

Jahresergebnis 2020 und Ausblick

Deutsche Familienversicherung erreicht Wachstumsziele in 2020 trotz Corona-Pandemie und setzt das dynamische Wachstum fort

- 2020: Ambitionierte Wachstumsziele für das Geschäftsjahr 2020 trotz Pandemie erreicht
- 2020: Beitragseinnahmen steigen überdurchschnittlich um 26 %, Verlust wie erwartet
- 2021: Fortsetzung des dynamischen Wachstums im laufenden Geschäftsjahr durch Produkt- und Digitalisierungsinnovationen
- 2021: Überdurchschnittliche zweistellige Erhöhung des Beitragsvolumens und deutliche Reduzierung des operativen Verlusts (EBIT)
- 2021: Ausbau der branchenweiten Vorreiterrolle im Bereich der digitalen Kompetenz

Frankfurt am Main, 18. März 2021 – Die DFV Deutsche Familienversicherung AG („DFV“, „Deutsche Familienversicherung“), das digitale Versicherungsunternehmen und ein in Europa führendes Insurtech, lag mit ihren heute veröffentlichten Jahresergebnissen 2020 im Rahmen der kommunizierten Erwartungen. Die negativen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf das Geschäft mit Auslandsreisekrankenversicherungen konnten durch die starke Online-Vertriebsleistung in anderen Produktbereichen deutlich überkompensiert werden. Einmal mehr stellte die DFV ihre digitale Kompetenz unter Beweis. Das Unternehmen setzt seinen dynamischen Wachstumskurs in 2021 konsequent fort und erwartet für das laufende Geschäftsjahr einen weiteren zweistelligen Anstieg der Beitragseinnahmen. Zudem strebt die Deutsche Familienversicherung eine deutliche Reduzierung des operativen Verlusts an.

„In einer Pandemie mit zwei Lockdowns hat sich unser Vertrieb als robust und krisensicher erwiesen. Der erzwungene Ausstieg aus CareFlex ist ärgerlich, trotzdem werden wir unsere seit dem IPO realisierten Versprechen nach 2019 und 2020 auch im Jahr 2021 umsetzen,“ kommentiert Dr. Stefan Knoll, Vorstandsvorsitzender und Gründer der Deutschen Familienversicherung.

Starkes Neugeschäft trotz Auswirkungen der COVID-19-Pandemie

Das Neugeschäft entwickelte sich im Geschäftsjahr 2020 erneut positiv. Der Vertragsbestand wuchs um 7,7% auf gut 550.000 Verträge zum Jahresende. Dieses Wachstum ist umso bedeutsamer, weil

Sondereffekte weggefallen sind. Insofern zeigte sich der digitale Vertrieb des Unternehmens – insbesondere unter Berücksichtigung des konjunkturellen Einbruchs infolge der COVID-19-Pandemie – als erfreulich robust. Die Schadenquote (netto) stieg im Geschäftsjahr 2020 aufgrund von Zuführungen in die Alterungsrückstellungen leicht von 60,6% auf 63,0% an.

Mit gebuchten Bruttobeiträgen von nun 114,7 Mio. EUR (2019: 90,9 Mio. EUR) und einem starken Zuwachs insbesondere im Sachversicherungsgeschäft ist die DFV inzwischen breiter aufgestellt und gut gerüstet, um weitere Wachstumspotentiale heben zu können. Im Bereich der Digitalisierung sind die Alleinstellungsmerkmale der DFV im Markt heute anerkannt und führen zu Vergleichstest-Prämierungen in diversen Produktkategorien.

EBIT im Rahmen der Erwartungen

Das operative Konzernergebnis (EBIT) belief sich im Geschäftsjahr 2020 auf -10,6 Mio. EUR (2019: -5,2 Mio. EUR) und lag damit innerhalb der kommunizierten Zielbandbreite von -9 Mio. EUR bis -11 Mio. EUR. Das EBIT hat sich gegenüber den vorläufigen Zahlen vom 21.01.2021 nur geringfügig verändert. Der Rückgang des Ergebnisses im Vergleich zum Vorjahr resultiert hauptsächlich aus der Fortschreibung der hohen Vertriebsausgaben, dem COVID-19-bedingt schwächeren Kapitalanlageergebnis, einem Personalkostenanstieg sowie den durch ‚CareFlex Chemie‘ gestiegenen IT-Kosten. Zinsbezogene versicherungstechnische Risiken in Höhe von 0,55 Mio. € wurden vorsorglich abgeschirmt. Hingegen hatten die Feststellungen der Deutschen Prüfstelle für Rechnungslegung zum Konzernabschluss 2018 keinerlei Auswirkungen auf die Ertragskraft in 2020.

Die SCR-Bedeckungsquote der Deutschen Familienversicherung liegt gemäß der Solvency II Q4 2020-Meldung bei 377 % und damit deutlich über dem selbstgesetzten langfristigen Zielkorridor von 180 % bis 220 %. Die finale Bedeckungsquote zum 31.12.2020 wird im Rahmen des SFCR-Berichts im April veröffentlicht.

Hohe Produktqualität und weiterer Ausbau der digitalen Kompetenz

Diese Woche wurde der DFV-ZahnSchutz zum sechsten Mal, durchgehend seit 2014, Stiftung Warentest Sieger im Bereich der Zahnzusatzversicherungen. Mit der Bestnote 0,5 (sehr gut) wird die herausragende Produktqualität des Unternehmens erneut durch die unabhängige Stiftung ausgezeichnet.

Auch im Bereich der Digitalisierung setzt die DFV ihren Kurs konsequent fort, den Digitalisierungsgrad aller wesentlichen Geschäftsprozesse zum Nutzen der Kunden weiter zu erhöhen. Ein Ausdruck dieser digitalen Befähigung des Versicherers ist die DFV-App, über die das Unternehmen Versicherungsprodukte ohne die Entstehung zusätzlicher Vertriebskosten verkauft. Gleichzeitig ist die Deutsche Familienversicherung der einzige Anbieter, der es seinen Kunden ermöglicht, situative Änderungen des jeweiligen Versicherungsschutzes in der Unfallversicherung

via App durchzuführen. Vorteile für den Nutzer bestehen nicht nur in der Ersparnis von Zeit und Geld, sondern auch in der Möglichkeit, den jeweiligen Versicherungsschutz flexibel auf sich verändernde Lebenssituationen abzustimmen. Die App wird im Apple App Store und Google Play Store jeweils mit 4,9 bzw. 4,8 Sternen von 5 Sternen bewertet. Darüber hinaus bietet das Insurtech als einziger Versicherer sämtliche Produkte über den Amazon Sprachdienst „Alexa“ an und nimmt seit 2018 eine Vorreiterrolle im Bereich der digitalen Kompetenz von Versicherungsunternehmen ein. Im Rahmen der Fortsetzung seiner Digitalisierungsstrategie plant das Unternehmen, insbesondere Annexversicherungen und weitere Versicherungsprodukte aus dem niedrigen Preissegment über Sprachassistenten zu verkaufen. Mit der Implementierung ihres Chatbots ‚Viktoria‘ setzt die Deutsche Familienversicherung die mit Alexa begonnene Idee der Sprachassistenten erfolgreich fort. Die Hochschule Aalen hat den Chatbot der DFV im Jahr 2020 als einen der besten der deutschen Versicherungswirtschaft bewertet.

„Beste und für jedermann verständliche Versicherungsprodukte ermöglichen den kontaktlosen Vertrieb und sind die Zukunft, nicht nur in Zeiten einer Pandemie. Keine bloße Petitesse ist in diesem Kontext die Tatsache, dass wir 90 % unseres Neukundenbestands für Cross-Selling-Aktivitäten nutzen können,“ kommentiert Dr. Stefan Knoll, Vorstandsvorsitzender und Gründer der Deutschen Familienversicherung.

Meilensteine 2021 – Neue Strukturen, neue Produkte und Expansion ins Ausland

Mit dem Eintritt des neuen CFO Dr. Karsten Paetzmann zum 1. Februar 2021 konnte die DFV den Vorstand entscheidend verstärken. Finanzen, Rechnungswesen, Controlling und Kapitalanlage erhalten dadurch jenen Qualitätsstandard, den das Unternehmen als führendes Insurtech in Europa benötigt. Noch im zweiten Quartal wird das Finanzressort insbesondere in den Zuständigkeitsbereichen Kapitalanlage, Controlling sowie Aktuariat personell weiter verstärkt. Im Rahmen ihrer Wachstumsstrategie plant die Deutsche Familienversicherung im Geschäftsjahr 2021 die Umsetzung verschiedener Maßnahmen. Zum Ende des zweiten Quartals wird die DFV ein neues Maßstäbe setzendes ‚Kombiprodukt‘ auf den Markt bringen. Dieses wird die Grundlage für das innovative Globalprodukt darstellen. Des Weiteren will die DFV im Zuge der geplanten Internationalisierung ebenfalls ab dem zweiten Quartal 2021 ein ausgewähltes Produkt in Österreich anbieten. Diesbezüglich befindet sich die DFV im Zeitplan.

Ausblick 2021 – Fortsetzung des starken Wachstums

Die Aussichten für das laufende Geschäftsjahr 2021 sind unverändert positiv. Die Deutsche Familienversicherung plant, erneut 30 Mio. EUR in Vertriebsaktivitäten zu investieren, und erwartet ein erfolgreiches Neugeschäft auf Vorjahresniveau, was rund 100.000 neuen Verträgen entspricht. Das Bestandsvolumen soll insgesamt, inkl. des Rückversicherungsvolumens, auf rund

190 Mio. EUR steigen. Dies setzt sich aus dem originären Geschäft, das 2021 nochmals um circa 25 Mio. EUR auf rund 150 Mio. EUR erhöht werden soll, und einem geplanten Rückversicherungsvertrag zwischen der Barmenia und der DFV von rund 40 Mio. EUR zusammen. Dieser Rückversicherungsvertrag wird aktuell auf Basis eines Letter of Intent (LOI) verhandelt. Die DFV strebt im originären Geschäft an, die gebuchten Bruttobeiträge erneut um rund 25 % zu steigern und plant, den operativen Jahresverlust (EBIT) auf circa 4 Mio. EUR zu reduzieren. Der Eintritt in die Gewinnzone ist bei Fortsetzung der aktuellen Geschäftspolitik für das Geschäftsjahr 2022 geplant.

Der Geschäftsbericht 2020 steht auf unserer Website unter diesem [Link](#) zum Download bereit.

Ihr Ansprechpartner

Lutz Kieseewetter

Leiter Unternehmenskommunikation & Investor Relations

Tel.: +49 69 74 30 46 396

E-Mail: Lutz.Kieseewetter@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