

bankassurance + allfinanz

R+V: Kfz-Direktversicherer startet im Herbst

Im vergangenen Jahr vertrieben 1 161 der insgesamt 1 232 Genossenschaftsbanken die Produkte des verbundeigenen Versicherers R+V und halfen damit dem Unternehmen, seinen Marktanteil zu steigern. An Provisionen erhielten sie dafür insgesamt 283 Millionen Euro (im Vorjahr 272 Millionen Euro), im kommenden Jahr sollen es rund 300 Millionen Euro sein. Doch nicht alle Vertriebsverbindungen der R+V zu den Volks- und Raiffeisenbanken sind exklusiv. Vor allem in Bayern arbeiten diverse genossenschaftliche Primärbanken teilweise oder gar ausschließlich mit der Allianz zusammen.

Doch Heinz-Jürgen Kallerhoff, der früher selbst bei der Allianz beschäftigt war und seit Oktober 2007 im Vorstand der R+V das Ressort Vertrieb verantwortet, äußert sich optimistisch, dass derzeit einige der mit den Münchenern kooperierenden Banken ihren Ausstieg vorbereiten. Und ob-

wohl diese Aussage schon öfter aus den Reihen der R+V verlautete, sind derzeit die Voraussetzungen, den großen Konkurrenten aus dem genossenschaftlichen Verbund herauszudrängen gar nicht ungünstig: Den Primärinstituten dürfte es wenig geheuer sein, dass aus dem Markt immer wieder Gerüchte verlauten, die Allianz wolle sich mit der Postbank – einem ihrer größten Konkurrenten – verbünden.

Preiskampf in der Kfz-Versicherung nimmt kein Ende

Doch auch die R+V macht den Kreditgenossenschaften Ärger. Während in den vergangenen Jahren immer betont wurde, eine Direktversicherungstochter im Verbund werde von den Genossenschaftsbanken vor Ort nicht akzeptiert, kündigte der Versicherer nun an, im dritten Quartal 2008 mit zehn Mitarbeitern einen Kfz-Direktver-

sicherer an den Markt zu bringen. Man habe das Projekt im Verbund ausreichend vorbereitet, es werde akzeptiert.

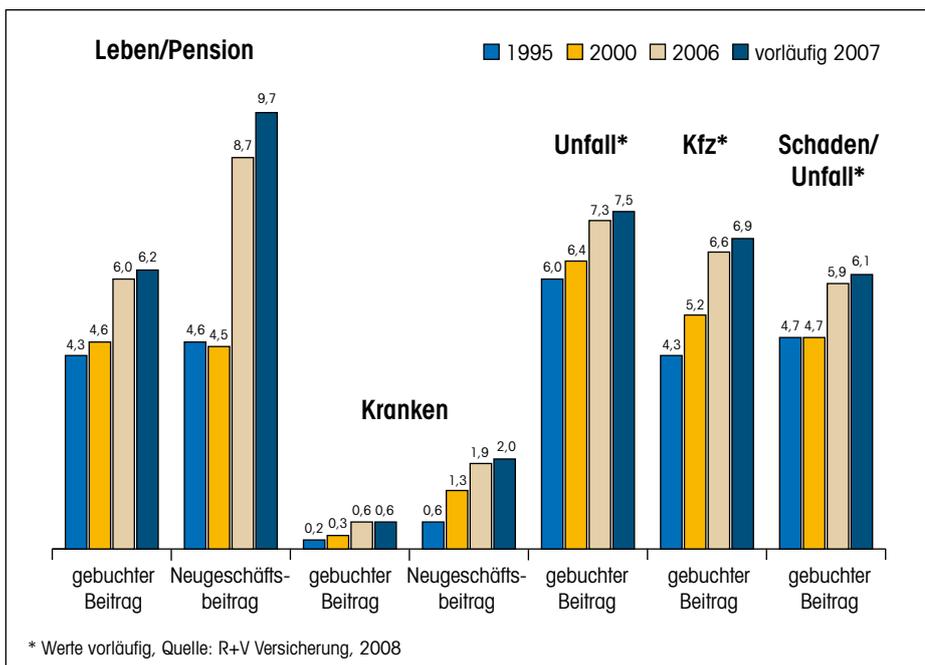
Während man im Jahr 2006 bei der R+V noch das Ende der Fahnenstange im Preiskampf nahen sah, glauben die Verantwortlichen heute offensichtlich nicht mehr an eine wesentliche Verbesserung der Situation, auch wenn der Wettbewerb über den Preis ein wenig abgeflacht sei. Etwa fünf bis zehn Prozent der Kunden schätzt R+V als preissensibel ein. Diese Gruppe will man mit dem Angebot ansprechen und im Verbund halten.

Für die genossenschaftlichen Banken, die Kunden an das Direktangebot verweisen, soll es weder Provisionen noch Tippgeber-Gelder geben. Es sei lediglich vorstellbar, dass Volks- und Raiffeisenbanken, die das R+V-24-Angebot auf ihrer Internetseite verlinken, einen Werbekostenzuschuss erhalten. Dass dieser Zuschuss eine beachtliche Höhe haben müsste, damit das Angebot angenommen wird, steht fest: Setzt doch die jeweilige Volks- und Raiffeisenbank, die das Angebot verlinkt, zumindest einen Teil ihrer Provisionen aufs Spiel.

Bei einem Angebot in der Kfz-Versicherung soll es denn auch im Direktvertrieb definitiv bleiben, so der R+V-Vorstandsvorsitzende Dr. Friedrich Caspers, man werde das Modell nicht auf andere Sparten ausweiten. Ob diese Aussage vor allem dem Widerstand der Kreditgenossenschaften geschuldet ist oder vielmehr dem Umstand, dass Kfz – neben Risiko-Leben – die einzige Sparte ist, in der der Direktvertrieb bisher wirklich funktioniert, bleibt zunächst dahingestellt.

So offen sich die R+V mit ihrem Direktversicherer für neue Vertriebswege zeigt: einer

R+V-Marktanteile von 1995 bis 2007



Vertriebskooperationen mit dem Einzelhandel hat R+V eine deutliche Absage erteilt. Vor dem Hintergrund erhöhter Informationspflichten – im Rahmen von MiFID und Co – sei ein Vertrieb, der vollkommen auf Beratung verzichte, nicht vorstellbar. Die Möglichkeiten des Bankvertriebs hingegen bezeichnen die Verantwortlichen bei der R+V als ausgeprägt. Insbesondere im Bereich der Altersvorsorge sei für die Allfinanz eine wachsende Bedeutung zu sehen.

Die Riester-Versicherung, die bei vielen Assekuranzen im Jahr 2007 als Wachstumsmotoren galt, macht jedoch bei der R+V nur einen kleinen Teil des Neuge-

Milliarden Euro gestiegen. Für die Branche weist der Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft ein kaum spürbares Wachstum um 0,2 Prozent aus.

Marktanteil gesteigert

Am besten positioniert ist der Versicherungskonzern des genossenschaftlichen Finanzverbundes seit Jahren in der (eher Allfinanz-untypischen) Sparte Unfall, dort wird sein Marktanteil mit 7,5 Prozent (im Vorjahr 7,3) angegeben, in der Kfz-Versicherung mit einem Anteil von 6,9 Prozent (im Vorjahr 6,6) sowie in Leben und Pen-

R+V im genossenschaftlichen Verbund	
Bankumsätze von R+V	76,4 Milliarden Euro
davon wurden über genossenschaftliche Institute abgewickelt	99,40 Prozent
Versicherungsleistungen (Schadenzahlungen und Ablaufleistungen)	4,9 Milliarden Euro
davon flossen auf Kundenkonten der genossenschaftlichen Banken	63,30 Prozent
Vom Genossenschaftssektor an R+V vermittelte Kapitalanlagen	8,6 Milliarden Euro
Anteil des Bruttoanlagevolumens, den R+V im oder über den Genossenschaftssektor platziert hat	rund 67 Prozent
Beiträge von R+V bei den genossenschaftlichen Verbänden	2,3 Millionen Euro

schäftes aus. Etwa 264 000 Riester-Versicherungen hatte das Unternehmen zum Jahresende 2007 im Bestand, davon wurden gut 60 000 im Jahresverlauf neu abgeschlossen. An der Gesamtzahl der R+V-Neuverträge (rund 610 000) macht das gerade mal ein Zehntel aus. Das liegt aber vor allem daran, dass die genossenschaftlichen Banken verstärkt das Riester-Fondsprodukt der Union Investment vertreiben. In der betrieblichen Altersvorsorge stärkte sich der Versicherer im Dezember 2007 mit dem Zukauf des Chemie-Pensionsfonds von der Hypovereinsbank. Den größten deutschen Branchen-Pensionsfonds mit derzeit rund 25 000 Versorgungsberechtigten können Unternehmen der gesamten Chemiebranche nutzen.

Zu den Zahlen: Der R+V-Konzern hat im vergangenen Jahr seinen Marktanteil ausgebaut. Die gebuchten Brutto-Beiträge des Unternehmens sind (nach der erstmalig nach IFRS erfolgten Bilanzierung) um 4,1 Prozent von 8,7 Milliarden Euro auf 9,0

Milliarden Euro gestiegen. Für die Branche weist der Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft ein kaum spürbares Wachstum um 0,2 Prozent aus. Million mit 6,2 Prozent (im Vorjahr 6,0) Marktanteil. Im Neugeschäft verhält es sich anders: Hier zeigt sich ein deutlicher Bedeutungszuwachs Sparte Leben/Pension, in der der R+V-Marktanteil nach Konzernangaben 9,7 Prozent beträgt. Die Beitragseinnahmen des Chemie-Pensionsfonds von rund 40 Millionen Euro jährlich sind in diesen Daten noch nicht konsolidiert.

Das Ergebnis des Konzerns für 2007 beträgt vor Steuern rund 477 Millionen Euro, (530 Millionen Euro im Vorjahr). Belastet wurde es von den Schäden, die der Sturm Kyrill verursacht hat. Durch eine deutlich reduzierte Steuerbelastung – im Jahr 2007 wurden 16 Millionen Euro statt 129 Millionen Euro für diese Position ausgewiesen – steigerte sich der Jahresüberschuss dennoch von 401 Millionen Euro auf 461 Millionen Euro. Die sinkende Steuerlast wird insbesondere auf eine Neubewertung der latenten Steuern zurückgeführt. Rund 73 Millionen Euro wurden als Dividende an die Gesellschafter ausgeschüttet.



bank und markt Zeitschrift für Retailbanking

Verlag und Redaktion:

Verlag Fritz Knapp GmbH
Aschaffenburger Straße 19, 60599 Frankfurt am Main,
Postfach 111151, 60046 Frankfurt am Main,
Telefon 069/97 0833-0, Telefax 069/7 07 84 00,
www.kreditwesen.de,
E-Mail: red.bum@kreditwesen.de

Herausgeber:

Klaus-Friedrich Otto
Chefredaktion: Dr. Berthold Marschhäuser, Swantje Benkelberg,
Philipp Otto

Redaktion: Lars Haugwitz, Alexander Hofmann, Barbara Stauch,
Frankfurt am Main.

Redaktionssekretariat:

Elke Hildmann
Die mit Namen versehenen Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Bei unverlangt eingesandten Manuskripten ist anzugeben, ob dieser oder ein ähnlicher Beitrag bereits einer anderen Zeitschrift angeboten worden ist. Beiträge werden nur zur Alleinveröffentlichung angenommen.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig.

Manuskripte: Mit der Annahme eines Manuskripts zur Veröffentlichung erwirbt der Verlag vom Autor das ausschließliche Verlagsrecht sowie das Recht zur Einspeicherung in eine Datenbank und zur weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken in jedem technisch möglichen Verfahren. Die vollständige Fassung der Redaktionsrichtlinien finden Sie unter www.kreditwesen.de.

Verlagsleitung:

Uwe Cappel

Anzeigenleitung:

Ralf Werner, Tel. 069/970833-43.

Anzeigendisposition:

Anne Guckes, Tel. 069/970833-26,
sämtl. Frankfurt am Main, Aschaffenburger Straße 19.

Zurzeit gilt Anzeigenpreisleiste Nr. 36 vom 1.1.2008.

Erscheinungsweise:

Am 1. jeden Monats.

Bezugsbedingungen: Abonnementspreise incl. MwSt. und Versandkosten: jährlich € 318,24, bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2jährlich € 163,12. Ausland: jährlich € 325,60. Preis des Einzelheftes € 17,90 (zuzügl. Versandkosten).

Verbandabonnement mit der „Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen“: jährlich € 618,48 bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2jährlich € 322,44. Ausland: jährlich € 634,80.

Studentenabonnement 50% Ermäßigung (auf Grundpreis).
Der Bezugszeitraum gilt jeweils für ein Jahr. Er verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht einen Monat vor Ablauf dieses Zeitraumes eine schriftliche Abbestellung vorliegt. Bestellungen aus dem In- und Ausland direkt an den Verlag oder an den Buchhandel.

Probeheftanforderungen bitte unter
Tel.-Nr. 069/97 0833-32 oder -25

Als Supplement liegt „cards Karten cartes“ jeweils am 1. Februar, 1. Mai, 1. August und 1. November dieser Zeitschrift bei.

Bei Nichterscheinen ohne Verschulden des Verlages oder infolge höherer Gewalt entfallen alle Ansprüche.

Bankverbindungen: Postbank Frankfurt 60482-609 (BLZ 50010060), Landesbank Hessen-Thüringen-Girozentrale 10555001 (BLZ 50050000), sämtliche in Frankfurt am Main.

Druck: Druckerei Hassmüller Graphische Betriebe GmbH & Co. KG, Königsberger Straße 4, 60487 Frankfurt.
ISSN 1433-5204

