

Berliner Schriften zur Versicherungswirtschaft

11

Herausgegeben vom Institut für Versicherungswirtschaft
an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

Editor: Prof. Dr. Thomas Köhne

Bachelor-Arbeit

Inna Melashenko

**Produktinnovationen im deutschen Versicherungsmarkt –
eine empirische Untersuchung im Zeitraum 2006 bis 2017**

2019



Zitiervorschlag:

Melashenko, Inna: Produktinnovationen im deutschen Versicherungsmarkt – eine empirische Untersuchung im Zeitraum 2006 bis 2017, Berliner Schriften zur Versicherungswirtschaft, herausgegeben vom Institut für Versicherungswirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin, Nr. 11, Berlin, 2019.

ISSN: 2190-782X

Hinweis:

Die vorliegende Schrift basiert inhaltlich weitgehend auf der Bachelor-Arbeit der Autorin vom Sommer 2018 und wurde für die Veröffentlichung in dieser Schriftenreihe inhaltlich und sprachlich leicht überarbeitet. Der Bachelor-Arbeit wurde eine Artikelkategorisierung und -zuordnung im Excel-Format beigelegt, die hier aus Gründen des Umfangs nicht wiedergegeben wird.

Herausgeber:

Institut für Versicherungswirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Campus Lichtenberg, Haus 5
Alt-Friedrichsfelde 60
10315 Berlin
www.ivw-berlin.de

Editor:

Prof. Dr. Thomas Köhne
email: koehne@ivw-berlin.de
Tel.: 030 30877-2318

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis.....	IX
Tabellenverzeichnis	X
1 Einleitung	1
2 Produktinnovationen im deutschen Versicherungsmarkt	3
2.1 Begriffliche Abgrenzung von Produktinnovationen und -modifikationen	3
2.2 Bisheriger Forschungsstand: Produktneuerungen im Zeitraum zwischen 1996 und 2005	5
2.3 Entwicklungen im deutschen Versicherungsmarkt mit Bedeutung für Produktinnovationen	6
3 Zielsetzung der Arbeit und Aufstellung von Arbeitshypothesen.....	10
4 Empirische Untersuchung von Produktneuerungen in dem Zeitraum zwischen 2006 und 2017.....	12
4.1 Datensatz und Forschungsdesign	13
4.2 Inhaltliche Logik der Einteilung in Produktinnovationen und Produktmodifikationen.....	16
4.3 Prinzipien der Kategorisierung nach Versicherungszweigen und Kundensegmenten	19
5 Ergebnisse der empirischen Untersuchung	20
5.1 Gesamtüberblick über die Produktneuerungen in der Versicherungsbranche	20
5.2 Produktneuerungen im Privatkundensegment.....	23
5.2.1 Produktneuerungen in der Lebensversicherung	24

5.2.2 Produktneuerungen in der Krankenversicherung	28
5.2.3 Produktneuerungen in der Schaden-/ Unfallversicherung.....	32
5.3 Produktneuerungen im Gewerbe- und Industriekundensegment	35
5.4 Unternehmensbezogene Erkenntnisse in Bezug auf Produktneuerungen	38
6 Ausblick: Mögliche Auswirkungen neuer aufsichtsrechtlicher Bestimmungen auf Produktneuerungen	42
7 Fazit	45
Literaturverzeichnis	48
Anhang	78

Abkürzungsverzeichnis

3. EWGDG-VAG	Drittes Durchführungsgesetz/EWG zum VAG/ Drittes Gesetz zur Durchführung versicherungsrechtlicher Richtlinien des Rates der Europäischen Gemeinschaften, idF v 21.7.1994, BGBl. I S. 1630, FNA 7631-8
5. VermBG	Fünftes Gesetz zur Förderung der Vermögensbildung der Arbeitnehmer, idF v 7.3.2009, BGBl. I S. 451, FNA 611-1
AG	Aktiengesellschaft
AGG	Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz, idF v 14.8.2006, BGBl. I S. 1897, FNA 402-40
AltEinkG	Gesetz zur Neuordnung der einkommenssteuerrechtlichen Behandlung von Altersvorsorgeaufwendungen und Altersbezügen, idF v 5.7.2004, BGBl. I S. 1427, FNA 611-1
AVB	Allgemeine Versicherungsbedingungen
BaFin	Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
BBE	Bruttobeitragseinnahmen
bzw.	beziehungsweise
CFD	Contracts for Difference
D&O	Directors and Officers
DAK	Deutsche Angestellten-Krankenkasse
DVO POG	Delegierte Verordnung (EU) 2017/2358 der Kommission vom 21. September 2017 zur Ergänzung der Richtlinie (EU) 2016/97 des Europäischen Parlaments und des Rates in Bezug auf die Aufsichts- und Lenkungsanforderungen für Versicherungsunternehmen und Versicherungsvertreiber, idF v 20.12.2017, Abl. L 341.
e.V.	eingetragener Verein
EU	Europäische Union
EUR	Euro
EWR	Europäischer Wirtschaftsraum
EY	Ernst & Young
GDV	Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft

GKV-FinG	GKV-Finanzierungsgesetz/ Gesetz zur nachhaltigen und sozial ausgewogenen Finanzierung der Gesetzlichen Krankenversicherung, idF v 22.12.2010, BGBl. I S. 2309, FNA 860-5
GKV-FQWG	GKV-Finanzstruktur- und Qualitätsweiterentwicklungsgesetz/ Gesetz zur Weiterentwicklung der Finanzstruktur und der Qualität in der gesetzlichen Krankenversicherung, idF v 21.7.2014, BGBl. I S. 1133, FNA 860-5
GMG	GKV-Modernisierungsgesetz/ Gesetz zur Modernisierung der gesetzlichen Krankenversicherung, idF v 14.11.2003, BGBl. I S. 2190, FNA 860-5-30
GKV-WSG	GKV-Wettbewerbsstärkungsgesetz/ Gesetz zur Stärkung des Wettbewerbs in der gesetzlichen Krankenversicherung, idF v 26.3.2007, BGBl. I S. 378, FNA 860-5
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
HDI	Haftpflichtverband der Deutschen Industrie
Hrsg.	Herausgeber
IDD	Gesetz zur Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/97 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Januar 2016 über Versicherungsvertrieb und zur Änderung weiterer Gesetze: Gesetz vom 20.1.2016, XVIII/530
IT	Informationstechnik
Jg.	Jahrgang
K	Krankenversicherung
L	Lebensversicherung
LVRG	Lebensversicherungsreformgesetz, idF v 01.08.2014, BGBl. I S. 1330, FNA 7631-1
MaGo	Rundschreiben, Aufsichtsrechtliche Mindestanforderungen an die Geschäftsorganisation von Versicherungsunternehmen von 3/2009 Abs. 7.2.2.1 MaRisk VA
mbH	mit beschränkter Haftung
MCR	Minimum Capital Requirement

MiFIR	Richtlinie 2004/39/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21.4.2004 über Märkte für Finanzinstrumente, zur Änderung der Richtlinien 85/611/EWG und 93/6/EWG des Rates und der Richtlinie 2000/12/EG des Europäischen Parlaments und des Rates und zur Aufhebung der Richtlinie 93/22/EWG des Rates
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
Nr.	Nummer
o.O.	ohne Ortsangabe
o.V.	ohne Verfasserangabe
OP	Operation
ORSA	Own Risk and Solvency Assessment
PKV	Private Krankenversicherung
PN	Produktneuerung
POG	Product Oversight and Governance Requirements
Re	Reinsurance
S	Schaden-/ Unfallversicherung
S.	Seite
SCR	Solvency Capital Requirement
SE	Societas Europaea
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
Tsd.	Tausend
u.a.	unter anderem
Unisex-Urteil	EuGH: Urteil vom 01.03.2011, C-236/09, NJW 2011, 907.
US	United States
UschadG	Umweltschadensgesetz, idF v 04.08.2016, BGBl. I S. 1972, FNA 2129-47
VAG	Versicherungsaufsichtsgesetz, idF v 1.4.2015, BGBl. I S. 434, FNA 7631-11
VDA	Verband der Automobilindustrie
Vgl.	Vergleiche
VorstAG	Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung, idF v 31.7.2009, BGBl. I S. 2509, FNA 4123-1

VVG	Versicherungsvertragsgesetz, idF v 07.08.2017 BGBl. I S. 3214, FNA 7632-6
z.B.	zum Beispiel
ZG	Zielgruppe
ZVersWiss	Zeitschrift für die gesamte Versicherungswissenschaft

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Lebensversicherungsbeiträge (in Mrd. Euro) 2008-2016 25

Abbildung 2: Produktneuerungen in der Krankenversicherung im Zeitverlauf 29

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Anzahl der Versicherungsunternehmen unter Bundesaufsicht auf dem deutschen Versicherungsmarkt 1995-2017	8
Tabelle 2:	Anzahl der Produktneuerungen nach Kundensegmenten	21
Tabelle 3:	Gesamtanzahl der Produktneuerungen nach Versicherungszweiggruppen	22
Tabelle 4:	Anzahl der Produktneuerungen im Zeitverlauf	22
Tabelle 5:	Anzahl der Produktneuerungen mit politisch-rechtlichem Anstoß nach Kundensegmenten	23
Tabelle 6:	Anzahl der Produktneuerungen im Privatkundensegment nach Versicherungszweiggruppen	24
Tabelle 7:	Anzahl der Produktneuerungen in der Lebensversicherung im Privatkundensegment nach Versicherungszweigen	79
Tabelle 8:	Anzahl der Produktneuerungen mit politisch-rechtlichem Anstoß im Privatkundensegment nach Versicherungszweiggruppen	27
Tabelle 9:	Produktneuerungen in der Lebensversicherung im Zeitverlauf	28
Tabelle 10:	Anzahl der Produktneuerungen in der Krankenversicherung nach Versicherungszweigen	30
Tabelle 11:	Anzahl der Produktneuerungen im Gewerbe- und Industriekundensegment nach Versicherungszweiggruppen	36
Tabelle 12:	Zielgruppeneinfluss (ZG) der Produktneuerungen nach Versicherungszweiggruppen innerhalb der Kundensegmente	37
Tabelle 13:	Marktanteile innovierender Versicherungsunternehmen im Privatkundensegment	39
Tabelle 14:	Anzahl innovierender Versicherungsunternehmen mit jeweiliger Anzahl der Produktneuerungen	40

Tabelle 15:	Versicherungsunternehmen im Privatkundensegment mit den meisten Produktneuerungen (PN)	41
Tabelle 16:	Versicherungsgruppen mit den meisten Produktneuerungen (PN) in beiden Kundensegmenten	41
Tabelle 17:	Produktinnovation Vertragsstrafenversicherung der Aon Risk Solutions	80
Tabelle 18:	Produktinnovation AuskunftPLUS der DEURAG Deutsche Rechtsschutz-Versicherung AG	80

1 Einleitung

Die Deregulierung der Versicherungsaufsicht in Deutschland im Jahr 1994 hat die Rahmenbedingungen für unternehmerische Produktpolitik erheblich verändert. Die Versicherungsunternehmen haben seitdem die Möglichkeit zur freien und unabhängigen Produktgestaltung. Zugleich hat die Verwirklichung des EU-Binnenmarktes den Wettbewerbsdruck durch eine höhere Anzahl von Akteuren auf dem Versicherungsmarkt verschärft. Ausgehend von diesen Entwicklungen wurden für die darauf folgende Zeit ein Innovationswettbewerb und eine enorme Produktvielfalt erwartet.¹ Entgegen aller Erwartungen hat die Untersuchung der Produktneuerungen im Zeitraum zwischen 1996 und 2005 von Kopp (2008) gezeigt, dass die gewünschten Effekte in Bezug auf eine höhere Anzahl von Produktneuerungen weitestgehend ausgeblieben sind.² Aufgrund der geringen Anzahl neuer Produkte und relativ wenigen Produktmodifikationen in diesem Zeitraum wurde darauf geschlossen, dass neue Produkte eine geringe Rolle für die Versicherungswirtschaft spielen.³ Der Wettbewerb hat in einer ersten Phase nach der Deregulierung ausschließlich über den Produktpreis in Form von „Rabattschlachten“ stattgefunden.⁴

Heute, 24 Jahre nach der Deregulierung, ist der Versicherungsmarkt von veränderten Rahmenbedingungen geprägt: Einhergehend mit der Digitalisierung aller Lebensbereiche und Erfindungen aus dem Sachgüterbereich entstehen neue Risiken, die innovative Versicherungslösungen erfordern. Zugleich führen die durch Vergleichsportale geschaffene Transparenz und die damit einhergehende hohe Preissensibilität der Kunden zu erhöhtem Wettbewerbsdruck. Dieser wird durch den Markteintritt neuer Akteure mit innovativen Geschäftsmodellen, wie z.B. den Insurtechs, zusätzlich verschärft.⁵ Ebenfalls erfordert das Niedrigzinsumfeld ein Umdenken der Versicherer: Kapitalanlageerträge, die in der Vergangenheit als wesentliche Einnahmequelle fungierten, fallen weg und müssen durch das Kerngeschäft kompensiert werden. Im Zuge dessen können Produkte wie die klassische Lebensversicherung mit Garantiezins nur noch in beschränktem Umfang angeboten werden und müssen durch Alternativen ersetzt werden.⁶

¹ Vgl. Aschenbrenner, Sebastian / Wähling, Susanne (1999), S. 527.

² Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 55 f.

³ Vgl. ebenda, S. 55 f.

⁴ Vgl. Radtke, Michael (2008), S. 1.

⁵ Vgl. Gothan, Chris / Theis, Anja / Wiener, Klaus (2016), S. 2 f.

⁶ Vgl. GDV e. V. (Hrsg.) (2018a), S. 8 f.

Insgesamt scheinen die demografische Veränderung der Bevölkerungsstruktur und das neue Marktumfeld Produktinnovationen im Versicherungsbereich nahezu unabdingbar zu machen. Vor diesem Hintergrund stellt sich nun die Frage, inwiefern die Erkenntnis, dass Produktneuerungen eine geringe Bedeutung für die Versicherungswirtschaft haben, universell ist und sich auf die heutige Zeit übertragen lässt.

Anknüpfend an die empirische Erhebung der Produktneuerungen in der Versicherungswirtschaft im Zeitraum 1996 bis 2005 von Kopp verfolgt diese Arbeit das Ziel, die Relevanz und Entwicklung der Produktinnovationen und -modifikationen in der Versicherungspraxis im nachfolgenden Zeitraum zwischen 2006 und 2017 zu analysieren. Sie versteht sich dabei als Fortführung und Vertiefung von und zu Kopp's Arbeit. Um das Forschungsziel zu konkretisieren, wird folgende Forschungsfrage aufgestellt:

Welche Bedeutung haben Produktinnovationen und -modifikationen und welche Rolle spielen sie im deutschen Versicherungsmarkt im Zeitraum 2006 bis 2017?

Dieser Forschungsfrage liegt das Erkenntnisinteresse nach der Entwicklung von Produktinnovationen im zeitlichen Verlauf zugrunde. Es gilt zu untersuchen, ob sich die geringe Bedeutung von Produktinnovationen in den folgenden zwölf Jahren weiter fortgesetzt hat und mögliche Abweichungen, inklusive der dafür verantwortlichen Umstände, festzustellen. Um die Ergebnisse der Erhebung mit Kopp's Erkenntnissen vergleichen zu können, soll die Entwicklung der Produktneuerungen in Abhängigkeit von der Versicherungszweiggruppe (Lebens-, Kranken- und Schaden-/ Unfallversicherung) untersucht werden.

Zur Beantwortung der Forschungsfrage und Analyse der Entwicklung im Zeitverlauf wird zunächst die Grundlage der Arbeit in Form einer begrifflichen Abgrenzung von Produktinnovationen und -modifikationen und der Darstellung der Erkenntnisse von Kopp über Produktneuerungen im Zeitraum von 1996 bis 2005 geschaffen. Im nächsten Schritt werden gesellschaftliche und rechtliche, für Produktinnovationen relevante Veränderungen auf dem Versicherungsmarkt dargestellt. Das Kernelement der Arbeit ist die empirische Erhebung der Produktinnovationen und -modifikationen zwischen 2006 und 2017 in Kapitel 4. Das dazu gewählte methodische Vorgehen bei der Erhebung der Daten und das Forschungsdesign werden in Kapitel 3 detailliert dargestellt. Die Ergebnisse der Erhebung werden anhand ihrer Häufigkeit operationalisiert, detailliert analysiert und mit Kopp's Er-

kenntnissen verglichen. Ausgehend von den Erkenntnissen und den neuesten rechtlichen Änderungen wird ein möglicher Ausblick in Bezug auf künftige Entwicklungen gegeben.

Der Anspruch der Arbeit ist es, eine fundierte Grundlage für weiterführende Untersuchungen in der Versicherungswissenschaft in Form von statistischem Material zur Verfügung zu stellen und mögliche Ansatzpunkte für weitergehende wissenschaftliche Analysen zu identifizieren.

2 Produktinnovationen im deutschen Versicherungsmarkt

2.1 Begriffliche Abgrenzung von Produktinnovationen und -modifikationen

Im Folgenden wird eine begriffliche Abgrenzung der Begriffe Produktinnovation und Produktmodifikation vorgenommen. Diese Abgrenzung stellt die Grundlage dieser Arbeit dar. Auf ihr aufbauend werden in Kapitel 4.2 Kriterien zur Abgrenzung der beiden Kategorien für die empirische Erhebung festgelegt.

In der Literatur herrscht überwiegend Einigkeit über die Definition des Begriffes „Innovation“. Demnach verkörpern Innovationen aus betriebswirtschaftlicher Sicht qualitative Änderungen bereits vorhandener Denkinhalte und Verhaltensweisen. Sie implizieren die Generierung von etwas Neuem und dessen Umsetzung auf dem Markt.⁷ Dabei heben sie sich vor allem durch das Kriterium der Neuartigkeit, welches die mit dem Produkt einhergehende neue Nutzenkomponente verkörpert, von anderen Produkten ab. Als Produktinnovationen im Rahmen dieser Arbeit gelten ausschließlich Marktneuheiten. Diese implizieren nicht wie Betriebsneuheiten lediglich die Erweiterung der Produktpalette eines Unternehmens, sondern umfassen Leistungen, die im Hinblick auf den gesamten deutschen Versicherungsmarkt bislang nicht angeboten wurden.⁸ Inhaltlich bringen Produktinnovationen neue Zwecke bzw. neue Mittel zur Erfüllung der Zwecke mit sich und stellen somit eine neue Zweck-Mittel Beziehung her.⁹ Als Produktinnovationen auf dem Versicherungsmarkt definiert Köhne „Versicherungsprodukt[e], [die] inklusive [ihrer] prozessualen Ausprägungen im Dienstleistungsprozess ... im Hinblick auf die Befriedigung des Be-

⁷ Vgl. Hauschildt, Jürgen / Salomo, Sören (2011), S. 3 f.

⁸ Vgl. Vielreicher, Peter (1995), S. 10; Disselkamp, Marcus (2012), S. 18 f.

⁹ Vgl. ebenda, S. 21-23; Gemünden, Hans Georg / Littkemann, Jörn (2007), S. 4 f.; Gramlich, Sebastian u.a. (2018), S. 3 f.

dürfnisses nach finanzieller Risikoversorge oder damit in funktionsorientiertem Zusammenhang stehender Bedürfnisse bislang auf dem relevanten Markt noch nicht angeboten worden [sind] und insofern eine Marktneuheit [darstellen].“¹⁰ Demnach umfassen Produktinnovationen auch neue Ansätze, die eine vom Kunden erwartete Funktion zufriedener als bisher lösen können.¹¹

Unter dem Begriff „Produktmodifikation“ werden hingegen Veränderungen und Anpassungen bestehender Versicherungsprodukte in Form von Differenzierungen und Variationen zusammengefasst. Bei der Produktvariation werden einzelne Eigenschaften eines bestehenden Produktes verändert, bzw. einzelne Komponenten weiterentwickelt, um das Produkt für den Versicherungsnehmer attraktiver zu machen. Im Versicherungsbereich kann eine Variation z.B. dadurch erfolgen, dass das Kernprodukt durch Nebenrisiken erweitert wird oder neue Zusatzleistungen, so genannte „value-added-services“ eingeführt werden. Dabei bleibt die Gesamtzahl der angebotenen Produkte gleich.¹² Bei Produktdifferenzierungsmaßnahmen werden bestehende Deckungskonzepte derartig ausgeweitet und verändert, dass sie neue Zielgruppen und Regionalmärkte ansprechen. Als Resultat werden mehrere Produktvarianten neben einander angeboten und die Produktpalette des Unternehmens erweitert.¹³ Beispielhaft kann in diesem Zusammenhang eine Produktfamilie der Unfallversicherungen aufgeführt werden, die spezielle Deckungskonzepte für Kinder, Berufseinsteiger, Angestellte und Senioren anbietet.

Im Rahmen dieser Arbeit werden Veränderungen bestehender Produkte in jeglicher Form sowie Betriebsneuheiten, die keine Marktneuheiten sind, unter der Kategorie Produktmodifikation subsummiert. Die Begriffe „Produktneuheit“ und „Produktneuerung“ fassen beide, Produktinnovationen und Produktmodifikationen, zusammen und werden im Folgenden als Überbegriffe verwendet.

¹⁰ Köhne, Thomas (2008), S. 5.

¹¹ Vgl. Köhne, Thomas (1998), S. 4.

¹² Vgl. Meffert, Heribert (2013), S. 423 f.

¹³ Vgl. ebenda, S. 425 f.

2.2 Bisheriger Forschungsstand: Produktneuerungen im Zeitraum zwischen 1996 und 2005

Eine der wenigen wissenschaftlichen Auseinandersetzungen mit Produktneuerungen in der Versicherungswirtschaft stellt Kopp's Diplomarbeit (2008) dar. Das Ziel dieser Untersuchung ist es gewesen, alle Produktneuerungen im Zeitraum von 1996 bis 2005 zu erfassen. Es galt herauszufinden, inwiefern die mit der Deregulierung der Versicherungsaufsicht durch das dritte Durchführungsgesetz /EWG zum VAG von 1994 geschaffenen Freiheiten bezüglich der autonomen Produkt- und Preisgestaltung zur Einführung neuer Produkte durch die Versicherungsunternehmen genutzt wurden. Dabei wurde eine größere Vielfalt von Versicherungsprodukten erwartet als vor der Deregulierung. Das Forschungsinteresse bestand darin, die Bedeutung von Produktinnovationen und -modifikationen für den Versicherungsmarkt im Untersuchungszeitraum festzustellen. Die Operationalisierung erfolgte im Rahmen einer quantitativen Untersuchung anhand des Kriteriums der Häufigkeit.¹⁴

Von den 650 erfassten Neuerungen in dem Zeitraum haben sich nur 24 Produkte als wirkliche Innovationen im Sinne der Definition von Köhne erwiesen. Hiervon stammten 70 Prozent aus dem Schaden-/ Unfallbereich. Insgesamt wurde ermittelt, dass ein Drittel der erfassten Innovationen auf neu entstandene Risiken, wie etwa neue Produkte im Sachgüterbereich, zurück zu führen seien. Der Rest beziehe sich auf nutzenbasierte Ideen zur Serviceverbesserung.¹⁵ Es haben nur 18 Unternehmen eine und lediglich drei Unternehmen zwei Produktinnovationen in dem Untersuchungszeitraum von zehn Jahren angeboten. Der Durchschnitt in dem Zeitraum zwischen 1996 und 2005 lag somit bei 2,4 Innovationen pro Jahr. Für Schwankungen innerhalb der zehn Jahre konnten keine ersichtlichen Gründe identifiziert werden. Schlussendlich konnten aufgrund der geringen Anzahl der Produktneuerungen die erwarteten Auswirkungen der Deregulierung in Form von einer größeren Produktvielfalt nicht festgestellt werden.¹⁶

Im Vergleich wurden 626 Produktmodifikationen im Untersuchungszeitraum identifiziert. Meist handelte es sich hierbei um Nachahmungsprodukte mit neuen Teilkomponenten oder um bereits im Produktportfolio vorhandene Produkte, die unter neuem Namen und veränderten Bedingungen oder neuem Tarif angeboten wurden. Bei gleichmäßigerer Ver-

¹⁴ Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 44.

¹⁵ Vgl. ebenda, S. 56.

¹⁶ Vgl. ebenda, S. 46.

teilung auf die Versicherungszweiggruppen sind, anders als im Bereich der Produktinnovationen, die meisten Produktmodifikationen aus der Lebensversicherung mit 44 Prozent und der Krankenversicherung mit 35 Prozent hervorgegangen. Auslöser hierfür waren vor allem politisch-rechtliche Einflussgrößen. Insgesamt konnte eine ansteigende Modifikationsrate im Untersuchungszeitraum festgestellt werden. Ausgehend von dieser Erkenntnis wurde geschlussfolgert, dass politisch-rechtliche Rahmenbedingungen seit der Deregulierung eine Einflussgröße mit steigender Bedeutung darstellen.¹⁷

Mit durchschnittlich 63 Modifikationen pro Jahr im Vergleich zu 2,4 Produktinnovationen konnte bei der Umsetzung innovativer Produktpolitik ein Trend hin zu Produktmodifikationen festgestellt werden. Zu beachten ist hierbei jedoch die Tatsache, dass 69 Prozent aller Versicherungsunternehmen in diesem Zeitraum bis zu vier Produktneuerungen und 27 Prozent nur ein neues Produkt entwickelt haben. Insgesamt ist aus der empirischen Untersuchung die Erkenntnis hervorgegangen, dass die Deregulierung nur in begrenztem Umfang Impulse für Produktneuerungen geliefert hat. Bei Bereinigung um politisch-rechtliche Anpassungsnotwendigkeiten konnte eine quantitative Bedeutung von Produktneuerungen nach wie vor als relativ gering eingestuft werden.¹⁸

2.3 Entwicklungen im deutschen Versicherungsmarkt mit Bedeutung für Produktinnovationen

Innovation kann aktiv oder reaktiv sein. So können Versicherungsunternehmen als Treiber aktiv nach Ansatzpunkten für neue Produkte suchen oder getrieben von veränderten Rahmenbedingungen durch neue Lösungen auf diese reagieren.¹⁹ Neben Kopp's Beobachtung, dass politisch-rechtliche Rahmenbedingungen von steigender Bedeutung seien²⁰, bestätigt auch eine sigma-Studie der Swiss Re, dass äußere Rahmenbedingungen einen wichtigen Impuls für die Entwicklung neuer Produkte liefern.²¹ Daher ist es erforderlich zu untersuchen, wodurch der Versicherungsmarkt in den letzten Jahren geprägt war. Vor allem betrifft dies rechtliche Vorschriften, da Verordnungen und Gesetze aufgrund ihrer Bin-

¹⁷ Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 49-53.

¹⁸ Vgl. ebenda, S. 55 f.

¹⁹ Vgl. Müller-Peters, Horst / Völler, Michael (2014), S. 7.

²⁰ Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 50 f.

²¹ Vgl. Swiss Re (Hrsg.) (2011), S. 11-23.

dungswirkung einen Zwang zur Anpassung implizieren und Innovationen häufig unabdingbar machen. Zugleich sollen auch gesellschaftliche Neuerungen und Trends näher betrachtet werden, die ggf. auch Impulse für neue Produkte liefern können.

Das seit der Finanzkrise 2007 historisch niedrige Zinsumfeld steht stets im Fokus der öffentlichen und politischen Diskussionen. Im Zusammenspiel mit der zwar niedrigen, aber dennoch positiven Inflationsrate ergibt sich für Sparer eine reale Negativverzinsung, die faktisch mit einem Kaufkraftverlust des Nominalvermögens einhergeht.²² Vor allem für Lebensversicherer stellt diese Entwicklung, in Verbindung mit dem 2014 eingeführten Lebensversicherungsreformgesetz, eine Herausforderung dar. Dieses umfasst neben einer Erhöhung der Beteiligung der Versicherungsnehmer an den Risikoüberschüssen von 75 auf 90 Prozent auch zusätzliche Eingriffsbefugnisse für die BaFin in Bezug auf die Gestaltung des Long-Tail-Geschäftes. Die Lebensversicherer sind gezwungen, Zinszusatzreserven aus laufenden Erträgen und Bewertungsreserven zu bilden, um die im Vergleich hohen Garantien aus der Vergangenheit trotz der niedrigen Zinsen, die z.T. nicht für den Inflationsausgleich ausreichen, erfüllen zu können.²³ Vor diesem Hintergrund ist zu beobachten, dass einige Versicherer sich zu externem Run-off in der Lebensversicherung entscheiden. Das Neugeschäft wird eingestellt und der Bestand verkauft oder übertragen.²⁴ So kündigten 2017 neben dem ERGO-Konzern auch Axa und Generali an, ihre Lebensversicherungsbestände verkaufen zu wollen.²⁵

Zugleich haben die vergangenen zehn Jahre neue gesetzliche Regelungen gebracht, die vor allem Gewerbe- und Industrieunternehmen betreffen. Das am 14.11.2007 in Kraft getretene Umweltschadensgesetz und das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz bringen für Unternehmen erhebliche finanzielle Risiken sowie die Notwendigkeit von Vorsichts- und Präventionsmaßnahmen mit sich. Zugleich erfordert das Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung vom 31.07.2009 eine zusätzliche Form der Absicherung für Vorstandsmitglieder, da diese einen Teil der Schäden aus beruflichen Tätigkeiten, trotz einer vorhandenen D&O-Versicherung, selbst tragen müssen.

Die Deregulierung der Bedingungs- und Tarifgenehmigungspflicht sowie die Liberalisierung des Marktes im Zuge der Verwirklichung des EU-Binnenmarktes 1994 haben für die

²² Vgl. Brühl, Volker / Walz, Uwe (2015), S. 2.

²³ Vgl. BaFin (Hrsg.) (2018a), S. 25; Deutsche Aktuarvereinigung e.V. (Hrsg.) (2017), S. 12 f.

²⁴ Vgl. ebenda, S. 12 f.

²⁵ Vgl. Reiche, Lutz (2017), Paragraph 1-3.

Versicherungswirtschaft eine Grundlage für Produktinnovationen und einen umfangreichen Wettbewerb geschaffen. Ziel war es, den Wettbewerb durch zusätzliche ausländische Konkurrenten anzukurbeln und der Standardisierung der Produkte durch die Schaffung von Freiräumen vorzubeugen. Es wurde eine Basis für einen „Innovationswettbewerb“ und ein umfangreiches Versicherungsproduktangebot geschaffen²⁶, da seitdem Produktgestaltung nicht mehr eine kollektive Aufgabe aller Versicherer in ihren Verbänden war, sondern einen einzelunternehmerischen Erfolgsfaktor darstellte.²⁷ Vor diesem Hintergrund hat sich auch die Marktstruktur seit 1995 erheblich verändert: Es lässt sich ein rückläufiger Trend in Bezug auf die Anzahl der Erstversicherungsunternehmen beobachten (Tabelle 1). Im Vergleich zu den im Jahr 1995 447 auf dem Markt tätigen unter Bundesaufsicht der BaFin stehenden Lebens-, Kranken-, Schaden-/Unfallversicherern waren es 2017 nur noch 330 Unternehmen. Das entspricht einer Abnahme von 26 Prozent. Dadurch zeichnet sich langsam der Trend einer Marktkonsolidierung ab.

Tabelle 1: Anzahl der Versicherungsunternehmen unter Bundesaufsicht auf dem deutschen Versicherungsmarkt 1995-2017

Jahr	Lebensversicherung	Krankenversicherung	Schaden-/ Unfallversicherung	Gesamt
1995	121	58	268	447
2000	119	55	254	428
2005	104	53	227	384
2010	95	48	211	354
2011	94	48	215	357
2012	93	49	211	353
2013	90	48	210	348
2014	87	47	206	340
2015	84	47	205	336
2016	84	46	201	331
2017	84	46	200	330

Quellen: In Anlehnung an: GDV e.V. (Hrsg.) (2018c), Tabelle 1.

Diese Zahlen müssen jedoch kritisch betrachtet werden, da sie nicht die Gesamtzahl an Wettbewerbern am Markt beschreiben. Einerseits sind hiervon auch Unternehmen erfasst, die aufgrund des gesetzlichen Spartenrennungsprinzips als rechtlich selbständige Unternehmen geführt werden müssen. Im Gegenzug sind ausländische Versicherer mit Sitz in

²⁶ Vgl. Aschenbrenner, Sebastian / Wähling, Susanne (1999), S. 527.

²⁷ Vgl. Farny, Dieter (1995), S. 80.

einem Mitgliedstaat der EU oder einem anderen Vertragsstaat des EWR als Wettbewerber nicht berücksichtigt, wenn sie im Rahmen der Dienstleistungsfreiheit oder über ihre deutschen Niederlassungen Versicherungsschutz in Deutschland anbieten. Diese Unternehmen unterliegen nur der Finanzaufsicht des Herkunftslandes.²⁸ Zusätzlich sind kleinere unter Landesaufsicht stehende und meist regional tätige Versicherer mit einem geringen Marktanteil von unter 0,01 Prozent sowie Pensionsfonds, Pensions- und Sterbekassen zu berücksichtigen.

Mehr als drei Viertel der in Tabelle 1 erfassten Versicherer lassen sich Versicherungskonzernen zuordnen. Daher ist eine Betrachtung auf Gruppenebene eher dazu geeignet, Aufschluss in Bezug auf den Konzentrationsgrad zu geben. Bei näherer Betrachtung wird in diesem Zusammenhang deutlich, dass die fünf größten Versicherungsgruppen 43,8 Prozent der Marktanteile im Erstversicherungsgeschäft besitzen, während die größten 15 Gruppen einen Marktanteil von 73,78 Prozent beherrschen. Damit liegt der Konzentrationsgrad der deutschen Versicherer im europäischen Vergleich auf einem mittleren Niveau, was davon zeugt, dass der Markt weder übermäßig konzentriert, noch fragmentiert ist. Der Rückgang der Einzelversicherungsunternehmen lässt sich häufig auf die gruppeninterne Zusammenlegung von Gesellschaften sowie auf gruppenunabhängige Marktaustritte, z.B. aufgrund der Desinvestition großer Banken nach der Finanzkrise sowie Übernahmen oder Eigentümerwechsel, zurückführen.²⁹

Diese Tendenz zur Umstrukturierung ist an viele Einflussfaktoren gekoppelt. Eine wesentliche Treibkraft ist die Digitalisierung. Vor dem Hintergrund der Digitalisierung und der damit einhergehenden Veränderung der Geschäftsmodelle, der Risikolandschaft, der Vertriebskanäle und der Kundenbedürfnisse ist die Anpassung der Betriebsmodelle von zentraler Bedeutung für die Versicherungsbranche. Dadurch können Versicherer schnell auf Neuerungen und Kundenwünsche reagieren und wettbewerbsfähig bleiben.³⁰ Der Prozess der so genannten „Industrialisierung“ soll Wertschöpfungsprozesse zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit optimieren.³¹ Somit befindet sich ein Großteil der Versicherer seit einigen Jahren im Umstrukturierungsprozess des Datenmanagements, der (IT-) Anwendungslandschaft, der Geschäftsprozesse, der Organisationsstruktur und der Unterneh-

²⁸ Vgl. BaFin (Hrsg.) (2016b), S. 4 f.

²⁹ Vgl. Gothan, Chris / Theis, Anja / Wiener, Klaus (2016), S. 2.

³⁰ Vgl. EY Innovalue (Hrsg.) (2017), S. 7-11; GDV e. V. (Hrsg.) (2018a), S. 10.

³¹ Vgl. Institut für Versicherungswirtschaft Universität St. Gallen (Hrsg.) (2015), S. 10.

menskultur.³² So werden innovative Geschäftsmodelle, wie z.B. von Startups und Insurtechs, die in den letzten Jahren als Akteure auf dem Versicherungsmarkt den Innovations- und Wettbewerbsdruck verstärken, immer relevanter. Hierbei muss aber beachtet werden, dass diese, genauso wie traditionelle Unternehmen, eine Erlaubnis zum Betrieb des Versicherungsgeschäfts der BaFin benötigen und die meisten von ihnen bislang lediglich als Versicherungsvermittler fungieren.³³

Insgesamt bleibt der Versicherungsschutz nach wie vor ein erklärungsintensives und schwer verkäufliches Produkt, da es nicht greifbar ist, keine zum Kaufzeitpunkt realisierbare Leistung beinhaltet und einen nur schwer fassbaren Zukunftsbedarf verkörpert.³⁴ In Verbindung mit innovationshemmenden Faktoren, wie fehlendem Patentschutz für Versicherungsprodukte, werden signifikante Wettbewerbsvorsprünge erheblich erschwert.³⁵

3 Aufstellung von Arbeitshypothesen

Vor dem Hintergrund der in Kapitel 2.3 dargestellten zahlreichen den Versicherungsmarkt betreffenden rechtlichen Änderungen und der durch die Globalisierung und Digitalisierung hervorgerufenen Umstrukturierungsprozesse und digitalen Neuerungen im Sachgüterbereich stellt sich die Frage, inwiefern sich diese auf das Produktangebot der Versicherungsunternehmen auswirken. Ausgehend von Kopp's Untersuchung und der bislang gewonnenen Erkenntnisse werden im Folgenden Arbeitshypothesen aufgestellt, die es im Zuge dieser wissenschaftlichen Arbeit zu überprüfen gilt.

Kopp's Untersuchung hat ergeben, dass politisch-rechtliche Impulse wesentlich für die Entwicklung neuer Produkte sind und ihre Bedeutung im Zeitverlauf zunimmt.³⁶ Diese Beobachtung bezieht sich bislang jedoch nur auf den Zeitraum von 1996 bis 2005. Unter Berücksichtigung der signifikanten Veränderungen der letzten Zeit wird folgende Arbeitshypothese aufgestellt:

³² Vgl. NTT Data Deutschland (Hrsg.) (2017), S. 12 f.; Prognos AG (Hrsg.) (2013), S. 32.

³³ Vgl. BaFin (Hrsg.) (2018b), Abschnitt 1-2.

³⁴ Vgl. Köhne, Thomas (2011), S. 498.

³⁵ Vgl. Köhne, Thomas (2008), S. 33.

³⁶ Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 50 f.

1. *Ein Großteil der Produktneuerungen wird durch äußere Veränderungen beeinflusst.*

Vor allem die Digitalisierung aller Lebensbereiche erfordert die interne Umgestaltung der Versicherungsunternehmen und bringt neue Kundenansprüche mit sich: Zahlreiche Studien bestätigen, dass Kunden eine schnelle Kommunikation mit dem Versicherer über Online-Plattformen wünschen und digitale, einfache und verständliche Produkte erwarten, die schnell abrufbar sind und auf den individuellen Bedarf zugeschnitten sind.³⁷ Es stellt sich somit von Verbraucherseite die Frage, ob die angebotenen Versicherungsprodukte bereits diesen Ansprüchen genügen. Einerseits können die neuen Anforderungen kurzfristig innovationshemmend wirken, da der Fokus eher auf die interne Umstrukturierung anstatt auf die Entwicklung neuer Produkte gerichtet ist. Hinzukommend schränken die vorhandenen technischen Voraussetzungen zum Teil die Möglichkeiten einzelner Versicherer auf diesem Gebiet ein. Andererseits „bietet die Digitalisierung [langfristig] neue Möglichkeiten für ganz unterschiedliche Strategien. Die Vielfalt der Anbieter und des Produktangebots könnte deshalb sogar zunehmen“.³⁸ In Bezug auf das Produktangebot wird somit folgende Hypothese abgeleitet:

2. *Auf dem Versicherungsmarkt werden zunehmend digitale Produkte und Services angeboten.*

Ausgehend von dieser Vermutung wird folgende dritte Hypothese in Bezug auf den gesamten Versicherungsmarkt aufgestellt:

3. *Die Anzahl der Produktneuerungen hat gegenüber dem Zeitraum zwischen 1996 und 2005 zugenommen.*

In Bezug auf das in Kapitel 2.3 thematisierte Niedrigzinsumfeld unter Berücksichtigung der medialen Präsenz der Lebensversicherer soll darüber hinaus folgende Hypothese untersucht werden:

4. *Klassische Lebensversicherungsprodukte mit Garantiezins werden von Alternativen ohne Garantien ersetzt.*

³⁷ Vgl. Kotalakidis, Nikos u.a. (2016), S. 4-7.

³⁸ o.V. (2016), Paragraph 1.

In Kopp's Untersuchung wurden lediglich Produktneuerungen aus dem Privatbereich betrachtet. Der Gewerbe- und Industrieversicherungsbereich wurden vollständig außer Acht gelassen. Aufgrund des hohen Vernetzungsgrades von technologisierten Maschinen und Prozessen sind jedoch gerade Unternehmen durch neue Risiken wie Hackerangriffe und Cybergefahren betroffen. Zudem gibt es ebenfalls viele Gesetzesänderungen, welche die Rahmenbedingungen für produzierende Unternehmen verändern und somit auch unter Umständen neue Versicherungsprodukte notwendig machen. Um ein vollständiges Bild über die Entwicklung von Produktneuerungen zu erhalten, soll in dieser Arbeit auch das Segment der Gewerbe- und Industrieversicherung berücksichtigt werden. Vorrangig soll jedoch der Privatkundenbereich untersucht werden, um eine Vergleichbarkeit mit Kopp's Ergebnissen zu ermöglichen. Somit werden im Folgenden, unabhängig von der Größe und dem Umsatz, alle Unternehmen als eine Zielgruppe bzw. ein Kundensegment zusammengefasst.

Das Ziel dieser Arbeit ist es, wie bereits in der Einleitung erläutert, die Bedeutung und Rolle von Produktinnovationen und -modifikationen auf dem deutschen Versicherungsmarkt zwischen 2006 und 2017 zu untersuchen und anknüpfend an die Ergebnisse von Kopp für den Zeitraum 1996 bis 2005 festzustellen und weitergehend zu analysieren, ob es ggf. Trendfortsetzungen oder -änderungen im Zusammenhang mit neuen Rahmenbedingungen gibt. Das Erkenntnisinteresse liegt also darin, zu untersuchen, ob Kopp's Beobachtungen sich auch auf den Zeitraum von 2006 bis 2017 übertragen lassen. Hierzu sollen im Zuge der Arbeit die aufgestellten Arbeitshypothesen betrachtet und die Forschungsfrage beantwortet werden. Diese sollen es ermöglichen, Aussagen in Bezug auf allgemeine Trends in der Produktpolitik der Versicherungsunternehmen zu machen und auf dieser Basis eine Grundlage für weitere wissenschaftliche Untersuchungen schaffen.

4 Empirische Untersuchung von Produktneuerungen in dem Zeitraum zwischen 2006 und 2017

Im Folgenden wird zum Zweck der Nachvollziehbarkeit und Gewährleistung der Repräsentativität der Untersuchung das methodische Vorgehen bei der empirischen Erhebung erläutert. Nach der Charakterisierung des Datensatzes werden das Forschungsdesign und

die Vorgehensweise bei der Datenerhebung sowie die Kriterien zur Aufteilung der Produktneuerungen in Innovationen und Modifikationen offengelegt.

4.1 Datensatz und Forschungsdesign

Aufgrund von fehlendem statistischen Material, welches zur Beantwortung der Forschungsfrage notwendig wäre, gilt es zunächst einen Überblick über die Anzahl der Produktneuerungen zu erhalten und herauszufinden, wie viele als „neu“ bezeichnete Produkte zwischen 2006 und 2017 auf dem deutschen Versicherungsmarkt eingeführt wurden. Hierzu wird im Rahmen der empirisch-quantitativen Forschung eine Übersicht in einer Datenbank über alle Produktneuerungen erstellt. Die Daten werden hierbei im Rahmen einer Datenanalyse von in ausgewählten Versicherungsfachzeitschriften publizierten Produktneuerungen generiert.

Als Grundlage für die Erhebung der Produktneuerungen wurden die Versicherungsfachzeitschriften AssCompact und Versicherungsmagazin ausgewählt. Diese sind auf die Zielgruppen Innendienst, Außendienst, Versicherungsvermittler sowie Versicherungsnehmer ausgerichtet und stellen somit für Versicherungsunternehmen eine geeignete Plattform dar, um für neue Versicherungsprodukte zu werben und ihre Vorteile aufzuzeigen. Aufgrund der regelmäßigen Publikation von Produktneuerungen und ihrer Zugehörigkeit zu den gängigen versicherungsspezifischen Fachzeitschriften werden diese als vertrauenswürdige und weitestgehend vollständige Quellen eingeschätzt. Es wird davon ausgegangen, dass alle relevanten Neuerungen durch diese Kanäle möglichst umfangreich erfasst werden. Auf dieser Basis wird die Erfüllung der Gütekriterien der Vollständigkeit und Reliabilität angenommen. Auch in Kopps Arbeit hat sich diese Vorgehensweise bereits bewährt. Die in Kopps Arbeit zusätzlich berücksichtigten Publikationen in der Zeitschrift „Versicherungswirtschaft“ werden jedoch außer Acht gelassen, da diese lediglich wenige Ergänzungen zu den bereits im Versicherungsmagazin und AssCompact veröffentlichten Neuerungen liefert. Trotz der vollständigen Erfassung aller in den ausgewählten Zeitschriften veröffentlichten Neuerungen sind nicht öffentlich kommunizierte Produkte von der Auswertung ausgeschlossen geblieben. Ihre Anzahl kann aber aufgrund des Gewinn-

strebens der Unternehmen, das durch eine erfolgreiche Vermarktung neuer Produkte maßgeblich beeinflusst wird³⁹, als gering eingeschätzt und daher vernachlässigt werden.

Gegenstand der Untersuchung sind alle neu im deutschen Versicherungsmarkt zwischen 2006 und 2017 eingeführten oder als neu bezeichneten Versicherungsprodukte. Somit werden forschungsmethodisch für alle 288 im Betrachtungszeitraum erschienenen Ausgaben der ausgewählten Zeitschriften im Hinblick auf Produktneuerungen, die in der Rubrik „Neue Produkte“ bzw. ab dem Jahr 2014 „Neue Versicherungsprodukte“ im Versicherungsmagazin oder unter der Überschrift „News“ in der Zeitschrift AssCompact publiziert wurden, in Anlehnung an Kopp⁴⁰ folgende Variablen erfasst:

- Name des Versicherungsunternehmens: Resultieren Produkte aus Kooperationen, z.B. zwischen Maklern und Versicherungsunternehmen, wird zwecks der Vermeidung von Doppelzahlungen gleicher Produkte stets der Risikoträger erfasst. Ist der Risikoträger nicht ersichtlich, wird der Vermittler erfasst.
- Ehemaliger Name: Sollte es Unternehmen geben, die aufgrund von Fusionen in anderen Unternehmen aufgegangen sind oder umfirmiert wurden, wird der neue Unternehmensname unter „Name des Versicherungsunternehmens“ und darüber hinaus der ehemalige Name erfasst, um die Querverbindung zu der jeweiligen Quelle herzustellen.
- Versicherungsgruppe: Um tiefere Aussagen auf Konzernebene treffen zu können, werden die Einzelunternehmen, über Kopp's Eingrenzung hinaus, den ihnen übergeordneten Konzernen bzw. Gruppen zugeordnet.
- Versicherungszweiggruppe: Die Produktneuerungen werden den Versicherungszweiggruppen Leben (L), Kranken (K) und Schaden / Unfall (S) zugeordnet, um die Entwicklungen innerhalb der Versicherungszweiggruppen vergleichen zu können.
- Versicherungszweig⁴¹
- Monat und Jahr der Berichterstattung
- Name des Produkts: Hiermit wird die Doppelzählung einzelner Produkte vermieden. Bei fehlender Angabe wird der Name entweder auf der Internetseite des je-

³⁹ Vgl. Köhne, Thomas (2008), S. 34 f.

⁴⁰ Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 45.

⁴¹ Hinweis: Die Prinzipien der Kategorisierung nach Versicherungszweigen und Kundensegmenten wird in Kapitel 4.3 erläutert.

weiligen Versicherers recherchiert oder durch die allgemeine Produktbezeichnung ersetzt.

- Kundensegment: Es wird in die Kundensegmente Privatkunden und Gewerbe-/ Industriekunden unterteilt.
- Zielgruppe: Es erfolgt eine Erfassung, falls die Zielgruppe explizit benannt wird oder auf diese aus der Beschreibung des Produktes geschlossen werden kann.
- Politischer Anstoßpunkt (falls vorhanden): Es werden politisch-rechtliche Veränderungen registriert, die eindeutig die Neuerung ausgelöst haben. Zugrunde gelegt werden im Wesentlichen folgende Anstoßpunkte: Alterseinkünftegesetz (wirksam zum 01.01.2005), Gesetz zur Förderung der Vermögensbildung der Arbeitnehmer 2009, Reform der gesetzlichen Rentenversicherung 2005, Lebensversicherungsreformgesetz (wirksam zum 01.08.2014), Unisex-Urteil 2012, GKV-Modernisierungsgesetz (wirksam zum 01.01.2004) mit den daraus erwachsenden neuen Tarifen in der Zusatz- und Pflegeversicherung, GKV-Wettbewerbsstärkungsgesetz (wirksam zum 01.04.2007), GKV-Finanzierungsgesetz (wirksam zum 01.01.2011), Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (wirksam zum 18.08.2006), Umweltschadensgesetz (wirksam zum 14.11.2007), Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung (wirksam zum 31.07.2009).
- Veröffentlichungsort: Hierbei wird in Kurzzitierweise jeweils das Journal erfasst, in dem die Neuerung publiziert wurde. Wurde eine Produktneuerung häufiger als nur in einem Journal bzw. einer Ausgabe erwähnt, wird sie lediglich einfach und mit Angabe der ersten Quelle aufgeführt. Dadurch, dass manche Neuerungen nicht sofort publiziert werden und erst Monate später in einer Zeitschrift erscheinen, kann so sichergestellt werden, dass die Neuerungen zum ersten Zeitpunkt erfasst werden, zu dem sie öffentlich thematisiert wurden.⁴²
- Neue Nutzenkomponente: Im Anhang wird zu ausgewählten Produktinnovationen exemplarisch genau der Inhalt der Neuerung, ausgehend von den Informationen im jeweiligen Artikel, erläutert und offengelegt, aus welchem Grund die Neuerung der jeweiligen Kategorie zugeordnet wird.

⁴² Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 44.

Die Daten werden in der *Bibliothek des Deutschen Vereins für Versicherungswissenschaft* in Berlin erhoben und zunächst in dem Programm *Excel* erfasst (siehe Datenträger). Im Anschluss werden die Daten mithilfe der Datenbanksoftware *SPSS Statistics* ausgewertet. Die Ergebnisse werden im Anhang festgehalten.

Die zeitliche Eingrenzung des Untersuchungsmaterials auf den Zeitraum zwischen 2006 und 2017 impliziert, dass ältere bedeutende Innovationen im Rahmen dieser Arbeit nicht beachtet werden. Diese Abgrenzung wurde bewusst gewählt, um Überschneidungen mit Kopp's Erkenntnissen zu vermeiden und explizit zu untersuchen, inwiefern sich der Untersuchungszeitraum von der vorhergehenden von Kopp untersuchten Zeitspanne zwischen 1996 und 2005 unterscheidet. Da Überschneidungen mit Kopp's Erhebung differenzierte Aussagen über den konkreten Untersuchungszeitraum verfälschen würden, wird nur Literatur ab dem Veröffentlichungsjahr 2006 berücksichtigt. Gleichzeitig werden Artikel mit Bezug auf Innovationen vor 2006 nicht in die Auswertung einbezogen. Insgesamt wird der Erhebungszeitraum von 12 Jahren als ausreichend eingeschätzt, um Aufschluss über die Entwicklungen der jüngeren Vergangenheit im Bereich der Produktneuerungen zu geben.

Die Daten werden entsprechend der in Kapitel 3.4 festgelegten Kriterien den Kategorien „Produktinnovation“ oder „Produktmodifikation“ zugeordnet und in separaten Übersichten differenziert nach den Kundensegmenten Privatkunden bzw. Gewerbe- und Industriekunden dargestellt. Im Rahmen der empirisch-quantitativen Forschung wird die Rolle und Bedeutung von Produktinnovationen und -modifikationen anhand des Kriteriums der Häufigkeit operationalisiert und anschließend mithilfe von Verfahren der deskriptiven Statistik analysiert und mit Kopp's Ergebnissen verglichen.

Durch dieses Marktforschungsdesign werden die Vergleichbarkeit mit Kopp's Ergebnissen und die Reproduktion der empirischen Erhebung gewährleistet.

4.2 Inhaltliche Logik der Einteilung in Produktinnovationen und Produktmodifikationen

Die Grundlage dieser Arbeit bildet die Definition von Köhne. Laut dieser gelten Versicherungsprodukte als Innovationen, wenn sie im Hinblick auf die Befriedigung des Bedürfnisses nach finanzieller Vorsorge oder anderer damit verbundener Bedürfnisse bislang auf

dem Markt noch nicht angeboten wurden.⁴³ Demnach umfassen Produktinnovationen auch neue Ansätze, die eine vom Kunden erwartete Funktion zufriedenstellender lösen können als bisher.⁴⁴ Grundsätzlich sind Innovationen nach den Kriterien Innovationsobjekt, Neuartigkeit der Innovation und Innovationsgrad abzugrenzen.⁴⁵

Ausschlaggebend für die Charakterisierung als Innovation ist vor allem das Kriterium der Neuartigkeit. Es beschreibt, worin die eigentliche Neuerung besteht. Aus diesem Grund wird bei der Durchsicht der Artikel in den ausgewählten Fachzeitschriften darauf geachtet, worin die eigentliche Neuerung liegt. Die Artikel werden stets mit dem Ziel gesichtet, neue Zwecke und/ oder neue Mittel zur Erfüllung der Zwecke und somit eine neue Zweck-Mittel-Beziehung⁴⁶ zu identifizieren. Hierbei wird anhand der inhaltlichen Beschreibung entschieden, ob das Produkt eine Abwandlung oder Erweiterung bestehender Deckungskonzepte ist oder tatsächlich eine neue Nutzenkomponente besitzt. Es wird auch mit Kopps Ergebnissen verglichen, um ausschließlich tatsächliche Innovationen zu erfassen. Wird eine neue Nutzenkomponente identifiziert, wird diese im Anhang jeweils zu ausgewählten Innovationen nach einer kurzen inhaltlichen Beschreibung des Produktes aufgeführt. Die inhaltliche Beschreibung erfolgt auf Basis des Artikels oder weitergehender Internetrecherche auf der Webseite des jeweiligen Versicherers. Durch diese Vorgehensweise wird gewährleistet, dass die inhaltliche Logik der Einteilung in Produktinnovationen transparent und nachvollziehbar ist.

Beispiele für Produktinnovationen können z.B. die Bildung einer neuen Versicherungssparte oder eines neuen versicherten Bereichs durch neue versicherte Personen, Sachen oder Interessen und neue versicherte Schäden sein. Genauso werden aber auch Produkte dieser Kategorie zugeordnet, bei den mindestens ein Element aus einem bestehenden versicherten Bereich herausgelöst und als eigenes Produkt angeboten wird.⁴⁷ Hinweise in den Artikeln, dass ein Produkt den Innovationspreis erhalten hat oder eine neue Komponente besitzt, werden hierbei stets kritisch hinterfragt und lediglich bei erfolgreicher Identifikation der neuen Nutzenkomponente als Innovation kategorisiert. Diese Vorsicht ist geboten, da die ausgewählten Zeitschriften auch als Marketingkanal der Versicherungsunternehmen

⁴³ Vgl. Köhne (2008), S. 5.

⁴⁴ Vgl. Köhne (1998a), S. 4.

⁴⁵ Vgl. Schröder, Hans-Horst (2008), S. 311 f.

⁴⁶ Vgl. Disselkamp, Marcus (2012), S. 21-23; Gemünden, Hans Georg / Littkemann, Jörn (2007), S. 4 f.; Gramlich, Sebastian u.a. (2018), S. 3 f.

⁴⁷ Vgl. Köhne, Thomas (2008), S. 4.

fungieren und daher nicht ohne weitergehende Untersuchung dem Inhalt der Artikel vertraut werden kann.

Produktmodifikationen umfassen demgegenüber Variationen und Differenzierungen bestehender Versicherungsprodukte hinsichtlich des Umfangs des versicherten Bereichs in Form von Hinzufügungen, Verringerungen oder Variation versicherter Elemente. Eine Produktvariation umfasst die Weiterentwicklung einzelner Komponenten, um das Produkt für den Versicherungsnehmer attraktiver zu machen, z.B. indem Kernprodukte durch Nebenrisiken erweitert werden. Produktdifferenzierungen weiten bestehende Deckungskonzepte z.B. auf neue Zielgruppen und Regionalmärkte aus und flexibilisieren diese.⁴⁸ Demnach werden alle Produkte, die als Tarifierweiterung oder -verbesserung bezeichnet werden, automatisch der Kategorie „Produktmodifikationen“ zugeordnet. Da in diesen Fällen häufig nicht ersichtlich ist, inwiefern ein bestehendes Produkt verändert wurde, wird auf die Unterteilung in Variation bzw. Differenzierung verzichtet. Zusätzlich werden alle Produktinnovationen, die auf politisch-rechtlichen Neuerungen basieren, den Produktmodifikationen zugeordnet, da bei diesen der erste Anbieter nicht die Idee generiert hat, sondern sie lediglich als erster umgesetzt hat.⁴⁹

Nicht berücksichtigt bleiben kurzfristige und saisonale Sonderaktionen der Versicherer, die ebenfalls in den Versicherungsfachzeitschriften beworben werden. Der Grund dafür ist, dass es sich bei diesen meist um Preisnachlässe und Rabatte handelt, die keine Veränderung des Produktes an sich mitbringen und nach Ablauf der Aktion im begrenzten Zeitraum nichtig werden. Ebenfalls werden Prozessänderungen z.B. in Form von veränderten Antragsverfahren, Onlinevertriebskanälen oder Online-Tarifrechnern, bei denen keine neue Nutzenkomponente identifiziert werden kann, vernachlässigt. Dasselbe gilt z.B. für die Ausweitung der Fondspaletten für fondsgebundene Versicherungsprodukte, da der Produktkern unverändert bleibt.

⁴⁸ Vgl. Thommen, Jean-Paul u.a. (2017), S. 85.

⁴⁹ Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 46.

4.3 Prinzipien der Kategorisierung nach Versicherungszweigen und Kundensegmenten

Neben der Einteilung der erhobenen Produktneuerungen in „Innovationen“ bzw. „Modifikationen“ erfolgt eine Zuordnung der Daten nach den durch die Produkte angesprochenen Kundensegmenten. Hierbei wird unterteilt in das Privatkunden- und Gewerbe- und Industriekundensegment. Aufgrund des Fehlens einer einheitlichen Auffassung zur Differenzierung in Gewerbe und Industriekunden⁵⁰ werden diese Kundengruppen der Einfachheit halber in einem Kundensegment zusammengefasst. Diesem werden Produkte zugeordnet, die betriebliche Risiken und solche, die aus dem Geschäftsbetrieb erwachsen, decken. In jedem Kundensegment erfolgt weitergehend eine Einteilung nach den Versicherungszweigen Lebens-, Kranken- und Schaden-/ Unfallversicherung.

Im Privatkundensegment wird Kopp's Vorgehensweise fortgesetzt und die Aufteilung der Versicherungszweige nach Farny vorgenommen.⁵¹ Ebenfalls wird ergänzend Anlage A zum VAG verwendet. Im Verlauf der Zeit entstehen Produkte, die sich nicht eindeutig den definierten Versicherungszweigen zuordnen lassen oder neue Versicherungszweige begründen. In solchen Fällen werden Bezeichnungen verwendet, die am ehesten auf den Inhalt der Versicherung schließen lassen, so z.B. die Bezeichnung „Hochzeitsversicherung“. Diese Vorgehensweise hat sich auch bei Kopp durchgesetzt. Lebensversicherungsprodukte, die sich nicht eindeutig einem Versicherungszweig zuordnen lassen, werden unter „Altersvorsorge“ zusammengefasst. Als Hybridprodukte werden fondsgebundene Lebensversicherungen verstanden, bei denen die zur Leistungserfüllung bestimmten Kapitalanlagen zum Teil in fondsgebundenen Kapitalanlagen und im Anlagestock des klassischen Lebensversicherungsgeschäfts gehalten werden.⁵² Ebenfalls werden Variable Annuity-Produkte aufgrund ihrer häufigen Erwähnung in der Literatur und Presse separat aufgeführt. Zusätzlich werden Produkte der betrieblichen Altersvorsorge berücksichtigt. Bei Gewerbe- und Industriekunden herrscht keine einheitliche Meinung über die Aufteilung der Versicherungszweige vor. Daher erfolgt die Zuordnung in Anlehnung an Labitzke.⁵³ Bei vorhandenen Angaben wird jedoch differenzierter vorgegangen und z.B. anstatt der Bezeichnung „Financial Lines“ genau angegeben, ob es sich um eine Cyber- oder

⁵⁰ Vgl. Wagner, Fred (Hrsg.) (2017), S. 435.

⁵¹ Vgl. Farny, Dieter (2011), S. 241-243.

⁵² Vgl. Wagner, Fred (Hrsg.) (2017), S. 414.

⁵³ Vgl. Labitzke, Christian (2016), S. 9.

D&O-Versicherung handelt. Die Zuteilung zur Gruppe der Gewerbe- und Industriekunden erfolgt anhand der im Artikel benannten Zielgruppe bzw. anhand des Namens der Versicherungsgesellschaft. So wurden z.B. Produkte der HDI Global SE automatisch den Industrieprodukten zugeordnet, da diese Gesellschaft lediglich Industriekunden betreut.

Bei beiden Kundensegmenten wurde als Versicherungszweig zusätzlich „Service/Assistance“ aufgenommen. Darunter fallen Produkte, die ausschließlich zusätzlichen Service bieten, sowie bestehende Produkte, die um Servicekomponenten ergänzt werden. „Bündelprodukte“ sind Multiline-Policen, die mehrere rechtlich selbstständige Versicherungsverträge in einem Produkt bündeln.⁵⁴

5 Ergebnisse der empirischen Untersuchung

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der empirischen Erhebung erläutert und im Hinblick auf die aufgestellten Arbeitshypothesen und die Forschungsfrage analysiert und kritisch betrachtet. Die Ergebnisse werden ebenfalls mit Kopp's Erkenntnissen für den Zeitraum zwischen 1996 und 2005 in Verbindung gebracht und verglichen. Nach einem einführenden Gesamtüberblick über die Produktneuerungen werden die beiden betrachteten Kundensegmente separat analysiert und abschließend die gewonnenen unternehmensbezogenen Erkenntnisse dargestellt.

5.1 Gesamtüberblick über die Produktneuerungen in der Versicherungsbranche

Im Rahmen der empirischen Untersuchung wurden für den Zeitraum von 2006 bis 2017 insgesamt 1750 Produktneuerungen in einer Datenbank erfasst. Damit hat sich die Anzahl der Produktneuerungen im Vergleich zum Zeitraum von 1996 bis 2005 also fast verdreifacht. Das bedeutet, dass in den zwölf Jahren im Durchschnitt ungefähr 145 neue Produkte jährlich, hiervon 121 im Privatkundensegment und 24 im Gewerbe- und Industriekundensegment auf den Versicherungsmarkt gebracht wurden. Im Untersuchungszeitraum von Kopp zwischen 1996 und 2005 waren es hingegen durchschnittlich 65 Neuerungen jähr-

⁵⁴ Vgl. Wagner, Fred (Hrsg.) (2017), S. 350 f., 963.

lich. Das bedeutet, dass sich die Anzahl der im Durchschnitt jährlich eingeführten Produkte im Privatkundensegment näherungsweise verdoppelt hat. Die vierte Arbeitshypothese lässt sich an dieser Stelle bereits bestätigen: Die Anzahl der Produktneuerungen hat gegenüber dem Zeitraum zwischen 1996 und 2005 zugenommen (Tabelle 2).

Tabelle 2: Anzahl der Produktneuerungen nach Kundensegmenten

	Innovationen	Modifikationen	Gesamt
Privatkunden	79	1378	1457
Gewerbe- und Industriekunden	11	282	293
Gesamt	90	1660	1750

Quelle: Eigene Darstellung

Von den 1750 Produktneuerungen wurden über beide Kundensegmente hinweg 90 als Produktinnovationen im Sinne der zugrunde gelegten Definition identifiziert. Das entspricht fünf Prozent aller Neuproduktideen. Hiervon sind elf Produkte dem Gewerbe- und Industriekunden- und 79 dem Privatkundensegment zugeordnet worden. Zugleich wurden 1660 Produktmodifikationen über beide Kundensegmente hinweg erfasst; das sind mehr als 18-mal so viele Modifikationen wie Innovationen. Das Verhältnis von einer Innovation zu 26 Modifikationen im Zeitraum von 1996 bis 2005 ist im Privatkundensegment zwischen 2006 und 2017 auf 1 zu 17 gesunken, was dem geschuldet ist, dass in diesem Zeitraum wesentlich mehr Produktinnovationen zu verzeichnen sind. Der allgemeine Trend, dass es erheblich weniger Innovationen auf dem Versicherungsmarkt gibt als Modifikationen, hat sich aber weiterhin fortgesetzt.

Insgesamt fällt auf, dass die meisten Produktneuerungen, sowohl Innovationen als auch Modifikationen, wie auch bei Kopp, aus der Schaden- und Unfallversicherung stammen (Tabelle 3). Es entfallen 54 Prozent aller Neuerungen nur auf diese Versicherungszweiggruppe. Somit lässt sich unter Vorbehalt bereits an dieser Stelle Kopps Erkenntnis bestätigen, dass die meisten Neuproduktideen auf Innovationen im Sachgüterbereich zurückzuführen sind.⁵⁵ Eine detaillierte Untersuchung der Produktneuerungen in den einzelnen Versicherungszweigen erfolgt in Kapitel 5.2.

⁵⁵ Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 46.

Tabelle 3: Gesamtanzahl der Produktneuerungen nach Versicherungszweiggruppen

	Innovationen	Modifikationen	Gesamt
Lebensversicherung	25	511	536
Krankenversicherung	9	262	271
Schaden-/ Unfallversicherung	56	887	943
Gesamt	90	1660	1750

Quelle: Eigene Darstellung

Im Hinblick auf die Verteilung und Entwicklung der Produktneuerungen im Zeitverlauf zeigt Tabelle 4, dass sowohl die Verteilung der Innovationen als auch die der Modifikationen über die zwölf Jahre relativ gleichmäßig ist. Besonders fällt das Jahr 2009 mit neun Innovationen und 196 Modifikationen auf. In diesem Jahr sind die meisten Modifikationen erfasst worden. Zugleich ist es das einzige Jahr mit über 200 Produktneuerungen. Die meisten Innovationen sind jedoch 2015 entstanden. Hiervon stammen sieben Innovationen aus der Schaden-/ Unfallversicherung. Zusammenhänge zwischen den Produkten sind aber nicht ersichtlich, und man kann keine möglichen externen Gründe hierfür erkennen. Das Jahr 2012 mit 103 Produktneuerungen hat mit Abstand am wenigsten neue Produkte hervorgebracht. Verglichen mit dem Zeitraum von 1996 bis 2005 wäre es aber gemeinsam mit 2005 ein Spitzenjahr gewesen. Daran erkennt man, wie sich der Maßstab aufgrund der insgesamt wesentlich höheren Anzahl der Produktneuerungen verschoben hat.

Tabelle 4: Anzahl der Produktneuerungen im Zeitverlauf

	Innovationen	Modifikationen	Gesamt
2006	11	152	163
2007	9	146	155
2008	8	142	150
2009	9	196	205
2010	5	139	144
2011	5	111	116
2012	8	95	103
2013	4	132	136
2014	6	131	137
2015	13	132	145
2016	7	148	155
2017	5	136	141
Gesamt	90	1660	1750

Quelle: Eigene Darstellung

Darüber hinaus zeigt die tiefere Betrachtung der Produktmodifikationen, dass 286 der erfassten Produkte über beide Kundensegmente hinweg auf politisch-rechtliche Veränderungen zurück zu führen sind (Tabelle 5). Im Privatkundensegment hat die Gesamtzahl der politisch-rechtlich motivierten Produktneuerungen gegenüber dem Zeitraum zwischen 1996 und 2005 um vier Prozent abgenommen. Mit lediglich 15 Neuerungen mit politisch-rechtlichem Anstoß wird die Bedeutung dieser für das Gewerbe- und Industriekundensegment als sehr gering eingestuft. Insgesamt wird deutlich, dass politisch-rechtliche Änderungen durchaus einen Einfluss auf die Produktlandschaft in der Versicherungswirtschaft haben, die erste Arbeitshypothese, dass ein Großteil der Neuerungen durch äußere Veränderungen angeregt wird, wird aber dennoch in Bezug auf politisch-rechtliche Neuerungen abgelehnt. Im weiteren Verlauf wird tiefer untersucht, ob eventuell auch andere Einflussgrößen auf das Produktneuerungsgebaren einwirken.

Tabelle 5: Anzahl der Produktneuerungen mit politisch-rechtlichem Anstoß nach Kundensegmenten

	mit politischem Anstoß	ohne politischen Anstoß	Gesamt
Gewerbe- und Industriekunden	15	267	282
Privatkunden	271	1107	1378
Gesamt	286	1374	1660

Quelle: Eigene Darstellung

Die Zusammensetzung der Produktneuerungen und Verteilung auf die Versicherungszweiggruppen innerhalb der Kundensegmente werden in den folgenden Kapiteln weitergehend untersucht.

5.2 Produktneuerungen im Privatkundensegment

Im Privatkundensegment lassen sich fast 95 Prozent aller Neuerungen den Produktmodifikationen zuordnen. Somit bedeutet das, dass relativ gesehen der Anteil der Innovationen lediglich um ein Prozent zugenommen hat. 44 Prozent aller Modifikationen stammen aus dem Schaden- und Unfallbereich, 37 Prozent aus der Lebens- und 19 Prozent aus der Krankenversicherung. Zugleich wurden 79 Produktinnovationen identifiziert, die zu 58 Prozent aus Schaden-/ Unfallprodukten bestehen. Die restlichen 42 Prozent verteilen sich auf die Lebens- (32%) und Krankenversicherung (10%) (Tabelle 6).

Tabelle 6: Anzahl der Produktneuerungen im Privatkundensegment nach Versicherungszweiggruppen

	Innovationen	Modifikationen	Gesamt
Lebensversicherung	25	510	535
Krankenversicherung	8	260	268
Schaden-/ Unfallversicherung	46	608	654
Gesamt	79	1378	1457

Quelle: Eigene Darstellung

5.2.1 Produktneuerungen in der Lebensversicherung

Insgesamt stammen 37 Prozent aller identifizierten Neuproduktideen aus der Lebensversicherung. Der prozentuale Anteil der Lebensversicherungsprodukte gemessen an der Gesamtanzahl der Produktneuerungen hat also im Vergleich zum Zeitraum zwischen 1996 und 2005 um sechs Prozent abgenommen, macht aber mit 535 Produktneuerungen weiterhin die zweitgrößte Versicherungszweiggruppe im Privatkundensegment aus.

Die stabile Entwicklung und insgesamt große Anzahl der Produktneuerungen in der Lebensversicherung sind vermutlich auf das lange anhaltende Niedrigzinsumfeld und den damit verbundenen Wandel zurückzuführen. Bislang waren Lebensversicherungsprodukte aufgrund ihrer hohen Garantieverzinsung bei der deutschen Bevölkerung als Finanzprodukte sehr beliebt.⁵⁶ Aufgrund des Niedrigzinsumfeldes und der zunehmenden rechtlichen Vorgaben können Versicherer die klassischen Produkte jedoch nicht mehr unbegrenzt anbieten. Darunter leidet auch das Image der Branche.⁵⁷ Damit lassen sich die Bemühungen der Versicherer erklären, durch neue Produkte den Versicherungsnehmern annehmbare Alternativen anbieten zu wollen.

Das abnehmende Interesse für Lebensversicherungsprodukte spiegelt sich unter anderem in der Entwicklung der Lebensversicherungsbeiträge wider (Abbildung 1): So ist allein der prozentuale Anteil, der von den deutschen Haushalten im Durchschnitt jährlich in Lebensversicherungsprodukte investiert wird, seit 2012 um über fünf Prozent auf 34,1 Prozent gesunken. Zugleich nimmt die Bereitschaft ab, das verfügbare Einkommen für Beiträge

⁵⁶ Vgl. KPMG AG (Hrsg.) (2018), S. 7.

⁵⁷ Vgl. Brauns, Bastian (2016), Paragraph 1-3.

aufzuwenden und der prozentuale Anteil des verfügbaren Einkommens, der in Lebensversicherungen investiert wird, nimmt aufgrund dessen stetig ab.⁵⁸

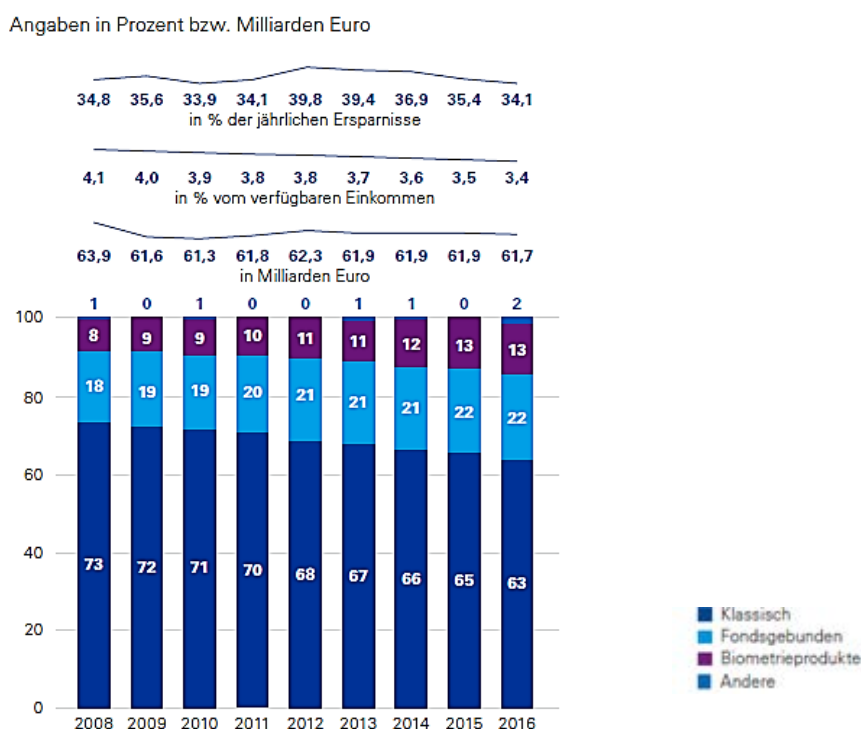


Abbildung 1: Entwicklung der Lebensversicherungsbeiträge (in Milliarden Euro) 2008-2016

Quelle: KPMG AG (Hrsg.) (2018), S. 7.

An der Entwicklung der Lebensversicherungsbeiträge im Zeitverlauf wird deutlich, dass immer weniger in klassische Lebensversicherungsprodukte investiert wird, wobei fondsgebundene Rentenversicherungen und Produkte, die biometrische Risiken abseits der Langlebigkeit decken wie Risikolebensversicherungen, Berufsunfähigkeits-, Invaliditäts-, Erwerbsunfähigkeits- und Pflegerentenversicherungen, immer mehr Zuspruch gewinnen und der Anteil der Beiträge kontinuierlich steigt.⁵⁹

Dieser Trend hin zu fonds-, zertifikats- und indexgebundenen Versicherungsprodukten, die allesamt Kapitalmärkte ausnutzen, kann auch anhand der Ergebnisse der empirischen Untersuchung im Bereich der Produktneuerungen bestätigt werden. Insgesamt wurden 217 Produkte identifiziert, die alternative Anlageformen in den Vordergrund stellen und einen Teil des Risikos, z.B. bei negativer Kursentwicklung, auf den Kunden überwälzen.⁶⁰ Das entspricht 41 Prozent aller Produktneuerungen im Lebensversicherungsbereich. Hinzu

⁵⁸ Vgl. KPMG AG (Hrsg.) (2018), S. 8.

⁵⁹ Vgl. ebenda (Hrsg.) (2018), S. 8-10; Deutsche Aktuarvereinigung e.V. (Hrsg.) (2017), S. 12 f.

⁶⁰ Tabelle 7, S. 80.

kommen zusätzlich Produkte der betrieblichen Altersvorsorge, die ebenfalls eine fondsgebundene Rentenversicherung als Grundlage haben. Die Ergebnisse der Untersuchung ermöglichen somit die Bejahung der vierten Arbeitshypothese. Auch die Statistik des GDV bestätigt, dass zunehmend fondsgebundene Produkte mit geringen oder keinen Garantien angeboten werden. Die Beiträge aus fondsgebundenen Rentenversicherungen haben 2016 gegenüber dem Vorjahr um 11,7 Prozent zugenommen.⁶¹

Zugleich wurden im Untersuchungszeitraum immer mehr neue Produkte zur Absicherung biometrischer Risiken eingeführt.⁶² Fasst man Produkte wie die Berufsunfähigkeits-, Dienstunfähigkeits-, Erwerbsunfähigkeits-, Sportunfähigkeits- und Grundfähigkeitsversicherung sowie die Risikolebens-, Dread Disease Versicherung und Pflegerentenversicherungen zusammen, erhält man 171 Produktneuerungen, wovon 11 Produktinnovationen sind. Verbunden mit den steigenden Beiträgen der Versicherungsnehmer in Biometrie-Produkte⁶³ kann somit geschlussfolgert werden, dass Versicherer erhöhtes Potenzial in diesem Bereich sehen und daher auch vermehrt neue Produkte entwickeln. Sie reagieren auf einen offensichtlich vorhandenen Bedarf in diesem Bereich. Dadurch kann auch die insgesamt große Anzahl der Produktneuerungen in der Lebensversicherung erklärt werden.

Zurückzuführen ist dieser Bedarf auf zahlreiche gesellschaftliche Entwicklungen. Der durch den demografischen Wandel bedingte Rückgang der Beitragszahler und damit der Beiträge in das Sozialversicherungssystem wird von einem steigenden Anteil der Rentempfänger an der Gesamtbevölkerung begleitet. Dies führt zu einer zunehmenden Belastung der Rentenkassen. Zugleich führt die steigende Lebenserwartung zu einer verlängerten Auszahlungszeit.⁶⁴ Eine Betrachtung der Statistik der DAK-Gesundheit verdeutlicht vor diesem Hintergrund einen kontinuierlichen Anstieg der Arbeitsunfähigkeitsfälle aufgrund von psychischen Erkrankungen zwischen 1997 und 2017.⁶⁵ Die Wahrscheinlichkeit, im Laufe seines Lebens langfristig krank, erwerbs- oder berufsunfähig zu werden, steigt also. Aus der gesetzlichen Rentenversicherung haben Arbeitnehmer jedoch lediglich einen Anspruch auf eine Erwerbsunfähigkeitsrente. Vor diesem Hintergrund werden private Berufsunfähigkeits- oder Pflegerentenversicherungen immer wichtiger, zumal sie die Schließung der Versorgungslücke ermöglichen.

⁶¹ Vgl. GDV e.V. (Hrsg.) (2018b), Tabelle 1.

⁶² Tabelle 7, S. 80.

⁶³ Vgl. KPMG AG (Hrsg.) (2018), S. 8.

⁶⁴ Vgl. ebenda, S. 9-12.

⁶⁵ Vgl. DAK-Gesundheit (Hrsg.) (2018), S. 21.

Darüber hinaus wurden zwischen 1996 und 2017 auch vermehrt Produkte aus dem Bereich der betrieblichen Altersvorsorge eingeführt, so auch die betriebliche Arbeitsunfähigkeitsversicherung.⁶⁶ Dieser Trend kann als Reaktion auf den steigenden betrieblichen Krankenstand und die mit einer steigenden Nachfrage nach betrieblicher Altersvorsorge einhergehenden erhöhten präventiven Bemühungen der Arbeitgeber interpretiert werden, denn zwischen Dezember 2001 und Dezember 2015 ist in Deutschland der Anteil der Betriebsstätten mit einer betrieblichen Altersversorgung von 31 Prozent auf 49 Prozent, d. h. um 18 Prozent, gestiegen.⁶⁷

Im Vergleich der Versicherungszweiggruppen im Privatkundensegment fällt auf, dass in der Lebensversicherung in absoluten Zahlen mit Abstand die meisten Produktmodifikationen mit politisch-rechtlichem Anstoßpunkt anzutreffen sind. Prozentual wurden in der Krankenversicherung die meisten Produktinnovationen hervorgebracht (Tabelle 8).

Tabelle 8: Anzahl der Produktneuerungen mit politisch-rechtlichem Anstoß im Privatkundensegment nach Versicherungszweiggruppen

	mit politischem Anstoß	ohne politischen Anstoß	Gesamt
Krankenversicherung	110	149	259
Lebensversicherung	152	359	511
Schaden-/ Unfallversicherung	9	599	608
Gesamt	271	1107	1378

Quelle: Eigene Darstellung

Die hohe Anzahl der politisch-rechtlich angeregten Produktmodifikationen lässt sich vor allem auf gesetzliche Änderungen durch das Alterseinkünftegesetz mit Inkrafttreten im Jahr 2005 und das Lebensversicherungsreformgesetz vom 01.01.2014 zurückführen. Zugleich hatte die Reform der gesetzlichen Rentenversicherung 2005 einen erheblichen Einfluss auf die eingeführten Varianten der Riester- und Rürüp-Rente. Ebenfalls hat das Gesetz zur Förderung der Vermögensbildung der Arbeitnehmer aus dem Jahr 2009 dazu beigetragen, dass Produkte der betrieblichen Altersvorsorge in abgewandelten Varianten und größerem Umfang auf den Markt gebracht wurden.

⁶⁶ Tabelle 7, S. 80.

⁶⁷ Vgl. Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Hrsg.) (2016), S. 13 f.

Die Betrachtung des Zeitverlaufs der Produkteinführungen in Tabelle 9 verdeutlicht, dass jährlich über 33 der Lebensversicherungsprodukte auf den Markt gebracht wurden, 43 Prozent davon sogar in den ersten vier Jahren. Die hohe Neuerungsquote zu Beginn des Untersuchungszeitraums lässt sich vor allem auf die Gesetzesänderungen 2005 zurückführen.

Tabelle 9: Produktneuerungen in der Lebensversicherung im Zeitverlauf

	Häufigkeit	Prozent
2006	63	11,8
2007	48	9,0
2008	49	9,2
2009	68	12,7
2010	39	7,3
2011	33	6,2
2012	33	6,2
2013	38	7,1
2014	45	8,4
2015	46	8,6
2016	36	6,7
2017	37	6,9
Gesamt	535	100,0

Quelle: Eigene Darstellung

5.2.2 Produktneuerungen in der Krankenversicherung

Kopps Untersuchung für den Zeitraum von 1996 bis 2005 hat ergeben, dass die Krankenversicherung mit drei von 24 Innovationen und 132 von 626 Modifikationen lediglich 21 Prozent aller Produktneuerungen und somit den geringsten Anteil an der Gesamtheit der Produktneuerungen ausgemacht hat.⁶⁸ Im Zuge der empirischen Erhebung für den Zeitraum von 2006 bis 2017 wurden acht Produktinnovationen und 260 Produktmodifikationen im Krankenversicherungsbereich identifiziert (Tabelle 6). Somit hat sich die Gesamtzahl der Produktneuerungen in dieser Versicherungszweiggruppe fast verdoppelt. Da aufgrund des längeren Untersuchungszeitraums keine Pauschalaussagen und unmittelbaren

⁶⁸ Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 49.

Vergleiche gemacht werden können, ist eine Betrachtung der jährlich im Durchschnitt eingeführten Produkte aufschlussreicher: Mit 22 bis 23 neu eingeführten Krankenversicherungsprodukten pro Jahr im Vergleich zum Zeitraum zwischen 1996 und 2005 mit 13 bis 14 Neuerungen kann eine merkliche Steigerung auch in der Krankenversicherung festgestellt werden. Nach wie vor ist die Krankenversicherung jedoch im Vergleich die Versicherungszweiggruppe mit den wenigsten Produktneuerungen. Hier lässt sich also eine Trendfortsetzung, wenn auch insgesamt auf einem höheren Niveau, beobachten.

Betrachtet man die Einführung neuer Produkte im Zeitverlauf (Abbildung 2), fällt auf, dass die absolute Anzahl der Produktinnovationen und -modifikationen erheblich gestiegen ist. Auffällig ist jedoch der Einbruch im Zeitraum zwischen 2010 und 2012 mit 14, 15 und 16 Produktmodifikationen. Ein weiterer, aber weniger auffälliger Einbruch ist mit jeweils 21 bzw. 22 Neuerungen zwischen 2014 und 2016 zu verzeichnen.

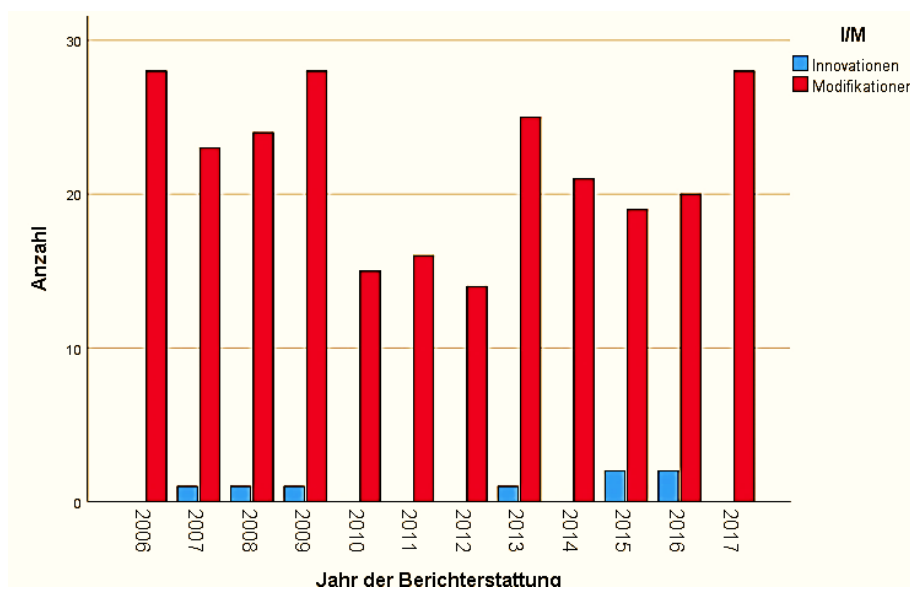


Abbildung 2: Produktneuerungen in der Krankenversicherung im Zeitverlauf

Quelle: Eigene Darstellung

Bezogen auf die verschiedenen Versicherungszweige konnte die größte Neuerungsrate in der Krankenvoll- und Krankenzusatzversicherung mit jeweils über 60 neuen Produkten festgestellt werden (Tabelle 10). Gemeinsam mit der Zahnzusatz-, Pflegetagegeld-, Pflegekosten- und Reisekrankenversicherung wurden in diesen Zweigen 89 Prozent der Neuerungen der Krankenversicherung eingeführt.

Tabelle 10: Anzahl der Produktneuerungen in der Krankenversicherung nach Versicherungszweigen

	Innovationen	Modifikationen	Gesamt
Betriebliche Krankenversicherung	0	17	17
Dread Disease Versicherung	0	1	1
Krankentagegeldversicherung	0	3	3
Krankenvollversicherung	1	66	67
Krankenzusatzversicherung	3	61	64
Pflegekostenversicherung	0	23	23
Pflegetagegeldversicherung	0	27	27
Reisekrankenversicherung	0	23	23
Service/ Assistance	4	3	7
Tierkrankenversicherung	0	2	2
Zahnzusatzversicherung	0	35	35
Gesamt	8	261	269

Quelle: Eigene Darstellung

In den erwähnten Zweigen wurden 2016 nach Angaben des PKV auch die höchsten Beitragseinnahmen erzielt.⁶⁹ Zugleich sind die Bestände der privaten Krankheitsvollversicherung, der Pflegeversicherung und der Zusatzversicherungen von 2006 bis 2017 kontinuierlich gewachsen.⁷⁰ Diese Entwicklung kann als eine Reaktion auf den erhöhten Bedarf vonseiten der Haushalte interpretiert werden.

Die erhöhte Nachfrage nach privaten Krankenversicherungen und Zusatztarifen zur gesetzlichen Krankenversicherung kann auf diverse Umstrukturierungen und Anpassungen der gesetzlichen Krankenversicherung in den letzten Jahren zurückgeführt werden. Diese wurden einerseits von steigenden Beiträgen und andererseits von Leistungsreduzierungen begleitet. Der Leistungsumfang der gesetzlichen Krankenversicherung wurde durch die Einführung von Zuzahlungsverpflichtungen zu zahlreichen Behandlungen und der Praxisgebühr von 10 Euro im Rahmen des GKV-Modernisierungsgesetzes ab dem 01.01.2004 erheblich beschränkt. Zugleich wurde den Krankenkassen die Möglichkeit geboten, Selbstbehaltstarife anzubieten. Dieses Gesetz war ein wesentlicher Impuls für die Ent-

⁶⁹ Vgl. Verband der Privaten Krankenversicherung e.V. (Hrsg.) (2016), S. 17.

⁷⁰ Vgl. ebenda S. 92-95.

wicklung neuer Tarife in Form einer Umgestaltung bestehender Produkte und die Einführung von Zusatz- und Pflegeversicherungen.⁷¹

Weitergehend wurde die gesetzliche Krankenversicherung durch das GKV-Wettbewerbsstärkungsgesetz 2007 mit der Einführung von Gesundheitsfonds, einer weitergehenden Erlaubnis für Krankenkassen, Wahltarife mit einer gesetzlichen Bindefrist von drei Jahren anbieten zu dürfen sowie der Regelung, dass chronisch Kranke ihre Zuzahlungsgrenze durch regelmäßige Vorsorgeuntersuchungen reduzieren können, reformiert. Die gesetzliche dreijährige Bindefrist für Wahltarife wurde durch das GKV-Finanzierungsgesetz ab dem 01.01.2011 auf ein Jahr abgesenkt. Zudem wurde seit 2015 mit dem GKV-Finanzstruktur- und Qualitätsentwicklungsgesetz ein individueller zusätzlicher Beitragsatz eingeführt, der allein den Versicherten belastet.⁷² Der Bedarf nach privaten Pflege- und Zusatzversicherungen ist vor diesem Hintergrund auf die Leistungsreduzierungen der gesetzlichen Krankenkassen zurück zu führen. Durch Pflege- und Zusatzversicherungsprodukte können die Auswirkungen der Leistungsreduzierungen der Krankenkassen aufgefangen werden. Für Versicherer ist somit ein Anlass gegeben, neue Produkte in diesen Versicherungszweigen zu entwickeln und auf den Bedarf zu reagieren. Diese Auswirkungen des 2004 in Kraft getretenen Gesundheitsmodernisierungsgesetzes hat Kopp zum Teil auch in ihrem Untersuchungszeitraum festgestellt.⁷³ In dieser Untersuchung treten sie noch eindeutiger in Erscheinung. Insgesamt ist fast die Hälfte aller Produktmodifikationen in der Krankenversicherung auf politisch-rechtliche Neuerungen zurückzuführen (Tabelle 8).

Alle diese Gesetzesänderungen müssen als Anlass für neue und umfangreichere Zusatzversicherungsprodukte der privaten und gesetzlichen Krankenversicherungen berücksichtigt werden und bieten einen möglichen Erklärungsansatz für die absolut gestiegene Anzahl der Neuerungen im Krankenversicherungsbereich.

⁷¹ Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 45.

⁷² Vgl. Bäcker, Gerhard (2017), S. 11-22.

⁷³ Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 45.

5.2.3 Produktneuerungen in der Schaden-/ Unfallversicherung

Im Zeitraum von 1996 bis 2005 hat Kopp insgesamt 238 Produktneuerungen in der Schaden-/ Unfallversicherung identifiziert, wovon 17 Produktinnovationen und 221 Produktmodifikationen waren. Damit hat diese Versicherungszweiggruppe 71 Prozent aller Innovationen und 35 Prozent der Modifikationen ausgemacht. Daraus hat Kopp die Erkenntnis abgeleitet, dass die meisten Neuproduktideen auf Innovationen im Sachgüterbereich zurückzuführen seien.⁷⁴

Zwischen 2006 und 2017 wurden in der Schaden-/ Unfallversicherung mit 46 Innovationen die meisten im Untersuchungszeitraum und fast drei Mal so viele Produktinnovationen wie zwischen 1996 und 2005 erfasst (siehe Tabelle 6). Ähnlich verhält es sich auch im Bereich der Produktmodifikationen: Anstatt 221 wurden in den letzten zwölf Jahren 607 modifizierte Produkte auf den Markt gebracht. Im Spitzenjahr 2009 wurden allein 77 Produktneuerungen eingeführt. Damit lässt sich über beide Beobachtungszeiträume der allgemeine Trend ableiten, dass im Schaden-/ Unfallbereich tendenziell mehr neue Produkte eingeführt werden als in der Lebens- und Krankenversicherung.

Analog zu Kopp⁷⁵ konnten in dieser Versicherungszweiggruppe kaum politisch-rechtlich angeregte Neuerungen festgestellt werden (siehe Tabelle 8). Als einziger politisch-rechtlicher Anstoßpunkt wurde, wie bereits in Kapitel 2.3 vermutet, das Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung (VorstAG) von 2009 erfasst, durch welches § 93 des Aktiengesetzes geändert wurde. Es schreibt vor, dass Vorstandsmitglieder und Entscheidungsträger trotz einer vorhandenen Unternehmens-D&O-Versicherung mindestens zehn Prozent des Schadens bis zur Höhe des Eineinhalbfachen der festen jährlichen Vergütung des Betroffenen als Selbstbehalt tragen müssen. Als Reaktion darauf wurden von Versicherungsunternehmen entsprechende D&O Selbstbehaltsversicherungen angeboten. Diese wurden in dieser Arbeit dem Segment der Privatkunden zugeordnet, da diese meist durch die Führungskräfte als Privatpersonen abgeschlossen werden und das Interesse dieser Privatpersonen Gegenstand der Versicherung ist. Im Untersuchungszeitraum lassen sich konkret lediglich fünf Produktneuerungen auf dieses Gesetz zurückführen. Es ist also eindeutig, dass politisch-rechtliche Änderungen für die Schaden-/ Unfallversicherung eher von geringer Bedeutung sind.

⁷⁴ Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 46.

⁷⁵ Vgl. ebenda, S. 50.

Die meisten Produktneuerungen sind in den Versicherungszweigen Unfall-, Kraftfahrt-, Haftpflicht- und Hausratversicherung entstanden. Vor allem in der Unfallversicherung ist ein Großteil der Modifikationen auf Veränderungen von Tarifbestandteilen zurückzuführen. So wurden häufig mehrere Produktvarianten mit verschiedenem Leistungsumfang angeboten. Dabei sind nur wenige Produkte erfasst worden, die eine bestimmte Zielgruppe ansprechen (siehe Tabelle 12). Ein ähnliches Muster lässt sich auch in der Haftpflicht- und Hausratversicherung feststellen. Die meisten Modifikationen in diesen Zweigen sind also Produktvariationen, die ohne ersichtliche politisch-rechtliche Anstoßpunkte oder gesellschaftliche Veränderungen eingeführt wurden.

Die große Anzahl der Produktneuerungen in der Kraftfahrtversicherung ist auf die Investitionsoffensive in Forschung und Entwicklung der Automobilbranche, bedingt durch die veränderten Kundenerwartungen und die Digitalisierung, zurückzuführen.⁷⁶ Die Versicherer sind bemüht, durch neue Produkte auf Trends wie Carsharing sowie die weiter fortschreitende Perfektionierung der Fahrerassistenzsysteme und Entwicklungen in Richtung des (teil)autonomen Fahrens zu reagieren.⁷⁷ So werden zunehmend Telematik-Tarife für verschiedene Zielgruppen angeboten, die die Versicherungsnehmer unter anderem durch Preisnachlässe und eine risikogerechte Abrechnung überzeugen. 63 Prozent der Bevölkerung gaben 2018 an, bei finanziellen Vorteilen oder Sachprämien Telematik-Tarife zu bevorzugen.⁷⁸ Zugleich ist eine (wenn auch schwache) Reaktion der Versicherungsbranche auf das steigende Interesse an Old- und Youngtimerfahrzeugen innerhalb der Bevölkerung zu beobachten.⁷⁹ Es wurden vier Produktneuerungen für Besitzer von klassischen Fahrzeugen in den letzten sechs Jahren eingeführt. Zugleich werden aber auch vermehrt Versicherungsprodukte für Besitzer von Hybrid- und Elektrofahrzeugen entwickelt. Insgesamt kann abgeleitet werden, dass die Versicherungsbranche in der Kraftfahrtversicherung sehr stark von der Digitalisierung und Innovationen im Sachgüterbereich der Automobilbranche beeinflusst wird.

Weitere Reaktionen auf die Digitalisierung in Form von neuen Versicherungsprodukten spiegeln unter anderem die Cyber-, Drohnen-, Elektronik- und Internet-Rechtsschutzversicherung wider. Zugleich werden aber auch verstärkt Service-/

⁷⁶ Vgl. Schmidt-Jochmann, Carsten / Thiele, Jürgen (2015), S. 7.

⁷⁷ Vgl. ebenda, S. 11 f.

⁷⁸ Vgl. Europ Assistance Versicherungs-AG (Hrsg.) (2018), S. 1.

⁷⁹ Vgl. VF Verlagsgesellschaft mbH / VDA e.V. (Hrsg.) (2017), S. 16 f; Gelsdorf, Rainer (2017), S. 48.

Assistanceprodukte mit digitalen Komponenten angeboten: So wird mithilfe des Telematik-Sicherheits-Service der Sparkassen DirektVersicherung AG eine Hilfsoption zur Verfügung gestellt, die durch eine im Fahrzeug verbaute Telematik-Box bei schweren Unfällen automatisch den nächst gelegenen Notarzt informieren und den Rettungswagen rufen kann.⁸⁰ In diesem Zusammenhang kann unter Vorbehalt die zweite Arbeitshypothese, dass auf dem Versicherungsmarkt zunehmend digitale Produkte und Services angeboten werden, zumindest für den Schaden- und Unfallversicherungsmarkt bestätigt werden. Um endgültige Aussagen treffen zu können, wäre eine weitergehende Analyse der erfassten Versicherungsprodukte notwendig. Auf diese wird an dieser Stelle bewusst verzichtet, da dies nicht der Kernfokus dieser Arbeit ist. Ein allgemeiner Trend hin zu digitalen Produkten ist dennoch ersichtlich und kann im Rahmen weitergehender Untersuchungen analysiert werden.

Besonders fällt bei der Betrachtung der Versicherungszweige auf, dass 46 Produkte aus der Schaden-/ Unfallversicherung Service- bzw. Assistanceprodukte sind, die darauf ausgelegt sind, dem Versicherungsnehmer eine Hilfe oder einen Service auf einem bestimmten Gebiet zu bieten. Diese werden zum Teil unentgeltlich als Zusatz zu bestehenden Versicherungsverträgen oder aber als eigenständiges Produkt angeboten. Während Kopp zwischen 1996 und 2005 nur 16 Produkte dieser Art erfasst hat, scheint es nun einen Trend zu derartigen Serviceleistungen zu geben. Das betrifft nicht nur die Schaden-/ Unfallversicherung, denn auch in anderen Zweigen sind solche Produkte zu verzeichnen: Über alle Kundensegmente und Versicherungszweiggruppen sind insgesamt 76 neue Service- bzw. Assistanceprodukte erfasst worden, die meisten allerdings in der Schaden-/ Unfallversicherung. Der Grund für eine steigende Anzahl von Assistanceprodukten ist eine Reaktion auf den steigenden Bedarf der Bevölkerung. Dieser ist vor allem ein Resultat der Digitalisierung. So zeigt die repräsentative Umfrage der Europ Assistance Deutschland, dass 69 Prozent der Haushalte Notfall-Assistenten wie den erwähnten Telematik-Sicherheits-Service der Sparkassen DirektVersicherung oder Apps, die in gefährlichen Situationen Notrufe aussenden, befürworten.⁸¹ Es ist absehbar, dass sich dieser Trend auch in den kommenden Jahren fortsetzen wird, denn bereits 2017 haben 78 Prozent der deutschen Vermittler dem

⁸⁰ Vgl. *asscompact* 12/2013, S. 22.

⁸¹ Vgl. *Europ Assistance Versicherungs-AG* (Hrsg.) (2018), S. 1.

Assistance-Geschäft eine sehr hohe Bedeutung zuerkannt und 71 Prozent haben der Vermutung zugestimmt, dass dieses in Zukunft von noch größerer Bedeutung sein wird.⁸²

5.3 Produktneuerungen im Gewerbe- und Industriekundensegment

Anders als in Kopps Untersuchung wurden im Zuge der empirischen Untersuchung auch Produkte aus dem Gewerbe- und Industriekundensegment berücksichtigt, zumal diese in den ausgewählten Fachzeitschriften ebenfalls publiziert werden. Da die Fachzeitschriften AssCompact und das Versicherungsmagazin überwiegend auf Vermittler im Privatkundengeschäft ausgerichtet sind, kann nicht gewährleistet werden, dass die erfasste Darstellung der Produktneuerungen aus dem Gewerbe- und Industriekundensegment abschließend ist. Dennoch können aus den erfassten Daten erste Erkenntnisse abgeleitet werden. Für tiefere und detailliertere Betrachtungen bietet sich hingegen eine eigenständige empirische Erhebung an.

Vor der Deregulierung galt auch der Markt der Unternehmensversicherung als starr und wenig flexibel. Ähnlich wie in der Privatversicherung gab es nur wenige Produktneuerungen. Durch die Deregulierung wurden die Möglichkeiten der Versicherer ausgeweitet, der Wettbewerb spielte sich jedoch weitestgehend nur über den Preis des Versicherungsschutzes ab. Dadurch wurde eine große Differenz zwischen der Bedarfs- und Bezugsprämie verursacht, was dazu geführt hat, dass einige Versicherer vom Markt verschwunden oder in anderen Versicherungsgruppen aufgegangen sind. In der Literatur werden nach Berücksichtigung einiger bedeutender Innovationen auch für die heutige Zeit Konsolidierung und Konzentration auf das Kerngeschäft als die Leitlinien der Unternehmensversicherung bezeichnet.⁸³ Aktuellere Untersuchungen zu diesem Gegenstand sind nicht bekannt.

Im Zuge der empirischen Erhebung wurden im Gewerbe- und Industriekundensegment insgesamt immerhin 293 Produktneuerungen identifiziert, darunter elf Produktinnovationen (Tabelle 11).

.

⁸² Vgl. Europ Assistance Versicherungs-AG (Hrsg.) (2017), S. 2.

⁸³ Vgl. Brühwiler, Bruno u.a. (1999), S. 14; Mikosch, Carlheinz (2005), S. 243.

Tabelle 11: Anzahl der Produktneuerungen im Gewerbe- und Industriekundensegment nach Versicherungszweiggruppen

	Innovationen	Modifikationen	Gesamt
Krankenversicherung	1	2	3
Schaden-/ Unfallversicherung	10	280	290
Gesamt	11	282	293

Quelle: Eigene Darstellung

Im Vergleich zum Privatkundensegment verteilen sich die Produktneuerungen auf die Versicherungszweiggruppen der Kranken- und Schadenversicherung. Die betriebliche Altersvorsorge und Gruppenversicherungen aus dem Lebensversicherungsbereich sind in dieser Betrachtung nicht erfasst. Zwei der erfassten Neuerungen sind Reisekrankenversicherungen für Mitarbeiter im Ausland und die einzige Innovation ist ein Serviceprodukt, das eine psychologische Betreuung der Mitarbeiter eines Unternehmens gewährleistet. Da viele Versicherungsprodukte in diesem Kundensegment als Reaktion auf neue Technologien entstehen, ist die Anzahl der Produktneuerungen im Schaden-/ Unfallbereich entsprechend hoch. Dadurch werden auch die Ergebnisse der Gesamtauswertungen in Kapitel 5.1 in die Höhe getrieben.

Im Vergleich zum Privatkundensegment sind die Produkte in der Unternehmensversicherung durch eine überwiegend genaue Angabe der Zielgruppe gekennzeichnet (Tabelle 12). So wurden lediglich 88 Produkte erfasst, die nicht speziell auf bestimmte Kundenbedürfnisse zugeschnitten sind. Das bedeutet, dass 70 Prozent aller Produktneuerungen im Gewerbe- und Industriekundensegment eine konkrete Zielgruppe ansprechen. Im Privatkundensegment sind es lediglich 28 Prozent, zwischen 1996 und 2005 waren es hingegen nur zehn Prozent.⁸⁴ Dadurch wird ein erheblicher Unterschied deutlich.

⁸⁴ Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 52.

Tabelle 12: Zielgruppeneinfluss (ZG) der Produktneuerungen nach Versicherungszweiggruppen innerhalb der Kundensegmente

	Privatkunden		Gewerbe-/ Industriekunden	
	mit ZG	ohne ZG	mit ZG	ohne ZG
Lebensversicherung	142	394	0	0
Krankenversicherung	76	191	1	2
Schaden-/ Unfallversicherung	183	471	204	86
Gesamt	401	1056	205	88

Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Definition der Zielgruppe differenzieren die meisten Versicherungsunternehmen in der Regel bezüglich der Größe der Versicherungsnehmer und andererseits bezüglich ihrer Branche. Die gezielte Unterteilung in Mittelstands- und Groß-/Industriekunden ist darauf zurückzuführen, dass innerhalb der Versicherungsgruppen eine Aufteilung nach Geschäftsfeldern erfolgt, Versicherungsnehmer vergleichbarer Größe zusammengefasst und durch selbstständige Gesellschaften betreut werden. Die hohe Anzahl der auf spezielle Branchen abgestimmten Produkte oder Produktpakete resultiert aus dem individuellen Bedarf in Abhängigkeit von der Betriebstätigkeit der Versicherungsnehmer. Allgemein zeichnen sich Risiken in der Unternehmensversicherung, vor allem im Industriekundensegment, durch hohe Schadenpotenziale und niedrige Schadeneintrittsfrequenzen aus.⁸⁵ Daher sind Versicherungslösungen, die individuell auf die Kundenbedürfnisse zugeschnitten sind und gezielt die Risiken absichern, von besonderer Bedeutung.⁸⁶ So haben beispielsweise landwirtschaftliche Betriebe einen anderen Absicherungsbedarf als große Pharmaunternehmen.

Insgesamt sind weniger als vier Prozent aller Produkte in dem Gewerbe- und Industriekundengeschäft Produktinnovationen im Sinne der zugrunde gelegten Definition. Dadurch kann Brühwilers, Stalmanns und Gottschlings Beobachtung bestätigt werden, dass Produktinnovationen im Unternehmenskundensegment eine relativ geringe Rolle spielen.⁸⁷ Auffällig ist, dass über die Hälfte aller Produktneuerungen Firmen, Gewerbetreibende und mittelständische Unternehmen ansprechen. Eventuell kann das darauf zurückgeführt werden, dass der Markt vor allem im Industrie- und Großkundensegment bereits gesättigt ist

⁸⁵ Vgl. Wagner, Fred (Hrsg.) (2017), S. 436 f.

⁸⁶ Vgl. Labitzke, Christian (2016), S. 9.

⁸⁷ Vgl. Brühwiler, Bruno u.a. (1999), S. 13-15.

und eine hohe Marktdurchdringung erreicht ist⁸⁸ oder, dass große Industrieversicherer ihren Fokus auf Wachstum im Ausland legen und sich im Inland auf ihre Kernkompetenzen und das vorhandene Bestandsgeschäft konzentrieren. So gaben der Talanx Versicherungskonzern und die ERGO Gruppe bekannt, die größten Wachstumsbestrebungen im Auslandsgeschäft anzustellen.⁸⁹ Langfristig plane die Talanx AG sogar, das Deutschland-Geschäft auf ein Drittel schrumpfen zu lassen.⁹⁰

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Produktneuerungen und im Speziellen Innovationen in der Gewerbe- und Industrieversicherung, zumindest auf dem deutschen Versicherungsmarkt, eine geringe Rolle spielen und der Fokus eher auf bewährten Kernkompetenzen zu liegen scheint. Ebenfalls getrieben von der Digitalisierung und den damit in Verbindung stehenden Innovationen der versicherungsnehmenden Wirtschaft kann es für die Versicherungswissenschaft dennoch interessant sein, dieses Kundensegment weiterhin zu beobachten und vor allem die in der Versicherungsliteratur erwähnten Prozess- und Strukturreneuerungen⁹¹ näher zu untersuchen.

5.4 Unternehmensbezogene Erkenntnisse in Bezug auf Produktneuerungen

Ausgehend von den Ergebnissen der durchgeführten empirischen Erhebung können auch unternehmensbezogene Aussagen in Bezug auf die Aktivität der Versicherungsunternehmen in beiden betrachteten Kundensegmenten und auf die Marktabdeckung gemacht werden. Zudem eignen sich für einen übergreifenden Überblick eine Betrachtung der eingeführten Produkte auf Gruppenebene und ein Vergleich mit Kopps Ergebnissen.

Die Marktabdeckung der erfassten Unternehmen im Privatkundensegment wird in Anlehnung an Kopps Vorgehensweise ermittelt, um eine größtmögliche Vergleichbarkeit zu ermöglichen. Dabei werden die verdienten Bruttobeitragseinnahmen der Versicherungsunternehmen pro Versicherungszweiggruppe in Relation zu den jeweiligen Gesamteinnahmen 2016 gesetzt. Die Beitragsvolumina der Versicherungsunternehmen und die Gesamtbruttoeinnahmen werden der BaFin-Erstversicherungsstatistik 2016 entnommen.⁹² Es

⁸⁸ Vgl. Prognos AG (Hrsg.) (2013), S. 31.

⁸⁹ Vgl. o.V. (2017a), Paragraph 1-3; o.V. (2017b), Paragraph 1-4.

⁹⁰ Vgl. ebenda, Paragraph 1.

⁹¹ Vgl. Prognos AG (Hrsg.) (2013), S. 31.

⁹² Vgl. BaFin (Hrsg.) (2016b), S. 84-99.

werden alle Unternehmen berücksichtigt, die im Untersuchungszeitraum neue Produkte angeboten haben, sofern sie als Risikoträger in der BaFin-Erstversicherungsstatistik aufgeführt sind. Konnte im Rahmen der Erhebung der Risikoträger nicht ermittelt werden und wurde stattdessen z.B. der vertreibende Versicherungsmakler aufgenommen, sind diese unberücksichtigt geblieben. Aufgrund des geringen Anteils solcher Fälle können die Auswirkungen auf die Gesamtstatistik als sehr gering und daher als weitestgehend unbedeutend eingeschätzt werden.

Betrachtet man die Ergebnisse in Tabelle 13, wird deutlich, dass die innovierenden Unternehmen in jeder Versicherungszweiggruppe mindestens 75 Prozent der Marktanteile besitzen. Gegenüber dem Zeitraum von 1996 bis 2005 bedeutet das insgesamt eine wesentliche Steigerung, denn allein in der Schaden-/ Unfallversicherung ist der Marktanteil um 14 Prozent angewachsen. Die Vorreiterstellung besitzen mit 94 Prozent der Marktanteile und einer einprozentigen Steigerung die Krankenversicherungsunternehmen. Lediglich in der Lebensversicherung hat der Marktanteil um zwei Prozent abgenommen. Das kann dadurch erklärt werden, dass Kopp nicht weiter nach Pensionskassen bzw. Pensionsfonds differenziert hat. Der geringfügige Rückgang in dieser Versicherungszweiggruppe muss also relativ betrachtet werden und kann aus diesem Grund unter Berücksichtigung der Pensionskassen und -fonds nicht bedingungslos als ein solcher beschrieben werden.

Tabelle 13: Marktanteile innovierender Versicherungsunternehmen im Privatkundensegment

	Verdiente BBE in Tsd. EUR	Verdiente Gesamt-BBE in Tsd. EUR	Marktanteil
Lebensversicherung	69.612.425	85.926.282	81%
Pensionskassen	198.769	6.885.904	3%
Pensionsfonds	263.241	2.746.189	10%
Krankenversicherung	35.062.380	37.176.446	94%
Schaden-/Unfallversicherung	56.873.367	75.465.563	75%

Quelle: In Anlehnung an: BaFin (Hrsg.) (2016b), S. 84-99 (siehe Datei „Aufstellung BBE“).

Da viele Unternehmen im Gewerbe- und Industrieversicherungsbereich im Jahresabschluss ausländischer Konzerne konsolidiert werden und somit nicht in der BaFin-Erstversicherungsstatistik aufgeführt sind, wird auf eine vergleichbare Betrachtung im Gewerbe- und Industriekundensegment an dieser Stelle verzichtet.

Weitergehend kann untersucht werden, wie viele Produktneuerungen von den Versicherungsunternehmen und -gruppen innerhalb der zwölf Jahre auf dem Versicherungsmarkt angeboten wurden. Während Kopp im Privatkundensegment festgestellt hat, dass Werte zwischen neun und 16 neuen Produkten in zehn Jahren eine Seltenheit dargestellt haben und lediglich von 11 Unternehmen eingeführt wurden⁹³, wird für den Zeitraum von 2006 bis 2017 eine erhebliche Änderung deutlich (Tabelle 14).

Tabelle 14: Anzahl innovierender Versicherungsunternehmen mit jeweiliger Anzahl der Produktneuerungen

Anzahl Produktneuerungen	Anzahl Unternehmen	Anteil an der Gesamtsumme in %
1 bis 4	176	62
5 bis 20	88	31
21 bis 41	19	7
Gesamt	283	100

Quelle: Eigene Darstellung

In der insgesamt wesentlich höheren Anzahl der erfassten Versicherungsunternehmen spiegelt sich wider, dass der Wettbewerb erheblich zugenommen hat. 88 Unternehmen haben zwischen fünf und 20 Produktneuerungen hervorgebracht und sogar 19 zwischen 21 und 41. Insgesamt wird aber dennoch deutlich, dass 62 Prozent aller Unternehmen nur zwischen ein und vier Produktneuerungen hervorgebracht haben.

Im Privatkundensegment haben die 14 Unternehmen mit der höchsten Neuerungsaktivität zwischen 21 und 32 Produkten in den zwölf Jahren eingeführt (Tabelle 15). Darunter sind aber lediglich drei der von Kopp als besonders innovationsfreudig deklarierten Unternehmen.⁹⁴ Somit wird deutlich, dass es auch eine Verschiebung der Neuerungsaktivität unter den Versicherungsunternehmen gibt. Nicht immer bestimmt die Höhe der Beitragseinnahmen und die Größe des Versicherungsunternehmens, wie viele neue Produkte entwickelt und eingeführt werden. So hat die vergleichsweise kleine Basler Sachversicherungs-AG die meisten Produktneuerungen hervorgebracht, während beispielsweise die bei Kopp aufgeführte AXA Lebensversicherung AG mit wesentlich höheren Bruttobeitragseinnahmen in den letzten zwölf Jahren lediglich 15 neue Produkte eingeführt hat.

⁹³ Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 53 f.

⁹⁴ Vgl. ebenda, S. 54.

Tabelle 15: Versicherungsunternehmen im Privatkundensegment mit den meisten Produktneuerungen (PN)

Name des Versicherungsunternehmens	Anzahl der PN
Basler Sachversicherungs-AG	32
Münchener Verein Krankenversicherung a. G.	30
Stuttgarter Lebensversicherung a. G.	30
HDI Lebensversicherung AG	29
Zurich Life Assurance plc.	27
Allianz Versicherungs-AG	27
Gothaer Lebensversicherung AG	25
Janitos Versicherung AG	24
Nürnberger Allgemeine Versicherungs-AG	23
ALTE LEIPZIGER Lebensversicherung auf Gegenseitigkeit	21
uniVersa Allgemeine Versicherung AG	21
ARAG Allgemeine Versicherungs-AG	21
HDI Versicherung AG	21
Swiss Life Pensionskasse AG	21

Quelle: Eigene Darstellung

Betrachtet man die Neuerungsaktivität über beide Kundensegmente hinweg auf Gruppenebene (Tabelle 16), wird deutlich, dass die Vorreiter zwischen 41 und 81 neue Produkte hervorgebracht haben. Damit haben die 14 Unternehmensgruppen mit den meisten Produktneuerungen 45 Prozent aller Neuerungen auf dem Versicherungsmarkt eingeführt.

Tabelle 16: Versicherungsgruppen mit den meisten Produktneuerungen (PN) in beiden Kundensegmenten

Name der Versicherungsgruppe	Anzahl der PN
Allianz Group	81
Gothaer Konzern	76
Talanx AG	65
Baloise Group	62
NÜRNBERGER Versicherung	60
AXA Gruppe	59
ALTE LEIPZIGER Lebensversicherung a.G./ HALLESCHE Krankenversiche-	57
R+V-Gruppe	54
Württembergische Versicherungsgruppe	52
ERGO Gruppe	49
Zurich Insurance Group	48
uniVersa Versicherungen	46
Die Bayerische	41
Münchener Verein	41
Gesamt	791

Quelle: Eigene Darstellung

6 Ausblick: Mögliche Auswirkungen neuer aufsichtsrechtlicher Bestimmungen auf Produktneuerungen

Im Zuge dieser Untersuchung ist Kopps Erkenntnis, dass politisch-rechtliche Regelungen eine bedeutende Rolle für Produktneuerungen spielen und wesentliche Impulse für neue Produkte bieten, auch für den Zeitraum zwischen 2006 und 2017 bestätigt worden. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob sich dieser Trend fortsetzen und das politisch-rechtliche Umfeld weiterhin einen großen Einfluss auf die Produktpolitik der Versicherungsunternehmen haben wird. Vor diesem Hintergrund sollen bedeutende gesetzliche Änderungen, die im Rahmen dieser Untersuchung bislang keine wesentlichen Auswirkungen hatten oder bereits nach dem Untersuchungszeitraum in Kraft getreten sind, unter Betrachtung möglicher Auswirkungen auf die Produktpolitik beleuchtet werden.

Von besonderer Bedeutung für die Versicherungsbranche ist das am 1. Januar 2016 in Kraft getretene neue europäische aufsichtsrechtliche Solvabilitätssystem Solvency II. Dieses verfolgt im Rahmen der Harmonisierung des Aufsichtsrechts im EWR das Ziel, umfassenden Verbraucherschutz zu gewährleisten und das Insolvenzrisiko von Versicherern zu vermeiden. Im Rahmen des Drei-Säulen-Ansatzes schreibt Solvency II eine risikobasierte Bestimmung des Solvabilitätskapitals (SCR) und des Mindestkapitals (MCR) vor und formuliert Anforderungen an die Eigenmittelausstattung der Versicherer. Somit müssen Versicherungsunternehmen gewährleisten, dass stets genügend Eigenmittel vorhanden sind und Forderungen aus Versicherungsverprechen befriedigt werden können. Die zweite Säule umfasst qualitative Anforderungen an die Geschäftsorganisation der Versicherungsunternehmen und Vorschriften zur internen Solvabilitäts- und Risikobewertung (ORSA), während die dritte Säule Vorschriften zur Markttransparenz und Berichtspflichten beinhaltet.⁹⁵

Produktinnovationen stellen z.B. in Form von neuen Produktlinien in diesem Zusammenhang eine Möglichkeit dar, Diversifikations- und Synergieeffekte zur Verringerung der Kapitalanforderungen auszunutzen. Zugleich impliziert die risikoadäquate Solvabilitätskapitalbestimmung, dass z.B. in der Nichtlebensversicherung neben der Schadenerfahrung und den daraus abgeleiteten Schadenerwartungswerten zusätzlich die Volatilität, Großschadenanfälligkeit, Kumulschadenintensitäten, Korrelationen und das Anlagerisiko in

⁹⁵ Vgl. BaFin (Hrsg.) (2016a), Paragraph 1-3.

neuen Produkten oder Produktmodifikationen in Form von Risikoausschlüssen, erweiterten Selbstbehalten und Bedingungen berücksichtigt werden.⁹⁶

Ebenfalls gehen mit dem am 23. Februar 2018 in Kraft getretenen deutschen Umsetzungsgesetz zur europäischen Versicherungsvertriebsrichtlinie Vorgaben zur Entwicklung und dem Vertrieb neuer Produkte und der Vornahme wesentlicher Änderungen bei bestehenden Versicherungsprodukten (POG) einher. Diese sind unter dem Begriff „Produktfreigabeverfahren“ explizit in § 23 Abs. 1a-d VAG und „Produktgenehmigungsverfahren“ in der DVO POG geregelt. Die Regelung des VAG ist für Erstversicherungsunternehmen gültig, die unter Solvency II fallen. Hiervon sind aber Versicherungsprodukte, die aus einer Versicherung für Großrisiken im Sinne des § 210 Abs. 2 VVG bestehen, sowie Rückversicherungsunternehmen ausgeschlossen. Das Produktfreigabeverfahren ist ein Bestandteil der Geschäftsorganisation und soll u. a. umfangreichen Verbraucherschutz gewährleisten (§ 4 Abs. 3 DVO POG). Die interne Leitlinie muss neben der Definition des Versicherungsproduktes folgende Angaben beinhalten:

- Bewertung der einschlägigen Risiken und Definition eines Zielmarktes inklusive der Entwicklung einer dem Zielmarkt entsprechenden Vertriebsstrategie sowie die Gewährleistung des Vertriebes auf dem Zielmarkt durch eine angemessene Geschäftsorganisation (§ 23 Abs. 1a VAG).
- Regelmäßige Überprüfung der Versicherungsprodukte unter Berücksichtigung aller Ereignisse mit Einfluss auf das potenzielle Risiko für den definierten Zielmarkt und Beurteilung, ob das Versicherungsprodukt mit den Bedürfnissen des Zielmarktes übereinstimmt und die Vertriebsstrategie nach wie vor geeignet ist (§ 23 Abs. 1b VAG).
- Bereitstellung sämtlicher sachgerechter Informationen zu dem Versicherungsprodukt und Produktfreigabeverfahren inklusive des Zielmarktes gegenüber den Vertriebern durch den Produkthersteller (§ 23 Abs. 1c VAG).⁹⁷

Für die Herstellung von neuen Produkten ist vor allem die Regelung relevant, dass Produkthersteller ein Verfahren für die interne Freigabe zum Vertrieb für jedes neue Versicherungsprodukt oder jede wesentliche Änderung bestehender Produkte einrichten, unterhalten, betreiben und regelmäßig überprüfen müssen (§4 Abs. 1 ff. DVO POG). Die

⁹⁶ Vgl. Köhne, Thomas (2008), S. 32 f.

⁹⁷ Vgl. Hanefeld, Kaj (2018), Paragraph 1-5.

Überprüfung der Versicherungsprodukte muss auch als fester Bestandteil im Rahmen des Risikomanagements in Bezug auf operationelle Risiken stattfinden. Das Analyseergebnis muss in den Entscheidungsprozess einbezogen werden (Richtl. 164 MaGo, RdSchr. 3/2009 Abs. 7.2.2.1 MaRisk VA). Die neuen umfangreichen Anforderungen an den risikosensiblen Neue-Produkte-Prozess können mit dem in der zweiten Säule von Solvency II vorgeschriebenen ORSA-Prozess umgesetzt werden.⁹⁸ Das bedeutet, dass die Produkteinführung in Zukunft wesentlich zeitintensiver sein wird und in allen Punkten den beschriebenen Anforderungen genügen muss.

Zugleich wird der BaFin durch Art. 42 Verordnung (EU) Nr. 600/2014 (MiFIR) im Rahmen der Produktintervention seit dem 3. Januar 2018 das Recht eingeräumt, die Vermarktung, den Vertrieb und den Verkauf von bestimmten Finanzinstrumenten zu beschränken oder ganz zu verbieten. Dabei muss das Produkt als Finanzinstrument erhebliche Bedenken für den Anlegerschutz, eine Gefahr für die Stabilität oder Integrität des Finanzsystems darstellen oder als ein Derivat negative Auswirkungen auf den Preisbildungsmechanismus in den zugrundeliegenden Märkten haben. Das Instrument der Produktintervention wurde von der BaFin bereits dahingehend genutzt, dass finanzielle Differenzkontrakte (CFDs) mit einer Nachschusspflicht Privatkunden zum Schutz derselben nicht mehr angeboten werden dürfen.⁹⁹

Durch die gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Neuerungen, die in Zukunft im Rahmen der Produkteinführung berücksichtigt werden müssen, wird der Produkteinführungsprozess komplizierter und zeitintensiver für die Versicherungsunternehmen. Neue Produkte müssen wesentlich höhere Verbraucherschutzrechtliche Anforderungen erfüllen, während vorhandene Produktmodelle zum Teil ihre Existenzberechtigungen verlieren können. Das stellt die Versicherungsunternehmen vor Herausforderungen. Zugleich bedeuten diese Neuerungen aber auch, dass der Fokus bei der Gestaltung neuer Produkte auf der Befriedigung eines konkreten Kundenbedarfs liegen wird. Ebenfalls werden passende Vertriebsstrategien gewählt, um die entsprechenden Zielgruppen zu erreichen. Bereits jetzt kann beobachtet werden, dass angebotene Produkte im Interesse der Kunden auf ihren Kapitalbedarf hin untersucht und bei fehlendem Kundennutzen modernisiert werden.¹⁰⁰

⁹⁸ Vgl. BaFin (Hrsg.) (2017b), S. 16.

⁹⁹ Vgl. BaFin (Hrsg.) (2017a), Paragraph 1-3; BaFin (Hrsg.) (2018a), S. 35.

¹⁰⁰ Vgl. Deutsche Aktuarvereinigung e.V. (Hrsg.) (2017), S. 12 f.

Zugleich müssen Versicherungsunternehmen aufgrund von neuen und immer komplexer werdenden Risiken vor allem in der Unternehmensversicherung Versicherungsschutz im Grenzbereich der Versicherbarkeit anbieten. Die Versicherbarkeitsgrenzen müssen erweitert werden, um den technologischen Fortschritt anderer Branchen zu begleiten und überhaupt erst zu ermöglichen zu können. So müssen neben einfachen Produktionsstraßen auch ganze Offshore-Windkraftanlagen versichert werden.¹⁰¹ Die Versicherungsbranche wird also durch die Gesellschaft dazu gedrängt, innovativ zu sein und aktuelle Trends zu begleiten.

Insgesamt kann zwar angenommen werden, dass die aufsichtsrechtlichen Anforderungen innovationshemmend wirken können, vor dem Hintergrund der durch die Digitalisierung geschaffenen Möglichkeiten und dem sich ständig ändernden Kundenbedarf im Zusammenhang mit Neuerungen im Sachgüterbereich und neuen Technologien kann jedoch davon ausgegangen werden, dass die Anzahl der Produktneuerungen auf einem hohen Niveau bleiben und eventuell sogar weiter zunehmen wird.

7 Fazit

Im Rahmen dieser Arbeit wurden die Relevanz und Entwicklung der Produktinnovationen und -modifikationen in der Versicherungspraxis zwischen 2006 und 2017 analysiert.

Nachdem Kopp's Untersuchung gezeigt hat, dass Produktinnovationen und Produktmodifikationen im Zeitraum von 1996 bis 2005, trotz der durch die Deregulierung 1994 geschaffenen Freiheiten, eine geringe quantitative Bedeutung für den Versicherungsmarkt hatten, lag dieser Arbeit das Erkenntnisinteresse nach der Entwicklung von Produktneuerungen im zeitlichen Verlauf zugrunde. Es galt zu untersuchen, ob sich die geringe Bedeutung neuer Produkte im Zeitalter der Digitalisierung, des Niedrigzinsumfeldes etc. fortgesetzt hat.

Gegenstand der Untersuchung waren alle neu im deutschen Versicherungsmarkt zwischen 2006 und 2017 eingeführten oder als neu beworbenen Versicherungsprodukte. Vordergrundig wurden die Anzahl der Produktinnovationen und Produktmodifikationen in dem Privatkundensegment und dem Gewerbe- und Industriekundensegment sowie das Verhält-

¹⁰¹ Vgl. Prognos AG (Hrsg.) (2013), S. 91.

nis und die Verteilung der beiden Kategorien und der beiden Kundensegmente zueinander untersucht. Innerhalb der Kundensegmente wurden folgende Punkte untersucht: Das Verhältnis der Produktinnovationen und -modifikationen im Zwölfjahresverlauf, die Verteilung der Neuerungen zwischen den Versicherungszweiggruppen Krankenversicherung, Lebensversicherung und Schaden-/Unfallversicherung und innerhalb dieser die Verteilung auf die Versicherungszweige. Ebenfalls wurden unternehmensbezogene Aussagen zur Verteilung der Produktneuerungen und dem Verhältnis der innovierenden Versicherungsunternehmen gemacht.

Die Ergebnisse der empirischen Untersuchung haben verdeutlicht, dass sich die Anzahl der Produktneuerungen zwischen 2006 und 2017 im Vergleich zu dem zehnjährigen Zeitraum von 1996 bis 2005 fast verdreifacht hat. Im Privatkundensegment gab es mehr als doppelt so viele Produktneuerungen als im vorhergehenden Zeitraum. Damit konnte die vierte Arbeitshypothese, dass die absolute Anzahl der Produktneuerungen im Vergleich zum Zeitraum 1996 bis 2005 zugenommen hat, bestätigt werden. Zugleich wird daran deutlich, dass Produktneuerungen in der Versicherungsbranche eine größere Bedeutung zukommt als zuvor.

Insgesamt wurden über beide Kundensegmente hinweg lediglich fünf Prozent aller Neuproduktideen als Innovationen identifiziert, obwohl sich die absolute Zahl mehr als verdreifacht hat. Relativ gesehen kann also nach wie vor Kopp's Erkenntnis¹⁰² bestätigt werden, dass neue Produkte in der Versicherungswirtschaft in der Regel Produktmodifikationen sind und nicht auf eigenen Ideen der Versicherer basieren. Es kann festgehalten werden, dass es in der Versicherungswirtschaft zwar zahlreiche Produktneuerungen gibt, diese aber vor allem durch Veränderungen in der Risikolandschaft oder einen veränderten Versicherungsbedarf der Kunden angeregt werden. Zu diesem Ergebnis kommt auch eine Untersuchung des GDV.¹⁰³ Vor allem im Gewerbe- und Industriekundensegment sind die meisten Produkte auf den individuellen Bedarf bestimmter Zielgruppen ausgerichtet.

Sowohl Kopp's als auch diese Untersuchung haben ergeben, dass die meisten Produktneuerungen in der Schaden- und Unfallversicherung entstehen. Dabei sind sie meist auf neue Technologien oder Innovationen im Sachgüterbereich zurückzuführen. Politisch-rechtliche Änderungen haben kaum bis keine Auswirkung auf diese Versicherungszweiggruppe. Im

¹⁰² Vgl. Kopp, Franziska (2008), S. 49.

¹⁰³ Vgl. Prognos AG (Hrsg.) (2013), S. 34.

Zusammenhang damit, dass diese Beobachtung in einem Zeitraum von 22 Jahren gemacht wurde, kann vermutet werden, dass auch weiterhin die Schaden-/Unfallversicherung tendenziell mehr neue Produkte hervorbringen wird, als die Lebens- und Krankenversicherung. In diesen beiden Versicherungszweiggruppen ist ein hoher Anteil der Produktmodifikationen auf die vielen gesetzlichen Änderungen zurückzuführen, welche die Anpassung der Produkte unabdingbar machen. Die erste Arbeitshypothese, dass politisch-rechtliche Änderungen erheblich das Produktneuerungsgebaren der Versicherer prägen, kann insgesamt nicht bestätigt werden. Nach wie vor kommt diesen jedoch eine wichtige Rolle zu.

Die Betrachtung der Versicherungszweiggruppen hat außerdem gezeigt, dass vor allem die Lebensversicherung einem radikalen Wandel gegenüber steht: Aufgrund des Niedrigzinsumfeldes und zahlreicher Gesetzesänderungen sowie dem sich wandelnden Bedarf der Bevölkerung werden die klassischen Lebensversicherungen von fondsgebundenen Alternativen und biometrischen Produkten abgelöst. Die zu Beginn der Arbeit aufgestellte vierte Arbeitshypothese, dass klassische Garantieprodukte nur noch in begrenztem Umfang angeboten werden, schien sich durch die empirischen Beobachtungen zu bestätigen. Vor allem Biometrieprodukte finden zunehmend Zuspruch in der Bevölkerung,

Zugleich steigt der allgemeine Bedarf der Bevölkerung nach Service- und Assistanceprodukten. Die Versicherungsbranche reagiert darauf mit zahlreichen Produktvarianten, die zum Teil durch digitale Komponenten einen erheblichen Mehrwert schaffen. Es konnten viele Produkte mit digitalen Komponenten vor allem im Schaden-/Unfallbereich identifiziert werden. Die Hypothese, dass auf dem Versicherungsmarkt zunehmend digitale Produkte angeboten werden, konnte unter Vorbehalt bestätigt werden. Ausgehend von den durch die Digitalisierung veränderten Erwartungen der Kunden kann diese Entwicklung für die Zukunft als weitergehender Trend angenommen werden.

Zusammenfassend kann die Forschungsfrage derart beantwortet werden, dass Produktneuerungen auf dem Versicherungsmarkt eine wesentlich höhere Bedeutung zukommt als im Untersuchungszeitraum zwischen 1996 und 2005. Auch wenn die meisten Produktneuerungen Produktmodifikationen sind und nur ein geringer Anteil auf eigene Ideen der Versicherer zurückzuführen ist, ist eine hohe Dynamik im Versicherungsmarkt und Wettbewerbsdruck durch Versicherungsunternehmen verschiedener Größen festgestellt worden. Die Versicherer versuchen zunehmend, Marktlücken auszunutzen und durch zielgruppenorientierte verbesserte Produkte Marktanteile zu sichern.

Literaturverzeichnis

Aschenbrenner, Sebastian / Wähling, Susanne (1999): Die Auswirkungen des gemeinsamen Binnenmarktes auf die Privatversicherung, in: Zeitschrift für Sozialreform, Jg. 88, 1999, S. 526-538.

Bäcker, Gerhard (2017): Chronologie gesetzlicher Neuregelungen - Krankenversicherung & Gesundheitswesen 1998 – 2016, Duisburg, 2017.

BaFin (Hrsg.) (2016a): Solvency II, BaFin,
https://www.bafin.de/DE/Aufsicht/VersichererPensionsfonds/Aufsichtsregime/SolvencyII/solvency_II_node.html, Stand: 01.01.2016, abgerufen am 03.07.2018.

BaFin (Hrsg.) (2016b): Statistik der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht – Erstversicherungsunternehmen und Pensionsfonds, Bonn / Frankfurt am Main, 2016.

BaFin (Hrsg.) (2017a): BaFin beschränkt den CFD-Handel, BaFin,
https://www.bafin.de/SharedDocs/Veroeffentlichungen/DE/Pressemitteilung/2017/pm_17_0508_cfd.html, Stand: 08.05.2017, abgerufen am 03.07.2018.

BaFin (Hrsg.) (2017b): ORSA-Berichte - BaFin-Analyse: Verbesserte Qualität, aber noch Schwachstellen, in: BaFin Journal, Nr. 9, 2017, S. 16-20.

BaFin (Hrsg.) (2018a): Jahresbericht der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht 2017, Bonn / Frankfurt am Main, 2018.

BaFin (Hrsg.) (2018b): Insurtechs, BaFin,
https://www.bafin.de/DE/Aufsicht/FinTech/Insurtech/insurtech_node.html, abgerufen am: 05.07.2018.

Benscheidt, Peter (2007): Victoria: DualProtect - Betriebliche Unfallversicherung für Mitarbeiter und Betrieb, in: AssCompact, Nr. 9, 2007, S. 48-50.

Bierbaum, Jürgen (2016): Aktienorientierte Altersvorsorge mit geringem Risiko, in: AssCompact, Nr. 4, 2016, S. 42.

Biorac, Sonja (2011): R+V erweitert Deckungskonzepte für Bauunternehmer und Bauhandwerker, in: AssCompact, Nr. 8, 2011, S. 46.

Blaschke, Nicoletta (2014): ACE Schulgeldversicherung ermöglicht Fortsetzung der Ausbildung - Absicherung für private Bildungseinrichtungen, Assekuranz Info-Portal,
<https://www.assekuranz-info-portal.de/presse/versicherungen/2014/05/ace-schulgeldversicherung-ermoeglicht-fortsetzung-der-ausbildung-absicherung-fuer-private-bildungs/>, Stand: 06.05.2014, abgerufen am: 19.07.2018.

Bork, Jörg (2008): Jederzeit AGIL mit dem neuen R+V-GesundheitsKonzept, in: AssCompact, Nr. 11, 2008, S. 34.

Böttcher, Gabi (2006): Volkswahl Bund Risiko-Rente für Hinterbliebene, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 2, 2006, S. 8.

Böttcher, Gabi (2007): Aspecta Clean.invest - Verantwortung zeigen mit Rendite, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 11, 2007, S. 14.

Böttcher, Gabi (2008): Die Württembergische - Sicherheit plus Rendite durch Rebalancing, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 6, 2008, S. 12.

Braun, Jörg (2007): Allianz PrivatRente IndexSelect: Neues, modernes Vorsorgekonzept renditestark, sicher und wandlungsfähig, in: AssCompact, Nr. 7, 2007, S. 32.

Brauns, Bastian (2016): Altersvorsorge - Die Lebensversicherer, Zeit Online, <https://www.zeit.de/wirtschaft/geldanlage/2016-04/lebensversicherung-altersvorsorge-altersarmut-pleite-geldanlage-rendite-verbraucherschutz>, Stand: 22.04.2016, abgerufen am 03.07.2017.

Briggs, Troy (2017): Kein Mensch ist ein Pflegefall -Die neue Pflegevorsorge der Barmeria, in: AssCompact, Nr. 6, 2017, S. 32.

Brühl, Volker / Walz, Uwe (2015): Das anhaltende Niedrigzinsumfeld in Deutschland, in: CFS Working Paper Series, Nr. 506, Frankfurt, 2015.

Brühwiler, Bruno (1999): Innovationen in der Unternehmensversicherung, in: Brühwiler, Bruno / Stahlmann, Bert / Gottschling, Henner (Hrsg.): Innovative Risikofinanzierung / Neue Wege im Risk Management, Wiesbaden, 1999, S. 13-15.

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Hrsg.)(2016): FORSCHUNGSBERICHT 475 - Arbeitgeber- und Trägerbefragung zur Verbreitung der betrieblichen Altersversorgung (BAV 2015), Endbericht, München, 2016.

Burchardi, Rüdiger (2006): Dialog: Neue Fondsgebundene Rentenversicherung - mit Garantie, in: AssCompact, Nr. 4, 2006, S. 46.

Coenen, Hans-Gerd (2014): Eine Baupolice für drei Risiken, in: AssCompact, Nr. 2, 2014, S. 52.

Cramer, Jürgen (2008): Sparkassen Direktversicherung - Maklerlösung für das Kfz-Privatkundengeschäft, in: AssCompact, Nr. 11, 2008, S. 52.

Cubric, Marin / Wilhelm, Sandra (2012): Ganzheitliche Lösungen zur Absicherung von Mitarbeitern im Ausland, in: AssCompact, Nr. 12, 2012, S. 36.

DAK-Gesundheit (Hrsg.) (2018): DAK-Gesundheitsreport 2018, o.O., 2018.

Deutsche Aktuarvereinigung e.V. (Hrsg.) (2017): Lebensversicherungsprodukte unter Solvency II: Der Beginn einer neuen Ära?, in: Aktuar Aktuell, Jg. 38, Nr. 7, 2017, S. 12-13.

Disselkamp, Marcus (2012): Innovationsmanagement – Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen, Wiesbaden, 2., überarbeitete Auflage, 2012.

Ebeling, Alfred / Rabes, Thomas-Michael (2007): Sicherheit im Doppelpack mit dem Swiss Life Einstiegsplan, in: AssCompact, Nr. 4, 2007, S. 50.

Ellinger Silvia (2014): Nürnberger: Pauschalzahlung bei Betriebsunterbrechung, Versicherungswirtschaft heute, <http://versicherungswirtschaft-heute.de/unternehmen/nurnberger-pauschalzahlung-bei-betriebsunterbrechung/>, Stand: 30.01.2014, abgerufen am: 19.07.2018.

Euler Hermes Deutschland Niederlassung der Euler Hermes SA (Hrsg.) (2018): Schutz vor Insolvenzanfechtung – Anfechtungsversicherung als Ergänzung zur Kreditversicherung, Euler Hermes, https://www.eulerhermes.de/content/dam/onemarketing/euh/eulerhermes_de/dokumente/euler-hermes-anfechtungsversicherung-fact-sheet.pdf, abgerufen am: 19.07.2018.

Europ Assistance Versicherungs-AG (Hrsg.) (2017): Assistance Barometer 2017 – Überblick über die Studie, Europ Assistance Versicherungs-AG, <https://www.business.europ-assistance.de/sites/default/files/studien/flyer-assistance-barometer-2017-flyer-europ-assistance.pdf>, Stand: 03.2017, abgerufen am: 05.07.2018.

Europ Assistance Versicherungs-AG (Hrsg.) (2018): Pressemitteilung - Assistance Barometer 2018 Notruf via App: Der Kundenbedarf an digitalen Hilfsangeboten des Versicherers steigt stark an, Europ Assistance Versicherungs-AG, <https://www.europ-assistance.de/sites/default/files/presse/doc/180307-europ-assistance-pressemitteilung-assistance-barometer-2018-notruf-via-app-kundenbedarf-an-digitalen-hilfsangeboten-steigt-an.pdf>, Stand: 07.03.2018, abgerufen am: 04.07.2018.

EY Innovalue (Hrsg.) (2017): Die Chancen der IT in der Digitalisierung von Versicherern, o.O., 2017.

Farny, Dieter (1995): Die Gestaltung von Versicherungsprodukten im Marketing von Versicherungsunternehmen, in: ZVersWiss, Jg. 84, Nr. 1, 1995, S. 79-102.

Farny, Dieter (2011): Versicherungsbetriebslehre, Karlsruhe, 5., überarbeitete Auflage, 2011.

Fausser, Michael (2011): Hiscox Kunstversicherung für Sammler und Unternehmen optimiert, in: AssCompact, Nr. 2, 2011, S. 28.

Fausser, Michael (2013): Neue klassische Rentenversicherung mit Sinn für das Wesentliche, in: AssCompact, Nr. 7, 2013, S. 30.

Finkelnburg, Moritz (2010): Helvetia entwickelt Kfz-Tarif für junge Familien, in: AssCompact, Nr. 11, 2010, S. 56.

GDV e. V. (Hrsg.) (2018a): Die Positionen der deutschen Versicherer 2018, Berlin, 2018.

GDV e.V. (Hrsg.) (2018b): Renten- und Kapitalversicherungen, GDV e.V., <https://www.gdv.de/de/zahlen-und-fakten/versicherungsgebiete/renten-und-kapitalversicherungen-24038#vertraege-bestand>, abgerufen am: 05.07.2018.

GDV e.V. (Hrsg.) (2018c): Branchendaten Versicherer – Versicherungsunternehmen nach Sparten, GDV e.V., <https://www.gdv.de/de/zahlen-und-fakten/versicherungsgebiete/versicherer-24108>, abgerufen am: 05.07.2018.

Gebhart, Rainer (2011): Bedarfsgerechte Vorsorge mit einer Pflegerentenversicherung, in: AssCompact, Nr. 11, 2011, S. 38.

Gelsdorf, Rainer (2010): Der Versicherungsschutz der Württembergischen für Firmenfahrzeuge, in: AssCompact, Nr. 11, 2010, S. 58.

Gelsdorf, Rainer (2011): Fuhrpark nach Größe und Branche absichern, in: AssCompact, Nr. 11, 2011, S. 58.

Gelsdorf, Rainer (2017): Die rasante Entwicklung am Kfz-Markt erfordert neue Versicherungslösungen, in: AssCompact, Nr. 9, 2017, S. 48.

Gemünden, Hans Georg / Littkemann, Jörn (2007): Innovationsmanagement und -controlling - Theoretische Grundlagen und praktische Implikationen, in: Controlling & Management Review, Jg. 51, Nr. 11, 2007, S. 4-18.

Gothan, Chris / Theis, Anja / Wiener, Klaus (2016): Anbietervielfalt statt Konsolidierungswelle, in: GDV e.V. (Hrsg.): Makro und Märkte Kompakt, Nr. 5, 2016, S. 1-4.

Gramlich, Sebastian / Ionescu, Emanuel / Kirchner, Eckhard / Schäfer, Karsten / Schork, Stefan (2018): Vom Material zur Produktinnovation - Eine kritische Betrachtung der Innovationskette, Wiesbaden, 2018.

Hanefeld, Kaj (2018): Produktfreigabeverfahren: Anforderungen an Produkthersteller und Vertreiber, in: BaFin (Hrsg.), https://www.bafin.de/SharedDocs/Veroeffentlichungen/DE/Fachartikel/2018/fa_bj_1802_Produktfreigabe.html, Stand: 15.02.2018, abgerufen am 04.07.2018.

Hans, Christopher (2017): Mit der betrieblichen Einkommenssicherung bei Unternehmen punkten, in: AssCompact, Nr. 1, 2017, S. 26.

Hansemann, Jürgen (2006): Nürnberger Versicherungsgruppe - Neue Highlights im BU-Bereich, in: AssCompact, Nr. 2, 2006, S. 60.

Hansemann, Jürgen (2011): Kindervorsorge der Nürnberger überarbeitet, in: AssCompact, Nr. 3, 2011, S. 50.

Hansemann, Jürgen (2012): Moderne Rentenversicherungen mit Mehrwert, in: AssCompact, Nr. 3, 2012, S. 34.

- Hauschildt, Jürgen / Salomo, Sören (2011):** Innovationsmanagement, München, 5., überarbeitete, ergänzte und aktualisierte Auflage.
- Häusser, Ralph (2016):** Versicherungsschutz für höher deklarierte Lagerware, in: AssCompact, Nr. 7, 2016, S. 32.
- HDI Global SE (Hrsg.) (2018):** KControl – Web-Anwendung für Fuhrpark-Schadenmanagement, HDI Global SE, https://www.hdi.global/downloadcenter/DE_de/Fahrzeuge/flotte_und_fuhrpark/Highlightblatt_KControl_404-GI453_160122_01.pdf, abgerufen am: 19.07.2018.
- Hörner, Klaus (2014):** Individueller Schutz mit der Janitos Unfallversicherung, in: AssCompact, Nr. 4, 2014, S. 32.
- Institut für Versicherungswirtschaft Universität St. Gallen (Hrsg.) (2015):** Industrialisierung der Assekuranz in einer digitalen Welt, St. Gallen, 2015.
- Jacobus, Rainer (2012):** superia - Die junge Pflege, in: AssCompact, Nr. 3, 2012, S. 36.
- John, Klaus (2016):** Die Kindervorsorge in der Beratung, in: AssCompact, Nr. 11, 2016, S. 46.
- Junker, Jürgen (2014):** Neuer Haftpflichtschutz für das produzierende Gewerbe, in: AssCompact, Nr. 4, 2014, S. 38.
- Kamphans, Katja / Emmel, Manuela (2009):** Marsh erweitert Absicherung von Photovoltaik-Anlagen um eine Ertragsgarantie, dvb-Pressespiegel, http://www.deutsche-versicherungsboerse.de/pressespiegel/Marsh-erweitert-Absicherung-von-Photovoltaik-Anlagen-um-eine-Ertragsgarantie-ps_16033.html, Stand: 10.11.2009, abgerufen am: 19.07.2018.
- Klösel, Jennifer (2014):** Wenn eine BU zu viel kostet: Einkommensschutz für körperlich Tätige, in: AssCompact, Nr. 3, 2014, S. 34.
- Knoll, Stefan (2017):** Unfallversicherung neu gedacht - Einfache Produkte für den Vertrieb, in: AssCompact, Nr. 9, 2017, S. 40.
- Koch, Rolf / Mehlretter, Georg (2009):** BBV: Versicherungsprodukte für Krisenzeiten, in: AssCompact, Nr. 4, 2009, S. 36.
- Köhne, Thomas (1998):** Chancen und Grenzen der Produktpolitik im deregulierten Versicherungsmarkt, in: I.VW HSG Trendmonitor, Nr. 5, 1998, S. 2-10.
- Köhne, Thomas (2008):** Produktinnovationen in der Versicherungswirtschaft – Theoretische Grundlagen zur Analyse aktueller Praxisentwicklungen, in: Köhne, Thomas (Hrsg.): Produktinnovationen in der deutschen Versicherungswirtschaft, Karlsruhe, 2008, S. 1-39.
- Köhne, Thomas (2011):** Produktpolitik vor und nach der Deregulierung, in: Wagner, Fred (Hrsg.): Gabler Versicherungslexikon, Wiesbaden, S. 495-498.

Kopp, Franziska (2008): Produktneuerungen in der deutschen Versicherungswirtschaft nach der Deregulierung – Eine empirische Untersuchung des Zeitraums zwischen 1996 und 2005, in: Köhne, Thomas (Hrsg.): Produktinnovationen in der deutschen Versicherungswirtschaft, Karlsruhe, 2008, S. 41-76.

Kotalakidis, Nikos / Mueller, Florian / Naujoks, Henrik (2016): Digitalisierung der Versicherungswirtschaft: Die 18-Milliarden-Chance, München / Zurich, 2016.

KPMG AG (Hrsg.) (2018): Zukunft der Lebensversicherung – Insurance Thinking Ahead, o.O., 2018.

Labitzke, Christian (2016): Industrieversicherung – Untersuchung des Status Quo in Forschung und Fachliteratur, in: Berliner Schriften zur Versicherungswirtschaft, herausgegeben vom Institut für Versicherungswirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin, Nr. 8, Berlin, 2016.

Meffert, Heribert (1998): Marketing Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden, 8., vollständig neubearbeitete und erweiterte Auflage.

Meier, Peter (2009): NÜRNBERGER: Individueller Schutz für Unternehmen und gewerbliche Immobilien, in: AssCompact, Nr. 5, 2009, S. 54.

Michopoulos, Alexa (2015): Dialog Versicherung - Individualität statt pauschaler Merkmale, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 2, 2015, S. 12.

Mikosch, Carlheinz (2005): Industrieversicherungen – Eine Führung durch den Versicherungsdschungel, Wiesbaden, 2., vollständig erneuerte und erweiterte Auflage, 2005.

Müller-Peters, Horst / Völler, Michael (2014): Innovationen in der Versicherungswirtschaft, in: Forschung am IVW Köln, Köln.

Neininger, Meris (2006): Unfallversicherung - Im Alter mobil trotz Unfallfolgen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 10, 2006, S. 16.

Neininger, Meris (2007): Twinstar: Riestern mit Renditechance, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 6, 2007, S. 10.

Neininger, Meris (2008a): Dialog Lebensversicherungs-AG - Alle biometrischen Risiken günstig absichern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 4, 2008, S. 14.

Neininger, Meris (2008b): Nürnberger Versicherung - Eingeführtes Produkt mit vier neuen Komponenten, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 7, 2008, S. 12.

Neininger, Meris (2008c): Skandia Lebensversicherung - Investmentorientierung auch in der Verrentungsphase, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 8, 2008, S. 10.

Neininger, Meris (2008d): Zurich Gruppe Deutschland - Neue Dimension flexibler Fondspolicen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 9, 2008, S. 14.

Neininger, Meris (2008e): Swiss Life - Variable Annuities nach Schweizer Art, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 12, 2008, S. 12.

Neininger, Meris (2012a): Gothaer SBU - BU mit Familienbonus und optionalem Premiumtarif, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 9, 2012, S. 14.

Neininger, Meris (2012b): Barmenia SoloBU - Schutz bei Tätigkeitsverbot und Wiedereingliederungshilfe, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 10, 2012, S. 14.

Neininger, Meris (2015): Gothaer: Steuersparmodell mit Chance auf Überschussbeteiligung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 5, 2015, S. 11.

Neininger, Meris (2017a): Barmenia: Mehrwert Hausratversicherung - Umfänglich abgesichert und nachhaltig engagiert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 5, 2017, S. 12.

Neininger, Meris (2017b): Die Bayerische - Hohe Rendite und flexibel, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 7, 2017, S. 12.

Neininger, Meris (2017c): Markel International Deutschland - Ambulante Pflegedienste maßgeschneidert absichern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 7, 2017, S. 12.

Neininger, Meris / Rudolf, Bernhard (2015a): Allianz Komfort-Dynamik - Dynamik-Komponente mit hohem Aktienanteil, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 12, 2015, S. 12.

Neininger, Meris / Rudolf, Bernhard (2015b): Axa - Große Hilfe für kleine Betriebe, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 12, 2015, S. 11.

Neininger, Meris / Rudolf, Bernhard (2015c): Neue Versicherungsprodukte, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 12, 2015, S. 10.

Neininger, Meris / Rudolf, Bernhard (2015d): Volkswohl Bund Lebensversicherung - Bis zu 26 Prozent weniger zahlen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 12, 2015, S. 10.

Nicolas, Rainer (2012): Ersthelfer und Problemlöser: Das Zurich Assistance-Paket, in: AssCompact, Nr. 2, 2012, S. 42.

NTT Data Deutschland (Hrsg.) (2017): Trendstudie: Digitalisierung in der Versicherungsbranche – Betriebsmodelle auf dem Prüfstand, o.O, 2017.

o.V. (2006a): Steuervorteile auch im Alter nutzen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 1, 2006, S. 8.

o.V. (2006b): Punktet durch Freiheit und Flexibilität, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 1, 2006, S. 8.

o.V. (2006c): Gastkinder und Jetski versichert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 2, 2006, S. 7.

- o.V. (2006d):** Unfallversicherung für Senioren, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 2, 2006, S. 7.
- o.V. (2006e):** Rürup-Rente jetzt auch mit Todesfallschutz, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 2, 2006, S. 6.
- o.V. (2006f):** Mehr Sicherheit für Menschen ab 50, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 3, 2006, S. 10.
- o.V. (2006g):** Deutscher Ring: Mehr als ein finanzielles Trostpflaster nach dem Unfall - Interview mit Hartmut Mellinger, in: AssCompact, Nr. 3, 2006, S. 28.
- o.V. (2006h):** UKV mit neuen Pflegegeldtarifen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 4, 2006, S. 12.
- o.V. (2006i):** Pflegevorsorge im Huckepack, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 4, 2006, S. 12.
- o.V. (2006j):** Zielsparfonds für Sicherheitsorientierte, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 6, 2006, S. 12.
- o.V. (2006k):** Unfall-Rente mit Partnerrabatt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 6, 2006, S. 12.
- o.V. (2006l):** Zahn-Zusatzversicherung - Belohnung für frühzeitige Vorsorge, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 6, 2006, S. 14.
- o.V. (2006m):** Neuwertentschädigung - eins draufgesetzt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 7, 2006, S. 12.
- o.V. (2006n):** Absicherung bei Dienstunfähigkeit - Schutz für junge Beamte, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 7, 2006, S. 10.
- o.V. (2006o):** Hausrat gut versichert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 8, 2006, S. 11.
- o.V. (2006p):** Weniger Risiko für Heilberufler, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 8, 2006, S. 11.
- o.V. (2006q):** Kernleistungen einer PKV für Ostdeutsche, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 9, 2006, S. 10.
- o.V. (2006r):** Einkommen lebenslang sichern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 9, 2006, S. 10.
- o.V. (2006s):** Modulares Fondsinvestment, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 10, 2006, S. 14.
- o.V. (2006t):** Garantie im Doppelpack, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 10, 2006, S. 14.

- o.V. (2006u):** Doppelt geschützt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 11, 2006, S. 10.
- o.V. (2006v):** Übernimmt Versorgungszusagen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 12, 2006, S. 12.
- o.V. (2007a):** Allianz bietet länderübergreifende europäische Betriebsrente an - Interview mit Dr. Michael Hessling, in: AssCompact, Nr. 1, 2007, S. 24.
- o.V. (2007b):** Angriffe aus dem Internet abschmettern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 1, 2007, S. 10.
- o.V. (2007c):** AUXILIA mit neuer Tarifgeneration am Start - Interview mit Klaus Hellwig, in: AssCompact, Nr. 2, 2007, S. 40.
- o.V. (2007d):** Neue UBR gegen Einmalbeitrag, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 2, 2007, S. 11.
- o.V. (2007e):** Zeitwertkonto der Zurich, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 2, 2007, S. 11.
- o.V. (2007f):** Service auch für pflegebedürftige Partner, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 3, 2007, S. 10.
- o.V. (2007g):** VHV Variorente-Invest: Flexibilität groß geschrieben - Interview mit Lothar Herzog, in: AssCompact, Nr. 4, 2007, S. 52.
- o.V. (2007h):** Flexibler Steuerjoker als Rürup-Rente, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 4, 2007, S. 10.
- o.V. (2007i):** Kidnapping-Versicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 4, 2007, S. 10.
- o.V. (2007j):** Jetzt auch per Einmalbeitrag, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 6, 2007, S. 10.
- o.V. (2007k):** Weltweiter Rundum-Service, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 6, 2007, S. 10.
- o.V. (2007l):** Individuelle Finanzanlagen für die Generation 50 Plus, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 7, 2007, S. 10.
- o.V. (2007m):** Deckungskonzept für Fahrschulen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 7, 2007, S. 10.
- o.V. (2007n):** Liquiditätsschonend auslagern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 8, 2007, S. 10.
- o.V. (2007o):** Mit PTK immer die volle Leistung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 9, 2007, S. 12.
- o.V. (2007p):** "Mit-riestern" ab zehn Euro, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 9, 2007, S. 12.

- o.V. (2007q):** Geld sparen und Umwelt schützen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 10, 2007, S. 12.
- o.V. (2007r):** Fondsgebundene Rentenversicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 10, 2007, S. 12.
- o.V. (2007s):** Kostenfreier Leistungseinschluss, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 11, 2007, S. 12.
- o.V. (2007t):** Riester-Rente der dritten Generation, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 12, 2007, S. 10.
- o.V. (2007u):** PKV-Tarif für Einsteiger, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 12, 2007, S. 10.
- o.V. (2007v):** Aon versichert höhere Gewalt, in: AssCompact, Nr. 10, 2007, S. 27.
- o.V. (2007w):** DEURAG bietet Serviceleistung AuskunftPLUS an, in: AssCompact, Nr. 4, 2007, S. 25.
- o.V. (2008a):** Geld und gutes Gewissen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 1, 2008, S. 10.
- o.V. (2008b):** Schutz gegen Zahlungsmuffel, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 1, 2008, S. 10.
- o.V. (2008c):** Mit einheitlicher Struktur, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 2, 2008, S. 10.
- o.V. (2008d):** Siggi - das Multitalent, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 2, 2008, S. 10.
- o.V. (2008e):** Aufbau einer Altersvorsorge sichern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 3, 2008, S. 12.
- o.V. (2008f):** Unfallschutz mit Garantie, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 3, 2008, S. 12.
- o.V. (2008g):** Flexible Krankenversicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 4, 2008, S. 12.
- o.V. (2008h):** Mit Flatrate zur Garantierente, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 5, 2008, S. 14.
- o.V. (2008i):** Eine alternative Lösung für die Abgeltungssteuer, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 5, 2008, S. 14.
- o.V. (2008j):** KFZ-Umweltschadensversicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 6, 2008, S. 12.

- o.V. (2008k):** WÜBA Haftpflicht Premium: Maßgeschneiderte Versicherungslösung für mittelständische Produktions- und Handelsbetriebe - Interview mit Michael Bauer, in: AssCompact, Nr. 6, 2008, S. 52.
- o.V. (2008l):** Mannheimer: "Wir verkaufen keine Preise." - Interview mit Helmut Posch, in: AssCompact, Nr. 7, 2008, S. 36.
- o.V. (2008m):** Wie ein Privatpatient behandelt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 7, 2008, S. 10.
- o.V. (2008n):** Forderungsausfallversicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 7, 2008, S. 10.
- o.V. (2008o):** Zertifikatgebundene Rentenversicherung mit drei Anlageprofilen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 8, 2008, S. 8.
- o.V. (2008p):** CONSAL MaklerService: "Alte-Welt"-Tarife sind im Vorteil - Interview mit Thorsten Pulli, in: AssCompact, Nr. 8, 2008, S. 44.
- o.V. (2008q):** Rundum-Schutz für Bauern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 8, 2008, S. 8.
- o.V. (2008r):** Gut für Freiberufler, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 9, 2008, S. 13.
- o.V. (2008s):** Doppelte Absicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 9, 2008, S. 13.
- o.V. (2008t):** bAV und Konzepte für die Generation 50plus sind aktuelle Schwerpunkte der Allianz Leben - Interview mit Jörg Braun und Harald Boysen, in: AssCompact, Nr. 10, 2008, S. 54.
- o.V. (2008u):** Fondsgebundene Direktversicherung mit Beitragsgarantie, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 11, 2008, S. 12.
- o.V. (2008v):** NÜRNBERGER AutoVersicherung: "Mehr Qualität für gute Fahrt" - Interview mit Dr. Armin Zitzmann, in: AssCompact, Nr. 11, 2008, S. 48.
- o.V. (2008w):** D&O-Versicherung erweitert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 11, 2008, S. 13.
- o.V. (2009a):** Drei Leistungen in einem Paket, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 1, 2009, S. 12.
- o.V. (2009aa):** Alte Leipziger - Fondsrentenfamilie nun auch mit Garantien, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 9, 2009, S. 14.
- o.V. (2009ab):** Optimal abgesichert im Krankheitsfall, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 10, 2009, S. 14.
- o.V. (2009ac):** Privat und Gewerbe kombiniert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 10, 2009, S. 14.

- o.V. (2009ad):** Generali bietet jungen Leuten Sicherheit, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 11, 2009, S. 14.
- o.V. (2009ae):** Volkswohl Bund: Tarifstruktur Neu, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 11, 2009, S. 14.
- o.V. (2009af):** Kombideckung für Facility Management, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 12, 2009, S. 12.
- o.V. (2009b):** Schutz gegen schlechte Manager, in Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 1, 2009, S. 12.
- o.V. (2009c):** Sorglos in den Urlaub, in Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 2, 2009, S. 12.
- o.V. (2009d):** Zahlungsunfähige Versicherer, in Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 2, 2009, S. 12.
- o.V. (2009e):** Rechtzeitig Rechtsberatung einholen, in Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 3, 2009, S. 12.
- o.V. (2009f):** Hinterbliebenenabsicherung für drei Risikogruppen, in Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 3, 2009, S. 13.
- o.V. (2009g):** Schutz für Photovoltaikanlagen, in Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 3, 2009, S. 12.
- o.V. (2009h):** Vermögensschadenhaftpflicht auch für Wirtschaftsprüfer, in Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 3, 2009, S. 13.
- o.V. (2009i):** Rechtzeitig Rechtsberatung einholen, in Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 3, 2009, S. 12.
- o.V. (2009j):** Wahl zwischen drei Modellen, in Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 4, 2009, S. 12.
- o.V. (2009k):** Jetzt Standardtarif, in Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 4, 2009, S. 13.
- o.V. (2009l):** Lebenslange Rente mit variablem Beginn, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 4, 2009, S. 13.
- o.V. (2009m):** Wohn-Riester als Altersvorsorgeoption, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 4, 2009, S. 12.
- o.V. (2009n):** Multi-Rente auch für die ganz Kleinen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 5, 2009, S. 12.
- o.V. (2009o):** Schnelle Hilfe, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 5, 2009, S. 13.
- o.V. (2009p):** Kasko nun auch für die Gebrauchten, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 5, 2009, S. 13.

- o.V. (2009q):** ALTE LEIPZIGER führt fondsgebundene Riester-Rente der neuesten Generation ein - Interview mit Reinhard Kunz, in: AssCompact, Nr. 6, 2009, S. 48.
- o.V. (2009r):** Anlagekombi, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 6, 2009, S. 13.
- o.V. (2009s):** Grosse Sprünge für kleine Leute, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 6, 2009, S. 12.
- o.V. (2009t):** Reduzierter Aufwand, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 6, 2009, S. 12.
- o.V. (2009u):** Vorsorge mit Pflegebaustein, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 7, 2009, S. 12.
- o.V. (2009v):** Produktpalette wird erweitert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 8, 2009, S. 12.
- o.V. (2009w):** Damit Vermittler besser schlafen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 8, 2009, S. 13.
- o.V. (2009x):** Wenn Bello zubeißt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 8, 2009, S. 12.
- o.V. (2009y):** Flexibilität ist Trumpf bei der baV, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 8, 2009, S. 13.
- o.V. (2009z):** Württembergische- Genuss-Police für Bäcker und Metzger, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 8, 2009, S. 15.
- o.V. (2010a):** Für Artisten, Piloten und Maurer, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 1, 2010, S. 12.
- o.V. (2010b):** Hilfe, wenn es wirklich gefährlich wird, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 1, 2010, S. 12.
- o.V. (2010c):** Tarif optimiert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 2, 2010, S. 12.
- o.V. (2010d):** Entführungsrisiken auf Geschäftsreisen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 3, 2010, S. 12.
- o.V. (2010e):** Neue Zahnzusatzversicherungen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 3, 2010, S. 12.
- o.V. (2010f):** Rundum-Sorglos-Paket für die Zähne, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 4, 2010, S. 12.
- o.V. (2010g):** D&O für den Mittelstand, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 5, 2010, S. 14.
- o.V. (2010h):** Ergänzung der Leistungspalette, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 5, 2010, S. 15.

- o.V. (2010i):** "Sicherheit mit Dividende", in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 6, 2010, S. 12.
- o.V. (2010j):** Eine Versicherung für alle, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 6, 2010, S. 12.
- o.V. (2010k):** Familienfreundlich die Existenz sichern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 7, 2010, S. 12.
- o.V. (2010l):** Schutzbrief zur Überbrückung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 7, 2010, S. 12.
- o.V. (2010m):** Bei Rückruf versichert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 8, 2010, S. 12.
- o.V. (2010n):** Kfz-Rechtsschutz zum Niedrigpreis, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 8, 2010, S. 12.
- o.V. (2010o):** Differenzierter Schutz für Waldbesitzer, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 9, 2010, S. 13.
- o.V. (2010p):** Hilfe bei Arbeitslosigkeit, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 9, 2010, S. 13.
- o.V. (2010q):** Angebot zur Risikominimierung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 10, 2010, S. 12.
- o.V. (2010r):** Für Hilfebedürftige, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 10, 2010, S. 12.
- o.V. (2010s):** Für Besucher, die länger bleiben, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 11, 2010, S. 12.
- o.V. (2010t):** Für den Berufsnachwuchs, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 11, 2010, S. 12.
- o.V. (2010u):** Notfallkarte als Türöffner, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 12, 2010, S. 12.
- o.V. (2010v):** Umfassender Schutz in allen Lagen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 12, 2010, S. 12.
- o.V. (2011a):** Sorglos-Paket für Selbstständige, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 1, 2011, S. 10.
- o.V. (2011b):** Einsteigertarif in die Berufsunfähigkeits-Versicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 2, 2011, S. 12.
- o.V. (2011c):** Folgen von Mietnomaden abfedern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 3, 2011, S. 10.

- o.V. (2011d):** Kinderpolice mit mehreren Garantiestufen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 3, 2011, S. 10.
- o.V. (2011e):** Ablöseversicherung für Selbstbehalt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 5, 2011, S. 12.
- o.V. (2011f):** Sogar Geld für Nachhilfefehler, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 5, 2011, S. 12.
- o.V. (2011g):** Im Ernstfall Privatpatient, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 6, 2011, S. 12.
- o.V. (2011h):** Umfassende Leistungen bei Demenz, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 6, 2011, S. 12.
- o.V. (2011i):** Absicherung für Kinder, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 7, 2011, S. 12.
- o.V. (2011j):** Schutz für Campingmobile und Inventar, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 8, 2011, S. 12.
- o.V. (2011k):** Gegen Unfälle gewappnet sein, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 9, 2011, S. 14.
- o.V. (2011l):** Schutz für Kleinbetriebe, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 9, 2011, S. 15.
- o.V. (2011m):** Guter Schutz vor teuren Mietnomaden, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 10, 2011, S. 12.
- o.V. (2011n):** Hilfe bei traumatischem Erlebnis, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 10, 2011, S. 12.
- o.V. (2011o):** Bezahlbare Alternative, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 11, 2011, S. 12.
- o.V. (2011p):** Garantie auch nach der Garantie, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 11, 2011, S. 12.
- o.V. (2011q):** Damit das Studium weiterläuft, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 12, 2011, S. 12.
- o.V. (2011r):** Neuer Photovoltaik-Schutz, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 12, 2011, S. 12.
- o.V. (2012a):** Nachhaltigkeits-Portfolio, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 1, 2012, S. 12.
- o.V. (2012b):** Rechtsschutz für Singles und Co., in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 1, 2012, S. 12.

- o.V. (2012c):** Neuer Schutz für Landwirte, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 2, 2012, S. 12.
- o.V. (2012d):** Unterstützung für pflegende Mitarbeiter, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 3, 2012, S. 12.
- o.V. (2012e):** Mehrwert für Arbeitnehmer, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 4, 2012, S. 12.
- o.V. (2012f):** BU ohne Gesundheitsprüfung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 5, 2012, S. 10.
- o.V. (2012g):** AXA: Tarif für Humanmediziner, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 6, 2012, S. 10.
- o.V. (2012h):** Passende Antwort auf Garantiediskussion, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 7, 2012, S. 12.
- o.V. (2012i):** Hilfe für Kfz-Werkstätten, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 8, 2012, S. 12.
- o.V. (2012j):** Schutz für die Klein(st)en, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 8, 2012, S. 12.
- o.V. (2012k):** Neuauflage "Resale Protect" - Mehr Schutz für angehende Häuslebauer, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 9, 2012, S. 12.
- o.V. (2012l):** Vorsorge für Studis und Azubis, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 9, 2012, S. 12.
- o.V. (2012m):** Hohe Garantie-Rente mit Zusatzbausteinen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 10, 2012, S. 12.
- o.V. (2012n):** Leichter zum Kunden: GAP-Versicherungskonzepte von April, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 10, 2012, S. 12.
- o.V. (2012o):** Fuhrpark optimieren mit Telematik, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 12, 2012, S. 10.
- o.V. (2013a):** Schutz für Smartphones und Co., in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 1, 2013, S. 10.
- o.V. (2013b):** Zurich lanciert neuen Risikolebensversicherungstarif, in: AssCompact, Nr. 2, 2013, S. 34.
- o.V. (2013c):** Cyber-Sicherheit von Chubb, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 2, 2013, S. 10.
- o.V. (2013d):** Optimierte Zusatztarife, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 5, 2013, S. 10.

- o.V. (2013e):** Maximale Sicherheit für Kinder, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 7, 2013, S. 10.
- o.V. (2013f):** Gebäude und Hausrat neu gesichert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 8, 2013, S. 10.
- o.V. (2013g):** R+V-Konzept "Profil" für Firmen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 9, 2013, S. 10.
- o.V. (2013h):** Alte Leipziger gibt Vollgas in der Kfz-Versicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 11, 2013, S. 13.
- o.V. (2013i):** Neue Krankenzusatzprodukte, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 11, 2013, S. 12.
- o.V. (2013j):** Das Stufenkonzept der WWK, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 12, 2013, S. 10.
- o.V. (2013k):** Neue Risikoleben, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 12, 2013, S. 11.
- o.V. (2014a):** Neues Starterpaket für Kinder, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 1, 2014, S. 10.
- o.V. (2014b):** Alte Leipziger: Neue Risikoleben, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 1, 2014, S. 10.
- o.V. (2014c):** Cardea: Garantien frei wählbar, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 3, 2014, S. 12.
- o.V. (2014d):** Neuer Pflegezusatz: "OlgaFlex", in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 4, 2014, S. 10.
- o.V. (2014e):** Mehr Leistung im Pflegefall, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 5, 2014, S. 12.
- o.V. (2014f):** Absicherung für die Kleinen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 6, 2014, S. 12.
- o.V. (2014g):** Versicherungsschutz stark erweitert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 6, 2014, S. 12.
- o.V. (2014h):** Barmenia: Doppelte BU-Rente, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 7, 2014, S. 12.
- o.V. (2014i):** Schutz vor teuren Rostschäden, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 8, 2014, S. 12.
- o.V. (2014j):** Axa: neue Cyber-Versicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 10, 2014, S. 12.

o.V. (2014k): Neue Digitale Autoversicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 11, 2014, S. 12.

o.V. (2014l): Special - Die Preisträger, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 11, 2014, S. 43.

o.V. (2015a): Allianz - Neue Produktlinie "Best", in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 1, 2015, S. 10.

o.V. (2015b): Allianz erweitert Cyberversicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 2, 2015, S. 10.

o.V. (2015c): Basler baut Leistungsservice aus, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 2, 2015, S. 10.

o.V. (2015d): Basler macht Einbrechern Leben schwer, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 3, 2015, S. 12.

o.V. (2015e): Nürnberger erweitert Service, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 3, 2015, S. 12.

o.V. (2015f): Swiss Life - Vorteil im arbeitstäglichen Guthaben-Check, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 3, 2015, S. 14.

o.V. (2015g): Haftpflicht: Bestmöglicher Schutz, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 4, 2015, S. 12.

o.V. (2015h): Zurich: Schutzbrief für Grundfähigkeiten, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 4, 2015, S. 12.

o.V. (2015i): Alte Leipziger jetzt auch mit Pflegerente, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 5, 2015, S. 10.

o.V. (2015j): Barmenia - Lebenslanger Schutz im Pflegefall - BU inklusive, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 5, 2015, S. 12.

o.V. (2015k): Barmenia: Gliedertaxe nach Wunsch, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 6, 2015, S. 12.

o.V. (2015l): DFV mit neuem Pflegeprodukt-Konzept, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 6, 2015, S. 12.

o.V. (2015m): Volkswahl Bund - Nach oben offen - Verlust ausgeschlossen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 6, 2015, S. 14.

o.V. (2015n): Hallesche baut BKV aus, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 7, 2015, S. 12.

o.V. (2015o): Rundum-Schutz mit "Sicherheits-Plus", in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 7, 2015, S. 14.

o.V. (2015p): Sicherheit, Chancen, Steuern sparen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 7, 2015, S. 12.

o.V. (2015q): AXA gibt "Mobilitätsgarantie", in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 8, 2015, S. 12.

o.V. (2015r): Modulare Absicherung für Unternehmen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 8, 2015, S. 12.

o.V. (2015s): Deutsche Pflegeversicherung- Einfach, transparent und effektiv, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 9, 2015, S. 14.

o.V. (2015t): Die neue Risikoleben der Stuttgarter, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 9, 2015, S. 12.

o.V. (2015u): Neue Pferdetransport-Absicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 9, 2015, S. 12.

o.V. (2015v): Mit zehn Fragen zur Firmenversicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 10, 2015, S. 13.

o.V. (2015w): R+V versichert Mindestlohn-Verstöße, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 10, 2015, S. 12.

o.V. (2015x): Spezieller Schutz für Oldtimer, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 10, 2015, S. 12.

o.V. (2015y): Innovationsreport 2015 - Innovationspreis - Die Preisträger, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 11, 2015, S. 8-9.

o.V (2016a): Nürnberger - Dread Disease: Kapitalspritze bei schwerer Krankheit, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 4, 2016, S. 12.

o.V (2016b): Generali - "Smart Protect" schützt Digitales, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 5, 2016, S. 13.

o.V (2016c): Münchener Verein - "Deutsche Krebs-Versicherung" bietet Vorsorge und Soforthilfe, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 5, 2016, S. 13.

o.V (2016d): Württembergische / Risikoschutz für Existenzgründer, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 5, 2016, S. 12.

o.V (2016e): Allianz/ Vorsorge für Arbeitnehmer, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 6, 2016, S. 13.

o.V (2016f): Canada Life / Neue Tarifvarianten am Markt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 6, 2016, S. 12.

o.V (2016g): Allianz: Jetzt auch mit Telematik-Kfz-Tarif, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 7, 2016, S. 10.

- o.V (2016h):** Vermögensschadenhaftpflicht-Versicherung: Deckungskonzept erweitert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 7, 2016, S. 10.
- o.V (2016i):** Axa: "Performance Flex"- Den Rentenbezug flexibler gestalten, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 8, 2016, S. 14.
- o.V (2016j):** Barmenia/ Kasko - Absicherung für Drittfahrer, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 8, 2016, S. 12.
- o.V (2016k):** Generali- "Versicherung wird neu definiert“, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 8, 2016, S. 13.
- o.V (2016l):** Hiscox: Mehr Sicherheit für Onlineshops, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 8, 2016, S. 12.
- o.V (2016m):** Janitos - Mehr Leistungen bei Terror, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 9, 2016, S. 10.
- o.V (2016n):** Allianz / Derby Cycle - "Protect-a-bike" bietet Rundum-Schutz fürs E-Bike, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 10, 2016, S. 10.
- o.V (2016o):** Alte Leipziger: Motorrad-Police - Grobe Fahrlässigkeit mitversichert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 10, 2016, S. 11.
- o.V (2016p):** XL Catlin und VVDG - Neue Deckungen bei Terror/ Amok, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 10, 2016, S. 10.
- o.V. (2017a):** Ergo: Industrietochter soll im Ausland wachsen, VersicherungswirtschaftHeute, <http://versicherungswirtschaft-heute.de/Impressum>, Stand: 07.12.2017, abgerufen am: 04.07.2018.
- o.V (2017b):** Versicherung - Talanx forciert profitables Auslandsgeschäft, WirtschaftsWoche Online, <https://www.wiwo.de/unternehmen/versicherer/versicherung-talanx-forciert-profitables-auslandsgeschaeft/20622660.html>, Stand: 23.11.2017, abgerufen am: 04.07.2018.
- Paul, Ramona (2015):** Pflegefallschutz und weitere Absicherungen in einem Produkt, in: AssCompact, Nr. 12, 2015, S. 36.
- Petersen, Peter (2008):** DOMCURA mit neuer Produktlinie "Unfall ALL YOU NEED", in: AssCompact, Nr. 11, 2008, S. 44.
- Piechowiak, Norbert (2008):** Helvetia PrimeInvest Select - mehr als eine Abgeltungsteuer-Lösung, in: AssCompact, Nr. 8, 2008, S. 48.
- Prognos AG (Hrsg.) (2013):** Die Bedeutung der Versicherungswirtschaft für den Wirtschaftsstandort Deutschland - Auswirkungen auf die ökonomische Aktivität einer modernen Gesellschaft, o.O.
- Pytiak, Daniel (2011):** Gesundheitsprüfung ohne Arztbesuch bei der Risiko-Lebensversicherung, in: AssCompact, Nr. 11, 2011, S. 40.

Radtke, Michael (2008): Grundlagen der Kalkulation von Versicherungsprodukten in der Schaden- und Unfallversicherung, Karlsruhe.

Rapp, Bernhard (2008): Canada Life Rürup-Rente: Breite Kundengruppen im Fokus, in: AssCompact, Nr. 8, 2008, S. 46.

Rehse, Claus (2016): Seniorenunfallversicherung - auf die Details kommt es an, in: AssCompact, Nr. 12, 2016, S. 44.

Reiche, Lutz (2017): Lebensversicherer wollen Millionen Policen verkaufen - "Dieses Beben in der Lebensversicherung gefährdet die Vorsorge von mindestens 10 Millionen Menschen“, Manager Magazin Verlagsgesellschaft mbH, <http://www.manager-magazin.de/finanzen/versicherungen/generali-ergo-axa-was-lebensversicherte-bei-verkauf-tun-sollten-a-1170358.html>, Stand: 28.09.2017, abgerufen am 03.07.2017.

Reis, Markus (2009): MÜNCHENER VEREIN mit neuem Produkt-Portfolio in der PKV, in: AssCompact, Nr. 3, 2009, S. 46.

Reitschuster, Markus / Musialik, Karol (2015): Ein neues Unfallkonzept nach Art der Schadenversicherung, in: AssCompact, Nr. 7, 2015, S. 34.

Reitzler, Rainer (2007): Münchener Verein: MV Best Selection mit neuartiger Grundfähigkeits-Zusatzversicherung, in: AssCompact, Nr. 11, 2007, S. 36.

Reitzler, Rainer (2017): Zahnzusatzversicherung - Ein großer Markt mit Zukunft, in: AssCompact, Nr. 5, 2017, S. 42.

Rohwer, Jens-Uwe (2012): Pfl egetagegeld als Erweiterung zur Unfallversicherung, in: AssCompact, Nr. 9, 2012, S. 44.

Rudolf, Bernhard (2006a): Aspecta Individual.BU - Persönliche Betreuung inklusive, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 1, 2006, S. 10.

Rudolf, Bernhard (2006b): Ego young - Finanzierbarer BU-Schutz für Jüngere, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 4, 2006, S. 10.

Rudolf, Bernhard (2006c): Verdienst-Sicherungs-Programm - Leistungslöcher gezielt stopfen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 8, 2006, S. 10.

Rudolf, Bernhard (2006d): Risiko-Leben mit garantierten Beiträgen - Innovation pur - made in Ireland, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 9, 2006, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2006e): "Alfonds" - Flexibler kann ein Produkt kaum sein, in: Versicherungsmagazin, Jg. 53, Nr. 11, 2006, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2007a): BU plus life - Tarif motiviert zum Wiedereinstieg in den Beruf, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 1, 2007, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2007b): HDI-Gerling Leben - Rendite und Sicherheit aus beiden Töpfen naschen Zeitwertkonto der Zurich, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 4, 2007, S. 11.

Rudolf, Bernhard (2007c): Hallesche - Olga hilft im Pflegefall mit umfassender Assistance, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 6, 2007, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2007d): Zurich Investment Zertifikat - Das Beste aus der Banken- und Versicherungswelt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 9, 2007, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2007e): Internationale Krankenversicherung - Krankenversicherung ohne Grenzen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 10, 2007, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2008a): WWK BioRisk - BU-Absicherung - nach Bedarf maßgeschneidert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 1, 2008, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2008b): Förder Performer Rente - Riester-Rente mit britischem Investment-Know-how, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 5, 2008, S. 16.

Rudolf, Bernhard (2008c): Friends Plan - Ein Investmentkonzept für alle drei Schichten, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 6, 2008, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2008d): Moneymaxx - Flexible Lösungen für alle Lebenslagen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 55, Nr. 11, 2008, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2009a): Wüstenrot & Württembergische - Im Baukastenprinzip optimal absichern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 1, 2009, S. 13.

Rudolf, Bernhard (2009b): Allianz Lebensversicherungs-AG - Garantien sollen Kunden Angst vor Fondspolice nehmen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 4, 2009, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2009c): Provinzial Nord-West - Erhöhte Altersrente wegen Pflegebedürftigkeit abrufbar, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 5, 2009, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2009d): Helvetia Leben - Der Kunde bestimmt selbst das Garantieniveau, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 12, 2009, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2010a): Stuttgarter Lebensversicherung - Sauberes Produkt - geniales Vertriebskonzept, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 4, 2010, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2010b): WWK - Risikobudget des Kunden wird börsentäglich ermittelt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 9, 2010, S. 16.

Rudolf, Bernhard (2011a): Württembergische Krankenversicherung - Beste ambulante Versorgung bei schweren Krankheiten, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 2, 2011, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2011b): Zurich - Vorteile für Chefs, Meister, Fachwirte und Bürobedienstete, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 3, 2011, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2011c): Baloise Life AG - Einfach und nachvollziehbar in der Beratung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 5, 2011, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2011d): Swiss Life - Erfolg durch Entkopplung von Garantie und Investment, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 7, 2011, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2011e): Skandia - Service und Transparenz großgeschrieben, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 8, 2011, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2011f): Moneymaxx - Großer Gestaltungsspielraum bei der Absicherung fürs Kind, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 9, 2011, S. 15.

Rudolf, Bernhard (2011g): WWK - Pflegeabsicherung - flexibel und bedarfsgerecht, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 12, 2011, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2012a): Vollkasko für das Lieblingsstück, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 2, 2012, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2012b): TomTom goes Insurance, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 4, 2012, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2012c): Hallesche: Neuer Tarif "Vorsorge-plus", in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 6, 2012, S. 10.

Rudolf, Bernhard (2012d): Rhion Versicherungen - Schutz für jeden Vermieter vor Mietnomaden, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 6, 2012, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2012e): Steueroptimiert vorsorgen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 6, 2012, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2012f): Continentale - Innovatives Modell der Selbstbeteiligung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 7, 2012, S. 14.

Rudolf, Bernhard (2012g): Absicherung für ganzes Unternehmen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 11, 2012, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2012h): Neuer Vermieterschutz, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 11, 2012, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2012i): Axa - Ein Rundum-Service für alle Fälle, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 12, 2012, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2013a): cardea.life - Mit einem Produkt fünf Existenzrisiken absichern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 2, 2013, S. 12.

Rudolf, Bernhard (2013b): Mit "ProMama" gegen Frühgeburten, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 2, 2013, S. 10.

Rudolf, Bernhard (2013c): Deutsche Familienversicherung - Staatliche Pflegeversicherung und Pflege-Bahr gut ergänzen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 3, 2013, S. 12.

- Rudolf, Bernhard (2013d):** Ökologisch, sozial und ethisch, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 3, 2013, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2013e):** Arag - Schutz vor Cyber-Mobbing und Rufmord im Netz, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 4, 2013, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2013f):** Betriebsrente auch für Einzelpersonen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 5, 2013, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2013g):** LV 1871 - Auszahlungen je nach Kundenwunsch möglich, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 6, 2013, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2013h):** Neuer "Allianz PrivatSchutz" für Sach, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 7, 2013, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2013i):** Axa-Krankenschutz - auch international, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 8, 2013, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2013j):** Cardea.life: Jetzt auch Altersvorsorge, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 9, 2013, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2013k):** Axa: Neuer Schutz für Landwirte, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 11, 2013, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2013l):** Gothaer - Mit Drei-Topf-Hybrid gegen vier Existenzrisiken, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 11, 2013, S. 14.
- Rudolf, Bernhard (2013m):** Allianz setzt Baukasten-System fort, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 12, 2013, S. 11.
- Rudolf, Bernhard (2013n):** Basler: Ein Vertrag - doppelter Schutz, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 12, 2013, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2014a):** Jagdhaftpflicht-Versicherung erweitert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 1, 2014, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2014b):** Axa: Neue Cyber-Deckung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 2, 2014, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2014c):** Basler: Selbstständigen-Existenz sichern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 3, 2014, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2014d):** Württembergische Kranken - Pflege-Absicherung mit vielen Pluspunkten, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 3, 2014, S. 14.
- Rudolf, Bernhard (2014e):** Aegon - Zweifach-Vorteil: Anlage und Rentenversicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 4, 2014, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2014f):** Gothaer: Invalidität rundum absichern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 4, 2014, S. 10.

- Rudolf, Bernhard (2014g):** Neuer Schutz für Fahrräder und E-Bikes, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 5, 2014, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2014h):** Zurich - Biometrie-Absicherung über Arbeitgeber, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 5, 2014, S. 14.
- Rudolf, Bernhard (2014i):** Alte Leipziger - Rechtsschutz mit hohem Individualisierungsgrad, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 7, 2014, S. 14.
- Rudolf, Bernhard (2014j):** Axa: Schutz vor Verdienstaussfall, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 7, 2014, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2014k):** Alte Leipziger: Neue Privathaftpflicht, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 9, 2014, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2014l):** Transporterinhalt absichern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 10, 2014, S. 13.
- Rudolf, Bernhard (2014m):** Neuer Schutz für Industriebetriebe, in: Versicherungsmagazin, Jg. 61, Nr. 11, 2014, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2015a):** Swiss Life/ Alles Gute unter einem Dach, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 11, 2015, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2015b):** Axa- Sachschäden und Ertragsausfälle absichern, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 11, 2015, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2015c):** Basler/ Kinder-Vorsorge Invest: Drei in eins, in: Versicherungsmagazin, Jg. 62, Nr. 11, 2015, S. 13.
- Rudolf, Bernhard (2016a):** Allsecur - Online-Angebot wird ausgebaut, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 1, 2016, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2016b):** Helvetia - Damit die Apotheke gesund bleibt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 2, 2016, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2016c):** Axa: Boxflex - Solider Grundschatz plus individuelle Bausteine, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 3, 2016, S. 14.
- Rudolf, Bernhard (2016d):** Barmenia - Innovativer Probefahrten-Schutz, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 3, 2016, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2016e):** Stuttgarter - Neue Rentenversicherung mit Indexbeteiligung am Markt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 63, Nr. 3, 2016, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017a):** Ergo: PZU100 - Einfach und effektiv im Pflegefall abgesichert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 1, 2017, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017aa):** Alte Leipziger - Moderne Unfallversicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 12, 2017, S. 10.

- Rudolf, Bernhard (2017ab):** Axa - Gute Alternative zu einer Berufsunfähigkeits-Versicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 12, 2017, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2017b):** S-Direkt - (Teil-)Autonomes Fahren soll belohnt werden, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 1, 2017, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2017c):** DFV: Zahn-Schutz - Damit es beim Zahnarzt kein böses Erwachen gibt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 2, 2017, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017d):** Nürnberger - Schutzbrief für Wohnungen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 2, 2017, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2017e):** Zurich - Neues Garantieprodukt soll Niedrigzinsphase trotzen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 2, 2017, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2017f):** Axa - Mehr Leistung in BU-Absicherung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 3, 2017, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2017g):** Berufsunfähigkeits-Versicherung Secur-AL - Schluss mit der abstrakten Verweisung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 3, 2017, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017h):** Zurich- Damit der schönste Tag im Leben kein finanzielles Desaster wird, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 3, 2017, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2017i):** Generali Einfach Privat: Smart-Home und Versicherung kombiniert, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 4, 2017, S. 14.
- Rudolf, Bernhard (2017j):** Hiscox - Kombinations-Police speziell für Ärzte, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 4, 2017, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017k):** Stuttgarter: BU zahlt bei Arbeitsunfähigkeit, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 4, 2017, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017l):** Allianz - Einsteigerpaket für junge Leute und kleine Haushalte, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 5, 2017, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2017m):** Janitos - All-Inclusive-Paket für die Genesung im Krankenhaus, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 6, 2017, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017n):** Prokundo Unfallversicherung - Produkt bringt nach Unfall alles ins Gleichgewicht, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 6, 2017, S. 14.
- Rudolf, Bernhard (2017o):** R+V - Besserer Schutz für Elektro-Autos, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 6, 2017, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017p):** My Life Invest - Nettoprodukt bietet riesige Fondsauswahl, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 7, 2017, S. 14.
- Rudolf, Bernhard (2017q):** Allianz - Persönlicher Unfallberater hilft, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 8, 2017, S. 10.

- Rudolf, Bernhard (2017r):** Axa - Taxi-Joker ziehen statt Führerschein verlieren, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 8, 2017, S. 10.
- Rudolf, Bernhard (2017s):** LV 1871 Sterbegeld Plus - Kürzeste Wartezeit und ohne Gesundheitsprüfung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 8, 2017, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017t):** Basler - Uhrenversicherung mit Foto-Erkennung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 9, 2017, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017u):** WWK - Ertrag und Risiko gut verteilt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 9, 2017, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017v):** Deutsche Familienversicherung - Situative Unfallversicherung bietet bedarfsgerechten Schutz, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 10, 2017, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017w):** Friday - Kilometergenaue Abrechnung, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 10, 2017, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017x):** Gothaer Gewerbe Protect - Passgenauer Schutz für Gewerbetreibende, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 10, 2017, S. 14.
- Rudolf, Bernhard (2017y):** Chubb - Umfassendes Policenpaket, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 11, 2017, S. 12.
- Rudolf, Bernhard (2017z):** SDK: Vollversicherung - Kunde kann Flexibilität des Tarifs nutzen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 64, Nr. 11, 2017, S. 14.
- Samel, Volker (2017):** Mehrfach einfach - Hausratversicherung auf modern, in: AssCompact, Nr. 6, 2017, S. 54.
- Schmidt-Jochmann, Carsten / Thiele, Jürgen (2015):** Geschäftsmodell der KFZ-Versicherung im Umbruch, in: Roland Berger GmbH (2015): Studie der Roland Berger Strategy Consultants, Nr. 9, 2015.
- Schmidt-Kasperek, Uwe (2012):** Pferde-OP-Schutz: Allianz greift Uelzener an, Versicherungsmagazin, <https://www.versicherungsmagazin.de/rubriken/branche/pferde-op-schutz-allianz-greift-uelzener-an-1886736.html>, Stand: 10.07.2012, abgerufen am: 19.07.2018.
- Schmitz, Bernd (2014):** Neuer Gewerbeschutz für über 800 Betriebsarten, in: AssCompact, Nr. 8, 2014, S. 38.
- Schnitzler, Peter (2017):** Konsequente Digitalisierung in der Gewerbehaftpflichtversicherung, in: AssCompact, Nr. 10, 2017, S. 36.
- Schröder, Hans-Horst (2008):** Technologie- und Innovationsmanagement, in: Corsten, Hans / Reiß, Michael (Hrsg.): Betriebswirtschaftslehre, Band 2, München, 4. Auflage, S. 307-438.

- Schröder, Wolfgang (2006):** Signal Iduna: 2006 wird das Jahr der Innovationen, in: AssCompact, Nr. 4, 2006, S. 58-60.
- Schulz, Jürgen (2011):** Modulares Firmenkonzept der Zurich-Gruppe, in: AssCompact, Nr. 2, 2011, S. 40.
- See, Lothar (2015):** Neue Unfallversicherung von der Concordia, in: AssCompact, Nr. 4, 2015, S. 38.
- See, Lothar (2016):** Neues Hausratkonzept soll es Vermittlern leichter machen, in: AssCompact, Nr. 8, 2016, S. 32.
- Senger, Frank (2014):** Finanzieller Schutz vor Internetkriminalität für Privatpersonen, in: AssCompact, Nr. 7, 2014, S. 42.
- Spiegler, Daniel (2017):** MS Amlin startet mit Gruppenunfallschutz ins digitale Zeitalter, in: AssCompact, Nr. 11, 2017, S. 52.
- Stölzner, Matthias (2014):** Bausteinprinzip jetzt auch in der Zahnvorsorge, in: AssCompact, Nr. 9, 2014, S. 26.
- Swiss Re (Hrsg.) (2011):** Produktinnovation in der Nichtlebensversicherung - Von kleinen und grossen Innovationen, in: sigma, Nr. 4, 2011.
- Thommen, Jean-Paul / Achleitner, Ann-Kristin / Gilbert, Dirk Ulrich / Hachmeister, Dirk / Kaiser, Gernot (2017):** Allgemeine Betriebswirtschaftslehre - Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Wiesbaden, 8., vollständig überarbeitete Auflage, 2017.
- Verband der Privaten Krankenversicherung e.V. (Hrsg.) (2016):** Zahlenbericht der Privaten Krankenversicherung 2016, Berlin / Köln, 2016.
- VF Verlagsgesellschaft mbH / VDA e.V. (Hrsg.) (2017):** Der Oldtimer-Markt in Deutschland – Eine Untersuchung zum Besitz und Umgang mit klassischen Autos und Motorrädern, zu Informationsinteressen und zur Mediennutzung, o.O, 2017.
- Vielreicher, Peter (1995):** Produktinnovationsmanagement in Versicherungsunternehmen, Diss., Institut für Betriebswirtschaftliche Risikoforschung und Versicherungswirtschaft der Ludwig- Maximilians-Universität, München, 1995.
- Wagner, Claudia (2011):** ERGO Balance Protect: Gezielte Hilfe bei traumatischen Ereignissen, dvb-Pressespiegel, http://www.deutsche-versicherungsboerse.de/pressespiegel/ERGO-Balance-Protect-Gezielte-Hilfe-bei-traumatischen-Ereignissen-ps_22899.html, Stand: 11.8.2011, abgerufen am: 19.07.2018.
- Wagner, Fred (Hrsg.) (2017):** Gabler Versicherungslexikon, Wiesbaden, 2. Auflage, 2017.
- Wagner, Gert (2009):** Swiss Life: Ein Produkt für Investment und Vorsorgeplanung, in: AssCompact, Nr. 4, 2009, S. 38.

Waldschmidt, Sven (2015): Alte Leipziger aktualisiert gewerbliche Sachversicherung, in: AssCompact, Nr. 2, 2015, S. 34.

Weyerstall, Nicole (2007): AIG EUROPE bringt einzigartiges Deckungskonzept zum Schutz bei Industriespionage auf den Markt, dvb-Pressespiegel, http://www.deutsche-versicherungsboerse.de/pressespiegel/AIG-EUROPE-bringt-einzigartiges-Deckungskonzept-zum-Schutz-bei-Industriespionage-auf-den-Markt-ps_6829.html, Stand: 3.12.2007, abgerufen am: 19.07.2018.

Willis GmbH & Co. KG (Hrsg.) (2012): WILLIS HOTEL REPUTATION PROTECTION 2.0, Willis, http://www.willis.com/Subsites/Germany/documents/Freizeitindustrie/Flyer_Hotel%20Reputation%20Protection_Jan12.pdf, Stand: 01.2012, abgerufen am: 19.07.2018.

Willwert, Dietmar / Unterkofler, Markus (2016): Produktinnovation Krebsabsicherung: Weniger kann auch mehr sein, in: AssCompact, Nr. 10, 2016, S. 36.

Witte, Stephan (2007): Tarife überarbeitet, in: Versicherungsmagazin, Jg. 54, Nr. 8, 2007, S. 10.

Witte, Stephan (2009a): Inter-Risk - Unfalltarif mit teuren Extras, aber solider Kalkulation, in Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 3, 2009, S. 16.

Witte, Stephan (2009b): Nürnberger Versicherung - EBU schützt vor Versorgungslücke, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 6, 2009, S. 14.

Witte, Stephan (2009c): Volkswohl Bund- Berufsunfähigkeitsschutz mit Sternequalität, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 8, 2009, S. 14.

Witte, Stephan (2009d): VHV Allgemeine - Nur das wählen, was man wirklich braucht, in: Versicherungsmagazin, Jg. 56, Nr. 11, 2009, S. 16.

Witte, Stephan (2010a): Dialog Versicherung - Mit "RISK-vario" flexibel auf alles vorbereitet sein, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 2, 2010, S. 14.

Witte, Stephan (2010b): Konzept & Marketing - Allgefahrendeckung mit frei wählbarer Courtage, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 3, 2010, S. 14.

Witte, Stephan (2010c): VHV - Es geht auch ohne den Mitwirkungsanteil, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 8, 2010, S. 14.

Witte, Stephan (2010d): InterRisk - Bedingungen sind weit über dem Durchschnitt, in: Versicherungsmagazin, Jg. 57, Nr. 12, 2010, S. 14.

Witte, Stephan (2011a): R+V Krankenversicherung AG - Neue Standards im PKV-Hochleistungssegment, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 1, 2011, S. 13.

Witte, Stephan (2011b): Inter-Risk - Damit Pferde und Kutscher nicht finanziell baden gehen, in: Versicherungsmagazin, Jg. 58, Nr. 6, 2011, S. 14.

Witte, Stephan (2012a): SDK - Höchste Flexibilität bei gutem Preis-Leistungs-Verhältnis, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 3, 2012, S. 13.

Witte, Stephan (2012b): LV 1871 - Wie man Vorsorgeverträge besser schützen kann, in: Versicherungsmagazin, Jg. 59, Nr. 4, 2012, S. 14.

Witte, Stephan (2013): Volkswohl Bund - Die neue BU mit der Absicherung im Pflegefall, in: Versicherungsmagazin, Jg. 60, Nr. 5, 2013, S. 12.

Anhang

Tabelle 7: Anzahl der Produktneuerungen in der Lebensversicherung im Privatkundensegment nach Versicherungszweigen 79

Exemplarische Darstellung der inhaltlichen Logik der Einteilung von Produktneuerungen zu der Kategorie der Produktinnovationen 80

Tabelle 7: Anzahl der Produktneuerungen in der Lebensversicherung im Privatkundensegment nach Versicherungszweigen

Versicherungszweig	Innovationen	Modifikationen	Gesamt
Altersvorsorge	1	6	7
Ausbildungsversicherung	1	1	2
Basisrente	0	10	10
Betriebliche Arbeitsunfähigkeitsversicherung	1	0	1
Betriebliche Altersvorsorge	4	54	58
Berufsunfähigkeitsversicherung	4	90	94
Bündelprodukt	0	11	11
Dienstunfähigkeitsversicherung	0	3	3
Dread Disease Versicherung	0	3	3
Ergänzungsprodukt	0	1	1
Erwerbsunfähigkeitsversicherung	0	3	3
fondsgebundene Berufsunfähigkeitsversicherung	0	3	3
fondsgebundene Pflegerentenversicherung	1	1	2
fondsgebundene Rentenversicherung	2	193	195
Grundfähigkeitsversicherung	0	6	6
Hybridprodukt	1	5	6
Immobilien-Rente	1	0	1
indexgebundene Rentenversicherung	0	7	7
klassische Rentenversicherung	2	18	20
Lebensversicherung	0	3	3
Pensionsfonds	0	1	1
Pensionskasse	0	1	1
Pflegerentenversicherung	2	28	30
Pflegeitagegeldversicherung	0	1	1
Riester-Rente	1	11	12
Risikolebensversicherung	2	26	28
Service/ Assistance	1	6	7
Sportunfähigkeitsversicherung	0	1	1
Sterbegeldversicherung	1	6	7
Variable Annuities-Produkt	0	7	7
Lebensversicherungs-Sparplan	0	1	1
zertifikatgebundene Rentenversicherung	0	3	3
Gesamt	25	510	535

Quelle: Eigene Darstellung

Exemplarische Darstellung der inhaltlichen Logik der Einteilung von Produktneuerungen zu der Kategorie der Produktinnovationen

Tabelle 17: Produktinnovation Vertragsstrafenversicherung der Aon Risk Solutions

Name des Versicherungsunternehmens: Aon Risk Solutions		
Name des Produkts: Vertragsstrafenversicherung		
Lfd. Nr. in der Gesamtliste: 155	Jahr: 2010	Zielgruppe: Bauunternehmer und Anlagenbauer
Beschreibung des Produkts: Das Produkt stellt eine Absicherung gegen Vertragsstrafen für Bauunternehmer und Anlagenbauer dar. Diese können sich dagegen versichern, dass ihre Arbeiter zu langsam arbeiten, ein Unwetter den Bau verzögert oder durch fehlende Bauteile das Projekt nicht pünktlich fertig wird. Die Versicherung entschädigt Vertragsstrafen bis zu 100 Mio. US-Dollar (ca. 74 Mio. Euro), die aus dem Verzug oder Mängeln bei Bauprojekten resultieren. Der Versicherer leistet die Entschädigung, egal aus welchem Grund die Vertragsstrafe fällig wird – solange nicht ein im Versicherungsvertrag ausdrücklich genannter Ausschlussbestand vorliegt.		
Neue Nutzenkomponente: Es liegt eine kundenorientierte Innovation in der Form vor, dass durch die Absicherung aller Vertragsstrafen ohne der Überprüfung des Grundes ein neuer versicherter Bereich geschaffen wird.		

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an: o.V. (2007v), S. 27.

Tabelle 18: Produktinnovation AuskunftPLUS der DEURAG Deutsche Rechtsschutz-Versicherung AG

Name des Versicherungsunternehmens: DEURAG Deutsche Rechtsschutz-Versicherung AG		
Name des Produkts: AuskunftPLUS		
Lfd. Nr. in der Gesamtliste: 593	Jahr: 2007	Zielgruppe: Gewerbetreibende/ KMU
Beschreibung des Produkts: Mit AuskunftPLUS hat jeder Gewerbetreibende mit bestehendem Rechtsschutzvertrag die Möglichkeit, ohne Mehrbeitrag professionelle Wirtschaftsauskünfte einzuholen. Die Erteilung der Wirtschaftsauskünfte erfolgt durch die Wirtschaftsauskunftei BÜRCEL.		
Neue Nutzenkomponente: Die kundenorientierte Innovation liegt in einer Ergänzung der finanziellen Vorsorge durch Beratungsleistungen. Hierdurch kann das Risiko von Forderungsausfällen gesenkt und der Ertrag erhöht werden.		

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an: o.V. (2007w), S. 25.