

Zusammenfassung / Summary

<u>I.</u>	<u>Entwicklung und Struktur der Versicherungsbranche</u>	1
1.	Volkswirtschaftliche Bedeutung der privatwirtschaftlichen Assekuranz: Wichtigste Kapitalsammelstelle neben Banken/Sparkassen	1
2.	Marktentwicklung: Bisher kaum Auswirkungen der konjunkturellen Talfahrt	3
3.	Längerfristige Perspektiven der Versicherungswirtschaft: Optimismus prägt das Bild	5
4.	Struktur der Versicherungswirtschaft: Lebensversicherung wichtigstes Geschäftsfeld der privaten Assekuranz	8
5.	Versicherungsunternehmen: Deutliche Zunahme der Anbieter von Versicherungen	11
6.	Ausländische Versicherer in der Bundesrepublik: Marktanteil ging 1991 zurück	13
7.	Konzentration und große Versicherungsunternehmen: Bisher relativ geringe Konzentration in Deutschland	14
8.	EG-Binnenmarkt: Dienstleistungsfreiheit ab Mitte 1992	17
<u>II.</u>	<u>Die wichtigsten Versicherungssparten</u>	18
1.	<u>Lebensversicherungen</u>	18
1.1	Struktur des Lebensversicherungs-Geschäftes nach Prämienvolumen: Hohe Zuwachsraten bei der privaten Rentenversicherung	18
1.2	Neugeschäft: Absatzimpulse aus der Pflegerentenversicherung erwartet	20
1.3	Die Lebensversicherung als Vermögensbildung: Konkurrenz zum Banksparen	23
1.4	Die größten Lebensversicherer: Deutsche Bank-Gruppe schiebt sich unter die führenden Anbieter	26
2.	<u>Krankenversicherung</u>	28
2.1	Struktur und Bedeutung der privaten Krankenversicherung: Nur 8% der Bundesbürger sind privat vollversichert	28
2.2	Entwicklung der Privat-Versicherten: Hohe Zuwächse in Ost und West bei den Vollversicherten	31
2.3	Die führenden Unternehmen der privaten Krankenversicherung: DKV, Vereinte und Debeka bilden das Führungstrio	34
2.4	Gesetzliche Krankenversicherung: Deutlich Zunahme der freiwilligen Mitglieder	35
3.	<u>Schaden- und Unfallversicherungen</u>	38
3.1	Entwicklung der Branche: Hohe Schadenssummen wegen Diebstahl und Katastrophen	38
3.2	HUKR-Versicherungen: Verlustbringer Vollkasko	40
3.3	Sachversicherungen: Hohes Volumen an Hausratversicherungen	42
3.4	Führende Unternehmen der Schaden- und Unfallversicherung: Teilweise hohe Marktanteile öffentlicher Versicherer	44
<u>III.</u>	<u>Vertrieb und Werbung</u>	46
1.	Trends im Verbraucherverhalten: Rund-um-Versicherung wird schwieriger	46
2.	Vertrieb und Allfinanz: Unternehmensfremde Vertriebskanäle gewinnen an Bedeutung	47
3.	Werbung: Gesetzliche Krankenkassen intensivieren Werbeaktivitäten	49

VI.	<u>Zielgruppen im Versicherungsmarkt</u>	54
1.	Informationsinteresse und Vorsorgebedürfnis: Geringe Bedeutung des Motivs Risikoabsicherung in Ostdeutschland	54
2.	Lebensversicherungen: Trotz hoher Haushaltsausstattung weitere Zuwachspotentiale	58
3.	Haftpflicht-, Unfall- und Hausratversicherung: Rückläufige Tendenz bei der Hausratversicherung	61
4.	Rechtsschutz- und Kfz-Versicherung: Vollkasko in Ostdeutschland übertrifft inzwischen Westniveau	62
5.	Private Krankenversicherung: Nur Anteil der Zusatzversicherten steigt	65
Anhang 1: Zielgruppenstruktur Informationsinteresse und Vorsorgebedürfnis		69
Anhang 2: Zielgruppenstruktur Lebens-, Haftpflicht-, Unfall- und Hausratversicherung		70
Anhang 3: Zielgruppenstruktur Rechtsschutz-, Kfz- und Private Krankenversicherung		71
Anhang 4: Ausstattung und Wachstumspotentiale in ausgewählten Großstädten		72