

Deutsche Familienversicherung profitabel und innovativ

- Ergebnis H1 2022 deutlich besser als erwartet
- Digitale Marketingkampagne zur situativen Unfallversicherung
- DFV-HaftpflichtSchutz erneut Stiftung Warentest Testsieger
- Capital Markets Day am 07.09.2022

Frankfurt am Main, 18. August 2022 – Die DFV Deutsche Familienversicherung AG („DFV“, „Deutsche Familienversicherung“), ein digitaler Versicherer und in Europa führendes InsurTech-Unternehmen, hat für das Jahr 2022 ein leicht positives Konzernergebnis vor Steuern geplant. Das Unternehmen erreichte in H1 2022 ein Vorsteuer-Konzernergebnis von 1,9 Mio. € (H1 2021: -1,0 Mio. €). Die Beitragseinnahmen wuchsen inklusive Rückversicherungsanteil insgesamt um 36 %. Damit gelingt dem Unternehmen weiterhin deutlich überdurchschnittliches Wachstum bei gleichzeitigem Fortschreiben der Gewinnentwicklung in 2022. Darüber hinaus führt das InsurTech eine erfolgreiche voll-digitale Kampagne zur situativen Unfallversicherung durch und wird erneut Stiftung Warentest Testsieger für die private Haftpflichtversicherung.

„Die Deutsche Familienversicherung baut ihre Ausnahmestellung im europäischen Markt aus. Mit einem Gewinn vor Steuern von 1,9 Millionen Euro und einem Wachstum von 36 % im ersten Halbjahr zeigen wir, dass unser digitales Geschäftsmodell nicht nur krisensicher ist, sondern dass enormes Wachstum auch profitabel sein kann. So werden wir dieses Jahr, nach 2017, wieder ein positives Ergebnis realisieren. Die weiteren Erfolge im Bereich des Marketings und der Produktentwicklung belegen die nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens“ kommentiert Dr. Stefan Knoll, Vorstandsvorsitzender und Gründer der Deutschen Familienversicherung.

Digitale Marketingkampagne zur situativen Unfallversicherung

Am 04.07.2022 hat die Deutsche Familienversicherung eine hoch innovative und digitale Marketing-Kampagne zum Vertrieb einer Unfallversicherung mit situativem Versicherungsschutz gestartet. Mit der neuen DFV-Unfallversicherung ist es möglich, die Leistung jederzeit spontan auf die Bedürfnisse anzupassen und somit situativ den Versicherungsschutz auf dem mobilen Endgerät zu erhöhen und nach dem unfallträchtigen Ereignis wieder zu reduzieren. Diese einzigartige Produktausgestaltung ist auf Basis der Java-

und Event-basierten digitalen DFV-IT-Plattform möglich. Passend zur Ferienzeit wurde das digitale Produkt um eine kostenfreie Auslandskrankenversicherung erweitert.

Die Kampagne ist voll digital über soziale Medien lanciert worden und greift auf hochmoderne Geotargeting-Tools durch Abgleich der Standort- und Internetdaten der Zielgruppen zurück. Dadurch erreicht das InsurTech vor allem potenzielle Kunden, die gerade in einen Ferienflieger steigen oder ihren Urlaub planen. Im Kampagnen-Zeitraum konnte nahezu eine Vervierfachung der Absatzzahlen, im Vergleich zu den Vormonaten, für die situative Unfallversicherung festgestellt werden.

DFV-HaftpflichtSchutz ist erneut Stiftung Warentest Testsieger

In ihrem Test 09/2022 hat Stiftung Warentest den DFV-HaftpflichtSchutz zum zweiten Mal mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ und als Testsieger ausgezeichnet. Mit weitreichenden Leistungen bei Grundschatz, Deckungssumme sowie weitreichenden Deckungserweiterungen und einfach verständlichem Produktdesign des ausgezeichneten DFV-Tarifs ließ das digitale Versicherungsunternehmen die Angebote der Konkurrenz im Test hinter sich.

Die herausragende Qualität ihrer Produkte konnte die DFV auch in der Vergangenheit durch zahlreiche Auszeichnungen in verschiedenen Kategorien unter Beweis stellen. In den vergangenen 15 Jahren hat die Deutsche Familienversicherung insgesamt über 180 Siegel erhalten. Die Auszeichnungen sind Ausdruck der hohen Leistungs- und Innovationsfähigkeit des stark wachsenden digitalen Versicherungsunternehmens.

Capital Markets Day am 07.09.2022

Die Deutsche Familienversicherung veranstaltet am Mittwoch, 07.09.2022, einen Capital Markets Day. Der Vorstand des Unternehmens wird die Ergebnisse des 1. Halbjahres 2022 vorstellen und einen Einblick in die diesjährige Geschäftsentwicklung sowie in die strategische Ausrichtung des Unternehmens geben. Erstmals wird Prof. Dr. Alois Knoll, Lehrstuhlinhaber für Robotik, Künstliche Intelligenz und Echtzeitsysteme an der TU München, die Hyrance AG vorstellen. Die Hyrance AG ist ein Tochterunternehmen der Deutschen Familienversicherung und entwickelt auf der Basis neuester Technologien Automatisierungslösungen in der Schaden- und Leistungsregulierung. Die Veranstaltung wird hybrid durchgeführt. Die Teilnahme ist somit persönlich vor Ort oder virtuell per Webcast möglich. Anmeldungen zur Veranstaltung sind [hier](#) möglich.

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 DE000A2NBVD5) 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