

bankassurance + allfinanz

Die R + V wird digital

Die Entwicklung der Lebensversicherung im Jahr 2016 war „durchaus respektabel“. So sagte es Alexander Erdland, der Präsident des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V., Berlin, im Januar dieses Jahres bei der Präsentation der Branchenergebnisse für das vergangene Jahr. Respektabel heißt für die „Lebensversicherung im engeren Sinn“: gebuchte Bruttobeiträge in Höhe von 86,6 Milliarden Euro, was einem Minus von 1,7 Prozent entspricht. Davon entfielen 61,6 Milliarden Euro (minus 0,4 Prozent) auf laufende und 25,0 Milliarden Euro (minus 4,5 Prozent) auf die Einmalbeiträge. Die Anzahl der Verträge sank branchenweit um 1,8 Prozent auf 85,1 Millionen. Das Neugeschäft ging um 3,5 Prozent auf 4,9 Millionen neue Verträge zurück.

„Unter den gegebenen Umständen“ ist die Branche damit zufrieden. Doch sie erwartet neue Impulse aus der Politik. So nötig die angesichts einer nun schon viel zu lange andauernden „Hinhaltetaktik“ der Politik in Sachen Altersvorsorge auch sind, die die Entscheidungsfreude der Verbraucher hemmt: Die genossenschaftliche R+V macht vor, dass es auch anders geht.

In einem Umfeld, in dem andere Versicherer Produkte mit klassischen Garantien kaum noch oder nur noch „unter der Ladentheke“ verkaufen, hat man sich in Wiesbaden immer ausdrücklich zu den Garantieprodukten bekannt. Auch 2016 zählten sie neben der bAV zu den „Zugpferden“ in der Lebensversicherung. „Die Lebensversicherung blüht“, wie es in der Präsentation der Ergebnisse 2016 formuliert wird. „In der Lebens- und Pensionsversicherung hat sich die Strategie, an einem breiten Produktspektrum inklusive

klassischer Garantieprodukte festzuhalten, klar bewährt“, so der R+V-Vorstandsvorsitzende Norbert Rollinger.

In Zahlen heißt das: Einem branchenweiten Minus der Sparte Leben/Pension von 2,2 Prozent kann die R+V ein Plus von 1,8 Prozent bei den Brutto-Beitragseinnahmen gegenüberstellen. Ihr Marktanteil in diesem Segment steigt damit weiter von 7,9 auf 8,2 Prozent bei den gebuchten Beiträgen und von 12,2 auf 13,1 Prozent beim Neubeitrag. Klar, dass auch Rollinger wie sein Vorgänger Friedrich Caspers für die R+V die Losung ausgibt, auch weiterhin „Komplettanbieter“ bleiben zu wollen.

„Genossenschaftlich verzahnte Digitalisierung“

Der Erfolg der R+V hängt aber natürlich nicht allein an den Garantieprodukten in der Lebensversicherung ab. Stütze des Markterfolgs ist und bleibt die Integration in die genossenschaftliche Finanzgruppe und hier die Zusammenarbeit mit den Banken als Vertriebspartner. Dabei soll es auch künfftig bleiben. Aber die Zusammenarbeit wird sich an der einen oder anderen Stelle verändern müssen.

Hatte sich die R+V bisher mit Rücksicht auf die Genossenschaftsbanken in Sachen Digitalisierung – zumindest im Hinblick auf den Online-Vertrieb – zurückgehalten, so soll die Digitalisierung jetzt zur Kernkompetenz werden. Rollinger spricht dabei von einer „umfassenden genossenschaftlich verzahnten Digitalisierung“. Damit gemeint sind digitale Vertriebspartnerunterstützung und Kundenschnittstelle, die Einführung von Produkten für die di-

gitale Welt, Künstliche Intelligenz und Analytics sowie Kooperationen für mehr Innovation. Dafür müssen ganz verschiedene Bereiche angefasst werden, angefangen bei der Organisationsstruktur über das Produktportfolio bis hin zu Vergütung und Anreizsystemen.

Keine Bedrohung für die Banken

Letzteres könnte die heikelste Stellschraube sein. Doch vermutlich ist die Zeit reif dafür. Schließlich haben sich die Banken auch intern längst mit der Frage auseinandergesetzt, welchem Bereich Online-Geschäfte ihrer Kunden zugerechnet werden. Dank der engen Verzahnung im Verbund lassen sich diese Fragen auch im Versicherungsbereich lösen. Und so wird die Digitalisierung zur Wachstumschance und nicht zur Bedrohung für die Banken. Bei den anstehenden Veränderungen will die R+V die Vertriebspartner begleiten und unterstützen.

Einige Zahlen zur Digitalisierung hat der Versicherer auch schon genannt. 794 Volks- und Raiffeisenbanken (die zusammen für 87 Prozent des gesamten Bilanzvolumens aller VR-Banken stehen) arbeiten bereits mit Online-Antragsstrecken der R+V. 2016 gab es 472 362 Page Views. 3 129 Verträge wurden online abgeschlossen. Sehr beliebt sind nach R+V-Angaben die Online-Tarifrechner. Die Mehrheit der Kunden kauft zwar immer noch persönlich. Dieser „Ropo-Effekt“ ist aber bekanntlich nichts, worauf man sich verlassen kann. Deshalb reichen Serviceanwendungen wie eine Arztsuche-App oder die Scan-App zum Einreichen von Arztrechnungen allein nicht aus.