

Corporate News

Q1-Zwischenmitteilung 2020

Deutsche Familienversicherung hält im ersten Quartal 2020 ihren Wachstumskurs

- Anzahl Neuverträge mit 27.718 über den Erwartungen
- Gebuchte Bruttobeiträge stiegen deutlich um 31,2 % auf 26,4 Mio. EUR
- Wachstum der Bestandsbeiträge um 7,0 % auf 108,3 Mio. EUR
- Im ersten Quartal keine wesentlichen Auswirkungen von COVID-19 auf operative Geschäftsentwicklung
- Deutliche Verluste in der Kapitalanlage

Frankfurt am Main, 14. Mai 2020 – Die DFV Deutsche Familienversicherung AG („DFV“, „Deutsche Familienversicherung“), ein stark wachsendes und in Europa führendes digitales Versicherungsunternehmen, übertrifft im ersten Quartal 2020 trotz COVID-19 ihre Wachstumsziele. Die COVID-19-Pandemie hat sich bis dahin nicht wesentlich auf die operative Geschäftsentwicklung des Unternehmens ausgewirkt.

„Unsere Vertriebsleistung ist auch in COVID-19-Zeiten eindrucksvoll. Der Online-Vertrieb hat im ersten Quartal sogar um 27 % zugelegt. Seit April beobachten wir jedoch eine leicht sinkende Online-Nachfrage nach Versicherungen, insbesondere bei Google und Bing. Wir können zu diesem Zeitpunkt noch nicht sicher beurteilen, wie das Marktumfeld in drei Monaten aussieht.“ kommentiert Dr. Stefan Knoll, Vorstandsvorsitzender und Gründer der Deutschen Familienversicherung.

Neugeschäftsentwicklung im Q1 2020 besser als geplant

Das Neugeschäft lag im ersten Quartal mit 27.718 Verträgen über den Erwartungen. Geplant hatte das Unternehmen für das erste Quartal 25.000 Neuverträge. Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum ist die Anzahl der neuen Verträge zwar um 7,8 % gesunken (Q1 2019: 30.049 Neuverträge). Hier ist allerdings zu berücksichtigen, dass das erste Quartal 2019 durch die hinzugekommenen ‚HenkelCareflex‘-Verträge stark positiv beeinflusst war. Diese umfassten 9.000 Stück der gesamten Neuverträge im ersten Quartal 2019. Ohne Berücksichtigung dieser Verträge lag die Vertriebsleistung im ersten Quartal 2020 in Bezug auf die Neuverträge um 31,7 % über dem Vorjahr. Gleichzeitig zeigt die Geschäftsentwicklung, dass sich die Erreichung des zum Börsengang gesetzten ambitionierten Vertriebsziels von 100.000 Neuverträgen pro Jahr zunehmend verstetigt.

Im ersten Quartal 2020 hat das Neugeschäft in der Sachversicherungssparte deutlich zugelegt (Q1 2020: 7.031 Stück, Q1 2019: 1.004 Stück). Dafür war die fortgesetzt erfolgreiche Vermarktung der in 2019 neu eingeführten Tierkranken- und überarbeiteten Haftpflichtversicherungen maßgeblich. Das neu generierte Prämienvolumen erreichte insgesamt 8,6 Mio. EUR (Q1 2019: 10,3 Mio. EUR).

Zum 31. März 2020 machten Sachversicherungen gemessen an den Stückzahlen bereits rund 25 % des gesamten Neugeschäfts aus (31. Dezember 2019: 10 %) und rund 21 % gemessen am Beitragsvolumen (31. Dezember 2019: 8 %). Damit hat die DFV ihre Diversifikationsstrategie mit dem Ziel einer angemessenen Portfoliomischung von Sach- und Krankenversicherungen erfolgreich fortgesetzt. Aufgrund des politisch veranlassten 'Lockdowns' der Wirtschaft, hat das Management Team in der zweiten Märzhälfte einen Rückgang der nicht von der Deutschen Familienversicherung initiierten Suchanfragen bei Google und Bing beobachtet. Zudem ist der Absatz der Auslandsreisekrankenversicherungen aufgrund der weltweiten Reisewarnungen vollständig eingebrochen.

Gebuchte Beiträge wachsen um 31,2 %

Als Resultat des erfolgreichen Neugeschäfts stieg der Gesamtversicherungsbestand zum Ende des ersten Quartals 2020 um 2,9 % auf rund 529 Tsd. Verträge (31. Dezember 2019: rund 514 Tsd. Verträge). Darin enthalten sind rund 41.852 Verträge aus dem nicht mehr zum Kerngeschäft der DFV gehörenden Elektronikversicherungsgeschäft, ein Bestand, der sich in der Abwicklung (run-off) befindet. Ohne Berücksichtigung dieser technischen Versicherungen wuchs der Vertragsbestand im Kerngeschäft um rund 3,6 %. Die Bestandsbeiträge erhöhten sich zum 31. März 2020 um 7,0 % auf 108,3 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 101,2 Mio. EUR).

Die gebuchten Bruttobeiträge stiegen in den ersten drei Monaten deutlich um 31,2 % auf 26,4 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahresvergleichszeitraum. In diesem Anstieg zeigt sich der starke Zuwachs im Krankenversicherungszusatzgeschäft mit einem Plus von 31,0 % auf 24,6 Mio. EUR sowie im Sachversicherungsgeschäft, zu dem auch die neuen Tierversicherungen zählen, mit einem Anstieg der gebuchten Bruttobeiträge um 33,4 % auf 1,8 Mio. EUR.

Dynamisches Wachstum mit Vertriebs-, IT- und Recruiting-Maßnahmen angetrieben

Auch im ersten Quartal 2020 investierte die Deutsche Familienversicherung wieder kräftig in den Vertrieb. Die Vertriebskosten betragen 8,3 Mio. EUR, lagen aber um 2,4 % unter dem Vorjahresquartal (Q1 2019: 8,5 Mio. EUR). Die Combined Ratio (Schaden-Kosten-Quote) lag für die ersten drei Monate aufgrund der Vertriebsaufwendungen und eines Einmaleffekts bei 122,9 % (Q1 2019: 95,40 %). Im Gesamtjahr 2019 betrug diese Kennzahl 102,6 %. Der Anstieg resultierte aus dem Einmaleffekt, der sich aus einer nicht-linearen aber erwarteten Zuführung in die Deckungsrückstellung im Bereich der Pflegeversicherung ergibt. Grund für die Zuführung ist eine Beitragsanpassung im Pflegebestand und der Vertragsbeginn bei Henkel CareFlex zum 01.01 eines

Jahres. Weitere Gründe für die erhöhte Combined Ratio sind im Verhältnis zum Vorjahr gestiegene IT-, Personal- und Schadenkosten. Entsprechend hat sich die Schadenquote auf 62,4 % erhöht (Gesamtjahr 2019: 60,5 %; Q1 2019: 50,1 %). Demnach wird an der Ziel-Combined-Ratio von 95% bis 110% festgehalten.

Weiteres enormes Wachstumspotenzial resultiert aus der im November des letzten Jahres vereinbarten Pflegebranchenlösung "CareflexChemie", bei der die Deutsche Familienversicherung zusammen mit der R+V Krankenversicherung und Barmenia Krankenversicherung erstmalig bundesweit eine branchenweite, arbeitgeberfinanzierte tarifliche Pflegezusatzversicherung für Mitarbeiter der Chemiebranche anbieten. Das aktuelle Geschäftsjahr und die ersten drei Monate sind von den laufenden Vorbereitungen für die geplante Einführung im Juli 2021 bereits geprägt und wirkten sich auf das Ergebnis entsprechend aus. Zusätzlich wurde das Outsourcing der IT-Infrastruktur weiter vorangetrieben, während auf Seiten der IT-Entwicklung die internen Ressourcen und Kapazitäten weiter ausgebaut wurden.

Um sich für das anstehende Wachstum mit ausreichenden personellen Ressourcen zu wappnen, startete die Deutsche Familienversicherung im Februar 2020 eine bundesweite Recruiting-Offensive zur Gewinnung von 55 neuen Mitarbeitern, insbesondere für die Bereiche IT-Development, Finanzen und Kundenservice. Mithilfe einer modernen Multi-Channel-Kampagne und einem attraktiven Incentive-Modell, bei dem geeignete Kandidaten bei Erreichung gewisser Einstellungsstufen bis zu 6.500 EUR erhalten, gewann die DFV in den ersten drei Monaten bereits 29 neue Mitarbeiter. Trotz der anhaltenden COVID-19-Pandemie ist die Deutsche Familienversicherung sehr zuversichtlich, durch die Kampagne ihre Belegschaft zum Ende des laufenden Geschäftsjahres auf rund 175 Mitarbeiter erhöhen zu können. Gegenüber herkömmlichen Recruiting-Maßnahmen wird die Ersparnis auf ca. 0,35 Mio. EUR geschätzt.

Dr. Stefan Knoll kommentiert: „**Wir freuen uns sehr, dass die laufende Recruiting-Kampagne als Vorbereitung auf das anstehende Wachstum weiterhin sehr gut läuft. Auch Bewerber setzen derzeit auf krisenresistente Unternehmen.**“

Ergebnis durch Entwicklung der Kapitalmärkte belastet

Das Konzern-EBIT verringerte sich nach den ersten drei Monaten auf -5,6 Mio. EUR (Q1 2019: -1,0 Mio. EUR). Hierin enthalten sind die geplanten Kosten durch den erwarteten Einmaleffekt (-2,8 Mio. EUR) in der Pflegeversicherung sowie ein nicht geplanter, realisierter Verlust von 2,8 Mio. EUR im Bereich der Kapitalanlage infolge des Einbruchs der globalen Kapitalanlagemärkte aufgrund der COVID-19-Krise. Das versicherungstechnische Ergebnis sank auf -1,8 Mio. EUR (Q1 2019: 0,6 Mio. EUR). Das Ergebnis nach Steuern bezifferte sich auf -3,8 Mio. EUR (Q1 2019: -0,2 Mio. EUR). Die Solvency Ratio der Deutschen Familienversicherung hat sich im ersten Quartal stichtagsbedingt auf 206 % reduziert (31. Dezember 2019: 264 %). Dieser Rückgang lässt sich neben dem hohen Kapitaleinsatz für den signifikanten Geschäftszuwachs, vor allem auf die durch die COVID-19-Situation gestiegenen Marktrisiken, niedrige Marktwerte in der Kapitalanlage und eine im ersten

Quartal 2020 durchgeführte Zinsstrukturkurvenkorrektur der Europäischen Aufsichtsbehörde für das Versicherungswesen (EIOPA) zurückführen. Die Quote liegt jedoch weiterhin deutlich über den regulatorischen Anforderungen und auf einem sehr soliden Niveau. Grundsätzlich legen wir bei der Ermittlung der Solvenzquote nach Solvency-II konservative Ansätze zugrunde. Mit Blick auf Beitragsanpassungen, die in der gesamten Branche der Krankenversicherer umgesetzt wurden oder sich mindestens abzeichnen, müssen auch wir flexibler auf veränderte Rahmenbedingungen reagieren können. Durch die Inkaufnahme von Zinsanpassungen im Falle von Beitragsanpassungen erwarten wir eine Entlastung bei den Solvenzanforderungen und entsprechend eine spürbare Erhöhung unserer Solvenzquote, die bereits jetzt auf einem hohen Niveau von 206 % liegt. Somit wird die Solvency-II-Quote der DFV mittelfristig über dem bereits kommunizierten Zielkorridor von 180 – 220 % liegen.

Ausblick 2020

Ob das gesteckte Jahresziel für das Neugeschäft nach Abschluss des zweiten Quartals weiter aufrechterhalten werden kann, hängt vom Umfang der Lockerungen im Bereich der Touristik und der Wiederbelebung der Wirtschaft ab. Angesichts der bestehenden Unsicherheiten hält die DFV aber zunächst an ihren Absatzzielen fest. Das Unternehmen will im Gesamtjahr 100.000 Neuverträge generieren, das Bestandsvolumen um 25 bis 30 Mio. EUR steigern sowie die gebuchten Bruttobeiträge um mindestens 30% erhöhen.

Das Ergebnis wird im laufenden Geschäftsjahr weiterhin durch hohe Wachstumsinvestitionen für den fortlaufenden Ausbau des Vertragsbestands, Ausgaben für die zunehmende Digitalisierung und den Auf- und Ausbau neuer Vertriebswege und der Organisation beeinflusst. Hier werden sich besonders die Vorbereitungen für die tarifvertraglich geregelte Pflege-Branchenlösung Careflex auswirken. Daher rechnet die DFV für das Geschäftsjahr 2020 mit einem Verlust vor Steuern (EBIT) zwischen 9 bis 11 Mio. EUR. Bei linearer Fortschreibung dieser ambitionierten Ziele erwartet die Deutsche Familienversicherung, trotz der hohen Wachstumsinvestitionen die geplanten Verluste von 2020 in 2021 zu kompensieren.

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 ausgezeichneten 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