



Presseinformation

Kleckern statt Klotzen: Versicherer investieren nur zurückhaltend

- **Jeder zweite Topentscheider würde gern mehr Geld für neue Trends ausgeben**

Die deutschen Versicherer sind mit ihren Budgets für die Entwicklung neuer Produkte und Services unzufrieden. So klagt der Großteil der Versicherungsmanager (46 Prozent) über fehlende Mittel für die Umsetzung neuer Markttrends. Investitionen in Neuheiten wie beispielsweise verhaltensabhängige Tarife oder zusätzliche Assistance-Leistungen in der Unfallversicherung stehen damit vorerst auf dem Abstellgleis. Auslöser für den aktuellen Sparkurs ist die Konjunkturkrise. Die Versicherungsunternehmen müssen Kosten sparen und stellen daher langfristig angelegte Ausgaben zurück. Das ist das Ergebnis der Studie „Trendbarometer Versicherungen“ des Consulting-Unternehmens PPI AG in Zusammenarbeit mit dem IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung.

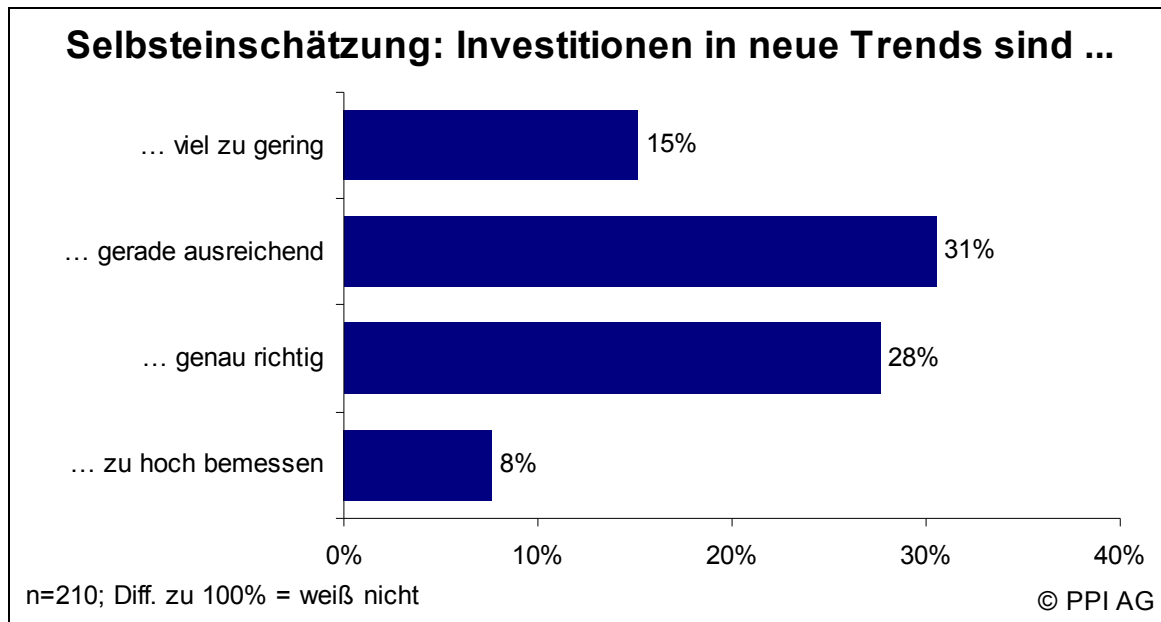
Über die Ziele notwendiger Investitionen herrscht in der Versicherungsbranche jedoch Einigkeit. Der größte Nutzwert wird beispielsweise in einem integrierten Schaden- und Unfallmanagement gesehen. So erwarten 68 Prozent der befragten Versicherungsmanager von einer schlanken und effizienten Schadenregulierung messbare Vorteile für ihr eigenes Unternehmen. Ebenfalls weit oben auf der Agenda der Versicherungswirtschaft steht eine verbesserte technische Ausstattung des Außendienstes (65 Prozent) sowie die Ausweitung des eigenen Produktportfolios (64 Prozent).

Doch die Assekuranz bremst derzeit ihre Ausgaben. Allen voran die Lebensversicherungen. Hier bleibt die Budgetzufriedenheit der befragten Fach- und Führungskräfte deutlich hinter den anderen Sparten zurück – teilweise sogar um bis zu zehn Prozentpunkte. Diese Zurückhaltung könnte sich jedoch zum Bumerang entwickeln. Denn die Lebensversicherer sind derzeit im Boomsegment der privaten Altersvorsorge mit einer Vertrauenskrise konfrontiert. Kursverluste an den Aktienmärkten haben zahlreiche Verbraucher entmutigt, für das Alter vorzusorgen. Durch Investitionen in neue Vertriebsansätze sowie in renditestarke und vor allem sichere Produkte könnten die Lebensversicherer Boden gut machen.

Doch auch in den anderen Versicherungszweigen sind derzeit Investitionen in neue Produkte und Services wichtiger denn je. So ist zum Beispiel der Preiskampf bei den Kompositversicherern nahezu ausgereizt. Punkten können vielmehr die Anbieter, die sich durch zusätzliche Dienstleistungen vom Wettbewerb abheben. Gleiches Bild bei den Krankenversicherern: Durch die Einführung des Gesundheitsfonds werden Serviceangebote und ergänzende Zusatzpolicen zunehmend wichtiger.



PPI AKTIENGESELLSCHAFT



Nur jeder vierte Versicherer bewertet die eigenen Investitionen in neue Trends als optimal.

Hintergrundinformationen

Die Studie „Trendbarometer Versicherungen“ stellt die Ergebnisse einer Online-Marktforschung dar, die im Auftrag der PPI AG in Kooperation mit dem IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung durchgeführt wurde. Im Zeitraum vom 14. bis zum 21. November 2008 wurden 210 Fach- und Führungskräfte aus der Versicherungswirtschaft befragt.

PPI Aktiengesellschaft

Die PPI Aktiengesellschaft ist seit 25 Jahren an den Standorten Hamburg, Kiel und Frankfurt erfolgreich für die Finanzbranche tätig. 2008 erwirtschaftete das Unternehmen mit seinen 280 Mitarbeitern 36 Millionen Euro Umsatz in den drei Geschäftsfeldern Consulting, Software Factory und Produkte. PPI stärkt die Marktposition von Versicherungsunternehmen durch fachlich wie methodisch exzellente Lösungen für alle Kernprozesse der Assekuranz, basierend auf langjähriger Praxiserfahrung. In der Software-Entwicklung stellt PPI durch professionelle und verlässliche Vorgehensweise eine hohe Qualität der Ergebnisse und absolute Budgettreue sicher. Das Consulting-Angebot erstreckt sich von der strategischen über die versicherungs- und bankfachliche bis zur IT-Beratung.

Pressekontakt

Andreas Gutjahr
Faktenkontor GmbH
Tel: +49 (0)40 22703-5470
Fax: +49 (0)40 22703-1470
E-Mail: andreas.gutjahr@faktenkontor.de