

ren möchte. Das könnte etwa für große Aktiengesellschaften interessant sein, die vor den hohen Garantiekosten der klassischen Policen zurückschrecken, sie aber trotzdem zu guten Konditionen anbieten möchten, um auch dieses Kundensegment zu bedienen.

„White-Label“-Konzepte dürften in nächster Zeit deutlich zunehmen; angesichts der großen Herausforderungen lautet nun auch bei immer mehr deutschen Lebensversicherern die Devise: „Nicht mehr alles selber machen.“

M.S.

■ Was ist die AVAD?

Die AVAD, als Auskunftsstelle für Vermittler sei Jahrzehnten eine effektive Selbsthilfeeinrichtung der Branche, was die Qualitätskontrolle ihres Vertriebes anbetrifft, steht vor einer existenziellen Herausforderung: Zum 1. April treten Änderungen im Bundesdatenschutz-Gesetz in Kraft, die im Sinne eines besseren Verbraucherschutzes die Arbeit von Auskunftsteilen streng regeln. Danach sollen Meldungen über offene Forderungen, bisher ein Kern der AVAD-Tätigkeit, nur noch stark eingeschränkt zugelassen sein.

Die AVAD vertritt den Standpunkt, dass sie keine Auskunft im Sinne des neuen § 28 a BDSG und deshalb nicht betroffen sei. Bei ihr gehe es schließlich nicht um die Beurteilung der Kreditwürdigkeit von Verbrauchern, sondern um die Zuverlässigkeit von Gewerbetreibenden, erklärte AVAD-Geschäftsführer Stefan Schwarz kürzlich gegenüber dem Versicherungsjournal.

Ohne eine klare Definition, was eine Auskunft ist, müssen aber letztlich die Gerichte entscheiden, ob die Auskunftsstelle von den Einschränkungen betroffen ist. Für die AVAD brechen jedenfalls spannende Zeiten an.

Sinkende Personenschäden: Wie viel Autoversicherung brauchen wir noch?

Die deutschen Autoversicherer freuen sich seit Jahren über rückläufige Verkehrsofferzahlen. Zusammen mit einem insgesamt freundlichen Trend bei der Schadenhäufigkeit machte dieser Rückgang den scharfen Preiswettbewerb der letzten Jahre erträglicher. Aber wie weit wird sich diese Entwicklung fortsetzen? Und berührt sie am Ende die Existenzgrundlage der Kfz-Versicherung? Onnen Siems, Geschäftsführer des aktuariellen Beratungshauses Meyerthole Siems Kohlruss (MSK), zeigte kürzlich bei der diesjährigen Kfz-Versicherungskonferenz des Unternehmens in Köln auf, wie gerade der dramatische Rückgang der Verkehrsoffer zahlen die Schadenentwicklung in den nächsten Jahren weiter stark beeinflussen wird.

Seit 1973 ist die Zahl der Verkehrstoten in Deutschland von rd. 22.000 auf nur noch rd. 4.000 in 2009 zurückgegangen. Parallel dazu ist auch die Zahl der Schwerverletzten deutlich gesunken. Und dieser erhebliche Rückgang, der auch durch die steigenden Aufwendungen für schwere Personenschäden bei den Versicherern nicht überkompensiert werden konnte, geht weiter, wie Siems in einem Zukunftsszenario aufzeigte – mit erheblichen Folgen für die Rolle der Autoversicherung.

Weniger Schadenaufwand – weniger Versicherungsbedarf?

Heute liegt der Schadenaufwand in K-Haftpflicht bei rd. 11,5 Mrd. Euro. Davon entfallen ca. 35% auf Tote und Schwerverletzte, was einer Schadenlast von rd. 4 Mrd. Euro entspricht. Für die nächsten zehn Jahre gehen Experten von einem weiteren Rückgang in Höhe von 35% bei den Verkehrsoffern aus. (Ein Arbeitskreis beim Verkehrsgerichtstag in Goslar hat kürzlich sogar eine Zielmarke von 40% ausgegeben.)

Ein Rückgang von 35% würde also die Schadenlast in K-Haftpflicht um 1,4 Mrd. Euro absenken (ohne Inflationseffekte). Pro Jahr sänke folglich der Schadenaufwand um 140 Mio. Euro. Dazu kommen die Auswirkungen von sich stetig weiterentwickelnder Sicherheitstechnik, die nicht nur bei schweren Unfällen, sondern auch bei leichten Kollisionen einen deutlichen Rückgang der Schäden bewirken wird.

Mittel- und langfristig müssten sich die deutschen Autoversicherer nach Siems also darauf einstellen, dass die Schadenlast weiter absinkt. Das Szenario für die heute wichtigste Sparte in der Schaden-/Unfallversicherung ist demnach wenig aufmunternd: Der Markt schrumpft mit der demographischen Entwicklung weiter, und die Schäden, für deren Deckung Autoversicherungen ja schließlich abgeschlossen werden, sinken ebenfalls.

Konsequent zu Ende gedacht, bedeuten politische Initiativen wie „Vision Zero“ (null Verkehrstote) eben auch, dass Versicherer langfristig immer weniger zu tun bekommen. Das wird den Druck auf die Prämieinnahmen, der schon heute besteht, zukünftig noch weiter verschärfen. Die Autoversicherer müssen sich strategisch damit auseinandersetzen, wie sie in diesem verfallenden Markt bestehen können.