

DFV Deutsche Familienversicherung AG erweitert Angebot in der Tierkrankenversicherung auf Katzen

- Pünktlicher Roll-out der neuen Tierkrankenversicherungen auf Katzen
- DFV intensiviert Vermarktungskoooperation mit ProSiebenSat.1 Digital unter der Marke „PETPROTECT“ (www.petprotect.de)
- Zusätzlicher starker Vertriebskanal über Check24
- Tierkrankenversicherungsmarkt bietet in Deutschland noch enormes Potenzial
- Vorstand bestätigt Prognose von 6.000 neuen Tierkrankenversicherungsverträgen bis zum Jahresende

Frankfurt am Main, 01. Oktober 2019 - Die DFV Deutsche Familienversicherung AG („Deutsche Familienversicherung“), ein stark wachsendes und in Europa führendes Insurtech-Unternehmen, erweitert ihr Angebot in der Tierkrankenversicherung auf Katzen. Aufgrund des exzellenten Marktauftritts bei Tierkrankenversicherungen für Hunde, intensiviert die Deutsche Familienversicherung nun ihre Kooperation mit ProSiebenSat.1 Digital. So bewirbt Münchener Sendergruppe seit heute auf ihren reichweitenstarken TV- und Online-Kanälen auch die Tierkrankenversicherung für Katzen. Die Vermarktung erfolgt ebenfalls unter der Marke „PETPROTECT“ und über die Website www.petprotect.de. Zusätzlich wird die jüngst eingeführte Tierkrankenversicherung für Hunde seit heute über das Online-Vergleichsportal Check24 vertrieben. Schon ab dem 1. November werden dort auch die Tarife für Katzen angeboten.

Das neue Versicherungsprodukt für Katzen bietet umfangreiche Leistungen mit einer Kostenerstattung von bis zu 100 %, freier Tierarzt- und Klinikwahl sowie einem weltweiten Schutz. Auch die unkomplizierte Gesundheitsprüfung sowie das tägliche Kündigungsrecht zeichnen den DFV-TierkrankenSchutz besonders aus.

Dr. Stefan M. Knoll, CEO und Gründer der Deutschen Familienversicherung: „Wir sind die erste Versicherung Deutschlands, die die Tierkrankenversicherung über Fernsehwerbung verkauft. „PETPROTECT“ ist bereits eine etablierte Marke im Bereich der Tierkrankenversicherung. Die Erweiterung des Angebots auf Katzen und die Einbeziehung von Check24 in den Vertrieb dieser Produktparte ist somit ein konsequenter Schritt, um das enorme Marktpotenzial der Tierkrankenversicherung auszuschöpfen.“

Tierkrankenversicherung in Deutschland – ein enormes Marktpotenzial

Der Trend zur Vermenschlichung der Tiere nimmt weiter zu. So wurden allein im Jahr 2017 in Deutschland, nach Angaben des Research-Instituts Euromonitor und dem Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe (ZZF), ca. fünf Milliarden Euro für Heimtierbedarf ausgegeben.

Ein Großteil davon entfällt auf den Bereich der Tiergesundheit und auch weltweit wird in diesem Sektor ein dreistelliger Milliardenbetrag pro Jahr umgesetzt, Tendenz steigend. So wurden laut einer aktuellen Studie des Analysehauses Grand View Research im Jahr 2016 bereits 130 Milliarden Dollar im globalen Tiergesundheitssektor umgesetzt.

Für das Jahr 2025 werden bereits 202 Milliarden Dollar prognostiziert. Die jährliche Wachstumsrate soll rund 5 % betragen. Zusätzlich steigen die Kosten für Tierärzte weltweit jährlich um 8 %.

Daraus ergibt sich auch ein steigender Marktbedarf für Tierkrankenversicherungen. In Deutschland ist dieser Markt aktuell unterversorgt. So leben hier etwa 9,2 Mio. Hunde und 13,7 Mio. Katzen, aber nur höchstens 17 % aller Hundehalter und 6 % aller Katzenbesitzer haben eine Tierkrankenversicherung. In vielen anderen Ländern ist der Abschluss einer Tierkrankenversicherung deutlich weiterverbreitet. In Schweden sind zum Beispiel 50 % der 800.000 Hunde und 16 % der 1,3 Millionen Katzen krankenversichert. In Großbritannien ist schon jeder vierte Hund krankenversichert.

Dr. Stefan M. Knoll: „Die aufgezeigten Fakten zum Marktpotenzial in Deutschland und die internationalen Prognosen für den Sektor Tiergesundheit machen uns zuversichtlich, dass das Nischenprodukt Tierkrankenversicherung ein fester Bestandteil unseres zukünftigen Wachstums wird. Der Blick in andere europäische Märkte zeigt, dass ein hohes ungenutztes Potenzial gehoben werden kann.“

Unternehmen wie Trupanion (USA) oder die Allianztochter Petplan in Großbritannien zeigen, dass die Tierkrankenversicherung ein durchaus lukrativer Markt mit großem Wachstumspotenzial ist.

Bestätigung Jahresziel von 6.000 neuen Verträgen im Tierversicherungsgeschäft

Die Tierkrankenversicherung wird der Sparte der sonstigen Sachversicherungen zugeordnet. Dr. Stefan M. Knoll: „Gemäß der aktuellen Wachstumsstrategie der Deutschen Familienversicherung soll der Anteil der Sachversicherungen im Neugeschäft von 3,5 % zum Jahresende 2018 auf 10 % zum Jahresende 2019 gesteigert werden. Das darin berücksichtigte Jahresziel von 6.000 neuen Tierkrankenversicherungsverträgen kann ich hiermit bestätigen.“

Über die DFV Deutsche Familienversicherung AG

Die DFV Deutsche Familienversicherung AG (ISIN DE000A0KPM74) ist ein wachstumsstarkes InsurTech-Unternehmen. Die Deutsche Familienversicherung 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 Deutsche Familienversicherung 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

Medien & Investor Relations Kontakt

Lutz Kiesewetter

Leiter Unternehmenskommunikation & Investor Relations

Tel.: +49 69 74 30 46 396

E-Mail: lutz.kiesewetter@deutsche-familienversicherung.de