreifen und Erforschen neuer Trends und Themen, zum Beispiel im Rahmen von Studien und Forschungsprojekten unter unmittelbarer Beteiligung von Versicherern. Basierend auf aktuellen wissenschaftlichen und fachlichen Erkenntnissen entwickeln und implementieren sie zukunftsweisende Lösungen für die Branche. Mit dem speziellen Wissen der Versicherungsbetriebslehre, der Versicherungsinformatik, der Versicherungsmathematik und des Versicherungsrechts schaffen die Versicherungsforen Leipzig die Basis für die Lösung anspruchsvoller neuer Fragestellungen innerhalb der Assekuranz. Zudem ermöglicht die wissenschaftliche Interdisziplinarität und der hohe Praxisbezug einen aufschlussreichen »Blick über den Tellerrand«.