

# Produktneuheiten angekündigt

**Dialog Leben** | *Eigene Rolle im Generali-Konzern*

**W**ährend in großen Teilen der Versicherungsbranche die Stimmung eher gedämpft ist, sieht die Dialog Lebensversicherungs-AG, Augsburg, gute Marktchancen. Seit der Neuausrichtung vor vier Jahren bezeichnet sich das Unternehmen als „Spezialist für biometrische Risiken“, damit sind Todesfall, Berufsunfähigkeit und Langlebigkeit gemeint. Die Gesellschaft vermittelt ihre Produkte ausschließlich über Makler. Mit Produktinnovationen, einer Intensivierung des Vertriebs und einer Expansion des Auslandsgeschäfts will die Dialog ihre Position weiter ausbauen.

Die Dialog gehört zur AMB Generali, die wiederum eine Tochtergesellschaft der Assicurazioni Generali ist, einer der größten Versicherungsgesellschaften weltweit. Der Generali-Konzern ordnet derzeit seine Aktivitäten in Deutschland neu. Im Zusammenhang damit stand auch die Selbstständigkeit der Dialog auf dem Prüfstand, berichtete Rüdiger R. Burchardi, Vorstand der Dialog Lebensversicherungs-AG. Aufgrund der speziellen Vertriebsausrichtung und der schlanken Aufstellung hätte ein Zusammenschluss aber wenig Synergien ergeben. Auch sei die Dialog „eine Renditeperle“ (Burchardi) im Konzern.

Nun kann die Dialog also in Ruhe ihre Expansionsstrategie forcieren. Bei den Produkten konzentriert sich die Dialog auf individuell anpassbare Angebote mit Alleinstellungsmerkmalen. Bei den Risikolebensversicherungen, der „Brot-und-Butter-

Sparte“ (Burchardi) des Unternehmens, die 90% des Neugeschäfts ausmacht, stehen etwa 25 Tarifvarianten zur Verfügung. Von Raucher- über Nichtraucher-Policen bis zu verschiedenen Möglichkeiten beim Summenverlauf kann die Dialog viele Varianten anbieten. Als einziges Unternehmen am Markt offeriert die Dialog beispielsweise Sammel-Risikolebensversicherungen für bis zu neun Personen an, die günstiger sind als Einzelverträge.

Im vergangenen Jahr hat die Dialog ein neuartiges Produkt eingeführt, das Biometrische Optimierungsmodell (BOM). Damit können alle Risiken auf einmal abgedeckt werden. Der Vorsorgeschutz umfasst die Existenz-, die Familien- und die Altersvorsorge. Der Clou dabei: Die Berufsunfähigkeitsversicherung und die Risikoversicherung sind Tarife, die mit einer einjährigen Laufzeit kalkuliert sind. Die Beiträge dafür sind in jungen Jahren relativ niedrig und steigen erst mit der Zeit an. Jungen Familien und Berufseinsteigern mit einem relativ niedrigen Einkommen bleibt damit mehr Geld für den Aufbau einer privaten Altersvorsorge übrig.

In diesem Jahr sind weitere Neuheiten geplant. In Vorbereitung sei eine Risikolebensversicherung „mit einem deutlich verbesserten Preis-/Leistungsverhältnis“, führte Burchardi aus. Außerdem soll eine Versicherung eingeführt werden, die beim Verlust von Grundfähigkeiten wie Laufen, Sehen oder Sprechen eintritt. Solche Policen sind in angelsächsischen Ländern relativ weit

verbreitet. Diese Problemlösungen liegen preislich unter der Berufsunfähigkeitsversicherung.

## Erhöhung des Marktanteils

Was den Vertrieb betrifft, hat die Dialog mit insgesamt 15 000 Vertriebspartnern – Einzelmakler, Pools, Mehrfachagenten, Kreditinstitute und unabhängige Vertriebsorganisationen – bereits eine hohe Marktdeckung erreicht. Ziel ist es nun, bestehende Verbindungen zu intensivieren und Partner, die bislang keine Geschäftsabschlüsse mit der Dialog getätigt haben, zu aktivieren. Dafür wurde die Betreuung für die Vertriebspartner verbessert und personell intensiviert.

Regional will die Dialog Leben vor allem ihre erfolgreiche Expansion in Österreich weiter ausbauen. Im vergangenen Jahr lag der Umsatzanteil der Alpenrepublik bei 30%, in diesem Jahr soll er auf mindestens 35% erhöht werden. Der Start in anderen Ländern ist der Dialog dagegen verwehrt, weil dort schon andere Generali-Töchter aktiv sind.

Mit dieser Aufstellung hat die Dialog in den vergangenen vier Jahren seit der Neuausrichtung als biometrischer Versicherer über dem Markt liegende Ergebnisse erzielt. Im Jahr 2007 erhöhte sich die Beitragssumme um 3,4% auf 560,39 Mio. Euro, während die Branche einen Rückgang von 3,5% hinnehmen musste. Der Marktanteil des Hauptumsatzträgers, der Risikolebensversicherung, stieg auf 6,69 (6,43) %. *hp*