



## Corona-Studie 2.0: Einflüsse und Auswirkungen von COVID-19 auf die Versicherungswirtschaft

<b>1</b>	<b>Hintergrund und Zielsetzung</b> .....	<b>3</b>
2	Forschungsdesign .....	5
3	Teilnehmer .....	8
4	Studienergebnisse	
4.1	Brancheneffekte / Makro-Effekte .....	10
4.2	Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse .....	31
5	Resümee .....	75



Fast ein Dreivierteljahr ist vergangen, seitdem im Januar 2020 die erste **COVID-19-Infektion** in Deutschland bestätigt wurde und das Virus anschließend das **wirtschaftliche, private und kulturelle Leben** in Deutschland und in aller Welt unaufhaltsam aus seinem gewohnten Rhythmus bringen ließ. Nach einem exponentiellen Anstieg der Fallzahlen im Frühjahr und dem darauffolgenden Lockdown, erlaubten die beginnenden Sommermonate ein leises Aufatmen: Kontaktbeschränkungen wurden gelockert, Schulen wieder geöffnet, Menschen verließen – zumindest teilweise – ihre Homeoffices und gingen wieder auf Reisen. Abstands- und Hygieneregeln sowie die (teilweise) Maskenpflicht bestimmen nun den Alltag in einer „**neuen Normalität**“, in der sich Großkonzerne ebenso wie Kleinunternehmen neu organisieren und Kernprozesse möglicherweise angepasst werden müssen.

Nachdem unsere Blitzstudie im April ein Blitzlicht auf die ersten Ad-hoc-Auswirkungen geworfen hat, gibt die vorliegende **zweite Auflage der Studie** einen *aktuellen* Überblick darüber, wie Versicherungsunternehmen bestehende Herausforderungen *heute* bewältigen und wie sie die Auswirkungen der Krise auf die Branche und das eigene Geschäftsmodell aus aktueller Sicht beurteilen. Damit wird den **dynamischen Entwicklungen** der Krise und **neu aufkommenden Fragestellungen** innerhalb der Branche Rechnung getragen.

1	Hintergrund und Zielsetzung .....	3
<b>2</b>	<b>Forschungsdesign</b> .....	<b>5</b>
3	Teilnehmer .....	8
4	Studienergebnisse	
4.1	Brancheneffekte / Makro-Effekte .....	10
4.2	Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse .....	31
5	Resümee .....	75

### I Befragung

- Durchführung der Erhebung als Online-Befragung
- Umfang des Fragenkatalogs: 20 Fragen unterteilt in die Kapitel
  - Brancheneffekte / Makro-Effekte
  - Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

### II Teilnehmer der Befragung

- Zur Teilnahme an der Befragung wurden die Vorstände und leitende Repräsentanten von Versicherungsunternehmen auf Konzernebene eingeladen.

### III Zeitraum der Befragung

- Die Befragung fand vom 4. August 2020 bis 7. September 2020 statt.

### IV Hinweise

- Die Ergebnisse der aktuellen Befragung sind mit „Aug/Sept 2020“ gekennzeichnet. Bei ausgewählten Fragestellungen, die bereits Bestandteil der ersten Auflage der Corona-Studie im Frühjahr 2020 waren, erfolgt ein Zeitreihenvergleich. Die erste Online-Befragung fand vom 30. März 2020 bis 9. April 2020 statt; deren Ergebnisse sind entsprechend mit „Mrz/Apr 2020“ gekennzeichnet.
- $n \triangleq$  Anzahl der Befragten, die auf die jeweilige Frage geantwortet haben
- Aufgrund vorgenommener Rundungen lassen sich die Prozentangaben unter Umständen nicht immer exakt zu 100 % aufsummieren.
- Ermittlung von Indexwerten zur Einordnung der Zustimmung/Ablehnung bestimmter Aussagen bzw. Bedeutung bestimmter Kriterien<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Berechnungsbeispiel Indexwert für 5 Merkmalsausprägungen/Antwortmöglichkeiten: (relative Häufigkeit „trifft voll und ganz zu“ \* 5 + relative Häufigkeit „trifft eher zu“ \* 4 + relative Häufigkeit „teils teils“ \* 3 + relative Häufigkeit „trifft eher nicht zu“ \* 2 + relative Häufigkeit „trifft überhaupt nicht zu“ \* 1) \* 25-25

1	Hintergrund und Zielsetzung .....	3
2	Forschungsdesign .....	5
<b>3</b>	<b>Teilnehmer .....</b>	<b>8</b>
4	Studienergebnisse	
4.1	Brancheneffekte / Makro-Effekte .....	10
4.2	Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse .....	31
5	Resümee .....	75

# 3 Teilnehmer

Folgende 30 Versicherungsunternehmen haben an der Befragung teilgenommen:

- ARAG SE
- Barmenia
- BavariaDirekt – VKB
- BGV – Badische Versicherungen
- Concordia Versicherungen VVaG
- Debeka Versicherungen
- die Bayerische
- Die Haftpflichtkasse VVaG
- HanseMerkur
- Helvetia
- HUK-COBURG
- IDEAL Versicherungsgruppe
- LV 1871 Lebensversicherung a.G.
- LVM Versicherung
- Neodigital Versicherung AG
- Öffentliche Versicherung Braunschweig
- ONE Versicherung AG
- ottonova Krankenversicherung AG
- Provinzial NordWest
- RheinLand Versicherungsgruppe
- Roland Rechtsschutz
- Stuttgarter Lebensversicherung a.G.
- Süddeutsche Krankenversicherung
- UNIQA Insurance Group AG
- uniVersa Krankenversicherung a.G.
- VGH
- Viridium Gruppe
- Volkswahl Bund Versicherungen
- VPV Versicherungen
- VRK Versicherungen

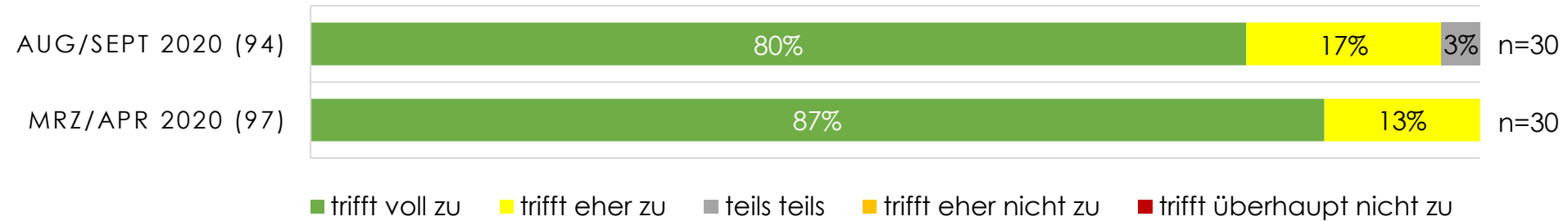


1	Hintergrund und Zielsetzung .....	3
2	Forschungsdesign .....	5
3	Teilnehmer .....	8
<b>4</b>	<b>Studienergebnisse</b>	
<b>4.1</b>	<b>Brancheneffekte / Makro-Effekte .....</b>	<b>10</b>
4.2	Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse .....	31
5	Resümee .....	75

# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Allgemeine Auswirkungen der Corona-Krise – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

Für die Versicherungswirtschaft entstehen aus der Corona-Krise Herausforderungen. (I/II)

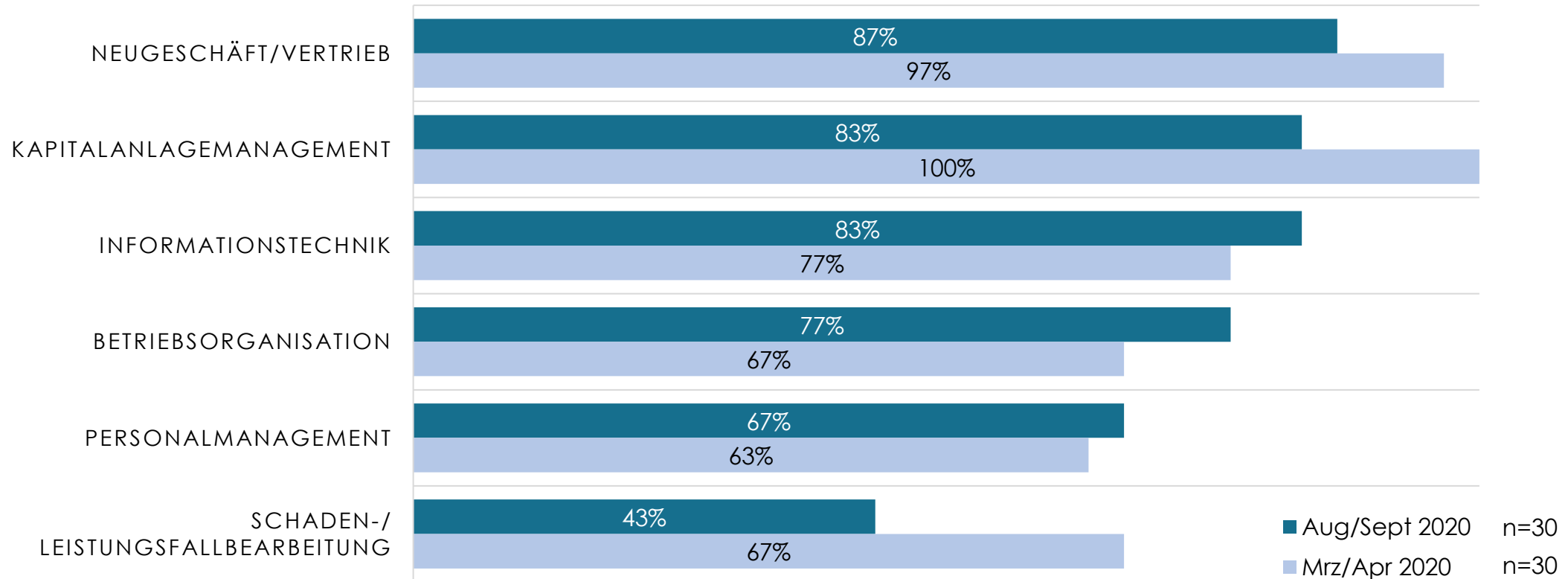


# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Allgemeine Auswirkungen der Corona-Krise – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

Für die Versicherungswirtschaft entstehen aus der Corona-Krise Herausforderungen. (II/II)

Wenn zutreffend bzw. teils teils: In welchen Bereichen<sup>1</sup>?



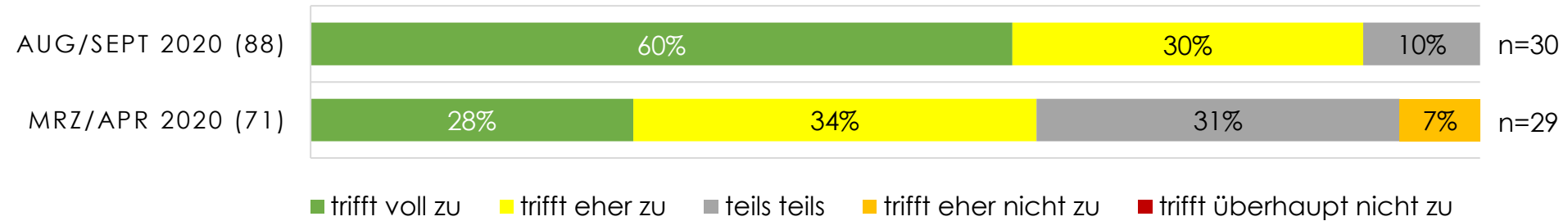
Sonstiges: Aug/Sept 2020 – Kommunikation | möglicherweise Preiswettbewerb

<sup>1</sup> Mehrfachnennungen möglich

# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

Allgemeine Auswirkungen der Corona-Krise – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

Für die Versicherungswirtschaft entstehen aus der Corona-Krise auch Chancen. (I/II)

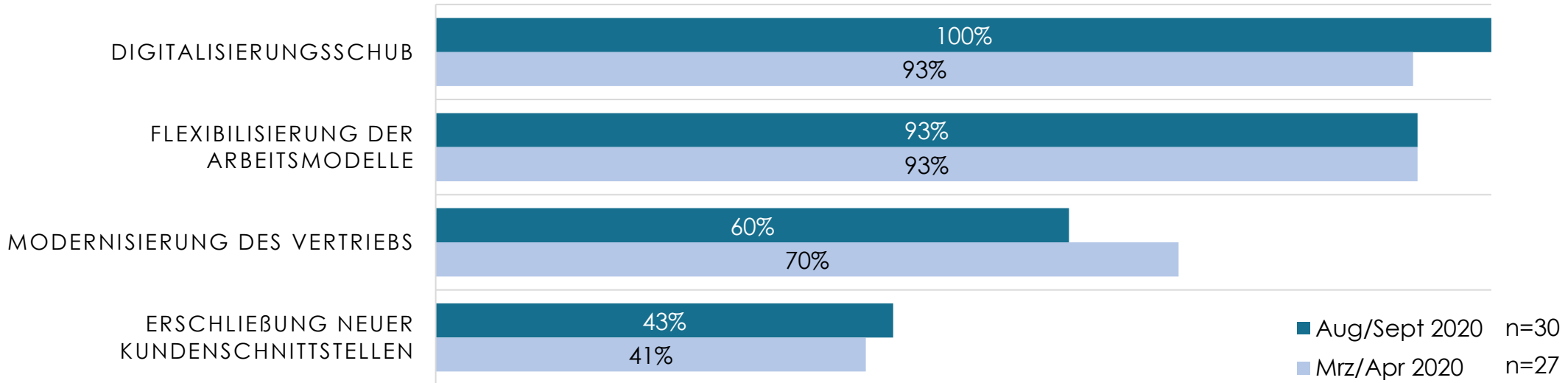


# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Allgemeine Auswirkungen der Corona-Krise – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

Für die Versicherungswirtschaft entstehen aus der Corona-Krise auch Chancen. (II/II)

Wenn zutreffend bzw. teils teils: Welche<sup>1</sup>?



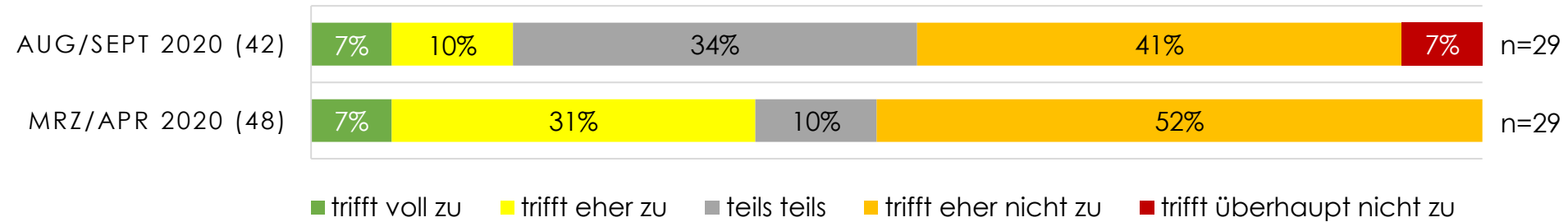
Sonstiges: Aug/Sept 2020 – neue Produkte | geändertes Kundenverhalten / Schadenmuster

<sup>1</sup> Mehrfachnennungen möglich

## 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

Allgemeine Auswirkungen der Corona-Krise – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

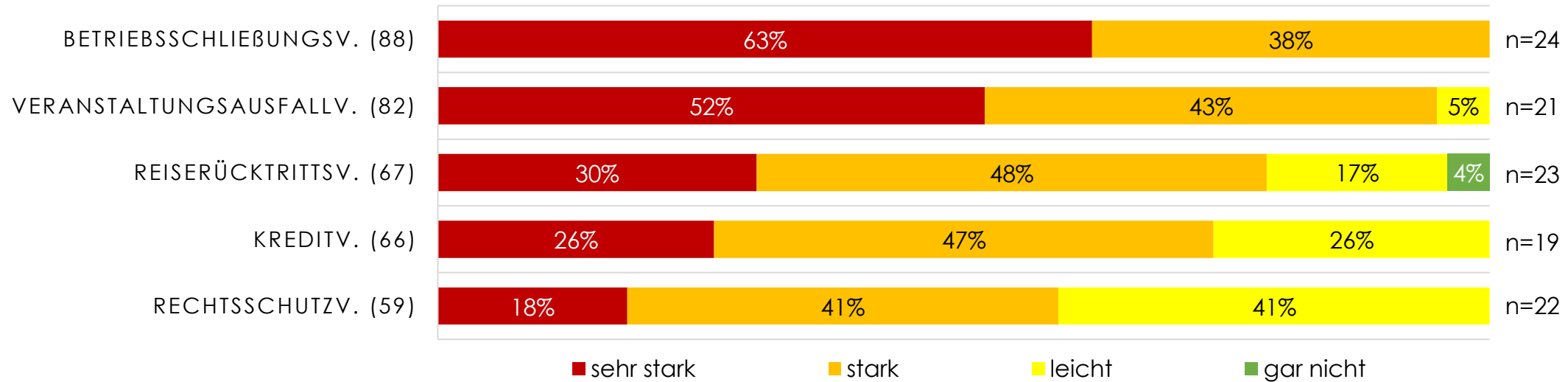
Die Corona-Krise wird zu einer beschleunigten Konsolidierung des Versicherungsmarkts führen.



# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Auswirkungen auf die Schadenquoten – Aug/Sept 2020

Wir erwarten, dass die Schadenquoten in der ... im Zuge der Corona-Krise ... steigen werden.

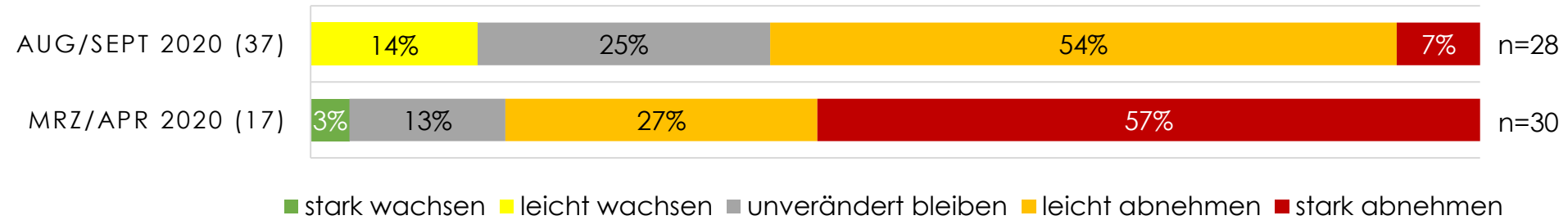


Sonstiges: leicht steigen – Krankenversicherung | Risikoversicherung (leicht in höheren Altern; geht einher mit einer Reduktion der Langlebigkeit) | ggf. Berufsunfähigkeitsversicherung (hängt von der weiteren Entwicklung bei COVID-19 ab)

# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

Auswirkungen auf das Neugeschäft – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

Das Neugeschäft der Versicherungsbranche in Deutschland wird infolge der Corona-Krise ... (I/II)



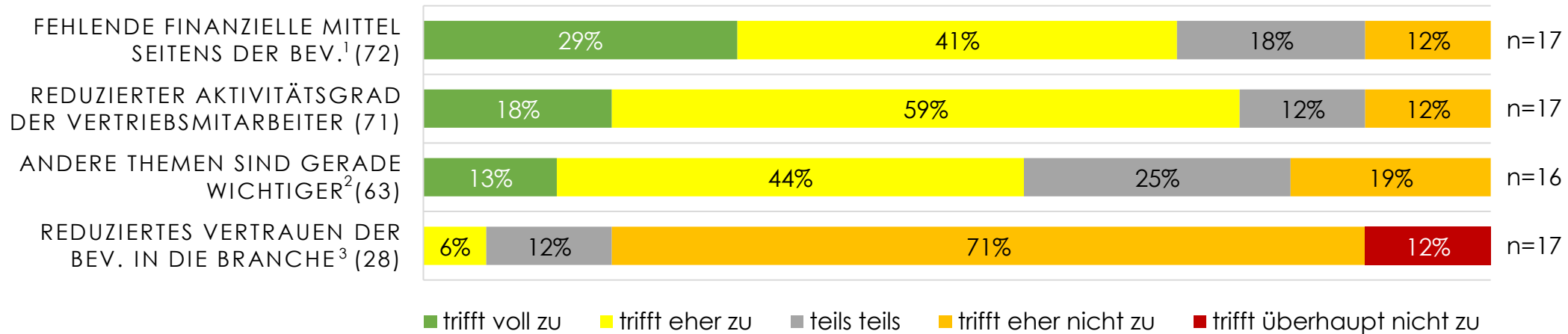


# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Auswirkungen auf das Neugeschäft – Aug/Sept 2020

Das Neugeschäft der Versicherungsbranche in Deutschland wird infolge der Corona-Krise ... (II/II)

Wenn abnehmen: Worin liegen aus Ihrer Sicht die Gründe für ein abnehmendes Neugeschäft?



Sonstiges:

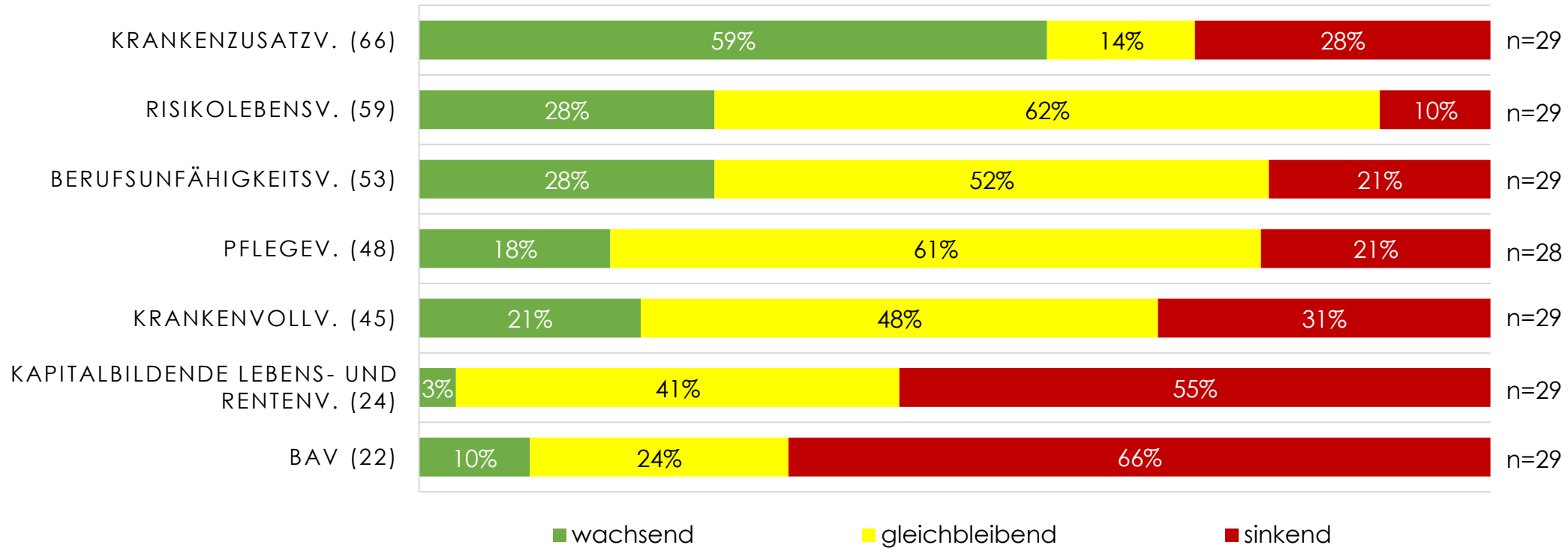
- Die Fragen beziehen sich auf die Bevölkerung, Privatkundengeschäft ist aber nicht alleinig signifikant für Neugeschäft; Kostendruck der Unternehmen, geringeres Handelsvolumen, geringere Umsätze etc.
- Unsicherheit über Zukunft/Existenz
- negative konjunkturelle Einflüsse im Firmengeschäft

<sup>1</sup> Bev. = Bevölkerung; fehlende finanzielle Mittel, z. B. aufgrund von Kurzarbeit | <sup>2</sup> aus Sicht der Bevölkerung | <sup>3</sup> z. B. aufgrund der Kritik an der Schadenregulierungspraxis in der Krise

# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Auswirkungen auf das Neugeschäft – Aug/Sept 2020

Wie schätzen Sie die Entwicklung des Neugeschäfts der Branche infolge der Corona-Krise in untenstehenden Personenversicherungszweigen für 2020/21 ein?

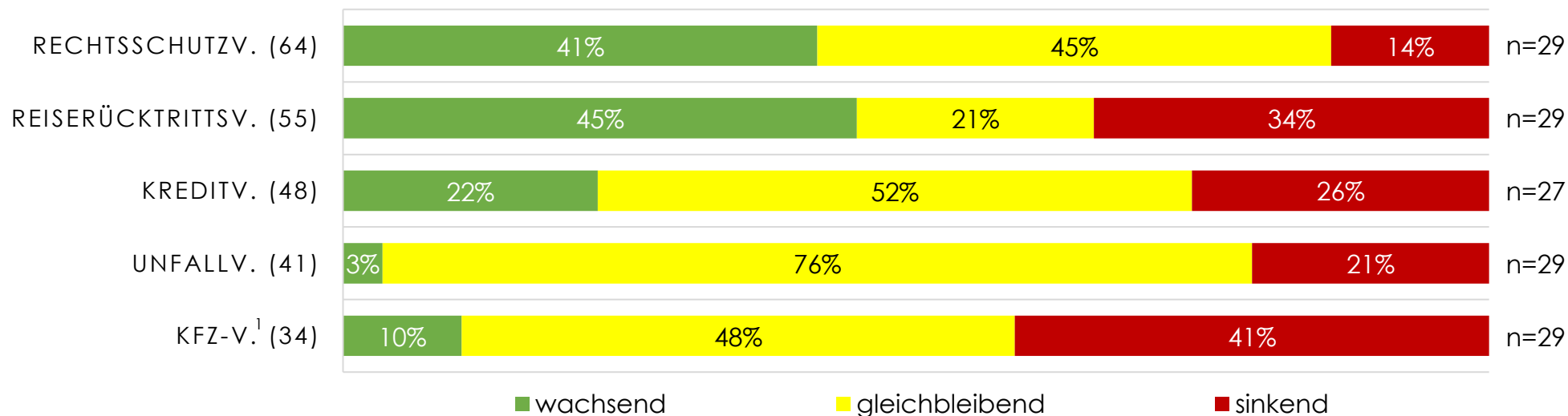


Sonstiges: wachsend – Grundfähigkeitsversicherung | gleichbleibend – Unfallversicherung

## 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

### Auswirkungen auf das Neugeschäft – Aug/Sept 2020

Wie schätzen Sie die Entwicklung des Neugeschäfts der Branche infolge der Corona-Krise in untenstehenden Kompositversicherungszweigen für 2020/21 ein?

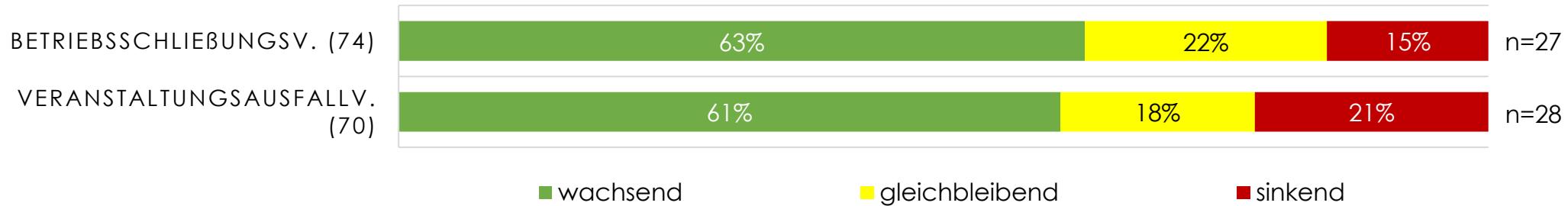


¹ Zahl der Kraftfahrzeuge

# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Auswirkungen auf das Neugeschäft – Aug/Sept 2020

Wie schätzen Sie die Entwicklung des Neugeschäfts der Branche infolge der Corona-Krise in untenstehenden Gewerbe-/Industrieversicherungszweigen für 2020/21 ein?

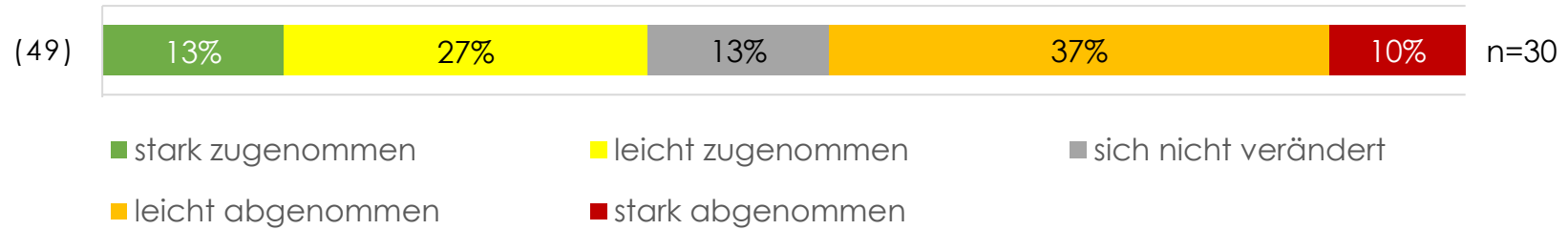


Sonstiges: Die aktuelle Betriebsschließungsversicherung kauft niemand mehr, der nicht muss. Es hängt von einem neuen Konzept ab, ob es zu einer Chance kommt.

# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Auswirkungen auf das Neugeschäft – Aug/Sept 2020

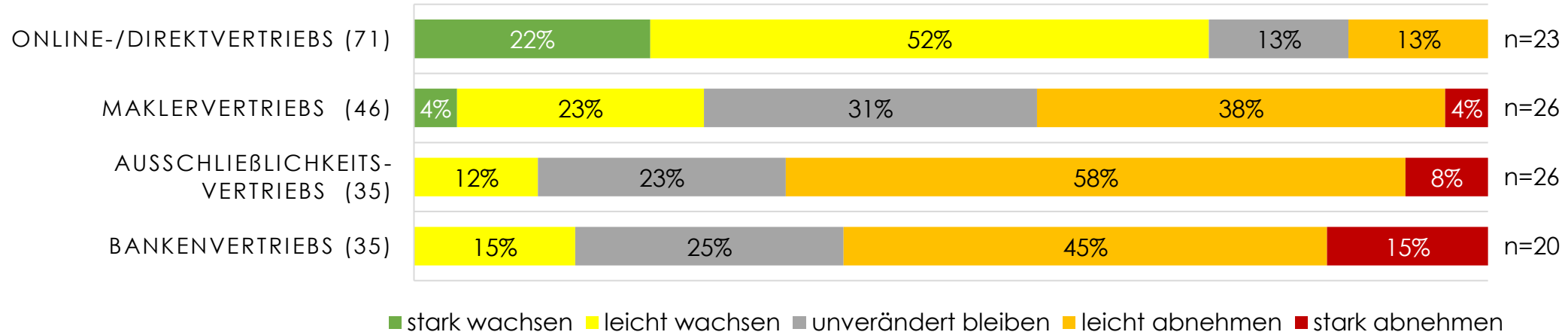
Seit Ausbruch der Corona-Krise in Deutschland hat unser Neugeschäft (im Vergleich zum Vorjahr) ...



# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Auswirkungen auf das Neugeschäft – Aug/Sept 2020

Das Neugeschäft des ... wird infolge der Corona-Krise ...

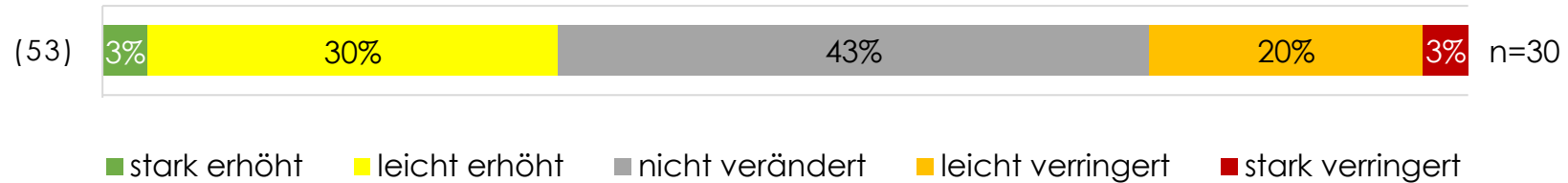


Sonstiges: leicht wachsen – Vertriebe haben konstante, teilweise sogar steigende Neugeschäftszahlen, da hier anscheinend schon in Vor-Corona-Zeiten Online-Beratungstools eingeführt wurden und – m. E. enorm wichtig! – der Einsatz dieser Tools auch trainiert wurde.

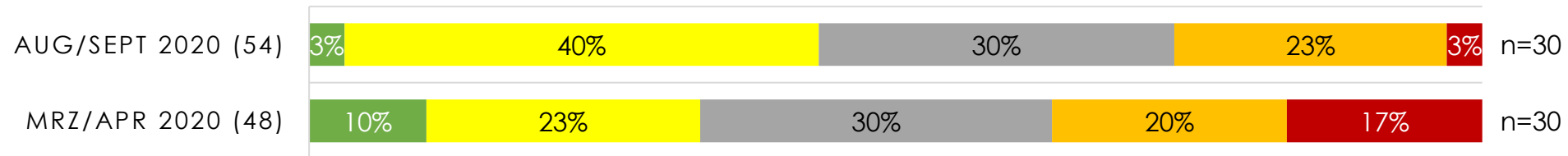
# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Informations- und Abschlussverhalten der Kunden – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

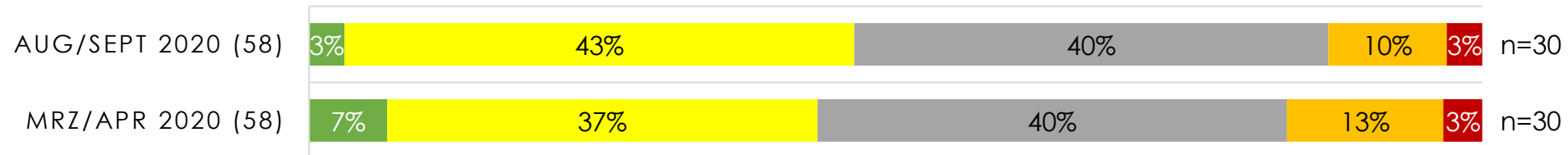
Die Digitalisierung in der Assekuranz begünstigt ohnehin die Online-Beziehung zu den Versicherungskunden. (I/II)  
Speziell seit Beginn der Corona-Krise in Deutschland hat sich der persönliche Beratungsbedarf der Kunden ...



Kurzfristig<sup>1</sup> wird sich der persönliche Beratungsbedarf der Kunden infolge der Corona-Krise ...



Mittelfristig<sup>2</sup> wird sich der persönliche Beratungsbedarf der Kunden infolge der Corona-Krise ...



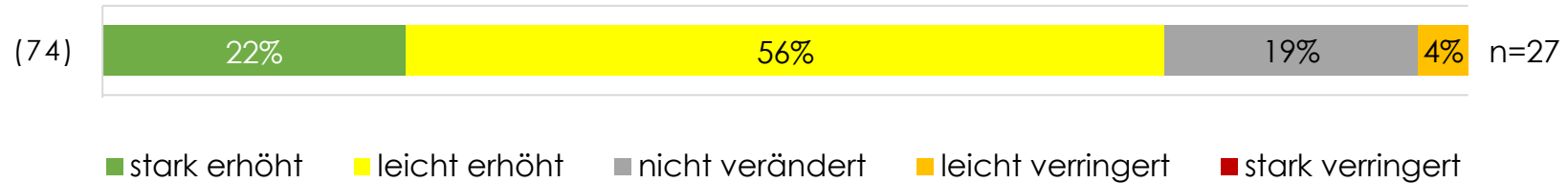
■ stark erhöhen ■ leicht erhöhen ■ nicht verändern ■ leicht verringern ■ stark verringern

<sup>1</sup> bis 6 Monate | <sup>2</sup> 7 bis 24 Monate

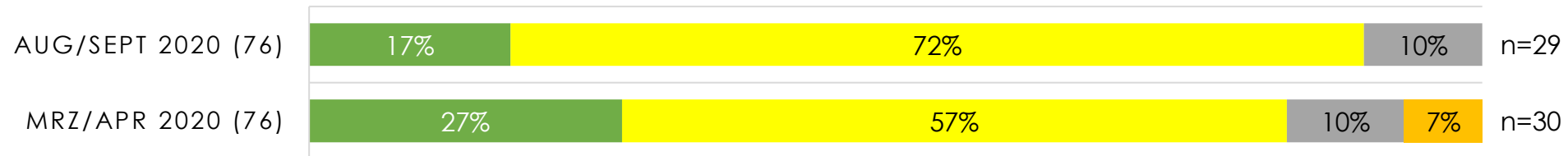
# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Informations- und Abschlussverhalten der Kunden – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

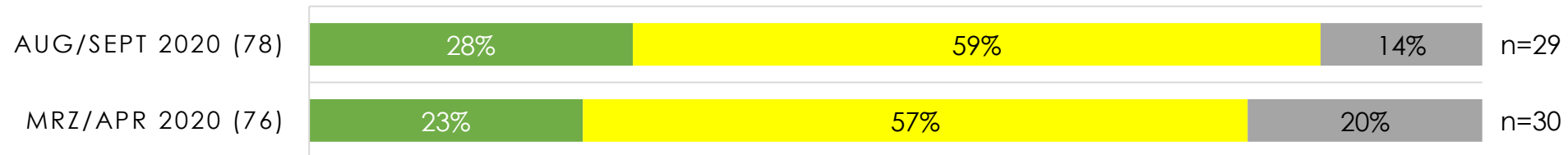
Die Digitalisierung in der Assekuranz begünstigt ohnehin die Online-Beziehung zu den Versicherungskunden. (II/II)  
Speziell seit Beginn der Corona-Krise in Deutschland hat sich die Nutzung des Online-/Direktvertriebskanals ...



Kurzfristig<sup>1</sup> wird sich die Nutzung des Online-/Direktvertriebskanals infolge der Corona-Krise ...



Mittelfristig<sup>2</sup> wird sich die Nutzung des Online-/Direktvertriebskanals infolge der Corona-Krise ...



■ stark erhöhen ■ leicht erhöhen ■ nicht verändern ■ leicht verringern ■ stark verringern

<sup>1</sup> bis 6 Monate | <sup>2</sup> 7 bis 24 Monate

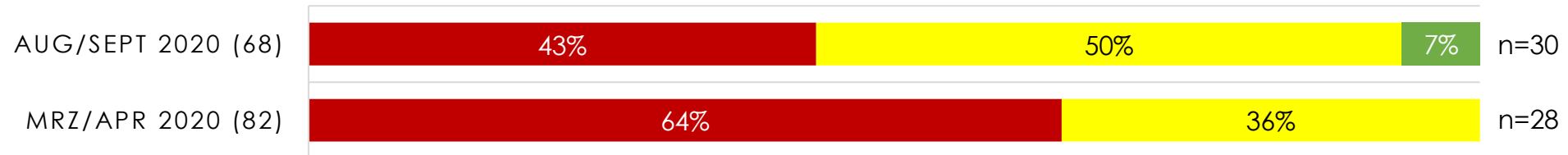


# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Informations- und Abschlussverhalten der Kunden – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

Der Versicherungsmarkt ist ohnehin durch eine abnehmende Tendenz der Vermittlerzahl geprägt.

Speziell infolge der Corona-Krise wird die Anzahl der Vermittler (Versicherungsmakler, AO) kurzfristig<sup>1</sup> ...



Speziell infolge der Corona-Krise wird die Anzahl der Vermittler (Versicherungsmakler, AO) mittelfristig<sup>2</sup> ...



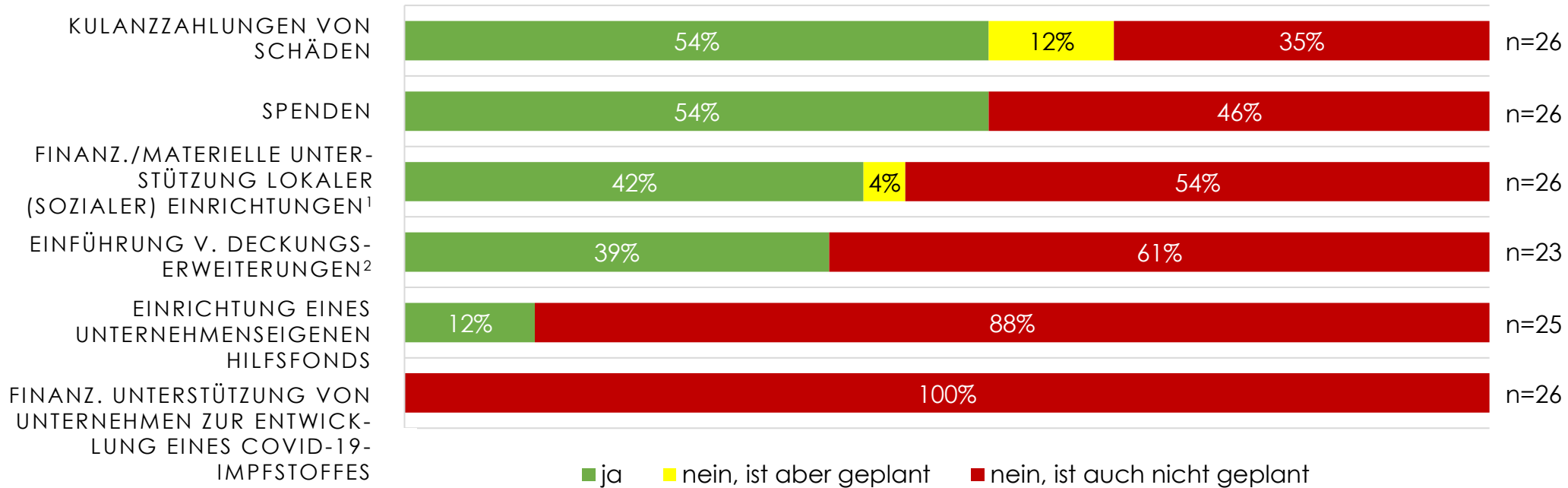
■ stärker abnehmen als bisher   ■ in gleicher Tendenz abnehmen   ■ im Gegenteil: sogar zunehmen

<sup>1</sup> bis 6 Monate | <sup>2</sup> 7 bis 24 Monate

# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Hilfsmaßnahmen und Image – Aug/Sept 2020

Mit welchen Hilfsmaßnahmen leistet Ihr Unternehmen im Zuge der Corona-Krise Unterstützung?



Sonstiges: Einführung Corona-Hotline und Angebot von Corona-Tests über Dienstleister für Vollversicherte sowie Mitarbeiter | kostenlose Rechtsberatung | Hilfe bei Zahlungsschwierigkeiten | BSV: Kulanzzahlungen/Vergleiche

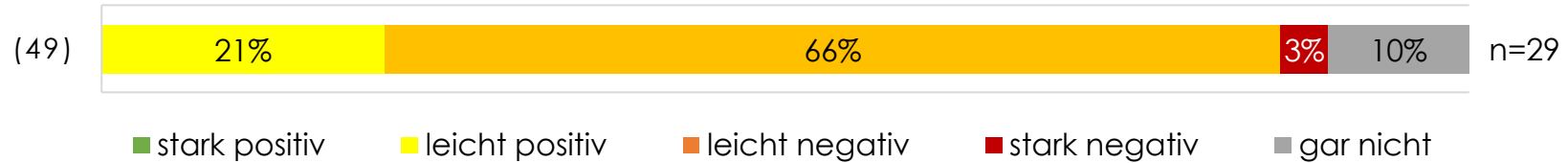
<sup>1</sup> z. B. Anschaffung Schutzkleidung für Krankenhäuser | <sup>2</sup> z. B. kostenfreie Mitversicherung von Kindern in der Unfallversicherung

# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

Hilfsmaßnahmen und Image – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

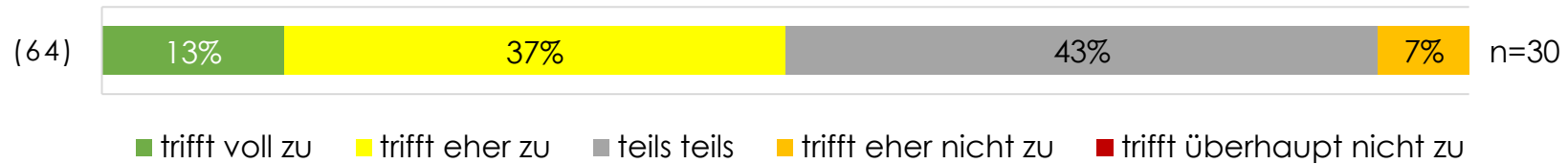
## Aug/Sept 2020

Die Corona-Krise wirkt sich auf das Image der Versicherer ... aus.



## Mrz/Apr 2020

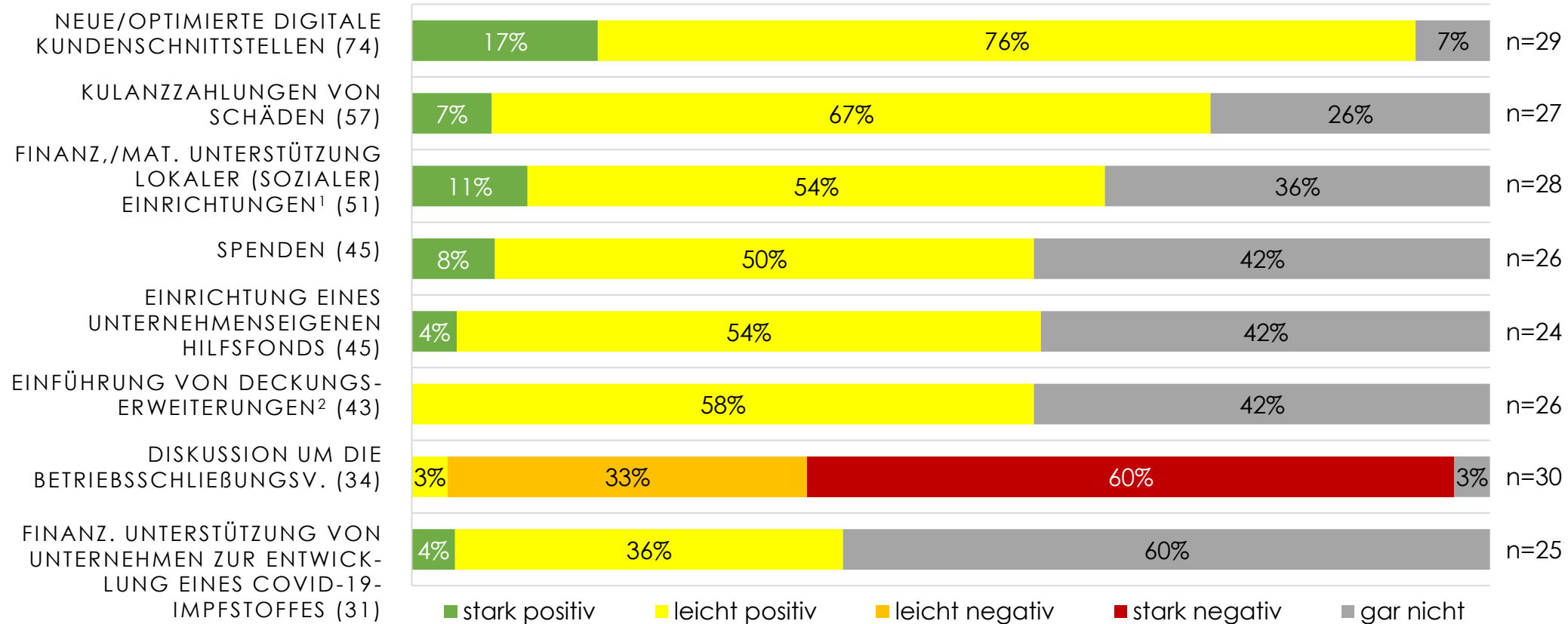
Die Corona-Krise wirkt sich auf das Image der Versicherer aus.



# 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

## Hilfsmaßnahmen und Image – Aug/Sept 2020

Wie schätzen Sie die Auswirkungen unten stehender Sachverhalte auf das Image der Versicherer ein? (I/II)



<sup>1</sup> z. B. Anschaffung Schutzkleidung für Krankenhäuser | <sup>2</sup> z. B. kostenfreie Mitversicherung von Kindern in der Unfallversicherung

## 4.1 Brancheneffekte / Makro-Effekte

### Hilfsmaßnahmen und Image – Aug/Sept 2020

---

29

Wie schätzen Sie die Auswirkungen unten stehender Sachverhalte auf das Image der Versicherer ein? (II/II)

Sonstiges: stark positiv – Einführung individueller Dienstleistungen zum Coronavirus (Beratung, Tests)

1	Hintergrund und Zielsetzung .....	3
2	Forschungsdesign .....	5
3	Teilnehmer .....	8
4	Studienergebnisse	
4.1	Brancheneffekte / Makro-Effekte .....	10
<b>4.2</b>	<b>Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse .....</b>	<b>31</b>
5	Resümee .....	75

# 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

## Ausgangspunkt – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

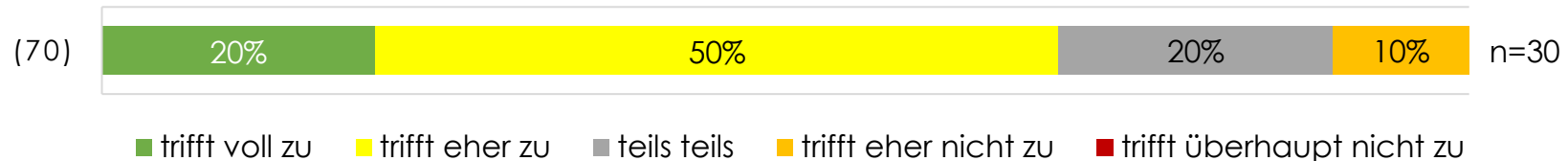
### Aug/Sept 2020

Infolge der Corona-Krise und deren Herausforderungen fühlen wir uns auf derartige Krisen in der Zukunft gut vorbereitet.



### Mrz/Apr 2020

Unser Unternehmen war bereits vor Ausbruch von „Corona“ gut auf eine derartige Krise vorbereitet.



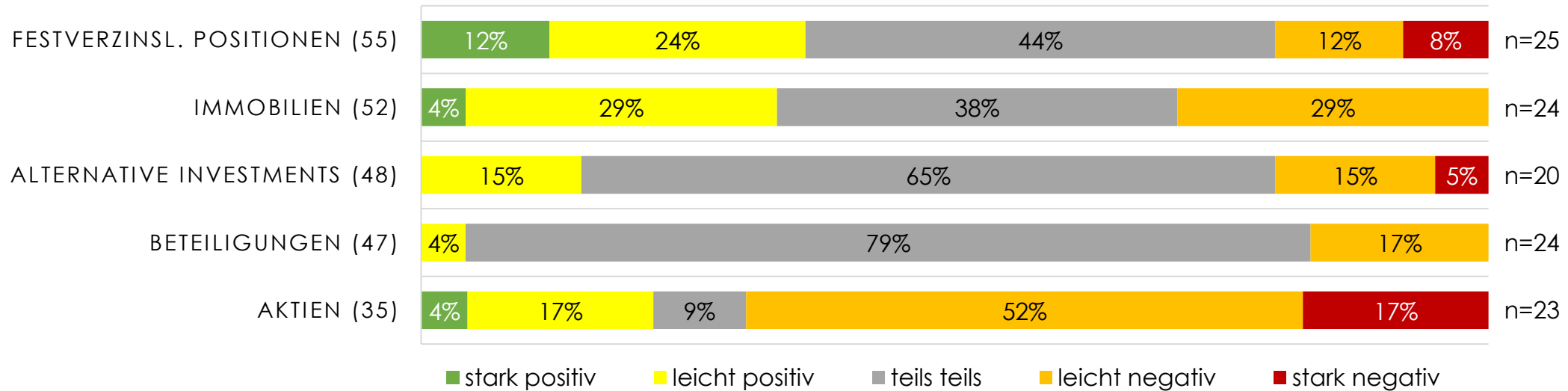
# 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

## Kapitalanlage – Aug/Sept 2020

Die Performance unserer Kapitalanlagen entwickelt sich infolge der Corona-Krise ...



Speziell die Performance unserer Anlagen in ... entwickelt sich infolge der Corona-Krise ...





Speziell die Performance unserer Anlagen in **Alternative Investments** entwickelt sich infolge der Corona-Krise ...

Welche besonders?

### **leicht positiv (n=2)**

- gesamte Gruppe der illiquiden Investments
- Investments, die auf den Klimawandel einzahlen

### **leicht negativ (n=2)**

- Flugzeugfonds
- Private Equity mit nachlaufenden negativen Effekten

### **teils teils (n=4)**

- negativ: Flugzeugfonds;  
neutral bis positiv: Investments in alternative Energieformen
- Infrastrukturinvestments
- Private Equity
- in Bezug auf festverzinsliche Investments: Performance ist eigentlich gut, aber Neuanlagerendite katastrophal

# 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

## Kapitalanlage – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

### Aug/Sept 2020

Die Performance unserer Kapitalanlagen entwickelt sich infolge der Corona-Krise ...



### Mrz/Apr 2020

Die Performance unserer Kapitalanlagen wird sich infolge der Corona-Krise ... entwickeln.



# 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

## Kapitalanlage – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

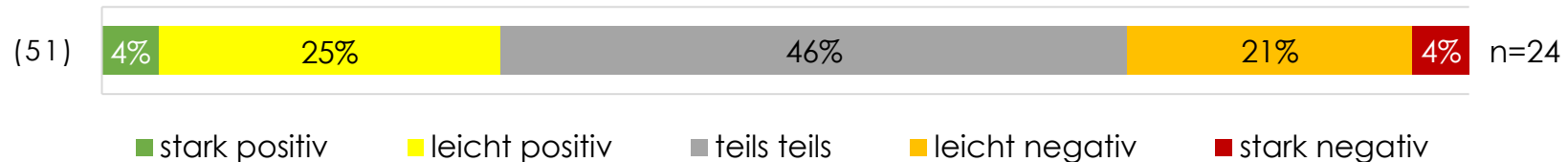
### Aug/Sept 2020

Speziell die Performance unserer Anlagen in **festverzinsliche Positionen** entwickelt sich infolge der Corona-Krise ...



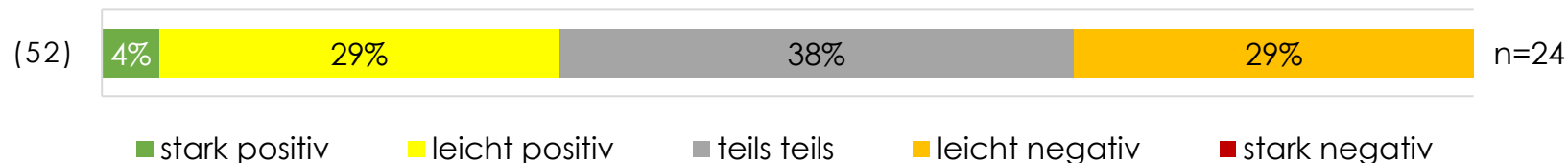
### Mrz/Apr 2020

Speziell die Performance unserer Anlagen in **festverzinsliche Positionen** wird sich infolge der Corona-Krise ...  
entwickeln.



### Aug/Sept 2020

Speziell die Performance unserer Anlagen in **Immobilien** entwickelt sich infolge der Corona-Krise ...



### Mrz/Apr 2020

Speziell die Performance unserer Anlagen in **Immobilien** wird sich infolge der Corona-Krise ... entwickeln.

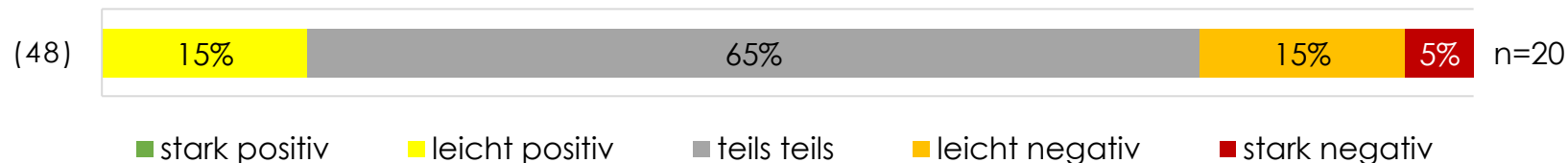


## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

### Kapitalanlage – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

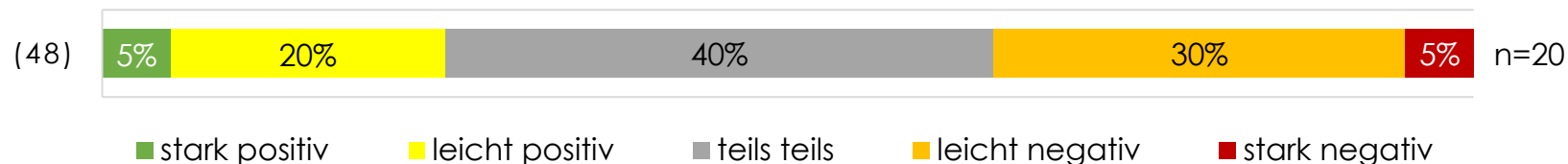
#### Aug/Sept 2020

Speziell die Performance unserer Anlagen in **Alternative Investments** entwickelt sich infolge der Corona-Krise ...



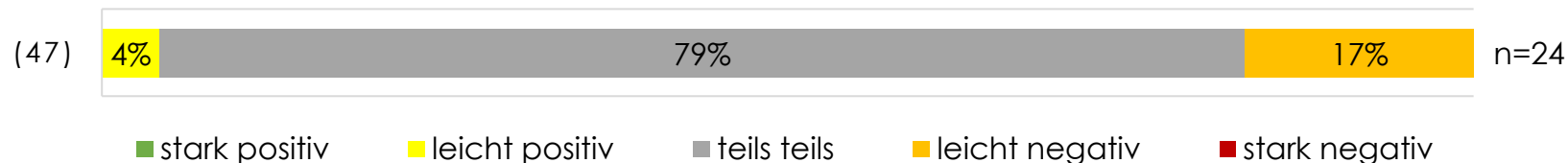
#### Mrz/Apr 2020

Speziell die Performance unserer Anlagen in **Alternative Investments** wird sich infolge der Corona-Krise ... entwickeln.



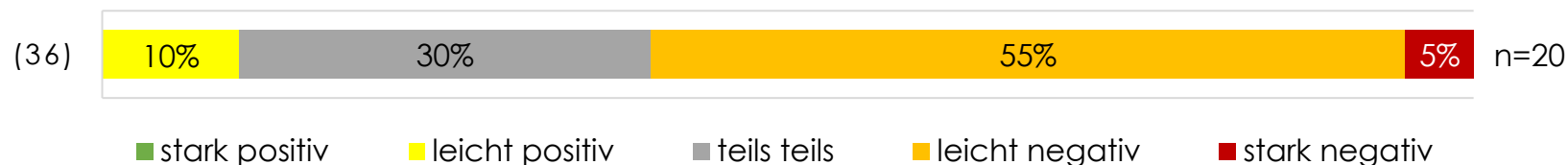
### Aug/Sept 2020

Speziell die Performance unserer Anlagen in **Beteiligungen** entwickelt sich infolge der Corona-Krise ...



### Mrz/Apr 2020

Speziell die Performance unserer Anlagen in **Beteiligungen** wird sich infolge der Corona-Krise ... entwickeln.



### Aug/Sept 2020

Speziell die Performance unserer Anlagen in **Aktien** entwickelt sich infolge der Corona-Krise ...



### Mrz/Apr 2020

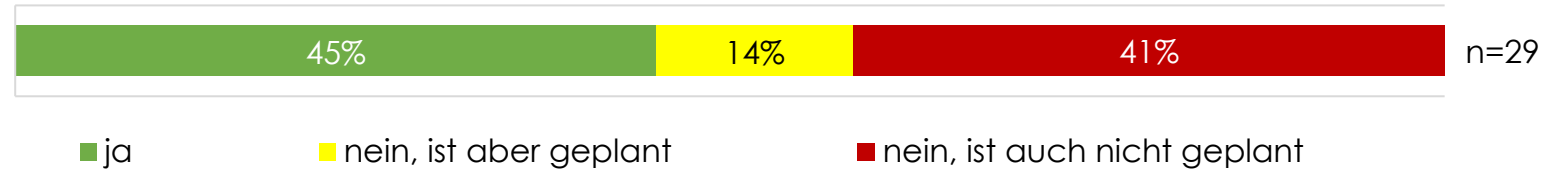
Speziell die Performance unserer Anlagen in **Aktien** wird sich infolge der Corona-Krise ... entwickeln.



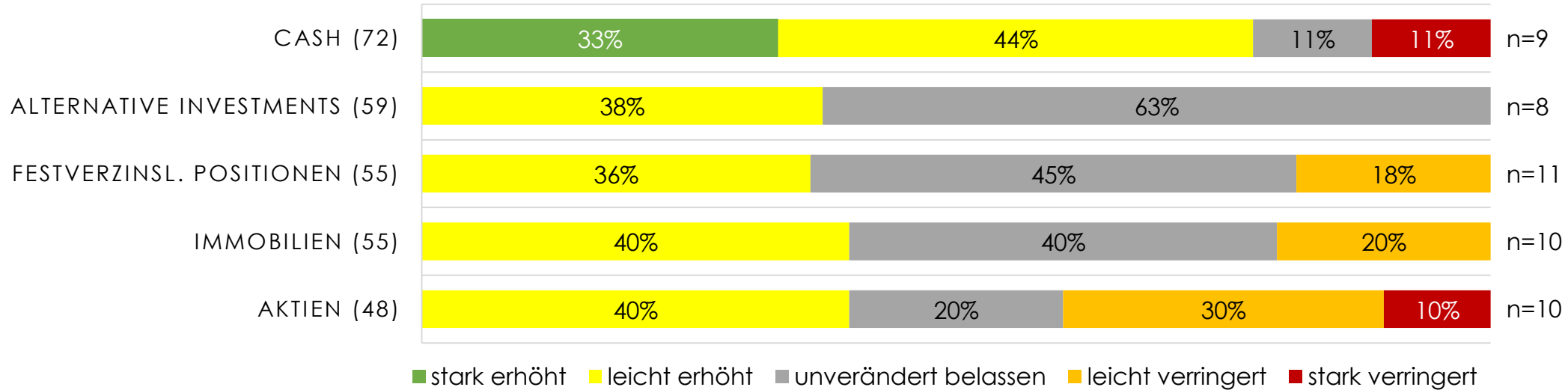
# 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

## Kapitalanlage – Aug/Sept 2020

Infolge der Corona-Krise haben wir unsere Asset Allocation angepasst. (I/II)



Wenn ja: Unsere Investitionen in ... haben wir ...



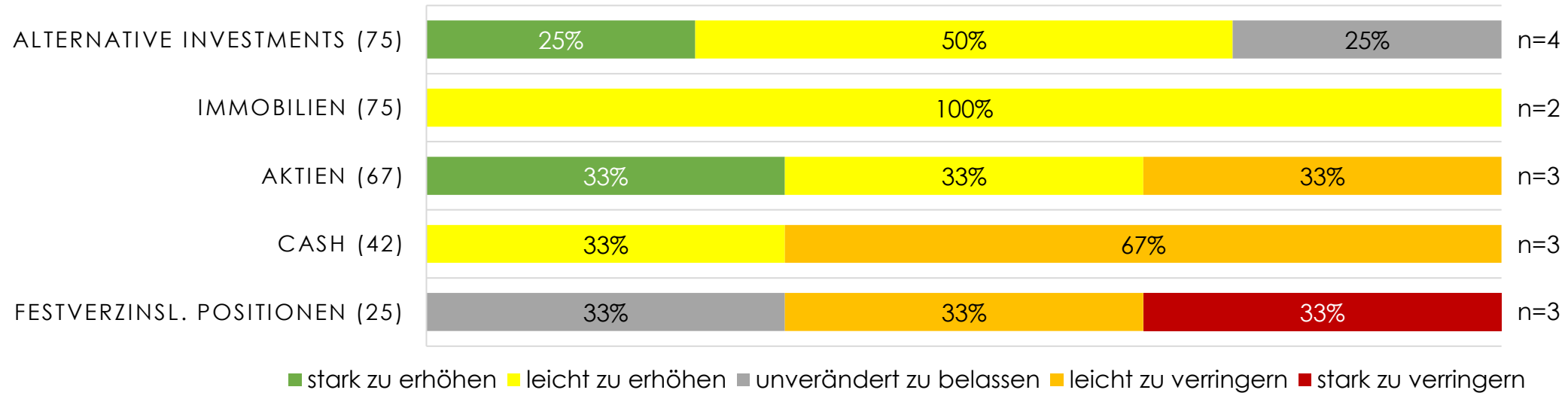


# 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

## Kapitalanlage – Aug/Sept 2020

Infolge der Corona-Krise haben wir unsere Asset Allocation angepasst. (II/II)

Wenn nein, ist aber geplant: Unsere Investitionen in ... planen wir ...



Welche Alternativen Investments besonders?

**leicht zu verringern (n=2)**

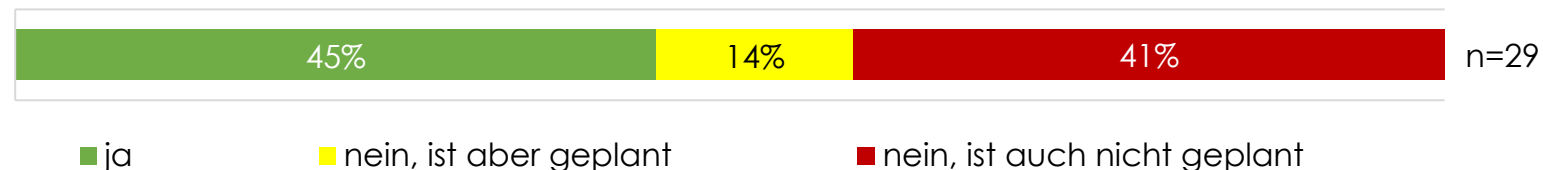
- gesamte Gruppe der illiquiden Investments
- Private Debt / Infrastruktur

## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

### Kapitalanlage – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

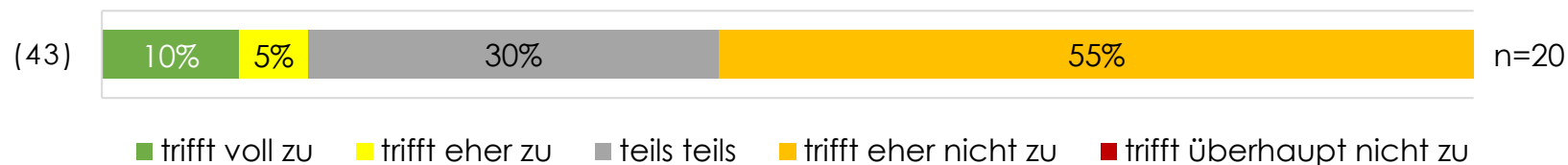
#### Aug/Sept 2020

Infolge der Corona-Krise haben wir unsere Asset Allocation angepasst.



#### Mrz/Apr 2020

Infolge der Corona-Krise bedarf es einer Anpassung unserer Asset Allocation.

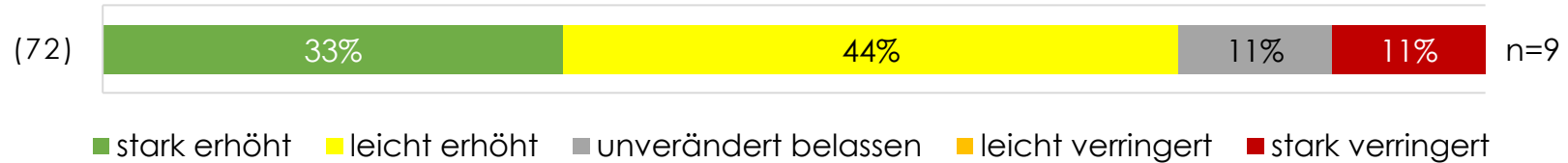


# 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

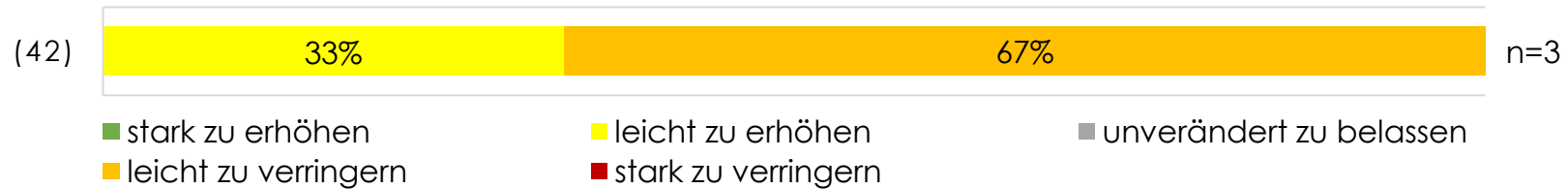
## Kapitalanlage – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

### Aug/Sept 2020

Wenn die Asset Allocation angepasst wurde: Unsere Investitionen in **Cash** haben wir ...



Wenn geplant ist, die Asset Allocation anzupassen: Unsere Investitionen in **Cash** planen wir ...



### Mrz/Apr 2020

Wenn es einer Anpassung der Asset Allocation bedarf: Unsere Investitionen in **Cash** werden ...

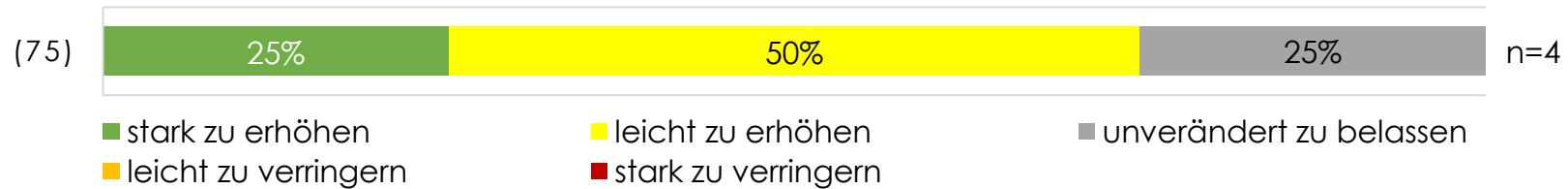


### Aug/Sept 2020

Wenn die Asset Allocation angepasst wurde: Unsere Investitionen in **Alternative Investments** haben wir ...



Wenn geplant ist, die Asset Allocation anzupassen: Unsere Investitionen in **Alternative Investments** planen wir ...



### Mrz/Apr 2020

Wenn es einer Anpassung der Asset Allocation bedarf: Unsere Investitionen in **Alternative Investments** werden ...

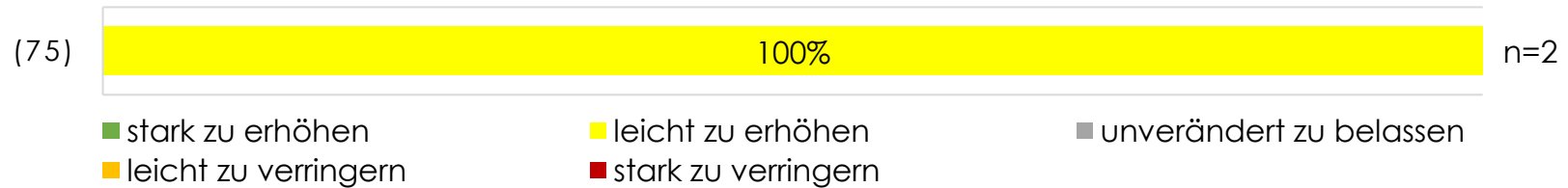


### Aug/Sept 2020

Wenn die Asset Allocation angepasst wurde: Unsere Investitionen in **Immobilien** haben wir ...



Wenn geplant ist, die Asset Allocation anzupassen: Unsere Investitionen in **Immobilien** planen wir ...



### Mrz/Apr 2020

Wenn es einer Anpassung der Asset Allocation bedarf: Unsere Investitionen in **Immobilien** werden ...



# 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

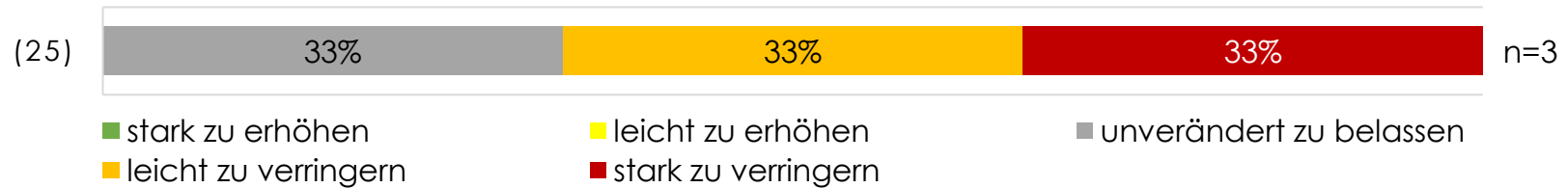
## Kapitalanlage – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

### Aug/Sept 2020

Wenn die Asset Allocation angepasst wurde: Unsere Investitionen in **festverzinsliche Positionen** haben wir ...

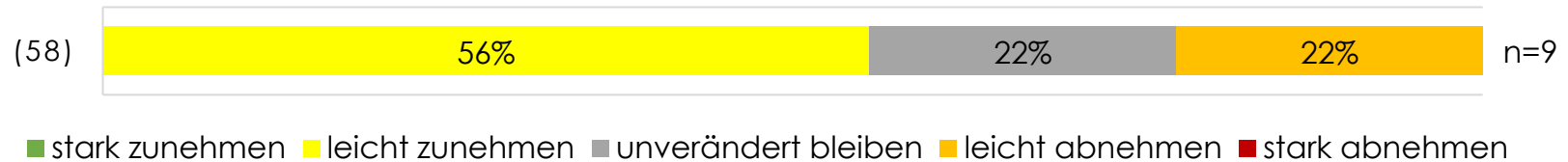


Wenn geplant ist, die Asset Allocation anzupassen: Unsere Investitionen in **festverzinsliche Positionen** planen wir ...



### Mrz/Apr 2020

Wenn es einer Anpassung der Asset Allocation bedarf: Unsere Investitionen in **festverzinsliche Positionen** werden ...



## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

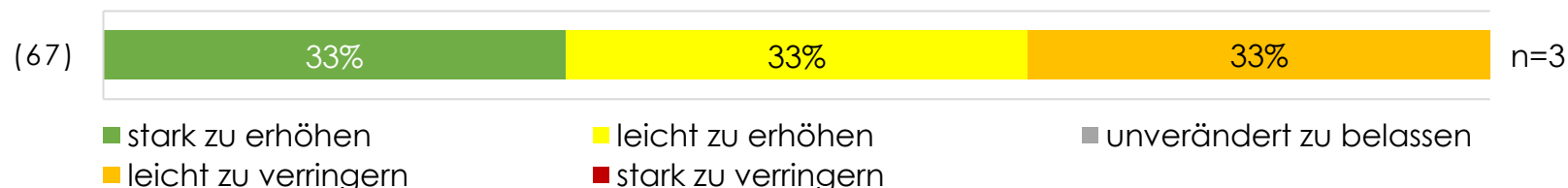
### Kapitalanlage – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

#### Aug/Sept 2020

Wenn die Asset Allocation angepasst wurde: Unsere Investitionen in **Aktien** haben wir ...



Wenn geplant ist, die Asset Allocation anzupassen: Unsere Investitionen in **Aktien** planen wir ...



#### Mrz/Apr 2020

Wenn es einer Anpassung der Asset Allocation bedarf: Unsere Investitionen in **Aktien** werden ...

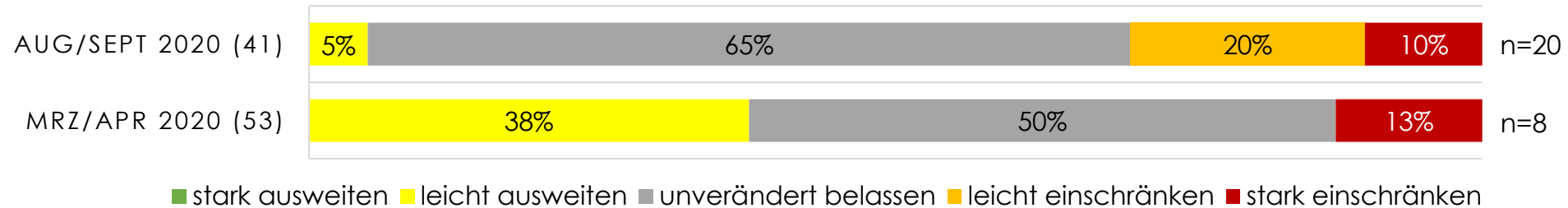


## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

### Produkte – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

48

Die Deckung von Pandemierisiken durch unsere Versicherungsprodukte werden wir zukünftig ...



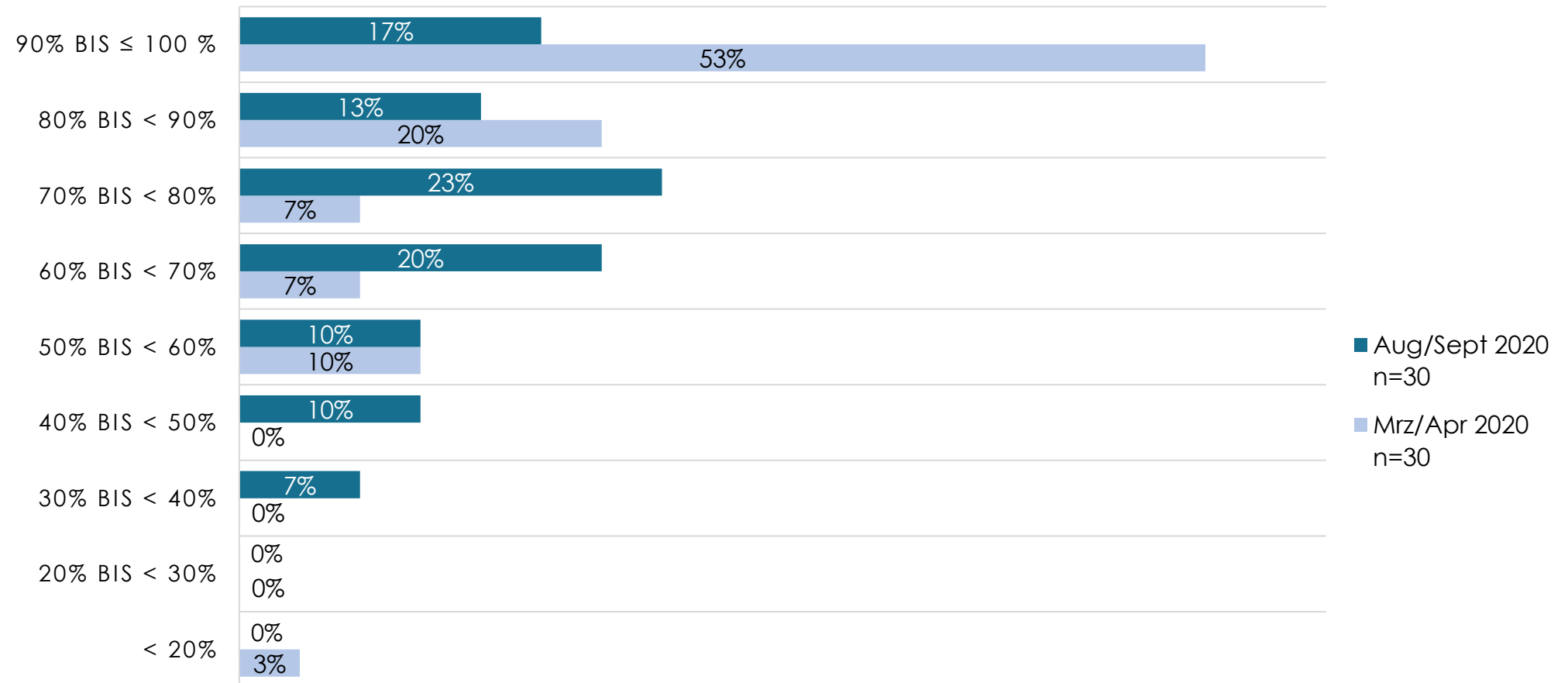
Wenn ausweiten bzw. einschränken: In welchen Versicherungszweigen? (Aug/Sept 2020)

- Das befragte Unternehmen, das die Deckung von Pandemierisiken zukünftig **leicht ausweiten** wird, gab an, dies in der Reiseversicherung zu tun.
- Die sechs Unternehmen, die die Deckung von Pandemierisiken zukünftig **leicht** bzw. **stark einschränken** werden, gaben an, dies in der Betriebsschließungsversicherung (stark einschränken: n=2; leicht einschränken: n=4) zu tun. Zudem wird ein Unternehmen die Deckung von Pandemierisiken in der Veranstaltungsausfallversicherung stark einschränken.



## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse Betriebsorganisation – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

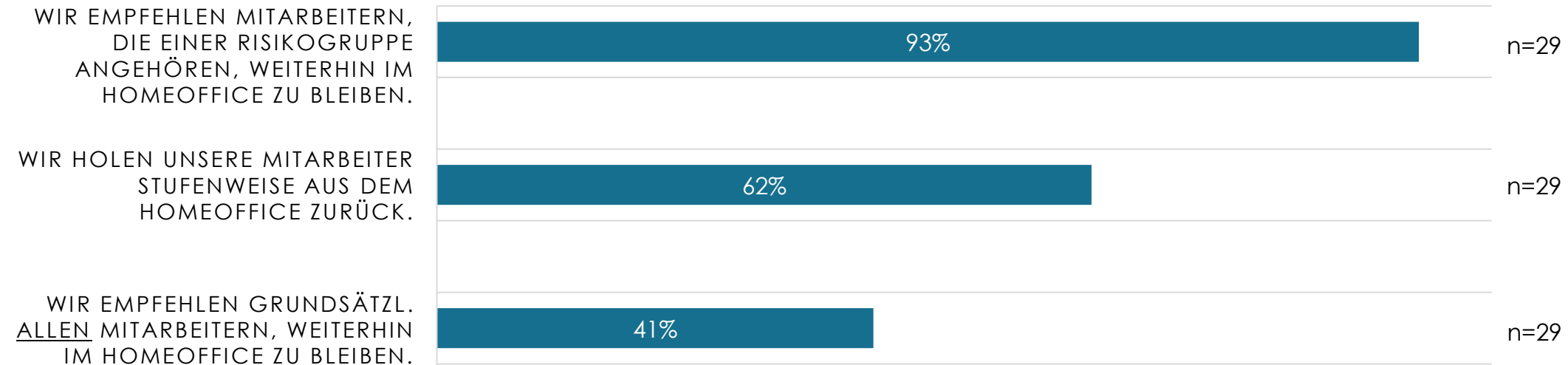
Was schätzen Sie, wie viel Prozent Ihrer Mitarbeiter aufgrund von „Corona“ aktuell im Homeoffice arbeiten?



## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse Betriebsorganisation – Aug/Sept 2020

50

Welche Strategie(n) verfolgen Sie in Bezug auf eine Rückholung Ihrer Mitarbeiter aus dem Homeoffice?<sup>1</sup> (I/IV)



<sup>1</sup> Mehrfachnennungen möglich

Welche Strategie(n) verfolgen Sie in Bezug auf eine Rückholung Ihrer Mitarbeiter aus dem Homeoffice? (II/IV)

**Wir empfehlen Mitarbeitern, die einer Risikogruppe angehören, weiterhin im Homeoffice zu bleiben. Wenn ja, bis (voraussichtlich) wann? (n=22):**

- bis auf Weiteres (n=10)
- Abhängig von der Verfügbarkeit eines Impfstoffes (n=5)
- Ende 2020 (n=4)
- Ende September 2020
- vorerst 31.03.2021
- bis eine Gefährdung für die jeweilige Gruppe nicht mehr wahrscheinlich ist

**Wir empfehlen grundsätzlich allen Mitarbeitern, weiterhin im Homeoffice zu bleiben. Wenn ja, bis (voraussichtlich) wann? (n=10):**

- (mindestens) Ende 2020 (n=3)
- Anfang September; anschließend mind. 75 % im Homeoffice
- Ende September 2020
- 01/2021
- vorerst 31.03.2021
- 2021
- bis ein Impfstoff vorhanden ist
- In Abhängigkeit vom Infektionsgeschehen verbleiben wir zunächst bei einer stabilen Quote.

Welche Strategie(n) verfolgen Sie in Bezug auf eine Rückholung Ihrer Mitarbeiter aus dem Homeoffice? (III/IV)

**Wir holen unsere Mitarbeiter stufenweise aus dem Homeoffice zurück. Wenn ja, bitte erläutern Sie kurz (seit bzw. ab (voraussichtlich) wann, wie viel % der Mitarbeiter, wie viele Stufen?) (n=17):**

- seit Ende Mai in zwei Stufen 30-50 %
- bisher zwei Stufen:  
Stufe 1 seit Juni: Mitarbeiter mind. ein Tag pro Woche im Büro, Führungskräfte mind. drei Tage  
Stufe 2 seit August: Mitarbeiter mind. zwei Tage pro Woche im Büro, Führungskräfte fünf Tage
- seit 17. August (Ende der Sommerferien) etwa 3/4 der Mitarbeiter, davon alle, die
  - nicht gefährdet sind
  - mit Angehörigen einer Risikogruppe in einem Haushalt leben
  - keine Betreuungssituationen zu meistern haben
  - nicht infiziert sind oder sich in Quarantäne aufhalten müssen
- 90 % Homeoffice bis Anfang September; 75 % Homeoffice danach bis Vorliegen eines Impfstoffes; > 50 % Homeoffice ab Vorliegen eines Impfstoffes
- 70 % intern seit September 2020, soweit Situation nicht schlimmer wird
- Seit 1. September 2020 gehen wir regelhaft von einer Anwesenheit aus, haben aber Führungsinstrumente geschaffen, um individuelle Lösungen zu ermöglichen.
- aktuell 3. Phase : – 10 % – 25 % – 50 %

Welche Strategie(n) verfolgen Sie in Bezug auf eine Rückholung Ihrer Mitarbeiter aus dem Homeoffice? (IV/IV)

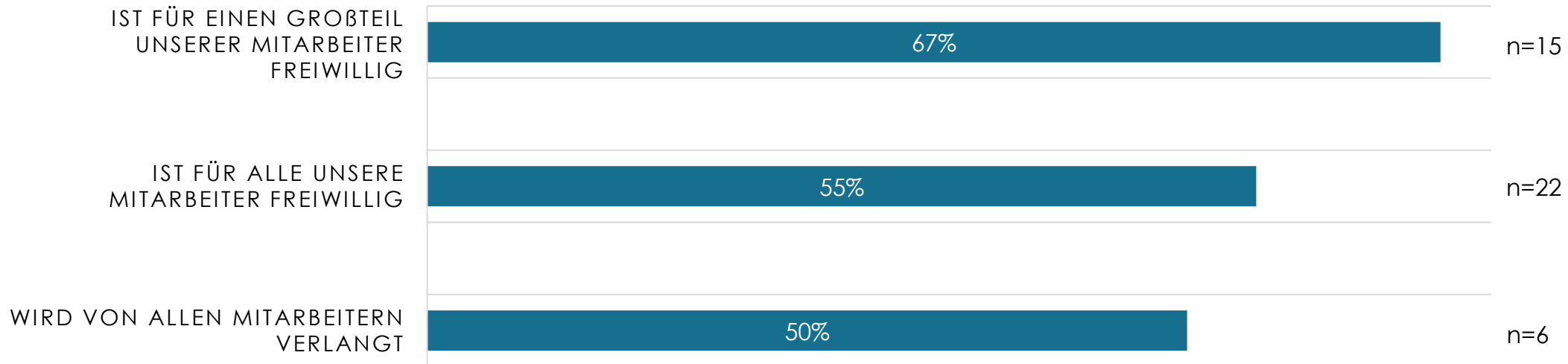
**Fortsetzung: Wir holen unsere Mitarbeiter stufenweise aus dem Homeoffice zurück. Wenn ja, bitte erläutern Sie kurz (seit bzw. ab (voraussichtlich) wann, wie viel % der Mitarbeiter, wie viele Stufen?) (n=17):**

- *Wir befinden uns aktuell in einer Stufe, bei der maximal 40 % der Mitarbeiter aus der Direktion heraus arbeiten. Eine Erhöhung ist aktuell nicht geplant. Es besteht ein Rotationsverfahren, um allen Mitarbeitern die Möglichkeit zu bieten, aus der Direktion heraus zu arbeiten.*
- *zur Zeit bis 30 %*
- *50:50-Regelung bis Ende 2020*
- *frühestens ab dem nächsten Jahr; zunächst keine feste Planung, aber nicht mehr als 50 % im Büro*
- *20 %*
- *je nach Lage in Deutschland arbeiten die Mitarbeiter unter größeren Sicherheitsbedingungen im Gebäude (z. B. nur ein Mitarbeiter im 2-er Büro)*
- *abhängig von Abstandssituation im Büro*
- *offen, hängt von Pandemielage ab*
- *Wir beabsichtigen eine deutliche Erweiterung der Homeoffice-Arbeitsplätze als vor der Corona-Krise. Die dazu erforderlichen Planungen finden zur Zeit statt.*
- *Wir haben ein Schaukelmodell eingeführt, grundsätzlich können auch die Mitarbeiter freiwillig wieder ins Office kommen.*

## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse Betriebsorganisation – Aug/Sept 2020

54

Welche Strategie(n) verfolgen Sie in Bezug auf eine Rückholung Ihrer Mitarbeiter aus dem Homeoffice?<sup>1</sup>  
Die Rückkehr aus dem Homeoffice ...



... ist für einen Großteil unserer Mitarbeiter freiwillig, Ausnahmen sind:

- 50:50-Regelung, Ausnahme für Risikogruppen
- abhängig von Abstandssituation im Büro
- Mitarbeiter, die noch nicht vollständig digital arbeiten können
- Das wird zur Zeit im Rahmen einer umfangreichen Planung erörtert.
- Alle Mitarbeiter sollen möglichst tage-/wochenweise im Unternehmen vor Ort sein – unter klaren Abstands- und Hygieneregeln. Max. 50 % der Belegschaft sollen gleichzeitig im Büro sein. (Berücksichtigung der individuellen Raumsituation und Größe von Teams (u. a. wochenweise/tageweise Trennung von Teams))
- ist aufgabenspezifisch

<sup>1</sup> Mehrfachnennungen möglich

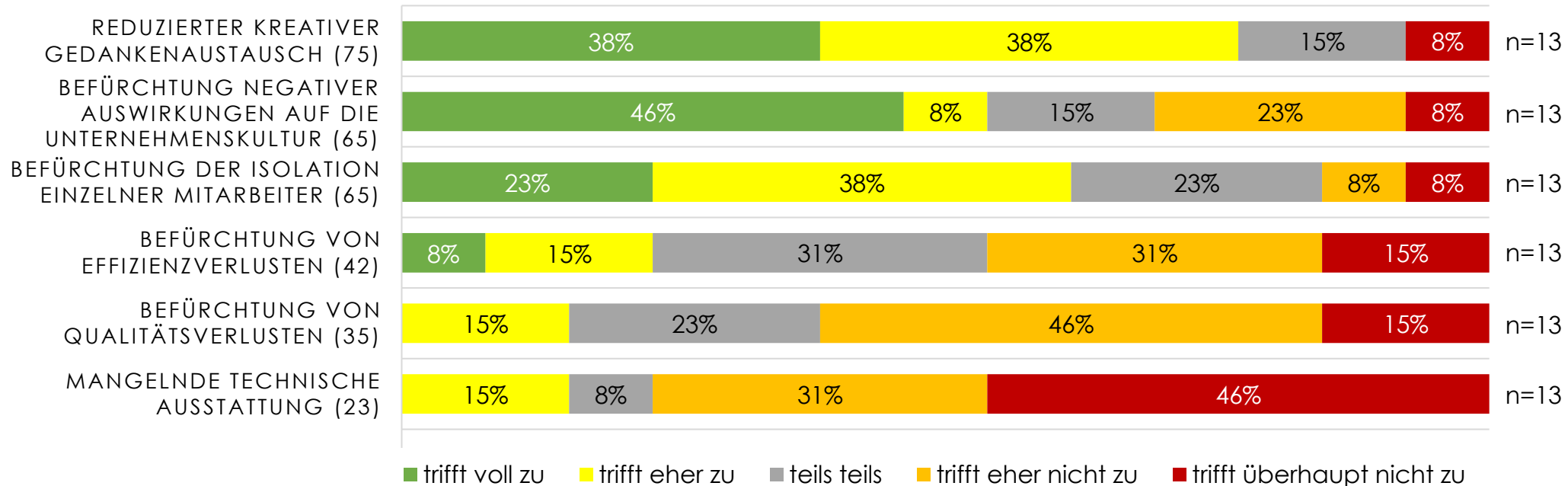
# 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

## Betriebsorganisation – Aug/Sept 2020

Nach den Erfahrungen mit dem Homeoffice-Einsatz Ihrer Mitarbeiter in den vergangenen Monaten (I/II):  
Stellen Sie Ihren Mitarbeitern das Arbeiten im Homeoffice zukünftig frei?



Wenn nein: Worin liegen die Gründe?



Nach den Erfahrungen mit dem Homeoffice-Einsatz Ihrer Mitarbeiter in den vergangenen Monaten (II/II):  
Stellen Sie Ihren Mitarbeitern das Arbeiten im Homeoffice zukünftig frei?

Wenn nein: Welche sonstigen Gründe sehen Sie?

**trifft voll zu (n=3):**

- Prinzip der „doppelten Freiwilligkeit“, das heißt, die Führungskraft und Mitarbeitende müssen übereinkommen (n=2)
- massive Qualitäts- und Zeitverluste in wichtigen Projekten

**teils teils:**

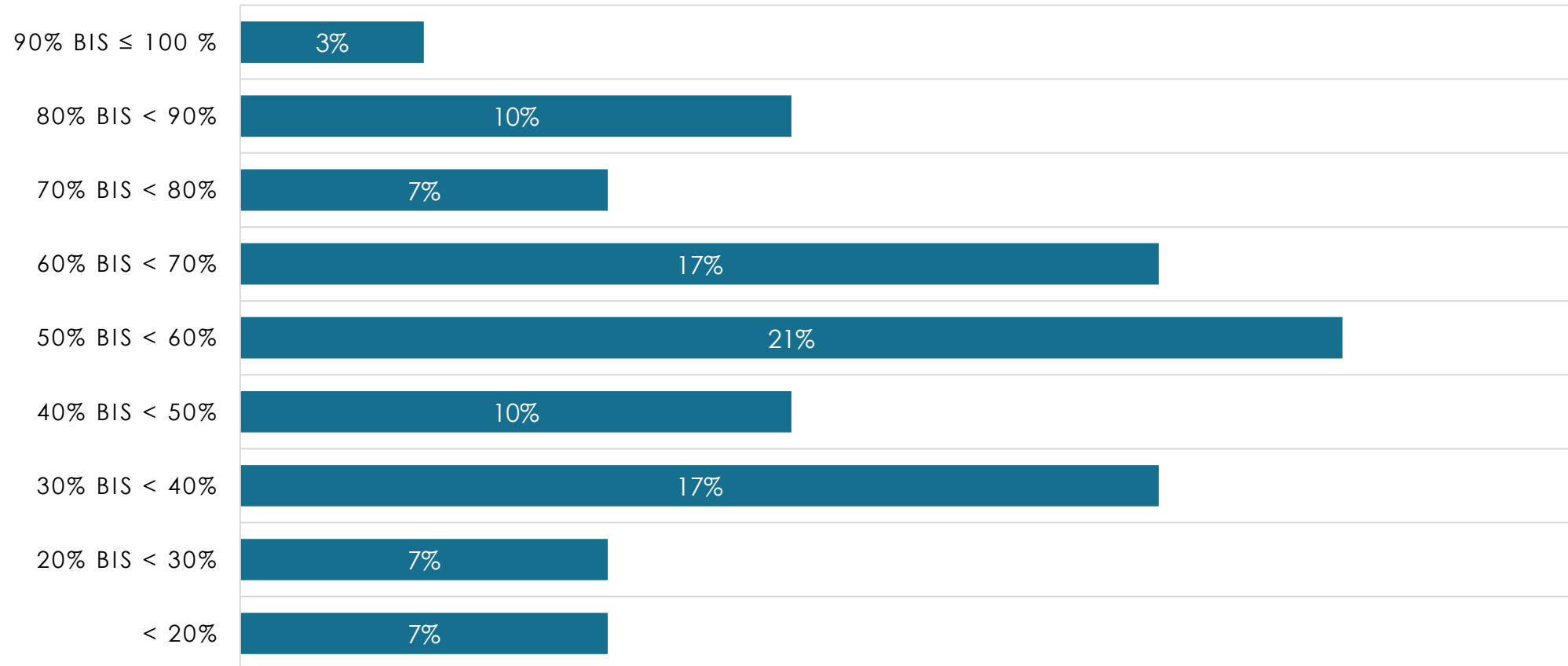
- Nicht alle Mitarbeiter sind technisch, organisatorisch oder persönlich in der Lage, dauerhaft im Homeoffice zu arbeiten. Grundsätzlich muss auch noch ein Post-Corona-Modell entwickelt werden.



## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse Betriebsorganisation – Aug/Sept 2020

57

Angenommen die Infektionszahlen blieben auch bis zum Jahresende auf niedrigem Niveau und die Kontaktbeschränkungen würden nicht erneut ausgedehnt werden: Was schätzen Sie, wie viel Prozent Ihrer Mitarbeiter zum Jahresende noch im Homeoffice arbeiten?



n=29

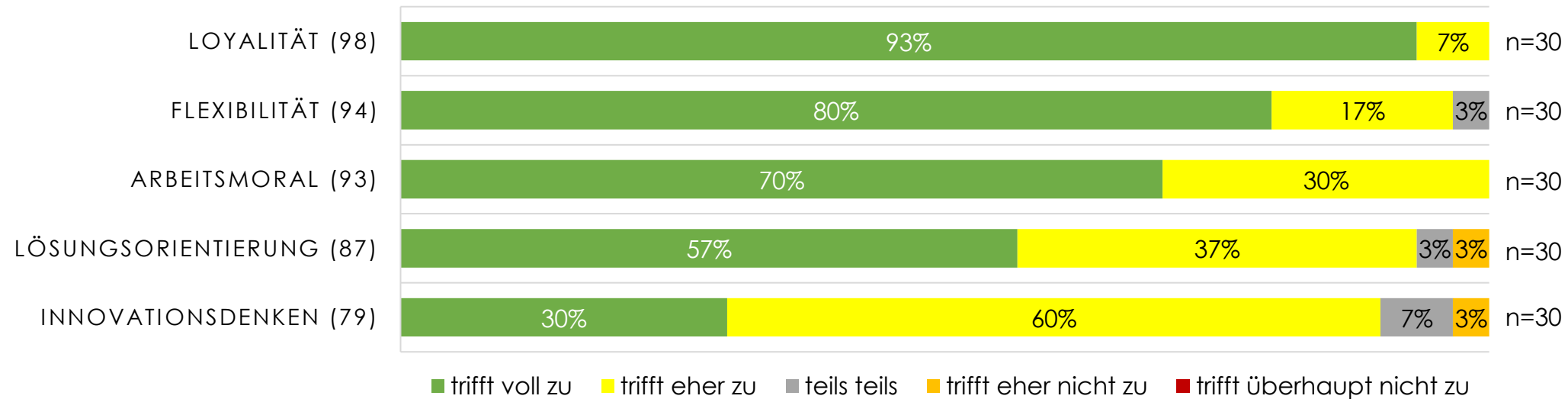
## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse Betriebsorganisation – Aug/Sept 2020

Basierend auf den Erfahrungen durch die aktuelle Pandemie:  
Unsere Mitarbeiter präferieren auch weiterhin das Arbeiten im Homeoffice.



## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse Betriebsorganisation – Aug/Sept 2020

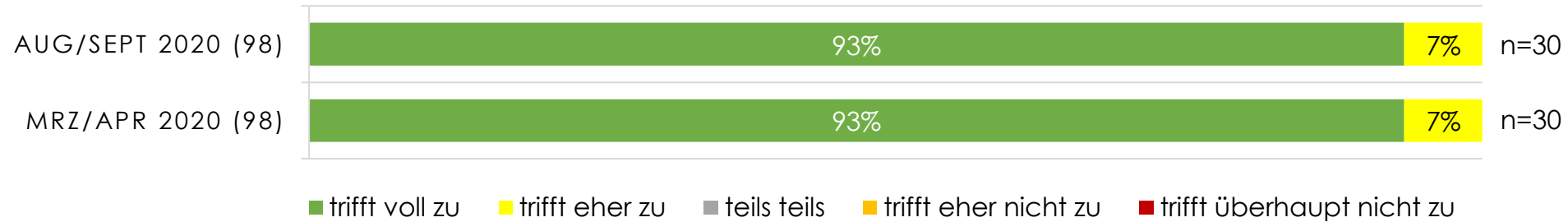
Unsere Mitarbeiter beweisen in der Corona-Krise ...



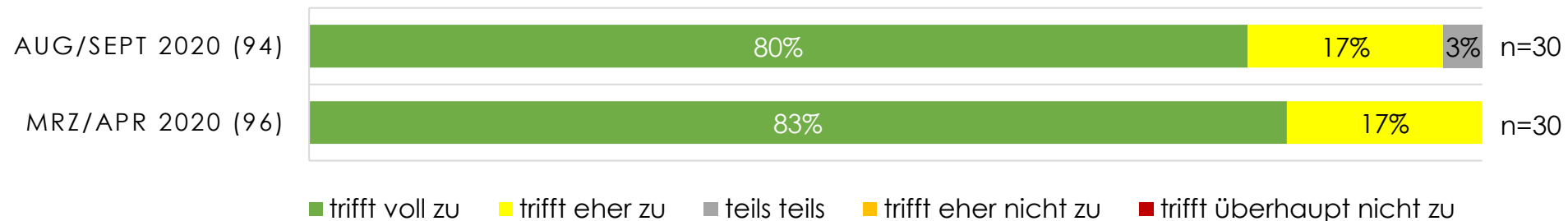
## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse Betriebsorganisation – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

60

Unsere Mitarbeiter beweisen in der Corona-Krise **Loyalität**.

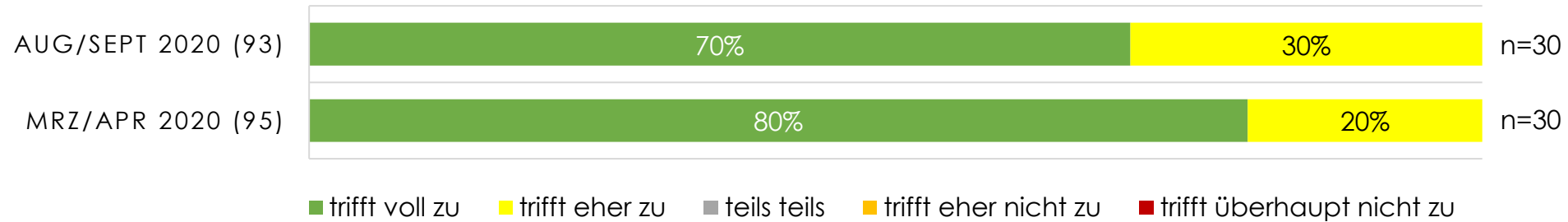


Unsere Mitarbeiter beweisen in der Corona-Krise **Flexibilität**.

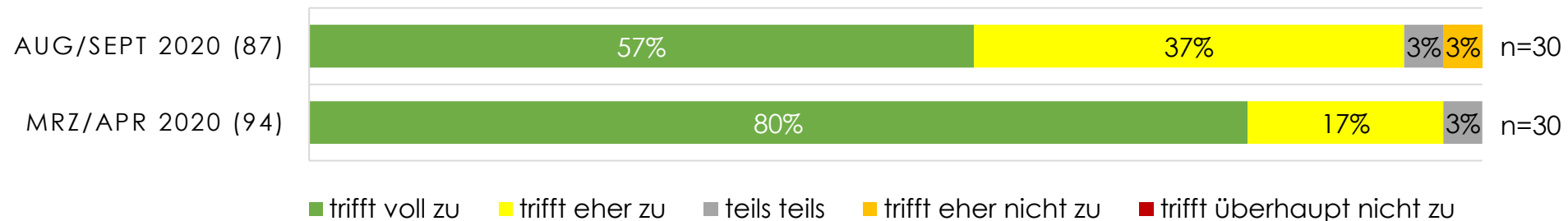


## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse Betriebsorganisation – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

Unsere Mitarbeiter beweisen in der Corona-Krise **Arbeitsmoral**.



Unsere Mitarbeiter beweisen in der Corona-Krise **Lösungsorientierung**.



## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse Betriebsorganisation – Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

62

Unsere Mitarbeiter beweisen in der Corona-Krise **Innovationsdenken**.



*Welche sonstigen Verhaltens- und/oder Denkweisen beweisen Ihre Mitarbeiter in der Corona-Krise? (Aug/Sept 2020)*

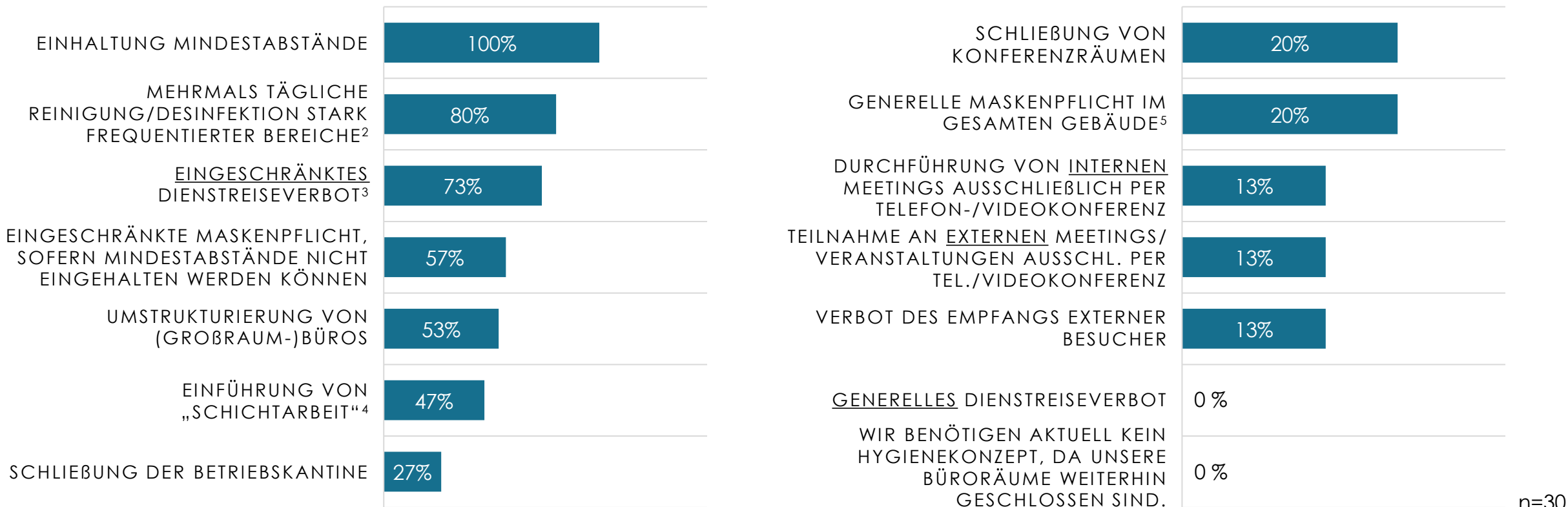
- Wertschätzung; die Unterschiede zu anderen Branchen/Unternehmen werden sehr wohl gesehen.

Sonstiges: Informelle Kommunikation ist wichtig für das Zusammenarbeiten unterschiedlichster Bereiche des Unternehmens, ist aber über Web-Konferenz praktisch unmöglich. Kreative Prozesse, Brainstorming, Design Thinking ist de facto nicht möglich. | Schwelende Konflikte werden zu spät erkannt.

# 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

## Betriebsorganisation – Aug/Sept 2020

Im Zuge der Lockerungen der Kontaktbeschränkungen und der schrittweisen Wiederaufnahme des Arbeitsalltags wurden in den Unternehmen Hygienekonzepte erstellt: Welche der folgenden Punkte sind (weiterhin) Bestandteil des Hygienekonzepts in Ihrem Unternehmen?<sup>1</sup> (I/III)



<sup>1</sup> Mehrfachnennungen möglich | <sup>2</sup> z. B. Ein- und Ausgänge, Sanitärräume, Handläufe, Türklinken | <sup>3</sup> Dienstreisen sind in begrenztem Umfang möglich | <sup>4</sup> Aufteilung der Mitarbeiter in Gruppen, die sich z. B. zweiwöchentlich, wöchentlich oder täglich abwechseln | <sup>5</sup> mit Ausnahme des eigenen Arbeitsplatzes

Im Zuge der Lockerungen der Kontaktbeschränkungen und der schrittweisen Wiederaufnahme des Arbeitsalltags wurden in den Unternehmen Hygienekonzepte erstellt: Welche der folgenden Punkte sind (weiterhin) Bestandteil des Hygienekonzepts in Ihrem Unternehmen und bis wann gelten die Ge-/Verbote? (II/III)

### Wenn ein eingeschränktes Dienstreiseverbot<sup>1</sup> gilt, in welchen Fällen sind Dienstreisen bereits möglich? (n=16)

- aus wichtigem Grund (n=4),
  - unter Einhaltung der Hygieneregeln, kein Risikogebiet
  - wenn im Ermessen der Beteiligten und unter Zustimmung der Führungskraft gravierende Gründe gegeben sind, die individuell zu beurteilen sind
- betriebliche Notwendigkeit (n=3), sofern alle Hygienemaßnahmen eingehalten werden (können)
- in begründeten Ausnahmefällen (n=2), nur in Abstimmung mit der nächst höheren Führungskraft
- wenn nicht durch Videokonferenz ersetzbar (n=2)
- nach Risikoeinschätzung unterschiedlich
- das wird individuell nach Wichtigkeit entschieden, der Vertrieb hat eine Regelung, die zwei Tage pro Woche max. sechs Besuche ermöglicht
- interne Dienstreisen
- bei Dienstreisen mit dem Auto
- Tagungen, Kundenbesuche

<sup>1</sup> Dienstreisen sind in begrenztem Umfang möglich



Im Zuge der Lockerungen der Kontaktbeschränkungen und der schrittweisen Wiederaufnahme des Arbeitsalltags wurden in den Unternehmen Hygienekonzepte erstellt: Welche der folgenden Punkte sind (weiterhin) Bestandteil des Hygienekonzepts in Ihrem Unternehmen und bis wann gelten die Ge-/Verbote? (III/III)

**Wenn die Teilnahme an externen Meetings/Veranstaltungen ausschließlich per Telefon-/Videokonferenz möglich ist, bis (voraussichtlich) wann? (n=2)**

- offen
- bis zum Vorliegen eines Impfstoffes

**Wenn ein Verbot des Empfangs externer Besucher gilt, bis (voraussichtlich) wann?** (n=2)

- Herbst 2020
- bis auf Weiteres

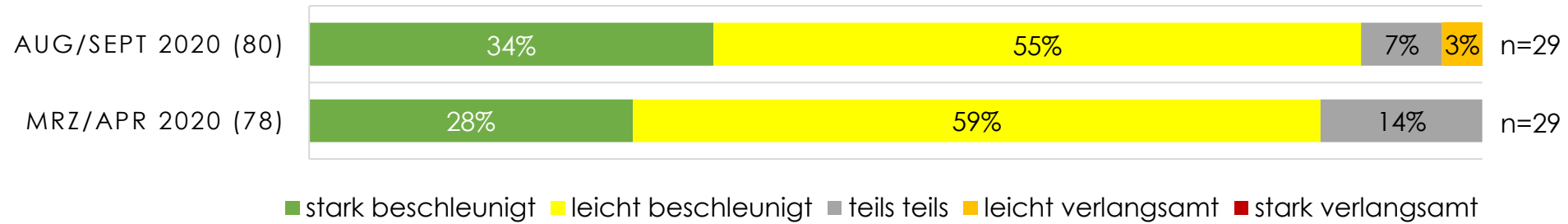
*Welche sonstigen Punkte sind (weiterhin) Bestandteil des Hygienekonzepts in Ihrem Unternehmen?*

- generelle Maskenpflicht wird kommen, sobald Mitarbeiter aus dem Homeoffice zurückkehren
- Einschränkung Kantine
- Einschränkung externer Besucher
- Einschränkung bei Teilnahme an externen Veranstaltungen
- Einschränkungen bei Dienstreisen

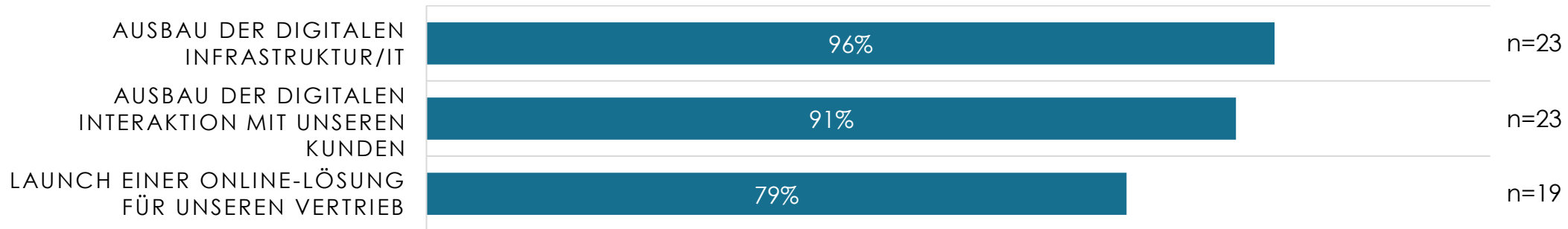
# 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

## Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

Die digitale Transformation unseres Hauses wird angesichts der aktuellen Situation ... (I/IV)



Wenn beschleunigt: In welchen Bereichen? (Aug/Sept 2020)



Sonstiges: Kommunikation | Vertriebspartner, die B2C zunehmend digital kommunizieren, werden das auch von ihren Maklerbetreuern im B2B verlangen. Diese dafür fit zu machen, ist aufgrund der aktuellen Situation ein kurzfristiges Ziel. | Bei der Organisation unserer Arbeit aus dem Homeoffice. | Das Verhalten und die Scheu vor der Technik haben sich deutlich verändert. Die Menschen sind digitalisierter geworden, auch Technikverweigerer machen mit und sind begeistert.

Die digitale Transformation unseres Hauses wird angesichts der aktuellen Situation ... (II/IV)

Wenn beschleunigt: In welchen Bereichen?

### **Ausbau der digitalen Infrastruktur/IT, wenn ja, inwiefern? (n=13)**

- Schaffung der Voraussetzungen für das Homeoffice (n=5), z. B.
  - VPN-Zugang
  - Erhöhung der Bandbreite
  - Callcenter-Fähigkeiten (Telefonie etc.) an jedem relevanten Homeoffice-Arbeitsplatz
- Ausbau von Online-Beratung und -Abschluss (n=4), z. B.
  - Medienbruch-freie Gestaltung der TAA-Strecke/elektronische Antragsprozesse
  - volldigitale Abwicklung des Abschlusses (gem. Fernabsatzgesetz)
- Aufbau von Konferenz-Systemen für Sitzungen und Schulungen (n=2)
- Ausbau des flexibleren Arbeitens
- Programme und Hardware komplett online
- Beschleunigung der Nutzung von neuer Hard- und Software
- Kundenportal
- FotoApp
- Ausbau der digitalen Infrastruktur in allen Bereichen; im zweiten Schritt
- Papierreduktion
- erhöhte Sicherheitsvorkehrungen in Bezug auf Cyberrisiken

Die digitale Transformation unseres Hauses wird angesichts der aktuellen Situation ... (III/IV)

Wenn beschleunigt: In welchen Bereichen?

### **Ausbau der digitalen Interaktion mit unseren Kunden, wenn ja, inwiefern? (n=11)**

- Ausbau von Online-Beratung und -Abschluss (n=3), z. B.
  - elektronische Antragsprozesse
  - Online-Beratung
  - Online-Abschlussstrecke
- Ausbau und Nutzung Endkundenportal (n=4), z. B.  
Schaffung von Schnittstellen von Vermittler zu Kunde /  
Ausbau über eine PSD2-Schnittstelle
- Einführung weiterer Online-Angebotsrechner
- Angebot digitaler Kunden- und Vertragsmanager
- digitale Unterschrift
- Nutzung einer (externen) digitalen Plattform für Vertrieb und Videoberatung
- Videoberatung
- FotoApp
- mehr E-Mail-Kontakt mit Kunden
- umfassender Ausbau, auch mit vielen neuen Chatbots

Die digitale Transformation unseres Hauses wird angesichts der aktuellen Situation ... (IV/IV)

Wenn beschleunigt: In welchen Bereichen?

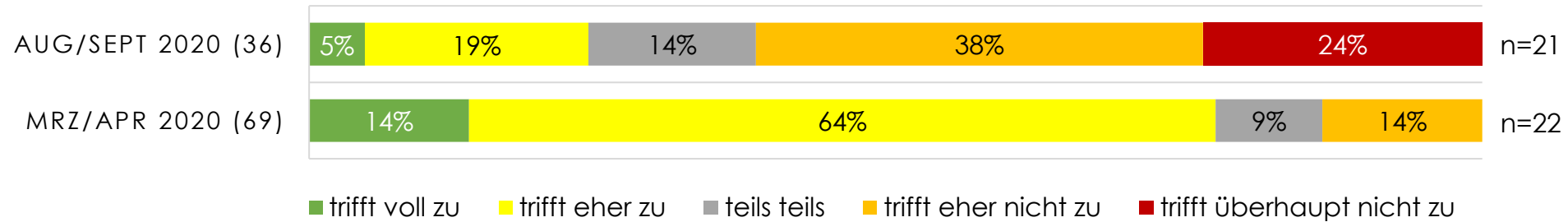
### Launch einer Online-Lösung für unseren Vertrieb, wenn ja in welcher Form? (n=10)

- Möglichkeit der Videoberatung (n=3)
- digitale Umstellung aller Vertriebssysteme
- Launch einer Online-Lösung für unsere Vertriebspartner: Aus den Erfahrungen der Vertriebe mit Online-Beratungstools wollen wir die „digitale Kompetenz“ derjenigen Vertriebspartner (i. d. R. Einzelkämpfer) stärken, die bislang
  - keine Erfahrung mit Online-Beratung haben,
  - eher Technik-fern sind,
  - kein „Dach“ haben (Vertrieb, Pool o. ä.), das mit ihnen schlichtweg übt und trainiert.
- Nutzung von „Teams“ in Geschäftsstellen
- Nutzung einer (externen) digitalen Plattform für Vertrieb und Videoberatung
- Ausbau von Online-Beratung und -Abschluss
- Online-Schulung
- Ausweitung der Möglichkeiten zur eSignatur
  
- wurde bereits Anfang 2020 eingeführt (vor COVID-19)
- bereits 2019 eingeführt: papierloser Online-Beratungs- und Abschlussprozess

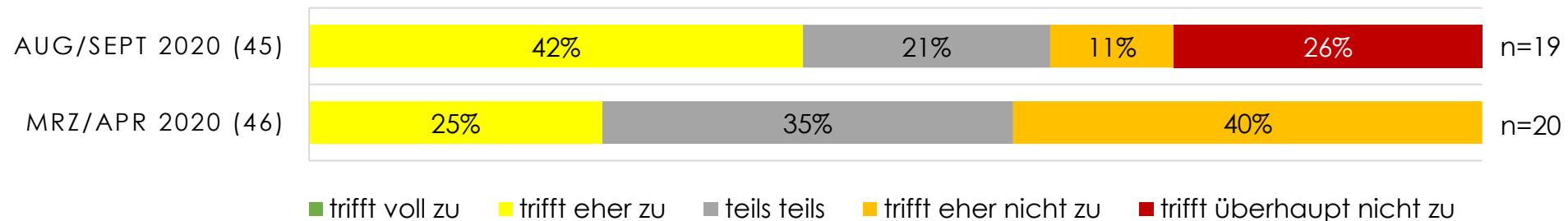
## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

Die Corona-Krise wird ...

... im Geschäftsjahr 2020 zu verringerten Ausschüttungen an die Unternehmensträger führen.



... zu einer verringerten Überschussbeteiligung in der Lebensversicherung führen.

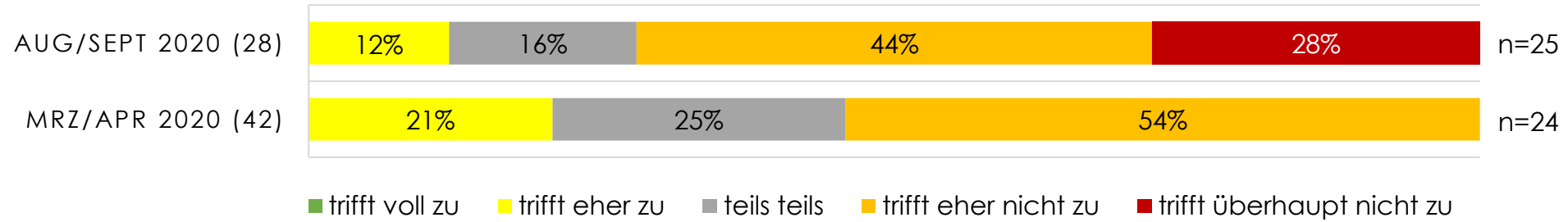


# 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse

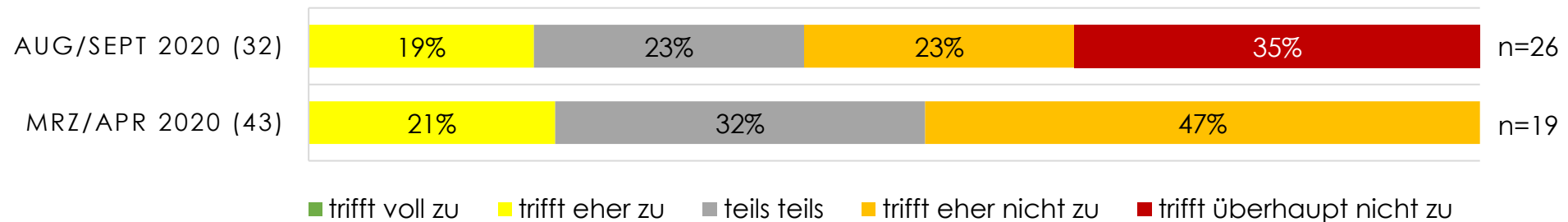
## Vergleich Aug/Sept 2020 vs. Mrz/Apr 2020

Die Corona-Krise wird ...

... zu Prämien erhöhungen führen. (Betrachtungszeitraum 1 Jahr)

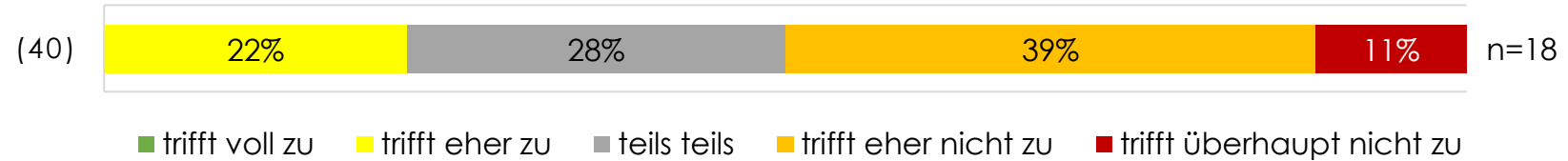


... zu Personalabbau führen. (Betrachtungszeitraum 2 Jahre)



Die Corona-Krise wird ...

... zu Prämienrückzahlungen in der Kfz-Versicherung führen.

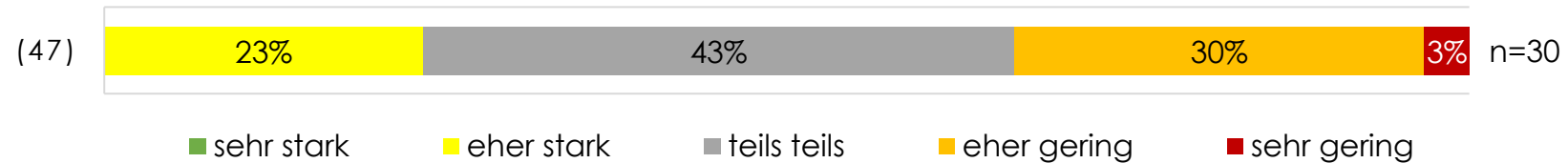




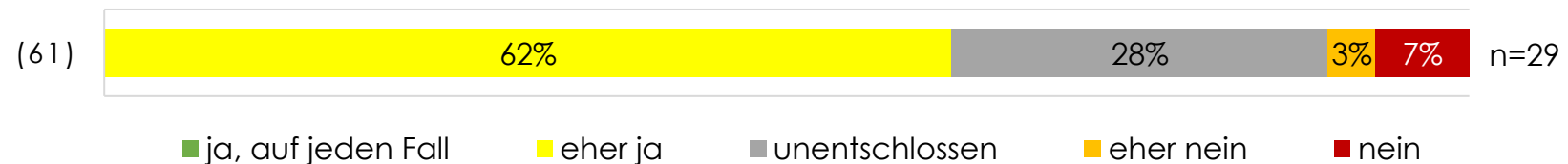
## 4.2 Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse Aug/Sept 2020

73

Wie stark ist die Versicherungsbranche Ihrer Einschätzung nach bisher von den Auswirkungen der Corona-Krise betroffen?



Glauben Sie, dass es 2020/21 zu einer zweiten Covid-19-Welle kommen wird?



1	Hintergrund und Zielsetzung .....	3
2	Forschungsdesign .....	5
3	Teilnehmer .....	8
4	Studienergebnisse	
4.1	Brancheneffekte / Makro-Effekte .....	10
4.2	Auswirkungen auf Kapitalanlage, Produkte, Unternehmensstrukturen und -prozesse .....	31
<b>5</b>	<b>Resümee</b> .....	<b>75</b>

### **Lessons Learned aus der Corona-Krise**

- Dass die Corona-Krise auch künftig Herausforderungen für die Versicherungswirtschaft mit sich bringt, darüber sind sich die Befragten weiterhin einig. Unverändert zählen dabei das Neugeschäft bzw. der Vertrieb sowie das Kapitalanlagemanagement zu den Bereichen, die sich mit den größten Problemstellungen konfrontiert sehen. Deutlich positiver als noch im Frühjahr sehen die Befragten jedoch die Chancen, die sich aus der Krise für die Branche ergeben. 90 % aller teilnehmenden Häuser können wichtige Erkenntnisse für ihr Geschäft aus der Krise ziehen. Lessons Learned sehen alle Unternehmen für sich vor allem in Bezug auf das Thema Digitalisierung. 96 % sehen sich zudem – angesichts der Erfahrungen aus der Corona-Krise – gut auf derartige Krisen in der Zukunft vorbereitet.

### **Leichter Optimismus beim Neugeschäft**

- Waren im Frühjahr noch mehr als drei Viertel der Befragten der Ansicht, dass das Neugeschäft der Branche infolge der Krise abnehmen wird, teilen in der aktuellen Befragung nur noch 61 % diese Meinung. Vier Unternehmen erwarten sogar eine leicht zunehmende Tendenz. Gründe für ein möglicherweise abnehmendes Geschäft werden vor allem darin gesehen, dass der Bevölkerung finanzielle Mittel, z. B. aufgrund von Kurzarbeit, fehlen. Negative konjunkturelle Einflüsse im Gewerbekunden- bzw. Firmengeschäft werden als weitere mögliche Gründe ergänzt. Mit Blick auf die Versicherungszweige wird dennoch vor allem in der Betriebsschließungs- sowie Veranstaltungsausfallversicherung wachsendes Neugeschäft erwartet. Die größten „Verluste“ werden weiterhin in den Altersvorsorgezweigen, aber auch in der Kfz-Versicherung gesehen.

### **Der Digitalisierungsschub fördert den Online-/Direktvertriebskanal**

- Die Einschätzungen zur Nutzung des Online-/Direktvertriebskanals seit Beginn der Corona-Krise in Deutschland decken sich mit den Erwartungen der Befragten aus dem Frühjahr, dass es in diesem Bereich infolge der Corona-Krise zu einem deutlichen Anstieg kommen wird. Gründe hierfür können zum einen darin gesehen werden, dass persönliche Kontakte (mit Dritten) weiterhin bewusst reduziert werden. Zum anderen betonen die Befragten noch stärker als im Frühjahr, dass die digitale Transformation in ihrem Haus angesichts der aktuellen Situation eine deutliche Beschleunigung erfahren hat. Diese spiegelt sich nach Aussage der Befragten insbesondere in dem Ausbau der digitalen Infrastruktur und Interaktion mit dem Kunden wider.

### **Betriebsschließungsversicherung ist Image-Bremse**

- Schon im Frühjahr waren die Ansichten der Befragten in Bezug auf die Imagewirkungen der Corona-Krise gemischt; insbesondere die Regulierungspraxis in der Betriebsschließungsversicherung stand den Möglichkeiten der Branche gegenüber, sich als verlässlicher Partner an der Seite der Versicherungskunden zu positionieren und damit eine positive Imagewirkung zu leisten. Auch in der aktuellen Befragung bestätigen die Studienteilnehmer der Krise eine eher negative Wirkung auf das Image der Versicherer; 60 % aller Häuser heben weiterhin hervor, dass die Diskussion um die Betriebsschließungsversicherung stark negative Effekte auf das Branchenimage hat.

### **Anpassung der Asset Allocation aufgrund negativer Kapitalanlageperformances**

- Etwa die Hälfte der Studienteilnehmer gibt an, dass sich die Kapitalanlageperformance ihres Hauses infolge der Corona-Krise negativ entwickelt – so erwarteten es auch die Befragten im Frühjahr mit Blick in die Zukunft. Dabei werden die Entwicklungen der Anlagen in festverzinsliche Positionen, Immobilien und Beteiligungen etwas positiver als noch im März/April eingeschätzt. Die Performance der Anlagen in Aktien wird infolge der Corona-Krise weiterhin gebremst; jedoch gaben fünf der dreißig aktuell befragten Unternehmen an, dass sich ihre Aktieninvestments positiv entwickeln würden; im Frühjahr konnte dies nur ein Unternehmen bestätigen.

Während im März/April nur drei der 30 Studienteilnehmer angaben, dass es infolge der Krise einer Anpassung ihrer Asset Allocation bedarf, antworteten 17 der 30 aktuell befragten Unternehmen, dass sie ihre Asset Allocation bereits angepasst haben bzw. planen, dies zu tun.

### Weniger Mitarbeiter im Homeoffice

- Entsprechend den verhältnismäßig geringen Infektionszahlen in Deutschland und den Lockerungen der Kontaktbeschränkungen befinden sich in den befragten Häusern aktuell weniger Mitarbeiter im Homeoffice als noch im Frühjahr. Gab bei der Befragung im März/April noch mehr als die Hälfte der Unternehmen an, dass mehr als 90 % ihrer Mitarbeiter zu Hause arbeiten würden, sind es in der aktuellen Befragung nur noch 17 %. Jeweils mehr als die Hälfte der Befragten holt ihre Kollegen stufenweise aus dem Homeoffice zurück bzw. wird ihren Mitarbeitern zukünftig nicht freistellen, zu Hause zu arbeiten. In diesen Fällen wird insbesondere befürchtet, dass sich das Homeoffice zu Lasten eines kreativen Gedankenaustausches innerhalb der Belegschaft auswirken könnte.  
In einigen Unternehmen wird den Mitarbeitern jedoch weiterhin empfohlen, zunächst bis zum Ende des Jahres 2020 (und teilweise darüber hinaus) im Homeoffice zu bleiben, ein Unternehmen definiert sogar das Vorhandensein eines Impfstoffes als „Enddatum“ für die Homeoffice-Empfehlung.

### **Prämienerhöhungen und Personalabbau unwahrscheinlich**

- Deutlich optimistischer als noch in der Befragung im Frühjahr sind die Erwartungen der Studienteilnehmer in Bezug auf mögliche Prämienerhöhungen infolge der Corona-Krise. Hielt es in der Befragung im März/April noch fast die Hälfte der Befragten für möglich, dass es infolge der Krise zu Prämienerhöhungen (Betrachtungszeitraum 1 Jahr) kommen könnte, erwarten fast drei Viertel der im Sommer Befragten keine Erhöhungen. Etwa die Hälfte der Studienteilnehmer erwartet zudem, dass die Krise keinen Personalabbau (Betrachtungszeitraum 2 Jahre) nach sich ziehen wird.

### **Die Versicherungsbranche ist von der Krise eher wenig betroffen**

- Danach gefragt, wie stark die Versicherungsbranche bisher von den Auswirkungen der Corona-Krise betroffen ist, zeigt sich ein eher gemischtes Meinungsbild. Tendenziell sehen die Befragten die Versicherungsbranche jedoch weniger stark von der Krise betroffen, als es in anderen Branchen der Fall sein wird.  
62 % der Studienteilnehmer können sich zudem vorstellen, dass es zu einer zweiten Covid-19-Welle in 2020/21 kommen wird. Sollte diese eintreten, so kann angenommen werden, dass die Versicherungsbranche auf viele Lessons Learned aus der aktuellen Corona-Krise zurückgreifen kann.

**Prof. Dr. Fred Wagner**

Vorstand des Instituts für Versicherungswissenschaften e.V.  
an der Universität Leipzig

Gottschedstraße 12, 04109 Leipzig  
Telefon +49 341/355 305 - 55  
E-Mail [mail@fredwagner.de](mailto:mail@fredwagner.de)

**Katharina Vollmer**

Projektleiterin Studien  
V.E.R.S. Leipzig GmbH

Gottschedstraße 12, 04109 Leipzig  
Telefon +49 341/246 592 - 66  
E-Mail [vollmer@vers-leipzig.de](mailto:vollmer@vers-leipzig.de)

**Bildquellen**

freepik.com, pexels.com

**Haftungsausschluss**

Die Inhalte unserer Studie wurden mit größter Sorgfalt analysiert und ausgewertet. Trotzdem können die Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Relevanz der aufgeführten Informationen und Daten nicht garantiert werden. Die Ergebnisdarstellungen in der Studie enthalten keine Empfehlungen oder Beratung. Die dargestellten Informationen haben einen rein informativen Charakter. Der Herausgeber übernimmt daher keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Relevanz der aufgeführten Informationen und Daten und/oder für Entscheidungen, die auf den Inhalten dieser Studie basieren.

**Theresa Jost**

Geschäftsführerin  
V.E.R.S. Leipzig GmbH

Gottschedstraße 12, 04109 Leipzig  
Telefon +49 341/246 592 - 63  
E-Mail [jost@vers-leipzig.de](mailto:jost@vers-leipzig.de)