

Jahreszahlen 2019 und Ausblick

Deutsche Familienversicherung peilt für 2020 erneut 100.000 Neuverträge und Anstieg der gebuchten Beiträge um 30 % an

- Über 100.000 neue Verträge im Geschäftsjahr 2019 (+ 81 %)
- Gebuchte Bruttobeiträge deutlich um 37 % auf rund 91 Mio. EUR gestiegen
- Bestandsbeiträge um 34 % hoch auf rund 101 Mio. EUR
- EBIT von -5,2 Mio. EUR deutlich besser als erwartet
- Dynamisches Wachstum wird 2020 fortgesetzt: Ca. 100.000 Neuverträge und Anstieg des Bestandsvolumens um 25 bis 30 Mio. EUR sowie Anstieg der gebuchten Beiträge um 30 % erwartet
- Mit ‚CareFlexChemie‘ Pionier bei Pflege-Branchenlösungen – Zusätzliches Wachstum ab 2021

Frankfurt am Main, 19. März 2020 – Die DFV Deutsche Familienversicherung AG („DFV“, „Deutsche Familienversicherung“), ein stark wachsendes und in Europa führendes digitales Versicherungsunternehmen, blickt auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2019 mit beeindruckenden Höhepunkten zurück. Das Unternehmen hat die ambitionierten Jahresziele 2019 erreicht und plant dieses Wachstum 2020 und 2021 linear fortzuschreiben.

„Ich bin selbst davon überwältigt, was wir 2019 mit nur 122 Mitarbeitern geschafft haben. Unsere leistungsfähige digitale Versicherungsplattform war und ist der Schlüssel zum Erfolg. Nun geht es darum, diesen Wachstumskurs konsequent fortzusetzen und dabei unsere Organisation mitzuziehen. Mit der jüngst gestarteten innovativen Recruiting-Kampagne sind wir bereits einen ersten wichtigen Schritt gegangen.“ so Dr. Stefan Knoll, Vorstandsvorsitzender und Gründer der Deutschen Familienversicherung.

Ein Plus von 60 % bei neu generiertem Krankenversicherungsvolumen

Mit 100.034 Verträgen ist das Neugeschäft im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 81,1 % deutlich gewachsen (2018: 55.227 Neuverträge). Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus dem erfolgreichen Krankenzusatzversicherungsgeschäft, mit 90.381 neuen Verträgen. In der Sachversicherungssparte mit insgesamt 9.653 Neuverträgen haben Tierversicherungen, die seit Mitte Mai erfolgreich durch ProSiebenSat1 Digital vermarktet werden, signifikant zum Wachstum beigetragen.

Das gesamte neu generierte Prämienvolumen stieg um 69,4 % auf 29,9 Mio. EUR (2018: 17,6 Mio. EUR). Im Bereich Krankenzusatzversicherungen lag das Wachstum gemessen am Beitragsvolumen bei 58,8 %, im Bereich Sachversicherungen sogar bei 686,0 %. Sachversicherungen machten somit im Gesamtjahr rund 8 % des Neugeschäfts im Beitragsvolumen und, wie geplant, rund 10 % in den Vertragsstückzahlen aus (30. September 2019: rund 7 % bzw. 8%).

Zielmarke mit Bestandsvolumen von 101,2 Mio. EUR übertroffen

Als Resultat des starken Neugeschäfts erhöhte sich der Gesamtversicherungsbestand zum Ende des Jahres um 13,0 % auf rund 514 Tsd. Verträge (31. Dezember 2018: rund 455 Tsd. Verträge). Darin enthalten sind 44.182 Verträge aus dem nicht mehr zum Kerngeschäft der DFV gehörenden Elektronikversicherungsgeschäfts. Ohne Berücksichtigung dieser technischen Versicherungen wuchs der Vertragsbestand 2019 im Kerngeschäft um 17,8 %. Die Bestandsbeiträge erhöhten sich zum 31. Dezember 2019 um 33,7 % auf 101,2 Mio. EUR (31. Dezember 2018: 75,7 Mio. EUR).

Die gebuchten Bruttobeiträge stiegen 2019 deutlich um 36,7 % auf 90,9 Mio. EUR. Hier zeigt sich besonders der starke Zuwachs im Kranken- und Pflegeversicherungsgeschäft mit einem Plus von 37,2 % auf 85,0 Mio. EUR. Im Sachversicherungsgeschäft, zu dem auch die neuen Tierversicherungen zählen, legten die gebuchten Bruttobeiträge um 29,4 % auf 5,9 Mio. EUR zu.

„Unser Versprechen haben wir gehalten. 100.000 neue Kunden und ein Bestandszuwachs von über 25 Mio. EUR. Absolut gesehen schließt die Deutsche Familienversicherung mit einer derartigen Neugeschäftsentwicklung in der Krankenzusatzversicherung bereits zu den Großen der Branche auf.“ 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 2019 aufgrund der gestiegenen Vertriebsausgaben wie erwartet bei 102,6 % (2018: 98,0 %). Die Schadenquote erhöhte sich im Vorjahresvergleich auf 60,5 % (2018: 56,0 %).

EBIT von rund -5,2 Mio. EUR deutlich besser als erwartet

Das EBIT ging infolge erhöhter Vertriebsaufwendungen auf -5,2 Mio. EUR zurück (2018: -4,1 Mio. EUR). Damit fiel es deutlich besser aus als erwartet. (Prognose 2019: Verlust von 9 bis 11 Mio. EUR). Grund hierfür waren insbesondere Effizienzsteigerungen, niedrigere Personal- und Marketing-/ Vertriebsaufwendungen sowie ein deutlich verbessertes Kapitalanlageergebnis. Das versicherungstechnische Ergebnis betrug entsprechend -3,9 Mio. EUR. Das Ergebnis nach Steuern lag bei -2,1 Mio. EUR (2018: -3,3 Mio. EUR).

Die Solvency Ratio der Deutschen Familienversicherung hat sich auf 264 % 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.

Erfolgreicher Einstieg ins Tierkrankenversicherungsgeschäft

Die DFV hat 2019 erneut beeindruckende Produktinnovationen an den Markt gebracht. Seit dem 15. Mai 2019 bietet die Deutsche Familienversicherung auch Tierkrankenversicherungen an. Für die Vermarktung auf den reichweitenstarken TV- und Online-Kanälen ist federführend ProSiebenSat.1 Digital verantwortlich. Gemäß der von der DFV entwickelten 16er-Produktmatrix werden verschiedene Tarife für die Krankenversicherung von Hunden und seit dem 1. Oktober auch für Katzen angeboten.

Hohe Produktqualität mit Bestnoten in allen Produktsegmenten bewiesen

Die herausragende Qualität ihrer Produkte konnte die DFV durch zahlreiche Stiftung Warentest-Auszeichnungen in verschiedenen Kategorien auch 2019 wieder unter Beweis stellen. Der ‚DFV-ZahnSchutz Exklusiv 100‘ erhielt zum vierten Mal in Folge die Auszeichnung als Stiftung Warentest TESTSIEGER mit der absoluten Bestnote 0,5. Mit dem ‚DFV-AuslandsreiseSchutz‘ wurde ebenfalls ein ‚sehr gut‘ erreicht. Erstmals hatte sich die Deutsche Familienversicherung am Test der Privathaftpflichtversicherung beteiligt und erhielt auf Anhieb für das Produkt ‚DFV-HaftpflichtSchutz‘ ein ‚sehr gut‘. Damit hat das digitale Versicherungsunternehmen seine hohe Produktqualität sowohl bei Krankenzusatz- als auch bei Sachversicherungen belegt.

Im aktuellen Geschäftsjahr wurde die DFV beim Stiftung Warentest Finanztest erneut zum TESTSIEGER gekürt. Ihre Pflegezusatzversicherung ‚DFV-DeutschlandPflege Flex‘ hat in ihrer aktuellen Bewertung von 02/2020 zum Thema Pfl egetagegeldversicherung die Bestnote erzielt. Bei den Angeboten für 55-jährige landete der Tarif mit der Note 1,6 auf Platz 1 des Rankings, so wie bereits bei der vorangegangenen Auswertung im November 2017.

Fortschritte bei Digitalisierung und Kundenerlebnis

Auch die Digitalisierungsstrategie setzte die Deutsche Familienversicherung 2019 konsequent fort. So wurden die digitalen Abschluss- und Policierungsprozesse perfektioniert und die Schadenregulierungsprozesse im Laufe des Jahres fortlaufend weiterentwickelt. Sie sind eine wichtige Voraussetzung für die weitgehende Skalierbarkeit des Geschäfts. Unabhängig davon ist die DFV seit 2018 Vorreiter bei der Nutzung von Sprachsteuerungsmedien wie Amazon Echo. Bereits seit dem vierten Quartal 2018 ist die DFV das weltweit erste Versicherungsunternehmen, das seinen Kunden einen vollständigen Abschluss eines Versicherungsvertrages über den digitalen Assistenten ‚Alexa‘ anbietet, inkl. der Bezahlungsfunktionen.

Deutschlandpremiere bei betrieblicher Pflegeversicherung

Mit einem Marktanteil im Neugeschäft der Pflegezusatzversicherung von 15 % hat sich die Deutsche Familienversicherung in dieser Kategorie bereits zu einer nationalen Größe entwickelt. Maßgeblichen Anteil daran hat der Akquisitionserfolg bei Henkel. Zum ersten Mal in der Geschichte der Assekuranz gelang es, eine arbeitgeberfinanzierte Pflegezusatzversicherung für die gesamte Belegschaft einzuführen.

Ein enormes Wachstumspotenzial für die Zukunft verspricht die im November 2019 bekanntgegebene Vereinbarung für die Pflegebranchenlösung „CareflexChemie“. Die Deutsche Familienversicherung wird erstmalig bundesweit eine branchenweite, arbeitgeberfinanzierte tarifliche Pflegezusatzversicherung anbieten. Diese haben die Gewerkschaft IG BCE und der Arbeitgeberverband BAVC in ihrem aktuellen Tarifvertrag für alle Tarifbeschäftigten der Chemie- und Pharmaindustrie ab dem 1. Juli 2021 vereinbart. Die Chemische Industrie in Deutschland hat rund 580.000 Mitarbeiter, darunter 435.000 Tarifbeschäftigte. Außertariflich Beschäftigte der Branche können ebenfalls CareFlex Chemie erhalten, wenn ihr Arbeitgeber dies vereinbart.

„CareFlex Chemie“ wird von einem Konsortium aus drei namhaften Versicherern bereitgestellt – es ist das deutschlandweit erste Konsortium in der betrieblichen Krankenversicherung (bKV) und beim Thema Pflege. Die R+V Krankenversicherung AG ist geschäftsführender Konsortialführer mit einem Anteil von 45 Prozent, die DFV Deutsche Familienversicherung AG ist mit 35 Prozent beteiligt und ebenfalls Konsortialführer und verantwortlich für das Produkt sowie die Bestandsführung. Die Barmenia Krankenversicherung AG ist mit 20 Prozent am Konsortium beteiligt.

Dynamisches Wachstum wird 2020 und 2021 fortgesetzt

Die Wachstumsraten des Jahres 2019 sollen absolut fortgeschrieben werden. So beabsichtigt die Deutsche Familienversicherung auch in den Jahren 2020 und 2021 jeweils ca. 100.000 neue Kunden mit einem zusätzlichen Bestandsvolumen von 25 bis 30 Mio. EUR zu akquirieren.

Das Ergebnis wird im laufenden Geschäftsjahr weiterhin durch hohe Wachstumsinvestitionen für den weiteren 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, die ab Mitte 2021 umgesetzt wird. 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, das Jahr 2021 trotz der hohen Wachstumsinvestitionen mit einem positiven Ergebnis abzuschließen. Bei dieser Entwicklung ist das hohe Vertragsvolumen, das mit „CareFlex“ ab voraussichtlich Juli 2021 hinzukommen wird, noch nicht berücksichtigt. Welche Auswirkungen das Corona-Virus auf die Gesamtwirtschaftslage und damit auch auf Geschäft der DFV haben wird, lässt sich zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht abschätzen.

Der Geschäftsbericht 2019 steht auf unserer Website unter diesem [Link](#) zum Download bereit.

Über die DFV Deutsche Familienversicherung AG

Die DFV Deutsche Familienversicherung AG (ISIN DE000A0KPM74) ist ein wachstumsstarkes digitales Versicherungsunternehmen. Die DFV deckt mit eigenen Produkten die gesamte Wertschöpfungskette einer Versicherung ab, inkl. einer eigenen Rückversicherungslizenz. 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

T: +49 69 74 30 46 396

E: Lutz.Kiesewetter@deutsche-familienversicherung.de