

Halbjahresergebnisse 2021

Deutsche Familienversicherung bestätigt alle Jahresziele für 2021 nach 24% Wachstum im ersten Halbjahr

- Gebuchte Bruttoprämien wachsen im ersten Halbjahr um 24 %
- Neugeschäft entwickelt sich mit Prämienvolumen von rund 14 Mio. EUR plangemäß
- Nettoverlust deutlich reduziert auf 0,7 Mio. EUR
- Erfolgreicher Marktauftritt in Österreich
- Neue Kooperationen u.a. mit Volkswagen Bank GmbH
- Produktinnovation „DFV-KombiSchutz“ bildet die Basis für geplantes Globalprodukt
- Gründung eines IT-Joint Venture mit Highttech Start-up STTech GmbH aus München
- Positive Entwicklung bei der externen Überprüfung der Kalkulationsgrundlage der Pflegezusatzversicherung
- Alle Jahresziele 2021 bestätigt; neue Produkte und Ausbau des Vertriebsmix

Frankfurt am Main, 12. August 2021 – Die DFV Deutsche Familienversicherung AG („DFV“, „Deutsche Familienversicherung“), das digitale Versicherungsunternehmen und ein in Europa führendes InsurTech, setzte ihren dynamischen Wachstumskurs auch im zweiten Quartal 2021 konsequent fort. Das Unternehmen ist aufgrund seines digitalen Geschäftsmodells von den Auswirkungen der COVID-19-Krise kaum betroffen und bestätigt alle Jahresziele 2021.

„Wir werden 2021 ein ähnlich starkes Neugeschäft realisieren wie im vergangenen Jahr und alle kommunizierten Ziele erreichen. Saisonale Schwankungen sind normal und geben keinen Anlass zur Sorge. Die Tatsache, dass wir trotz der andauernden COVID-19-Krise um 24 % wachsen zeigt, dass unser digitales Geschäftsmodell funktioniert,“ kommentiert Dr. Stefan Knoll, Vorstandsvorsitzender und Gründer der Deutschen Familienversicherung.

Gebuchte Bruttobeiträge in der Sachversicherung steigen um 63,7 %

Die DFV wächst weiter deutlich schneller als der Markt. Die gebuchten Bruttobeiträge legten im ersten Halbjahr 2021 um 24,2 % auf 66,7 Mio. EUR zu (H1 2020: 53,7 Mio. EUR). Während die Beiträge in der Krankenzusatzversicherung um 21,3 % anstiegen, betrug das Wachstum in der Sachversicherung im ersten Halbjahr 2021 erfreuliche 63,7 %. Diese Entwicklung steht im Einklang

mit der Konzernstrategie, die eine zunehmende Diversifizierung des Produktportfolios der DFV vorsieht, um das Unternehmen breiter aufzustellen. Demgemäß hat sich der Anteil der Sachversicherungen an den gebuchten Beiträgen im ersten Halbjahr 2021 von 6,8 % auf 8,9 % weiter erhöht.

Mit einem Beitragsvolumen von 13,7 Mio. EUR entwickelte sich das Neugeschäft in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2021 plangemäß (H1 2020: 15,4 Mio. EUR). Bei den Krankenzusatzversicherungen ist der durchschnittliche Beitrag pro Neuvertrag von rund 345 EUR auf 363 EUR noch einmal gestiegen. Durch die kontinuierliche Innovation und Weiterentwicklung ihres Produktportfolios erfüllt die DFV die individuellen Ansprüche ihrer Kunden und kann so die durchschnittlichen Beiträge pro Vertrag erhöhen. Zusätzlich bietet der noch junge Tierversicherungsmarkt dem Unternehmen ein enormes Wachstumspotenzial – auch über die deutschen Grenzen hinaus.

Deutliche Reduzierung des Nettoverlusts trotz hoher Wachstumsinvestitionen

Die DFV investiert weiterhin stark in das Wachstum. Die Vertriebsaufwendungen lagen mit 14,0 Mio. EUR etwas unter den Ausgaben des Vorjahres (H1 2020: 16,1 Mio. EUR). Unabhängig davon verbesserte sich das Konzernergebnis nach Steuern im ersten Halbjahr 2021 deutlich auf -0,7 Mio. EUR (H1 2020: -4,1 Mio. EUR). Wesentliche Treiber dieser Entwicklung waren neben höheren Beitragseinnahmen auch ein deutlich verbessertes Kapitalanlageergebnis in Höhe von 4,0 Mio. EUR. Dieses war im Vorjahr Corona-bedingt stark belastet (H1 2020: -1,9 Mio. EUR). Gestiegene Aufwendungen für Versicherungsleistungen, inklusive des Aufbaus von Schadenrückstellungen, haben sich gegenläufig auf das Konzernergebnis ausgewirkt. Die DFV verzeichnete insbesondere aufgrund von Pandemieeffekten eine Erhöhung der Schadenquote auf 68,9 % (H1 2020: 60,5 %). Die Combined Ratio hat sich hingegen um 2,4 Prozentpunkte auf 101,9 % verbessert, da die Kosten für den Versicherungsbetrieb trotz des starken Neugeschäfts nur moderat angestiegen sind.

Erfolgreicher Marktauftritt in Österreich und neues Kombiprodukt "DFV-KombiSchutz" für den deutschen Markt

Am 30. Juni 2021 startete die Deutsche Familienversicherung mit dem Vertrieb von Tierkrankenversicherungen in Österreich (www.dfv.at). Mit dem Einstieg in einen weiteren europäischen Markt internationalisiert die DFV wie angekündigt ihr digitales Vertriebsmodell. Der Eintritt in den österreichischen Markt ist ein Testlauf für zusätzliche internationale Expansionspläne mit geringem Kosten- und Risikoeinsatz. Um das vorhandene Marktpotenzial in Österreich bereits optimal zu nutzen, wird die in Deutschland bestehende Partnerschaft mit ProSiebenSat.1 Digital spätestens ab dem 1. September 2021 auf Österreich übertragen. Die neue Tierkrankenversicherung der Deutschen Familienversicherung wird dann auch auf den reichweitenstarken TV- und Online-Kanälen der Sendergruppe in Österreich vertrieben. Die Vermarktung erfolgt, nach deutschem Vorbild, unter der Marke "PETPROTECT" über die Website www.petprotect.at.

Ebenfalls Ende Juni fand die Markteinführung des neuen Kombiproduktes, "DFV-KombiSchutz", statt. Damit löste die DFV ein weiteres Versprechen ein. Der neue "DFV-KombiSchutz" besteht aus einer Unfall-, Hausrat/Glas-, Privathaftpflicht- und Verkehrsrechtsschutzversicherung. Mit der Bündelung von Produkten kombiniert mit einem Flatrate-Preis kommt der digitale Versicherer Kundenwünschen zur weiteren Vereinfachung des Produktangebotes nach. Darüber hinaus hat der Kunde auch beim "DFV-KombiSchutz" die Wahl zwischen vier Produktvarianten und setzt die "Alles drin"-Logik der DFV 16er-Matrix fort. Die Bündelfähigkeit von Produkten bildet in Verbindung mit einer Beitrags-Flatrate die Basis für das neuartige GlobalProdukt.

Weitere Stärkung des Kooperationsvertriebes

Im ersten Halbjahr 2021 gelang es der Deutschen Familienversicherung eine Vielzahl von Kooperationen mit renommierten Partnern zu realisieren, um ihr eigenes Wachstum zu fördern. Die Zusammenarbeit mit der Hamburger Sparkasse ("Haspa") bezieht sich auf den Vertrieb von Tierkrankenversicherungen für Hunde und Katzen. Die größte deutsche Sparkasse bietet ihren Privatkunden die DFV-Versicherungsprodukte über www.haspa.de an und wird darüber hinaus auch in den über 100 Filialen der Bank direkt beim Kunden beworben. Bereits im zweiten Halbjahr 2020 wurden der "DFV-ZahnSchutz" und der "DFV-TierkrankenSchutz" im Rahmen eines Pilot-Projekts in der B2C-Lidl Plus-App beworben. Im Jahr 2021 erweitert die DFV die Kooperation mit Lidl. In sechs Zeitfenstern zu je vier Wochen werden wechselweise die Zahnzusatz-, Tierkranken- und weitere DFV-Versicherungen in der Lidl Plus-App unter "Partnervorteile" vermarktet. Parallel zum Lidl Plus-App-Angebot ist aktuell der "DFV-ZahnSchutz" auf www.lidl.de positioniert.

Darüber hinaus kann das Frankfurter InsurTech eine Reihe neuer Kooperationspartner verkünden. Seit Mitte Juli bietet die Volkswagen Bank GmbH ihren Kunden, in Kooperation mit der Jung, DMS Cie. & Pro GmbH, die Tierkrankenversicherung der DFV an. Weitere Informationen zum Produkt sind auf der Website www.vwfs.de unter der Rubrik Vorsorgen & Versicherung zu finden.

Des Weiteren wurde mit dem hagebau Versicherungsdienst, dem hauseigenen Versicherungsvermittler der hagebau Unternehmensgruppe, eine Vereinbarung über den Vertrieb von DFV-Krankenzusatzversicherungen für hagebau-Mitarbeiter abgeschlossen. In einem weiteren Schritt soll die Kooperation ab 2022 auf die Tierkrankenversicherung erweitert werden.

Ebenso wurde mit der Maxda Darlehensvermittlungs GmbH eine Kooperation über den Vertrieb von Tierkrankenversicherungen für Katzen und Hunde abgeschlossen. Der Partner für Kredite und Immobilienfinanzierungen hat begonnen, seinen Kunden durch Cross-Selling auch das Produkt zum DFV TierkrankenSchutz für Hunde und Katzen anzubieten.

„Die Realisierung weiterer Vertriebspartnerschaften zeigt die Stärke unserer Arbeit im Kooperationsgeschäft und unsere weiterhin ungebremste Attraktivität als Versicherungspartner über alle Branchen hinweg. Mittel- bis langfristig wird der Kooperationsvertrieb einen großen Anteil am Vertriebs Erfolg der Deutschen

Familienversicherung haben, wir sehen hier große Potentiale.“, sagt Stephan Schinnenburg, Vertriebsvorstand der Deutschen Familienversicherung.

Gründung eines IT-Joint Venture mit Hightech Start-up STTech GmbH

Gemeinsam mit der STTech GmbH, einem Hightech Start-Up mit Sitz in München, welches im Umfeld der Technischen Universität München entstanden ist, wird die Deutsche Familienversicherung ein Unternehmen gründen, um neuste Technologien für die Automatisierung von Schaden- und Leistungsfällen zu entwickeln bzw. anzuwenden. Ein wichtiger Aspekt in der Zusammenarbeit ist die Erschließung neuer digitaler Geschäftsfelder, wie bspw. blockchain-basierte Versicherungsprodukte. Die STTech kombiniert Know-how in den Bereichen Software, KI, Architekturdesign und autonome Systeme mit spezifischem Fachwissen, um die neuen Herausforderungen in den Wirtschaftskreisläufen produktiv aufzugreifen und für sich zu nutzen.

Das Frankfurter InsurTech sieht in diesen Bereichen enorme und bisher komplett ungenutzte Marktpotentiale.

Überprüfung der Kalkulationsgrundlage bei der Pflegezusatzversicherung

Die Pflegeversicherung der Deutschen Familienversicherung war Ende letzten Jahres Gegenstand von Erörterungen mit der Aufsichtsbehörde BaFin. In Folge dessen hatte die BaFin im Januar 2021 das Unternehmen angewiesen, einen Gutachter bzw. aktuariellen Experten einer renommierten Wirtschaftsprüfungsgesellschaft einzusetzen, um die Ermittlung des Rechnungszinses bei der Deutschen Familienversicherung zu untersuchen.

Es stand die These im Raum, dass die Deutsche Familienversicherung als relative Neugründung nicht in der Lage sein könne, einen sog. Rechnungszins von 2 Prozent zu erwirtschaften. Insofern ging es um die Frage, ob die Deutsche Familienversicherung bei Pfelegetarifen in der Vergangenheit den Rechnungszins, einer der Rechnungsgrundlagen der Tarifikalkulation, fehlerhaft festgelegt hatte. Zwischenzeitlich liegen dem Unternehmen die Ergebnisse des Gutachters vor. Diese bestätigen, dass die Methodik der Rechnungszinsermittlung bei der Deutschen Familienversicherung angemessen war – und zwar sowohl für Erstkalkulationen als auch für Festlegungen im Zuge von Beitragsanpassungen.

Bestätigung der Jahresziele, neue Produkte und Ausbau des Vertriebsmix

Für 2021 plant die Deutsche Familienversicherung weiterhin, 30 Mio. EUR in Vertriebsaktivitäten zu investieren und somit ein Neugeschäft in Höhe von 30 Mio. EUR zu generieren bzw. die gebuchten Bruttobeiträge erneut um rund 25 Prozent zu steigern.

Die DFV rechnet mit einem Konzernergebnis vor Steuern von rund -4 Mio. EUR nach -10,6 Mio. EUR im Vorjahr.

Zur Verstetigung der bekannten Wachstumsziele arbeitet die DFV an der Gründung eines Risikoträgers Leben, um neue Marktpotentiale zu erschließen. Aus der gleichen Absicht heraus soll der Maklervertriebsweg ausgebaut und ein Vertriebs-Call Center aufgebaut werden.

„Wir halten, was wir versprechen. Den Markteintritt in Österreich haben wir bereits realisiert und zudem das neue Kombiprodukt eingeführt. Den Rest des Jahres werden wir daran arbeiten, die hohe Wachstumsrate aus dem Vorjahr mit einem Plus von 25 Prozent erneut zu erreichen. Darüber hinaus werden wir unser Produktangebot verbreitern, die einzelnen Vertriebswege ausbauen und somit bisher ungenutzte Märkte und Potentiale nutzen,“ kommentiert Dr. Stefan Knoll, Vorstandsvorsitzender und Gründer der Deutschen Familienversicherung.

Den vollständigen Halbjahresbericht 2021 finden Sie zum Download unter folgendem [Link](#).

Ihr Ansprechpartner

Lutz Kiesewetter

Leiter Unternehmenskommunikation & Investor Relations

Tel.: +49 69 74 30 46 396

E-Mail: Lutz.Kiesewetter@deutsche-familienversicherung.de

Über die DFV Deutsche Familienversicherung AG

Die DFV Deutsche Familienversicherung AG (ISIN DE000A0KPM74) ist ein wachstumsstarkes InsurTech-Unternehmen. Die DFV deckt als digitales Versicherungsunternehmen mit eigenen Produkten die komplette Wertschöpfungskette ab. Ziel des Unternehmens ist es, Versicherungsprodukte anzubieten, die Menschen wirklich brauchen und sofort verstehen („Einfach. Vernünftig.“). Die DFV bietet ihren Kunden vielfach ausgezeichnete Krankenzusatzversicherungen (Zahn-, Kranken-, Pflegezusatz-versicherung) sowie Unfall- und Sachversicherungen an. Auf Basis des hochmodernen und skalierbaren, in-house entwickelten IT-Systems setzt das Unternehmen mit durchweg digitalen Produktdesigns sowie der Abschlussmöglichkeit über digitale Sprachassistenten neue Maßstäbe in der Versicherungsbranche.

www.deutsche-familienversicherung.de