

9M/ Q3-Zwischenmitteilung 2019

Deutsche Familienversicherung bestätigt nach sehr guten Neunmonatsergebnissen die geplanten Jahresziele

- Starkes Neugeschäft in den ersten neun Monaten: Anzahl Neuverträge +82,4 %, gemessen am Prämienvolumen +100,8 %
- Gebuchte Bruttobeiträge deutlich um 37,9 % auf 65,7 Mio. EUR gestiegen
- Bestandsbeiträge um 26,6 % hoch auf 95,8 Mio. EUR
- Vorstand bestätigt Ausblick 2019

Frankfurt am Main, 15. November 2019 – Die DFV Deutsche Familienversicherung AG („DFV“, „Deutsche Familienversicherung“), ein stark wachsendes und in Europa führendes InsurTech-Unternehmen, bestätigt nach einer sehr guten Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten den kommunizierten Ausblick für das Geschäftsjahr 2019.

Mit 70.539 Verträgen ist das Neugeschäft im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 82,4 % deutlich gewachsen (9M 2018: 38.681 Neuverträge). Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus dem erfolgreichen Krankenzusatzversicherungsgeschäft, mit 65.045 neuen Verträgen. In der Sachversicherungssparte haben Tierversicherungen, die seit Mitte Mai erfolgreich durch ProSiebenSat1 Digital vermarktet werden, bereits zum Anstieg von 244,5 % auf 5.494 Verträge beigetragen. Insgesamt hatte die DFV zum Ende des dritten Quartals 2019 in der Produktsparte Tierversicherungen bereits über 1.960 Neuverträge mit einem Prämienvolumen von rund 900 Tsd. EUR in den Büchern.

Das gesamte neu generierte Prämienvolumen stieg überproportional um 100,8 % auf 22,8 Mio. EUR (9M 2018: 11,4 Mio. EUR). Im Bereich Krankenzusatzversicherungen lag das Wachstum gemessen am Beitragsvolumen bei 90,3 %, im Bereich Sachversicherungen sogar bei 569,6 %. Sachversicherungen machten zum 30. September 2019 bereits rund 7 % des Neugeschäfts im Beitragsvolumen und rund 8 % (30. Juni 2019: 5,9 %) in den Vertragsstückzahlen aus.

Bestandsbeiträge nach ersten neun Monaten schon bei rund 96 Mio. EUR

Als Resultat des starken Neugeschäfts in den ersten neun Monaten erhöhte sich der Gesamtversicherungsbestand zum Ende der ersten neun Monate 2019 um rund 9 % auf rund 496 Tsd. Verträge (31. Dezember 2018: rund 455 Tsd. Verträge). Darin enthalten sind rund 46.700 Verträge aus dem nicht mehr zum Kerngeschäft der DFV gehörenden Elektronikversicherungsgeschäfts. Ohne Berücksichtigung dieser technischen Versicherungen wuchs der Vertragsbestand im Kerngeschäft um rund 12,7 % in den ersten neun Monaten 2019.

Die Bestandsbeiträge erhöhten sich zum 30. September 2019 um 26,6 % auf 95,8 Mio. EUR (31. Dezember 2018: 75,7 Mio. EUR). Auch die gebuchten Bruttobeiträge stiegen in den ersten neun Monaten deutlich um 37,9 % auf 65,7 Mio. EUR im Vorjahresvergleich. Hier wird der starke Zuwachs im Krankenversicherungszusatzgeschäft mit einem Plus von 36,6 % auf 61,3 Mio. EUR reflektiert. Im Sachversicherungsgeschäft, zu dem auch die neuen Tierversicherungen zählen, legten die gebuchten Bruttobeiträge sogar um 58,3 % auf 4,4 Mio. EUR zu.

„Unsere Wachstumsinvestitionen in Kombination mit unseren vielfach ausgezeichneten Produkten zeigen Wirkung. Bei den Bestandsbeiträgen haben wir unser Jahresziel von 100 Mio. EUR bereits Ende September nahezu erreicht. Das motiviert uns, in diesem Stil weiterzumachen und das enorme Marktpotenzial für digitale Versicherungen in Deutschland und mittelfristig auch in Europa auszuschöpfen.“ kommentiert Dr. Stefan Knoll, Vorstandsvorsitzender und Gründer der Deutschen Familienversicherung.

Zur Erreichung des rasanten Geschäftswachstums investierte die Deutsche Familienversicherung kräftig in den Vertrieb. Die Combined Ratio (Schaden-Kosten-Quote) lag für die ersten neun Monate 2019 aufgrund der gestiegenen Vertriebsausgaben wie erwartet bei 105,7 % (9M 2018: 80,8 %). Für die ersten sechs Monate betrug diese Kennzahl noch 110 %. Die Schadenquote erhöhte sich im Vorjahresvergleich auf 61,2 % (9M 2018: 55,3 %) und blieb gegenüber dem ersten Halbjahr 2019 stabil (6M 2019: 60,5 %).

Ergebnisse entwickelten sich wie erwartet

Das EBIT ging nach neun Monaten wie erwartet auf -3,3 Mio. EUR zurück (9M 2018: -0,8 Mio. EUR). Hierin enthalten ist ein positiver Einmaleffekt im Bereich der Kapitalanlage infolge der Erholung der globalen Kapitalanlagemärkte. Das versicherungstechnische Ergebnis betrug entsprechend -2,3 Mio. EUR. Das Ergebnis nach Steuern bezifferte sich auf -2,9 Mio. EUR (9M 2018: -0,9 Mio. EUR).

Die Solvency Ratio der Deutschen Familienversicherung hat sich in den ersten neun Monaten auf 248 % reduziert (31. Dezember 2018: 469 %). Der erhöhte Kapitaleinsatz für

den signifikanten Geschäftszuwachs spiegelt sich hier wider. Die Quote liegt weiterhin deutlich über den regulatorischen Anforderungen und auf einem sehr soliden Niveau.

Ausblick 2019 wird bestätigt

Der Ausblick der DFV für das Jahr 2019 ist unverändert: Bei einem Neugeschäft von voraussichtlich 100.000 Verträgen sollen die Bestandsbeiträge im Gesamtjahr 2019 auf 100 Mio. EUR steigen. Hier ist die weitere Optimierung des Bestandsportfolios durch den geplanten Run-off im Bereich der Elektronikversicherungen berücksichtigt.

Das Ergebnis wird 2019 durch die hohen Wachstumsinvestitionen für den weiteren Ausbau des Vertragsbestands, Ausgaben für die zunehmende Digitalisierung und den Auf- und Ausbau neuer Vertriebswege beeinflusst. Daher rechnet die DFV weiterhin mit einem Verlust vor Steuern zwischen 9 bis 11 Mio. EUR.

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-, Pflegezusatzversicherung) 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

Presse & Investor Relations Kontakt

Lutz Kiesewetter

Leiter Unternehmenskommunikation & Investor Relations

Tel.: +49 69 74 30 46 396

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