

ASSEKURATA

Punkt!

Nr.1/2005

26.10.2005

Unsere Themen:

- *STANDPUNKT!*
 - *Transparenz. Orientierung. Sicherheit.* Von Dr. Christoph Sönnichsen, Geschäftsführender Gesellschafter der Assekurata
 - *„Weiche Faktoren kommen in den Ratings zu kurz“* Interview mit Günter Bost, Geschäftsführer beim Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft
 - *Die Policen-Polka - Policenverkauf Step by step* Gastbeitrag von Lutz Schroeder, Vorstand der cash.life AG
 - *Auswirkungen aktueller Gerichtsurteile in der Lebensversicherung* Interview mit Prof. Dr. Oskar Goecke, Direktor des Instituts für Versicherungswesen, Fachhochschule Köln
 - *Die Assekurata-Ratings der letzten Monate*
 - *Definition des Assekurata-Ratings*
 - *Assekurata-Ratingskala*
 - *Assekurata-Ratings* (Stand Oktober 2005)
-

Vorwort

STANDPUNKT!

Liebe Leserinnen, liebe Leser!

Hallo und willkommen zur ersten Ausgabe von ASSEKURATA_{PUNKT!}, dem neuen Newsletter aus dem Hause Assekurata, das Sie von nun an quartalsweise kostenlos über Neuigkeiten rund um Assekurata informiert.

Weshalb bringt Assekurata denn ein eigenes Newsletter heraus, wird sich der eine oder andere nun fragen. Ganz einfach:

Mit ASSEKURATA_{Punkt!} werden Vermittler über aktuelle Entwicklungen rund um die von Assekurata durchgeführten Ratings auf dem Laufenden gehalten und Assekurata bezieht Standpunkt zu aktuellen Marktthemen.

Zudem werden Sie hier in regelmäßigen Abständen die Ergebnisse unserer Markt-screenings der Schaden-/Unfall-, Lebens- und Krankenversicherungsbranche finden.

Darüber hinaus wollen wir den Maklern und Mehrfachagenten auf diesem Weg unsere Rating-Methodik und deren besonderen Merkmale näher bringen. Und genau damit wollen wir in dieser Premieren-Ausgabe auch starten.

Zu Beginn möchten wir uns Ihnen vorstellen. Es soll ja immer noch Menschen geben, denen die ASSEKURATA



Dr. Reiner Will

Assekuranz Rating-Agentur kein Begriff ist.

Seit der Gründung 1996 hat sich das Unternehmen kontinuierlich weiterentwickelt. Mit bisher 199 Ratings bei 67 Versicherungsunternehmen sorgt Assekurata für **Transparenz** im Versicherungsmarkt.

Doch der Name Assekurata steht nicht nur für Ratings. In diesem Heft lesen Sie auch, womit sich die Rating-Analysten des Weiteren beschäftigen.

Assekurata schafft aber mehr als Transparenz auf dem Versicherungsmarkt. Durch individuelle Beurteilungen von Versicherungsunternehmen sorgt die Kölner Rating-Agentur auch für **Orientierung** bei den Marktteilnehmern.

Lutz Schroeder, Vorstand der cash.life AG, stellt in seinem Gastbeitrag „Die Policen-Polka“ dar, wie nützlich die Arbeit der Assekurata-Analysten gerade für das Geschäft der Policenaufkäufer ist.

Über den Nutzen und die **Sicherheit** von Ratings im Allgemeinen unterhalten wir uns mit Günter Bost, Geschäftsführer beim Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft.

In den letzten Wochen haben die höchsten deutschen Gerichte mit zwei Aufsehen erregenden Urteilen in das Geschäftsmodell der Lebensversicherer eingegriffen. Prof. Dr. Oskar Goecke, Direktor des Instituts für Versicherungsweisen an der Fachhochschule Köln, erläuterte uns die Auswirkungen aus aktuarieller Sicht.

Sie sehen, bereits das erste Heft bietet ein buntes Potpourrie an Themen. Ein Anspruch, den wir auch mit den kommenden Heften einhalten werden.

Auf Ihre Reaktion und Leserbriefe bin ich schon jetzt gespannt.

Ihr

Dr. Reiner Will, Geschäftsführender Gesellschafter der Assekurata

Titel

Transparenz. Orientierung. Sicherheit.

Von Dr. Christoph Sönnichsen, Geschäftsführender Gesellschafter der Assekurata

Transparenz, Orientierung, Sicherheit für den Versicherungsmarkt – Mit diesem Ziel startete 1996 die ASSEKURATA Assekuranz Rating-Agentur. Neun Jahre und zahlreiche Ratings später lässt sich sagen: Dank Assekurata hat sich das bis dahin in Deutschland weitgehend unbekannte Verfahren des Unternehmensratings einen festen Platz in der deutschen Versicherungswirtschaft erobert.

Assekurata ist die erste deutsche Rating-Agentur, die sich auf die Qualitätsbeurteilung von Versicherungsunternehmen spezialisiert hat. Mit ihrem interaktiven Ratingansatz beurteilt Assekurata ausschließlich deutsche Erstversicherungsunternehmen. Hierzu zählen Lebensversicherer, Schaden-/Unfallversicherer sowie Krankenversicherer.

Interne Daten bieten tiefen Einblick

Bei dem interaktiven Assekurata-Rating handelt es sich um mehr als eine reine Kennzahlenanalyse. Denn neben den ohnehin öffentlich zugänglichen externen Zahlen ziehen die Analysten auch interne Unternehmensdaten zur Urteilsfindung heran. In diesem Zusammenhang stellen die



Dr. Christoph Sönnichsen

Managementinterviews einen wichtigen Bestandteil dar. Hierbei befragen die Assekurata-Analysten die Geschäftsleitung des zu untersuchenden Versicherers zum Geschäftsmodell und der Strategie. Zusammen mit den internen Daten

nehmens. Daher muss der Auftrag für das Rating durch den Versicherer selbst erfolgen. Diesem ist es dann auch freigestellt, ob er das Ergebnis veröffentlicht oder lediglich für interne Verbesserungsmaßnahmen nutzt.

Rating aus Kundensicht

Neben der Unternehmensqualität legen die Assekurata-Analysten besonders Wert auf die Kundenorientierung der Versicherer. Kein Wunder also, dass immer mehr Verbraucher bei der Wahl ihrer Versicherungsunternehmen das Assekurata-Rating als Orientierungshilfe heranziehen. Nicht zuletzt deshalb hat sich mittlerweile auch im Vertrieb das Assekurata-Gütesiegel zu einem beliebten Marketinginstrument entwickelt. Gerade in der privaten Krankenversicherung hat sich Assekurata

ASSEKURATA

TRANSPARENZ. ORIENTIERUNG. SICHERHEIT.

ergibt sich so eine umfassende Beurteilung, welche die individuellen Besonderheiten der jeweiligen Gesellschaft berücksichtigt. Voraussetzung für das Rating anhand interner Daten ist allerdings die Mitarbeit des zu untersuchenden Unter-

seit 1996 eine exponierte Marktstellung erarbeitet. Mehr als die Hälfte der deutschen PKV-Unternehmen wurde bereits von den Assekurata-Analysten mittels des interaktiven Ratings auf Herz und Nieren geprüft. Auch in der Lebensversiche-

Die ASSEKURATA Assekuranz Rating-Agentur GmbH wurde am 1. Oktober 1996 gegründet. Gründungsgesellschafter waren neben der Unternehmensberatung Mummert Consulting AG die Geschäftsführer Dr. Christoph Sönnichsen und Dr. Reiner Will sowie Prof. Dr. Dieter Farny, der zu dieser Zeit den Lehrstuhl für Versicherungslehre der Universität Köln innehatte. Im Juni 2004 gab Mummert Consulting die Mehrheit ihrer Anteile an Wilhelm Alms ab, der bis Ende 2003 Vorstand von Mummert Consulting war. Seit Gründung der Gesellschaft hat Assekurata insgesamt 199 Ratings in 67 Versicherungsunternehmen durchgeführt. Tendenz steigend.

Assekurata mehr als Ratings

Doch der Name Assekurata steht nicht nur für **Sicherheit** durch Ratings von Versicherungsunternehmen. Auch die beiden anderen Komponenten der Firmenphilosophie kommen nicht zu kurz: Mit der Zeit etablierte sich die Agentur auch durch Branchenstudien als Know-how-Träger im Versicherungsbereich.

Das durch die qualifizierten Mitarbeiter vorhandene und

durch die Durchführung von interaktiven Ratings sukzessiv angereicherte Fachwissen nutzt Assekurata ferner für Marktstudien, Branchenanalysen und Vorträge. Nicht zuletzt mit der alljährlich erscheinenden *Studie zur Überschussbeteiligung deutscher Lebensversicherer* sorgt Assekurata seit 2002 für **Transparenz** im Markt.

Zusätzlich bietet die Rating-Agentur ausgewählten Marktteilnehmern **Orientierung**. So informiert Assekurata beispielsweise Policenverwerter darüber, wie Ablaufleistungen erreicht werden. Und auch Vermittler bekommen auf Wunsch ein nach individuellen Kriterien abgestimmtes Qualitätsurteil über die von ihnen vertriebenen Anbieter.

Die ASSEKURATA Assekuranz Rating-Agentur GmbH wurde am 1. Oktober 1996 gegründet. Gründungsgesellschafter waren neben der Unternehmensberatung Mummert Consulting AG die Geschäftsführer Dr. Christoph Sönnichsen und Dr. Reiner Will sowie Prof. Dr. Dieter Farny, der zu dieser Zeit den Lehrstuhl für Versicherungslehre der Universität Köln innehatte. Im Juni 2004 gab Mummert Consulting die Mehrheit ihrer Anteile an Wilhelm Alms ab, der bis Ende 2003 Vorstand von Mummert Consulting war. Seit Gründung der Gesellschaft hat Assekurata insgesamt 199 Ratings in 67 Versicherungsunternehmen durchgeführt. Tendenz steigend.

Impressum:

ASSEKURATA PUNKT!

Nr1/2005

Herausgeber:

ASSEKURATA

Assekuranz Rating-Agentur GmbH

Venloer Straße 301-303

50823 Köln

Tel.: 0221 27221-0

Fax.: 0221 27221-77

E-Mail: info@assekurata.de

Redaktion:

Russel Kemwa

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: 0221 27221-38

Fax: 0221 27221-77

E-Mail: kemwa@assekurata.de

Die Aufsätze und Berichte wurden sorgfältig recherchiert und geben die Meinung des Verfassers wieder. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernimmt die ASSEKURATA Assekuranz Rating-Agentur keine Gewähr. Assekurata haftet nicht für unsachgemäße Weiterverwendung der Informationen.

Nachdruck und Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung von Assekurata. Das gilt auch für die Aufnahme in elektronische Datenbanken und Vervielfältigungen auf CD-Rom oder ähnlichen Datenträgern.

Interview

**„Weiche Faktoren kommen
in den Ratings zu kurz“**

Gespräch mit Günter Bost, Geschäftsführer beim Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV)

In den letzten Jahren erlebte das Thema Rating im deutschen Versicherungsmarkt einen wahren Boom. Mittlerweile versuchen zahlreiche Rating-Agenturen mit verschiedenen Rating-Ansätzen, Transparenz in den Versicherungsmarkt zu bringen. Wie beurteilen Sie die Entwicklung?

Rating-Agenturen eröffnen Kunden und Vermittlern den Zugang zu Informationen über Produkt- und Anbieterqualitäten, die ihnen sonst nicht zugänglich sind. Sie liefern damit wichtige Hilfestellung für sachlich fundierte Entscheidungen und fördern die Markttransparenz. Dennoch sind die Probleme noch nicht gelöst, weil die verschiedenen Ratings meist nur einen speziellen Aspekt einer an sich notwendigen Gesamtbewertung herausgreifen (können) und damit zwangsläufig ein unvollständiges oder gar falsches Bild der Wirklichkeit liefern. Hinzu kommt, dass manche Rating-Agenturen ein durchaus aggressives Marketing betreiben, das mehr der eigenen Profilierung als der Markttransparenz dient. Insgesamt aber sind die zahlreichen Aktivitäten der Rating-Agenturen sehr zu begrüßen und Fortschritte in der Professionalität der



Günter Bost

Methoden sind unverkennbar.

Welche Reaktionen lassen sich auf dem Versicherungsmarkt seit Einführung und Etablierung der Ratings erkennen?

Ratings spielen insbesondere für unabhängige Vermittler eine große Rolle, da sie ihren Kunden in besonderer Weise verpflichtet sind. Die Tatsache, dass sich Rating-Agenturen vornehmlich an diese Zielgruppe wenden, zeigt den Bedarf. Ratings spielen bei der Anbieterauswahl eine zunehmende Rolle und Unternehmen, die im Wettbewerb um Vertriebskapazitäten stehen, können die Ratings kaum ignorieren. Dies fördert zweifellos eine stärkere

Ausrichtung der Unternehmen auf die Marktbedürfnisse. Die wettbewerbsstarken Unternehmen werden davon profitieren; ob damit die besten Unternehmen zum Kunden gelangen, mag mal dahingestellt bleiben.

Welche Aussagekraft haben Ratings von Versicherungsunternehmen Ihrer Meinung nach für die Versicherungsnehmer und die Versicherungsvertriebe?

Ein echtes Unternehmensrating ist außerordentlich anspruchsvoll und setzt Einsicht in die Interna des Unternehmens voraus. Dies sind nicht nur Bilanzzahlen, sondern auch Managementinformationen, Service-Kennzahlen u.ä. Dazu gehört auch eine gewisse Längsschnittanalyse. Derartige Ratings sind natürlich den auf spezielle Ausschnitte der Unternehmensqualität ausgerichteten und/oder allein auf externen Daten beruhenden Ratings weit überlegen. Die echten Unternehmensratings liefern die zuverlässigste Beurteilung eines Unternehmens. Allerdings werden bisher nur wenige Unternehmen in dieser Weise geratet, die meisten Ratings haben deshalb nur eine begrenzte Aussagekraft.

Welche Voraussetzungen müssen Ratings erfüllen, damit sie insbesondere

Versicherungsnehmern auf der Suche nach einem geeigneten Versicherer Hilfeleistung geben können?

Ein Rating muss methodisch einwandfrei, die Methode muss transparent sein. Und das Rating muss für die zu treffende Entscheidung relevant sein. Was interessiert den Kunden vorrangig?

- Ist das Produktangebot für meinen Bedarf passend? Stimmen die Bedingungen und das Preis-Leistungs-Verhältnis? Sind die Hochrechnungen plausibel?
- Stimmt die Beratung, der Service?
- Ist das Unternehmen langfristig leistungsfähig?
- Je nach Art des geplanten Vertragsabschlusses dominieren bestimmte Aspekte. Die Aspekte Beratungs- und Servicequalität werden in Ratings bisher leider höchstens rudimentär berücksichtigt.

Welche Erfahrungen konnten Sie in Ihrem bisherigen Berufsleben mit Ratings sammeln?

Meine persönlichen Erfahrungen lassen sich auf einen

ganz einfachen Nenner bringen: Die intensive Auseinandersetzung mit Ratings zwingt die Verantwortlichen in den Unternehmen zu einem Sichtwechsel von außen nach innen statt umgekehrt. Dieser Seitenwechsel fördert die Kommunikation und Auseinandersetzung mit den Marktteilnehmern außerhalb des Unternehmens und führt zu manchmal überraschenden Erkenntnissen.

Sehen Sie neben den bereits etablierten Ratingansätzen (Produkt- und Unternehmensratings) noch weitere Bereiche im Versicherungsmarkt, die demnächst einem Rating unterzogen werden könnten?

Mir scheint, dass die „weichen“ Faktoren in den Ratings zu kurz kommen. Vielleicht auch deswegen, weil sie schwierig zu erfassen, zu vergleichen und zu kommunizieren sind. Aber im Dienstleistungsbereich bestimmen Menschen überwiegend die Qualität; diese lässt sich nicht nur an Bilanzzahlen ablesen. Beispielsweise könnte ja das Selbstverständnis der Unternehmen in ein Unternehmensrating einbezogen werden, etwa ablesbar an den Servicestandards, der

Qualität der Geschäftsberichte, der Art der Werbung, der Verständlichkeit von Vertragsunterlagen, der Art des Sponsoring und ähnlichem.

Hat sich im deutschen Versicherungsmarkt bereits eine Ratingkultur entwickelt, wo sehen Sie ggf. Nachholbedarf?

Aus Kunden- und Vermittlersicht hat sich in den letzten Jahren viel verbessert: Während anfangs Preis-Leistungs-Verhältnisse dominiert haben, hat sich das Spektrum sehr ausgeweitet in Richtung Qualität: Bedingungsqualität, Plausibilität von Beispielrechnungen, Unternehmensqualitäten. Von einer echten Rating-Kultur sind wir noch weit entfernt. Zu dieser Kultur gehörte meines Erachtens ein gemeinsames Verständnis von Rating-Standards (Codex für Rating-Agenturen). Und hilfreich wäre ein „Rating der Rating-Agenturen“ oder zumindest eine stärkere Auseinandersetzung mit den Methoden, der Aussagekraft und Eignung für typische Fragestellungen der Adressaten von Ratings.

Gastbeitrag

Die Policen-Polka

Policenverkauf: Step by step

Von Lutz Schroeder; Vorstand der cash.life AG

Wissen heißt Vorsprung auf dem deutschen Zweitmarkt für Lebensversicherungen.

Wissen über die Police selbst, Wissen über den Versicherungsnehmer, Wissen über die Tarifstruktur und Wissen über das Versicherungsunternehmen. Nicht jede Lebensversicherung findet auf dem Zweitmarkt einen Käufer. Die Aufforderung zum Tanz erfolgt nach genauer Prüfung, ob sich die Police aus wirtschaftlicher Sicht rechnen und refinanziert werden kann.

cash.life größter Policenkäufer Deutschlands

Seit 1999 existiert der Zweitmarkt für Lebensversicherungen in Deutschland und damit die Möglichkeit, Kapitalversicherungen an spezialisierte Unternehmen zu verkaufen. Erfahrenster und größter Aufkäufer ist die cash.life AG in München. Bevor sich die Policenkäufer aufs Parkett trauen, selektieren sie das Policenangebot und stellen bestimmte Grundkriterien an die Versicherungsverträge: Denn bei einem Leichtgewicht unter 5.000 Euro Rückkaufswert hat man beim Tanzen nichts in der Hand und junges Gemüse mit mehr als 15 Jahren Restlaufzeit ist schwer zu kalkulieren. Auch von den rund 120 aktiven



Lutz Schroeder

Lebensversicherungsgesellschaften in Deutschland ist nicht jede trittsicher. Die cash.life AG kauft von rund 85 Prozent des Gesamtmarktes Lebensversicherungen. Als Auftakt für die Policen-Polka ist das Versichererrating der Assekurata Rating-Agentur essenziell wichtig, das am Ende, nach einer langen Reihe von Tanzschritten, in die Vorauswahl der Policeneinkäufer mündet.

Als Eintrittskarte zum Policentanz gelten die Faktoren Qualität des Versicherungsunternehmens, Restlaufzeit der Police, individueller Tarif und das Alter der in dem Vertrag versicherten Person.

Analyse von über hundert Parametern

Bevor der richtige Tanzpartner aufgefordert werden kann, müssen über hundert Parameter aus den Bilanzen

der Versicherer erhoben, analysiert und bewertet werden.

Speck auf den Rippen ist nicht nur bei den Policen erwünscht, sondern auch beim Versicherungsunternehmen. Auf die genaue Einschätzung der Ertragsstärke, der Eigenmittel und der stillen Reserven fällt daher das Augenmerk professioneller Policenkäufer zuerst. Viele Ratings stellen nur auf die Bonität ab. Das reicht aber nicht für die sichere Einschätzung des Versicherers vor einem Policenkauf. Die Versichererbewertung der Assekurata für die cash.life AG geht daher weit über die Kapitalisierungsbetrachtung der Versicherungsunternehmen hinaus. Die Kostenstruktur wird nach dem Motto „Speck auf den Rippen ist wichtig, aber schlank ist schön“ bewertet. Denn: stille Lasten wuchtet niemand gerne über die Tanzfläche, besteht doch die Gefahr des Bandscheibenschadens oder der Bauchlandung. Gerade im Bereich Kosten für Abschluss und Verwaltung sind schlanke Maße gefragt. Auch das Wachstum und die Nachhaltigkeit des Wachstums fließen in die Bewertungen mit ein. Sie sind wichtig um einzuschätzen, ob ein Versicherungsunternehmen aufgrund von hohen Stornoquoten Wachstum generieren

muss und auf jeder Kirmes tanzt, oder ob er gesund wächst und auf dem Opernball über den roten Teppich flaniert.

Viermal jährlich Aktualisierung der Daten

Im Gegensatz zum Wiener Opernball, der nur einmal pro Jahr stattfindet, aktualisieren die Bewertungs- und Versicherungsexperten von Assekurata und cash.life AG ihr Datenmaterial viermal pro Jahr, um schnell auf sinkende Schlussüberschusszu-

weisungen oder Wachstumsprognosen reagieren und gegebenenfalls ihre Ankaufstrategie ändern zu können.

Alles zusammen – Tarifstruktur, Restlaufzeit, Rückkaufswert, Zusatzversicherungen, Stärke der Versicherungsgesellschaft – sorgt für Taktfestigkeit und lässt Rückschlüsse auf die zu erwartende Ablaufleistung des Einzelvertrages zu; sie sind letztlich kaufentscheidend. Soloeinlagen sind beim Tanz

der Policen nicht gefragt. Die richtig flotte Sohle auf dem Parkett entsteht nur, wenn die ersten Schritte – die Versichererbewertungen – mit den Führungsqualitäten der cash.life AG, der Erfahrung auf dem Zweitmarkt Lebensversicherungen, dem Know-how aus rund 2.000 Versicherungstarifen, Policenverwaltung und –optimierung kombiniert werden.

Hintergrund

Seit nunmehr vier Jahren unterstützt Assekurata die cash.life AG in einer umfassenden Kooperation in deren Geschäftsfeld. Da sich die Analyseziele eines Policenaufkäufers von denen eines Endverbrauchers unterscheiden, entwickelten die Assekurata-Analysten hierzu gemeinsam mit dem Management der cash.life AG Bewertungstools, die speziell auf die Belange und Interessen eines Policenaufkäufers zugeschnitten sind. Hierzu zählen neben einer kontinuierlichen Marktbeobachtung und der Kommunikation insbesondere ausführlich kommentierte Jahresabschlussanalysen sowie ein simulationsgestütztes Modell zur Ermittlung unternehmensindividueller Parameter für die Ankaufsentscheidung.

Die Produktlinie wurde eigenständig neben dem Kerngeschäft der Assekurata – dem qualifizierten, interaktiven Unternehmensrating – etabliert. Durch die Exklusivität und die von der cash.life AG vorgegebenen Analyseziele stehen die Produkte nicht in Konkurrenz zueinander. Die Kooperation ist ein erfolgreiches Beispiel dafür, wie sich institutionelle Marktteilnehmer das Know-how unserer Spezialisten für ihre spezifischen Zwecke sichern können.

Interview

Auswirkungen aktueller Gerichtsurteile in der Lebensversicherung

Gespräch mit Prof. Dr. Oskar Goecke, Direktor des Instituts für Versicherungswesen, Fachhochschule Köln

Die höchsten deutschen Gerichte haben in den letzten Wochen mit zwei Aufsehen erregenden Urteilen in das Geschäftsmodell der Lebensversicherer eingegriffen. Während das Bundesverfassungsgericht (BVerfG.) Ende Juli eine transparentere Regelung für die Überschussbeteiligung verlangte, urteilte der Bundesgerichtshof (BGH) Anfang Oktober zur Praxis der Abschlusskostenverrechnung. Beide Entscheidungen wurden von Verbraucherschützern als Stärkung der Versicherungsnehmerrechte begrüßt. Doch was bedeuten die Urteile aus aktuarieller Sicht für Kunden, Vermittler und Versicherungsunternehmen?

Beide Urteile stärken im Ergebnis die Ansprüche der Versicherungsnehmer gegen die Versicherungsunternehmen. Wird das Produkt Lebensversicherung für die Kunden wirklich attraktiver und gerechter?

Wenn man beide Urteile auf einen Nenner bringt, so kann man sagen, dass die Rechtsprechung mehr Transparenz bei den Lebensversicherungsprodukten einfordert.



Prof. Dr. Oskar Goecke

Mehr Transparenz macht doch ein Produkt nicht unattraktiver – ganz im Gegenteil: Transparenz erhöht die Attraktivität! Warum unterziehen sich die Unternehmen einem Rating zum Beispiel bei der Assekurata? Doch wohl um ihre Leistungsfähigkeit transparent zu machen.

Des Weiteren befürchte ich nicht, dass künftig die Versicherungsnehmer bei Fälligkeit der Leistungen die Lebensversicherer „ausplündern“, indem sie die Auflösung der stillen Reserven erzwingen. Das Bundesverfassungsgericht hat zwar die bestehenden Regeln zur Bestimmung der Überschussbeteiligung insbesondere im Hinblick auf die Schlussgewinnanteile für unzureichend erachtet, es hat jedoch ausdrücklich den kollektiven Charakter des

Versicherungsgeschäfts betont. Die Verfassungsrichter haben dem Gesetzgeber aufgetragen, die „Spielregeln“ für die Überschussbeteiligung bis zum 31.12.2007 neu zu regeln. Die Lebensversicherer sollten dies als Chance verstehen, die besonderen Qualitätsmerkmale der Lebensversicherung in die Öffentlichkeit zu tragen.

Müssen die Aktuarien das Produkt Lebensversicherung nun völlig neu kalkulieren?

Ich glaube nicht, dass nun alles völlig neu kalkuliert werden muss. Wenn ich die Intention des BVerfG richtig sehe, werden sich jedoch die Aktuarien darauf einstellen müssen, die Überschussbeteiligung transparenter zu gestalten. Besonders die Schlussgewinnanteile waren im Visier der Verfassungsrichter. Die Aktuarien müssen meines Erachtens über „natürliche“ Schlussgewinnbeteiligungssysteme nachdenken.

Bisher wurden Schlussgewinnanteile stets nur pauschal festgelegt; künftig wird man darlegen müssen, aus welchen Quellen sich die Schlussgewinnanteile speisen sollen. Übrigens: Für die laufende Überschussbeteiligung sind diese mechanischen Systeme schon seit

Jahrzehnten nicht mehr zulässig!

Welche Auswirkungen hat das BGH-Urteil auf das Vergütungsmodell für die Vermittler?

Die bisherigen Vergütungssysteme mit einer vergleichsweise hohen Provision zu Beginn des Vertrages kommen sicherlich unter Druck. Das hat aber unmittelbar nichts mit den oben genannten Urteilen zu tun. Das Bundesverfassungsgericht hat sich mit der Frage der Rückkaufswerte nicht beschäftigt. Das BGH-Urteil – tatsächlich waren es drei Urteile über gleich gelagerte Fälle – hat nicht die Rückkaufswertberechnung als solche aufgegriffen, sondern deren Intransparenz. Allerdings sieht der Entwurf zur VVG-Reform Mindestrückkaufswerte vor und dies berührt unmittelbar die Vergütungssysteme. Ich sehe jedoch noch einen Faktor,

der auf die Vergütungssysteme weitreichenden Einfluss haben könnte: Aufgrund der demographischen Entwicklung wird die Kundengruppe der 35-44-Jährigen stark schrumpfen, während die Gruppe der 55-64-Jährigen zunehmen wird. Das bedeutet doch, dass das gesamte Abschlussvolumen tendenziell stagniert. Gleichzeitig wird jedoch die Gruppe der „Vermögensdisponierer“ an Bedeutung gewinnen. Somit muss künftig ein wesentlicher Teil der Einkommen der Vermittler in der Betreuung generiert werden. Auch dies spricht für einen Umstieg von einmaliger zu einer laufenden Provisionierung.

Der BGH hat für 15-20 Mio. Verträge, die zwischen 1994 und 2001 abgeschlossen wurden, höhere Rückkaufswerte vorgeschrieben. Wer kommt letztlich für die zu-

sätzlich aufzubringenden Mittel auf?

Nach meiner Einschätzung hat das BGH-Urteil nur Bedeutung für die gekündigten Verträge, bei denen der Rückkaufswert weniger ausmachte als die halbe Prämiensumme (abzüglich Risiko; abzüglich Kosten; einschließlich verteilter Abschlusskosten!). Ich kann nicht ermessen, wie viele Verträge also wirklich betroffen sind; ich sehe aber kein gravierendes Problem auf die Unternehmen zukommen.

Hat die Branche vielleicht auch selbst Schuld an der aktuellen Entwicklung, indem sie den Ruf nach mehr Transparenz zu lange missachtet hat?

Ja!

Hintergrund

Auf den ersten Blick wirken die beiden Gerichtsurteile des BVerfG (26.07.2005) und des BGH (17.10.2005) wie Ohrfeigen für die deutschen Lebensversicherer. So jedenfalls der Tenor vieler Medienberichte und die Reaktion der Verbraucherschützer.

Doch wie so oft, wenn Richter urteilen müssen, standen sich durchaus berechnete Interessen gegenüber, zwischen denen abzuwägen war. Die aktuellen Urteile schaffen dabei nur vordergründig Klarheit. Denn sowohl aus dem Auftrag des BVerfG, die Regeln für die Gewinnbeteiligung bis zum Jahr 2007 neu zu ordnen, als auch aus der Entscheidung des BGH, mit der im Kern die praktizierten AVB-Klauseln zur Abschlusskostenverrechnung gekippt wurden, ergeben sich viele neue Fragen. Es wird sich erst noch zeigen müssen, welcher finanzielle und verwaltungstechnische Mehraufwand nun auf die Gesellschaften zukommt und aus welchen Mitteln dieser Aufwand am Ende des Tages bestritten wird. Belastungen für die Versicherten und gegebenenfalls weitere Klagen sind nicht ausgeschlossen.

Assekurata begrüßt dennoch beide Urteile, weil sie zu mehr Transparenz im komplexen Feld der Gewinnbeteiligung beitragen. Die nun erforderlichen Änderungen schaffen mehr Sicherheit und bieten eine bessere Orientierungsmöglichkeit für Kunden und Vermittler bei der Auswahl des richtigen Versicherers. Zumindest in diesem Punkt scheinen sich alle Beteiligten einig zu sein. Fortsetzung folgt ...

Post an Assekurata**Was möchten Sie uns mitteilen?**

Ab der kommenden Ausgabe veröffentlicht **ASSEKURATA**^{Punkt!} regelmäßig an dieser Stelle eine Auswahl der Zuschriften

Möchten Sie uns etwas zu einem bestimmten Thema mitteilen? Was gefällt Ihnen am Heft, was nicht? Wir freuen uns stets über Feedback!

Senden Sie einfach eine Mail an info@assekurata.de.

Ratings

Die Assekurata-Ratings der letzten Monate

Sehr gutes Urteil für den Itzehoer Versicherungsverein a.G.

Köln, den 27. Oktober 2005 – der Itzehoer Versicherungsverein/Brandgilde von 1691 Versicherungsverein a.G. hat sich zum ersten Mal dem interaktiven Rating der Assekurata-Analysten gestellt. Dabei erreicht das Unternehmen auf Anhieb die Bewertungsstufe A+ (sehr gut).

Die Teilqualitäten:

Sicherheit: exzellent

Kundenorientierung: sehr gut

Erfolg: gut

Wachstum/Attraktivität im Markt: exzellent



Concordia Kranken bestätigt sehr gutes Vorjahresrating

Köln, den 22. September 2005 – Die Concordia Krankenversicherungs-AG hat sich zum vierten Mal in Folge von der Rating-Agentur Assekurata bewerten lassen. Das Unternehmen kann hierbei sein sehr gutes (A+) Vorjahresurteil bestätigen. Dabei ist die Marktattraktivität der Gesellschaft nach Ansicht der Rating-Experten weiter gestiegen.

Die Teilqualitäten:

Sicherheit: sehr gut

Kundenorientierung: gut

Beitragsstabilität: sehr gut

Erfolg: gut

Wachstum/Attraktivität im Markt: exzellent



Provinzial Rheinland Leben erneut mit exzellentem Ergebnis, Schadenversicherer bestätigt sehr gutes Rating

Köln, den 20. September 2005 – Die Provinzial Rheinland Lebensversicherung AG Die Versicherung der Sparkassen und die Provinzial Rheinland Versicherung AG Die Versicherung der Sparkassen konnten im Folgerating ihre Vorjahresergebnisse bestätigen. Die Provinzial Rheinland Leben erhält von der ASSEKURATA Assekuranz Rating-Agentur erneut eine exzellente Bewertung (A++) und die Provinzial Rheinland Versicherung AG erreicht das Urteil sehr gut (A+).

Die Teilqualitäten:

Provinzial Rheinland Leben

Sicherheit: exzellent

Kundenorientierung: gut

Gewinnbeteiligung: exzellent

Erfolg: exzellent

Wachstum/Attraktivität im Markt: exzellent



Provinzial Rheinland Versicherung

Sicherheit: exzellent

Kundenorientierung: gut

Erfolg: exzellent

Wachstum/Attraktivität im Markt: zufrieden stellend



Assekurata bescheinigt der CiV Leben erneut eine sehr gute Unternehmensqualität

Köln, den 15. September 2005 – Die CiV Lebensversicherung AG, Hilden, hat sich erneut der Bewertung durch die Rating-Agentur ASSEKURATA gestellt und hierbei das Rating A+ erreicht. Durch die Verbesserung der Kapitalanlageergebnisse erzielt die CiV Leben nun in 3 von 5 Teilqualitäten die höchstmögliche Bewertung „exzellent“.

Die Teilqualitäten:

Sicherheit: exzellent

Kundenorientierung: gut

Gewinnbeteiligung: sehr gut

Erfolg: exzellent



Wachstum/Attraktivität im Markt: exzellent

Jeweils A+ für die Barmenia Kranken und die Barmenia Allgemeine Barmenia Leben Erhält ein A

Köln, den 01. September 2005 – Die Barmenia Krankenversicherung a. G., die sich zum dritten Mal einem Assekurata-Rating stellte, erhält die Bewertung A+ (sehr gut). Die Barmenia Allgemeine Versicherungs-AG kommt im ersten Folgerating ebenfalls auf die Bewertung A+ (sehr gut). Die ebenfalls zum zweiten Mal geratete Barmenia Lebensversicherung a. G. erzielt ein A (gut). Damit können alle drei Unternehmen ihr Ratingergebnis

aus dem Vorjahr bestätigen.

Die Teilqualitäten:

Barmenia Kranken

Sicherheit: exzellent

Kundenorientierung: gut

Beitragsstabilität: exzellent

Erfolg: sehr gut

Wachstum/Attraktivität im Markt: sehr gut

Barmenia Leben

Sicherheit: sehr gut

Kundenorientierung: gut

Gewinnbeteiligung: gut

Erfolg: gut

Wachstum/Attraktivität im Markt: voll zufrieden stellend

Barmenia Allgemeine

Sicherheit: exzellent

Kundenorientierung: sehr gut

Erfolg: exzellent



Wachstum/Attraktivität im Markt: sehr gut

VPV Leben erzielt im Erstrating ein voll zufriedenes stellendes Ergebnis

Köln, den 11. August 2005 – Die VPV Lebensversicherungs-AG hat sich nach der Umstrukturierung im Konzern erstmals dem kundenorientierten Bewertungsverfahren der Rating-Agentur Assekurata gestellt. Hierbei erzielt die Gesellschaft mit Sitz in Stuttgart das Rating B+ (voll zufrieden stellend).

Die Teilqualitäten:

Sicherheit: zufrieden stellend

Kundenorientierung: voll zufrieden stellend

Gewinnbeteiligung: voll zufrieden stellend

Erfolg: voll zufrieden stellend

Wachstum/Attraktivität im Markt: schwach



Definition des Assekurata-Ratings

Weit mehr als ein mechanischer Kennzahlenvergleich - Assekurata ist die erste deutsche Ratingagentur, die sich auf die Qualitätsbeurteilung von Erstversicherungsunternehmen spezialisiert hat.

Mit den von Assekurata durchgeführten Ratings hat sich ein Qualitätsmaßstab für Versicherungsunternehmen im deutschen Markt etabliert, der dem Verbraucher als Orientierungshilfe bei der Wahl seines Versicherungsunternehmens dient.

Assekurata ratet nur Versicherer, die sich freiwillig der Beurteilung stellen. Den Auftrag für ein Assekurata-Rating muss die Versicherungsgesellschaft deshalb selbst erteilen. Dieses Prinzip garantiert, dass Assekurata die unternehmensinternen Informationen zur Verfügung gestellt werden, die für ein fundiertes interaktives Urteil notwendig sind.

Bei den interaktiven Ratings nimmt Assekurata eine führende Rolle in Deutschland ein. Das Besondere an den Assekurata-Ratings ist, dass

- neben öffentlich zugänglichen Daten auch **interne Daten des Versicherungsunternehmens** zur Analyse herangezogen werden.

- die Analysten in **persönlichen Interviews mit dem Management** die Unternehmen genau unter die Lupe nehmen.
- Assekurata über die Kriterien **Erfolg** und **Sicherheit** ebenfalls die Finanzstärke des Versicherers untersucht, darüber hinaus jedoch als einzige Ratingagentur die **Gewinnbeteiligung** (bei Lebensversicherern), die **Beitragsstabilität** (bei Krankenversicherern) und die **Attraktivität** des Unternehmens (alle Versicherer) bewertet, was besonders für Makler von Interesse ist, wenn es um die **Partnerauswahl** geht.

Durch eine **Kundenbefragung** bezieht Assekurata darüber hinaus als einzige Rating-Agentur die Meinung der Versicherungsnehmer über ihren Versicherer direkt in die Urteilsfindung mit ein.

Das von den Rating-Analysten erarbeitete Ergebnis wird in Form eines ausführlichen Berichtes dem **Rating-Komitee** zur endgültigen Entscheidungsfindung vorgelegt. Dieses Gremium ist ein Kreis unabhängiger Experten der Versicherungsbranche.

Das Assekurata-Rating-Komitee:

- Professor (em.) Dr. Dieter Farny, Seminar für Versicherungslehre der Universität zu Köln
- Dr. Peter Frey, ehemaliger Vorstandsvorsitzender eines internationalen Rückversicherers
- Professor Dr. Oskar Goecke, Professor an der FH Köln, Institut für das Versicherungswesen
- Professor Dr. Hans Peter Mehring, Professor an der FH Köln, Institut für das Versicherungswesen
- Dr. Helmut Müller, ehemaliger Präsident des Bundesaufsichtsamtes für das Versicherungswesen
- Dipl.-Kfm. Eberhard Kollenberg, ehemaliger Partner einer renommierten Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Das Ratingkomitee ist das urteilsgebende Organ von Assekurata. Es diskutiert die Ergebnisse und bestimmt das endgültige Rating. Diese komplexe Aufgabe ist nur durch ein Expertengremium zu bewältigen. Neben der fachlichen Fundierung des Urteils durch die herausragenden Marktkenntnisse der Komiteemitglieder gewährleistet das Komitee auch eine Ergebniskontrolle.

Weitere Informationen erhalten Sie auf unserer Internetseite www.assekurata.de

Assekurata-Ratingskala

Das Rating der Assekurata unterscheidet insgesamt elf Ratingklassen, die wiederum zu fünf Kategorien zusammengefasst sind.

Rating	Definition	Kategorie
A++	Ein A++ geratetes Versicherungsunternehmen erfüllt die Qualitätsanforderungen und die Qualitätserwartungen der Versicherungsnehmer exzellent.	Sehr gut
A+	... sehr gut	
A	... gut	Gut
A-	... weitgehend gut	
B+	... voll zufrieden stellend	Zufrieden stellend
B	... zufrieden stellend	
B-	... noch zufrieden stellend	
C+	... schwach	Schwach
C	... sehr schwach	
C-	... extrem schwach	
D	... mangelhaft	Mangelhaft

Bei A++ bis B- gerateten Versicherungsunternehmen handelt es sich nach Ansicht von Assekurata um unbedenkliche Versicherungsunternehmen. Assekurata stellt mit dem Rating keine Bewertungsrangfolge auf. Die einzelnen Qualitätsklassen können einfach, mehrfach und nicht besetzt sein. Bisher wurden nur voll zufrieden stellende bis exzellente Ratings veröffentlicht. Das liegt zum einen daran, dass durch die freiwillige Ratingteilnahme eine positive Auslese stattfindet, indem zunächst gute Unternehmen den Schritt wagen. Zum anderen können sich Versicherer mit einem weniger guten Rating gegen eine Veröffentlichung entscheiden. Die betroffenen Versicherer streben eine Verbesserung ihrer Qualität an, bevor sie sich erneut dem Ratingprozess stellen.

Ein Assekurata-Rating ist eine Experteneinschätzung über die Qualität eines Versicherungsunternehmens, jedoch keine unumstößliche Tatsache oder aber alleinige Empfehlung, einzelne Versicherungsverträge abzuschließen oder aufzugeben. Bei der Beurteilung werden Qualitätsanforderungen aus Sicht aller Kunden zugrunde gelegt; sie bezieht sich nicht auf einzelne Policen oder Verträge und enthält auch keine Empfehlungen zu speziellen Anforderungen einzelner Kunden. Beim Assekurata-Rating handelt es sich um eine Beurteilung, der sich die Versicherungsunternehmen freiwillig unterziehen. Das Rating basiert auf Informationen, die entweder von dem Versicherungsunternehmen selber zur Verfügung gestellt werden oder von Assekurata aus zuverlässiger Quelle eingeholt werden. Trotz sorgfältiger Prüfung der in das Rating eingehenden Informationen kann Assekurata für deren Vollständigkeit und Richtigkeit keine Garantie übernehmen. Wenn grundlegende Veränderungen der Unternehmens- oder Marktsituation auftreten, kann nötigenfalls das Urteil geändert oder aufgehoben werden.

Assekurata-Ratings (Stand Oktober 2005)

Krankenversicherung	Lebensversicherung	Schaden/Unfallversicherung
Alte Oldenburger Kranken A++	Barmenia Leben A	Barmenia Allgemeine A+
Barmenia Kranken A+	CiV Leben A+	DEVK Sach- und HUK-VVaG A++
Concordia Kranken A+	Cosmos Leben A++	DEVK Allgemeine A++
Deutscher Ring Kranken A	Debeka Leben A++	Gartenbau-Versicherung VVaG A++
Gothaer Kranken A-	Hannoversche Leben A	HUK-COBURG Allgemeine A++
Hallesche Kranken A+	IDEAL Leben A	HUK-COBURG VVaG A++
HUK-COBURG-Kranken A+	IDUNA Vereinigte A+	Itzehoer VVaG A+
LVM Kranken A+	LVM Leben A+	LVM A+
Nürnbergger Kranken A+	Öffentliche Leben A	Provinzial Rheinland A+
SIGNAL Kranken A	Provinzial Rheinland Leben A++	WWK Allgemeine A+
Süddeutsche Kranken A++	Swiss Life A+	
Union Kranken A+	Süddeutsche Leben A+	
	VPV Leben B+	
	WWK Leben A+	
Nicht freigegebene Ratings Krankenversicherer: 5 mit Ergebnissen von A+ bis B (Stand Oktober 2005)	Nicht freigegebene Ratings Lebensversicherer: 6 mit Ergebnissen von A+ bis B+ (Stand Oktober 2005)	Nicht freigegebene Ratings Schaden/ Unfallversicherer: 10 mit Ergebnissen von A+ bis B (Stand Oktober 2005)