



Die Wiederanlage geht nicht  
am Ablauftermin verloren –  
sondern davor

# Agenda

- Intro
- Bad Practice
- Wiederanlage-GPS
- New Universal Life

Hilfe beachten Sie den Disclaimer und die Quellenangaben

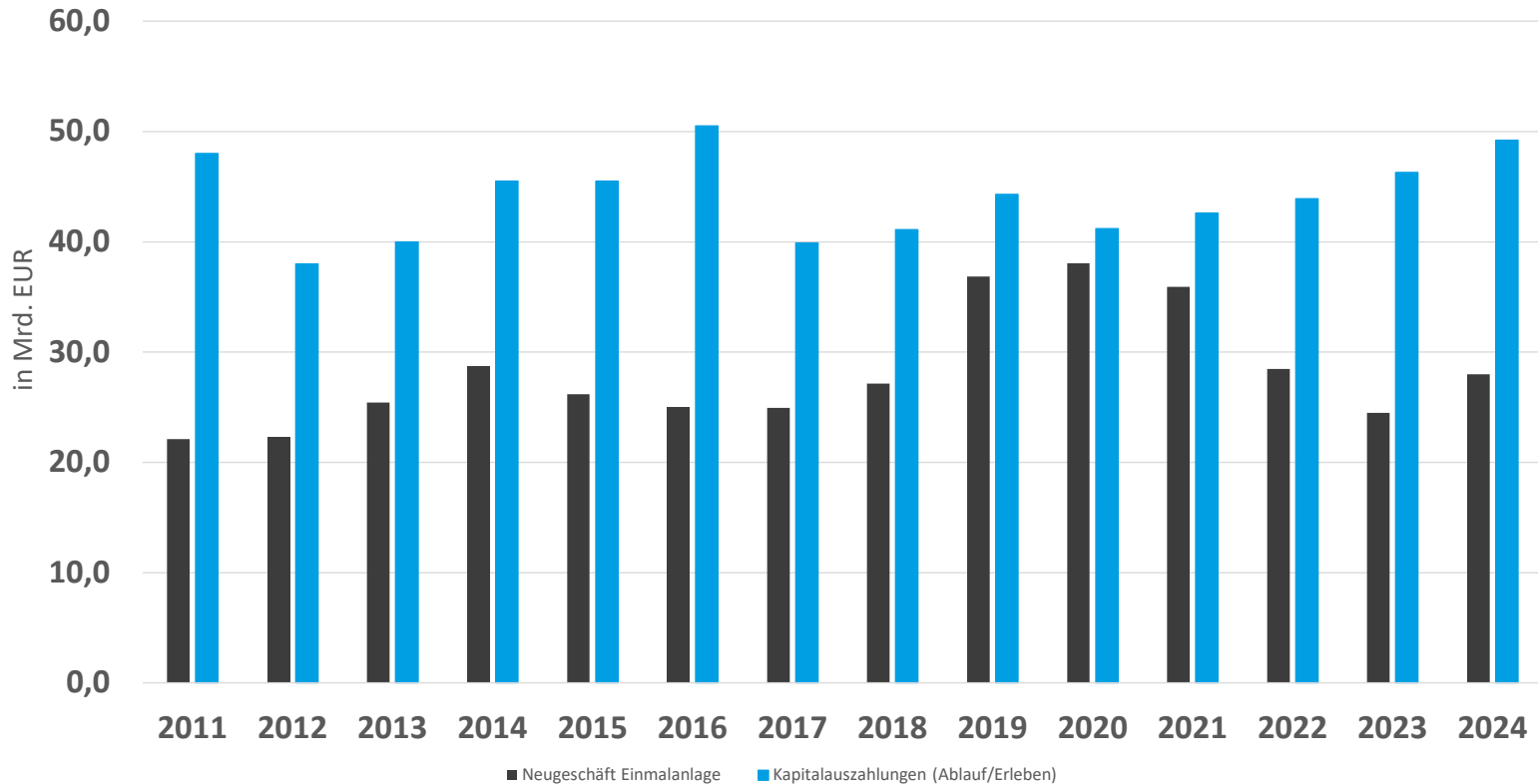
# Intro



# Intro | Wo steht die LV-Branche?

- ETF-Sparplan hat das Spielfeld des ratierlichen Sparens bereits nachhaltig verändert; das Altersvorsorgedepot wird auch seinen Beitrag dazu leisten
- Einmalbeiträge bleiben hoch-volatil und sind selbst in guten Jahren teils deutlich unterhalb des Ablaufvolumens
  - Unternehmens-Vergleich der Jahre 2015 bis 2024 finden Sie (z.B.) hier: <https://new-insurance-business.com/topical/das-neugeschaft-mit-der-einmalanlage-der-deutschen-lebensversicherer/>
- Die Kundenschnittstelle scheint den Lebensversicherern zunehmend verloren zu gehen, aber – kritisch nachgefragt – war sie denn jemals wirklich gut besetzt?
- Und die Ablaufwelle rollt einfach weiter: hunderte Milliarden Euro suchen in den nächsten Jahren eine neue Heimat

# Intro | Ablaufvolumen vs. Einmalanlage



Bitte beachten Sie den Disclaimer und die Quellenangaben!

# Intro | Wiederanlage, warum jetzt?

- Der Fokus verschiebt sich vom Ansparen zum Entsparen und vom einzelnen Produkt zu einem ganzheitlichen «Finanz-System»
- Der «Ablaufmoment» ist eigentlich gar kein Ende, sondern eine strategische Weggabelung auf einer viel längeren Reise
- Wiederanlage ist ...
  - ... nicht einfach nur ein Anschlussgeschäft,
  - ... eigentlich ein naheliegendes Neugeschäft,
  - ... vor allem ein Zeitpunkt für eine Vermögensneuordnung (Stichwort «Ruhestandsplanung»), und
  - ... ein zentrales Element für das zukünftige Einmalbeitragsgeschäft und für das Entsparen – und deshalb für einen Lebensversicherer eine grosse Chance

# Bad Practice



Bitte beachten Sie den Disclaimer und die Quellenangaben!

# Bad Practice

Monitoring /  
KPIs fehlen

keine Analyse des bisherigen  
(Miss-)Erfolgs

Prozess am  
Reißbrett entwickelt

ein Prozess für alle

laufende  
Prozesskosmetik

Koordination der  
Aktivitäten fehlt

Staffelstab-  
Modus

fehlender  
Kundenkontakt

keine  
Kunden-Segmentierung

kein passendes Produkt

Gießkanne  
statt Relevanz

ein Produkt für alle

Vertrieb wird nicht gut  
unterstützt

keine klare  
Verantwortung

Kunde vor Jahren  
schon «verloren»

Silodenken  
der Bereiche

# Wiederanlage-GPS



Bitte beachten Sie den Disclaimer und die Quellenangaben!



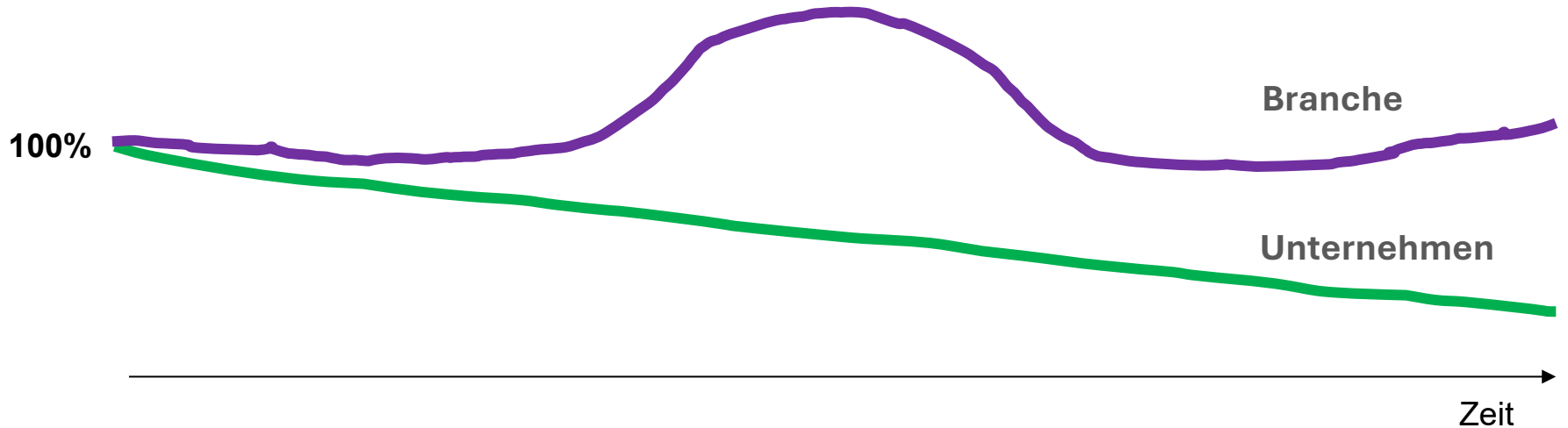
**G**  
**Governance**

# Governance

- Verantwortung & Ownership
- Zielbild & strategische Einordnung
- Monitoring & Analyse
- Ziele & Steuerung

# Governance | Monitoring & Analyse

- Bisherige Wiederanlagequote (Illustration)



Nach Vertriebsweg?

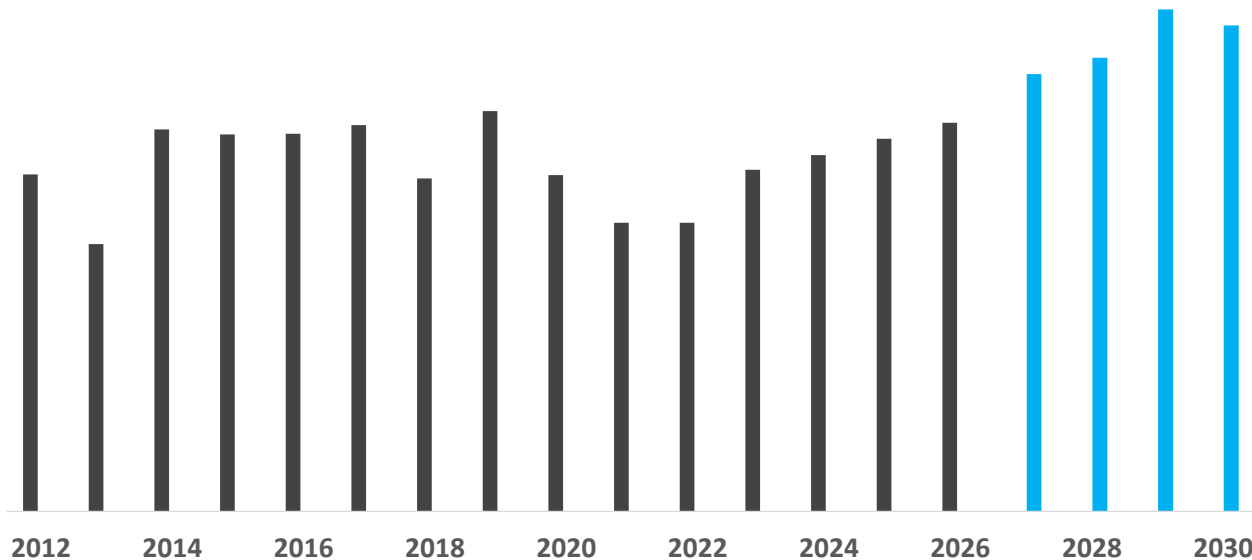
Nach Direktion?

...?

Bitte beachten Sie den Disclaimer und die Quellenangaben!

# Governance | Monitoring & Analyse

- Ablaufvolumen in den nächsten Jahren



Nach Vertriebsweg?

Nach Direktion?

Nach Vermittler?

Unbetreut?

Nach Monat?

Nach Volumen?

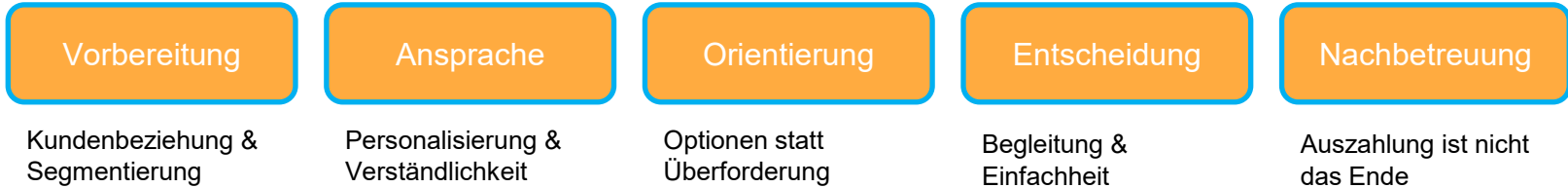
Nach Endalter?



**P**  
**Process**

# Process

- Gesamtheit der Interaktionen auf der Kundenreise («Kundenkontaktlogik»): eher distinktive Prozessschritte als einzelne Kontaktpunkte



**Wiederanlage ist ein orchestrierter Prozess.**



**P**  
**Products**

# Products

- Weisse Flecken im Produktuniversum
- Produktentwicklung & Geschwindigkeit

# Products | Weisse Flecken im Produktuniversum

**Sparen &  
Investieren**

**Parken**

**Entsparen &  
Konsumieren**

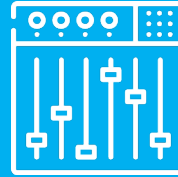
**Risikovorsorge**

# Products | Produktentwicklung & Geschwindigkeit



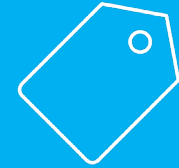
## Do-It-Yourself

volle Kontrolle | tendenziell  
sehr langsam | okay, wenn  
Prozesse, Systeme und  
Knowhow bereits optimiert  
sind



## Mischformen

flexibel auf Unternehmen  
und Situation anpassbar |  
beliebig zwischen «Do-It-  
Yourself» und «Full-White-  
Label» justierbar



## Full-White-Label\*

sehr schnell | wenig interner  
Aufwand | ideal, für  
Markttests und flüchtige  
Opportunitäten | hohe  
Abhängigkeit zum Partner

\* auch vollständig internalisierbar  
über die Zeit

# Products | Parken

Sparen &  
Investieren

Parken

Entsparen &  
Konsumieren

Risikovorsorge

- Parken ist kein Randthema: Wiederanlage bedeutet häufig auch «nicht sofort investieren / konsumieren wollen» → viele Kunden suchen daher eine temporäre Lösung zwischen Sicherheit, Flexibilität und idealerweise einem «Upside»
- Parken im LV-Kontext heute: Geldmarktfonds innerhalb der FLV oder isoliertes Parkdepot
- Parken, als explizit separates Produkt:
  - Jederzeit Entnahmemöglichkeit mit 100 % Kapitalschutz und Partizipation am Aktienmarkt
  - Indikation: Laufzeit 5 Jahre, 100 % Kapitalschutz, täglich verfügbar, 30 % Partizipation an positiver Wertentwicklung EURO STOXX 50® (SX5E)

# Products | Entsparen

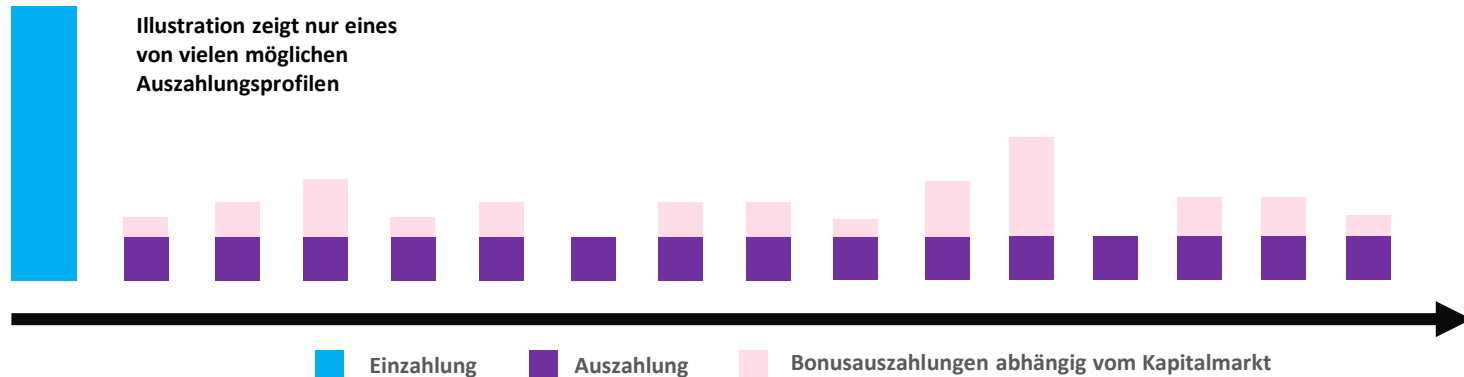
Sparen & Investieren

Parken

Entsparen & Konsumieren

Risikoversorge

- Auszahlungsplan = Entnahmeplan mit Planungssicherheit



Indikation

- **Laufzeit:** 15 Jahre
- **Einzahlung:** 100.000 EUR
- **jährliche Auszahlung:** 6.667 EUR (= Einzahlung / 15)
- **jährliche Bonusauszahlung:** 6.667 EUR \* pos. Performance des Basiswerts seit Beginn
- **Gesamtauszahlung im Backtest (umgerechnet auf Jahreswerte):**
  - min: 9.000 EUR
  - max: 11.500 EUR
  - $\emptyset$ : 10.000 EUR

Bitte beachten Sie den Disclaimer und die Quellenangaben!



**P**  
**People**

# People

- Vertrieb integrieren
- Vertrieb incentivieren
- Vertrieb befähigen
- Kunden verstehen

# People | Kunden verstehen

## Die 10 größten Wünsche im Alter


### So wollen Deutsche die Lebensversicherung verwenden

1	Abbezahlung/ Tilgung meiner Wohnung/ Haus	15.6 %
2	Urlaube/ Reisen (z.B. Weltreise, Kreuzfahrt)	15.4 %
3	Lebensunterhalt sichern, Einkünfte aufsto- cken	13.3 %
4	Weitersparen	11.8 %
5	Wohnung/ Haus renovieren	10.7 %
6	Anlage für Kinder/ Enkelkinder	9.3 %
7	Wohnung/ Haus kaufen	7.7 %
8	Erfüllung von Kauf-Wünschen (z.B. Cabrio, Möbel)	3.0 %
9	Zweit-Wohnsitz im Ausland (z.B. Mallorca)	2,7 %
10	Meine Hobbies	1,7 %

# People | Kunden verstehen

- «Wer nicht fragt, bleibt dumm!»

Frage 1 von 8



**Der Brief von der Versicherung kommt – deine erste Reaktion?**

A 🗨️ Endlich! Cabrio-Konfigurator öffnen!

B 😓 Tief durchatmen und googlen "Was tun mit Ablaufleistung"

C 📊 Excel auf, Optionen durchrechnen

D 🚪 Schublade auf, Brief rein, Tür zu





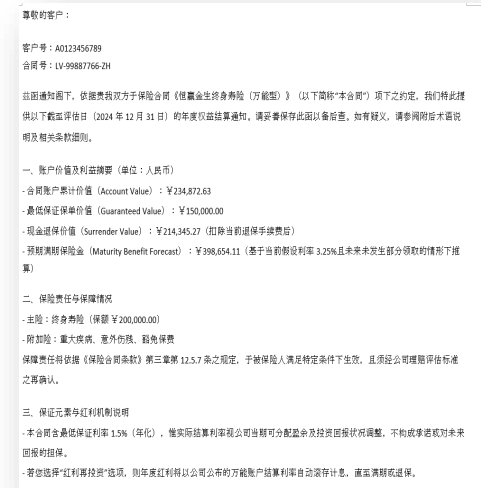
**P**  
**Pitch**

# Pitch

- Vorbereitung
- Segmentierung
- Differenzierung
- Personalisierung

# Pitch | Vorbereitung

- Kundenbeziehung «aufwärmen»
- Was ist eigentlich die Rendite des ablaufenden Vertrages?
- Und was ist mit der jährlichen Mitteilung?
  - problematisch: ganz viel «Versicherungschinesisch»
  - möglicher Ansatz: zusammen mit Juristen und Sprachwissenschaftlern den Inhalt vereinfachen UND hilfreiche Inhalte integrieren
  - möglicher Weitblick: «moderne» jährliche Mitteilung nutzen, um auf die Wiederanlage hinzuarbeiten



«Typische» jährliche Mitteilung

# Pitch | Ansprache: Personalisierung



WILLKOMMEN ZURÜCK

Schön, dass Sie da sind,  
Herr Mustermann.

Ihr Vertrag endet am  
**31. August 2026**

Voraussichtlich ausgezahlt werden:  
**67.347 EUR**

Aus dem Markt: «Das Resultat: hochqualifizierte Leads und eine um 241 % gesteigerte Conversion-Rate. Ein Meilenstein für datengetriebenes CRM mit echtem Mehrwert für Kunde und Vertrieb.»



**S**  
**Structure**

# Structure

- Vorgehen bei der Entwicklung, Umsetzung und Weiterentwicklung
  - Organisatorische Verankerung («Operating Model»)
  - Transformation & Change
  - Orchestrierung der (vielen) Maßnahmen
  - Aufbau neuer Fähigkeiten
  - (Neue) Kooperationen
  - ...

# Structure | Skizze eines möglichen Vorgehens

- **Review:** Wo stehen wir heute wirklich und warum?
- **Zielbild:** Welche Rolle soll Wiederanlage künftig spielen? Wie soll sie aussehen? Was ist der Leitgedanke?
- **Analyse:** Wo liegen die größten Schwächen und Potenziale entlang des Wiederanlage-GPS? Was sind die einzelnen Optionen?
- **Priorisierung:** Welche Optionen haben den größten Einfluss? Was sind «Quick-Wins»?
- **Orchestrierung:** Wie greifen die Optionen zusammen?
- **Planung:** Wer macht was, wann und wie?
- **Umsetzung & Monitoring:** Wie wird Fortschritt sichtbar, messbar und steuerbar?

# New Universal Life



# Zielbild: Lebensbegleiter



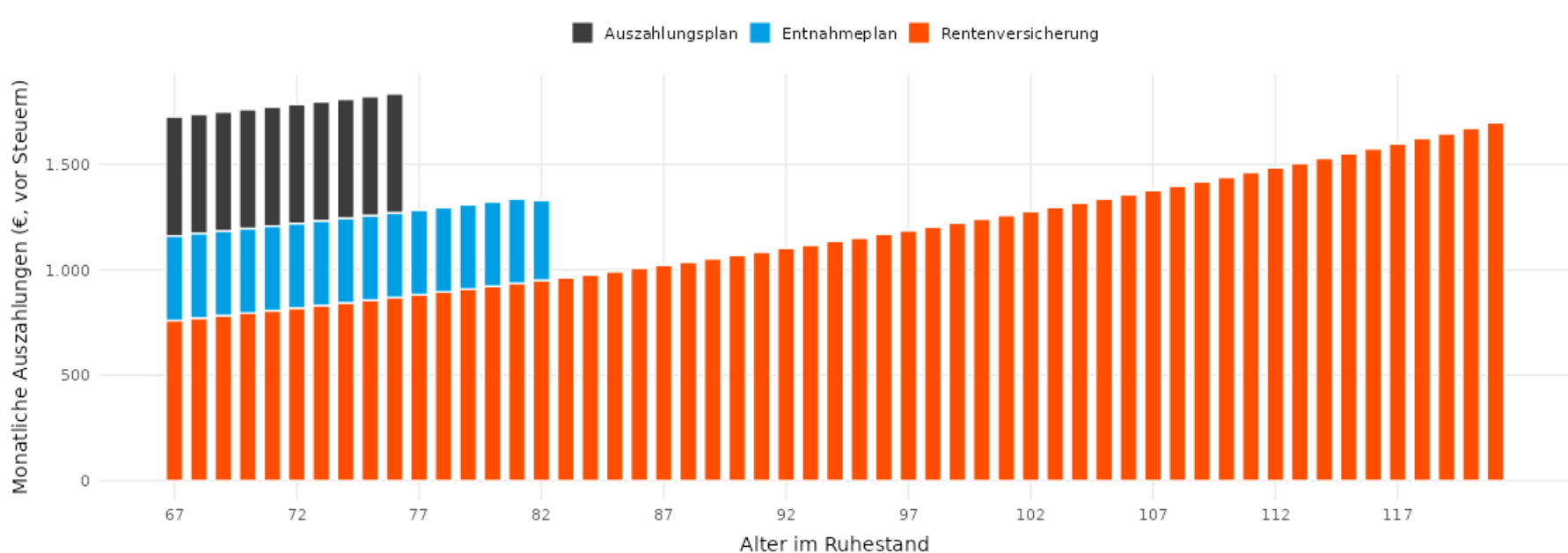
Bitte beachten Sie den Disclaimer und die Quellenangaben!

# Neuinterpretation des Universal Life - Konzepts

- Universal Life nicht als heutiges Produkt, sondern als Denkmodell
- Sparen, Parken, Entsparen und Risikoabsicherung können modular verbunden werden
- Kapital kann flexibel zwischen Modulen verschoben werden, ohne die Kundenbeziehung zu verlassen
- Transparenz und Flexibilität werden zum Bestandteil des Systems – nicht nur einzelner Produkte
- Wiederanlage wird vom Anschlussgeschäft zum internen Übergang: Der «Ablauf» verliert seinen Charakter als Bruchstelle und wird Teil einer langfristigen Finanzarchitektur



# Sneak-Peek: Modul «Entsparen»



Bitte beachten Sie den Disclaimer und die Quellenangaben!

# Zusammenfassung

- Lebensversicherer verlieren durch ausbleibende Wiederanlage jedes Jahr einen erheblichen Teil ihres Geschäfts. Und das aus Gründen. Zahlreiche, teils ineinandergreifende «Bad Practice» verhindern eine erfolgreiche Wiederanlage: sie erfolgt oft zu spät, unsystematisch, ohne klare Verantwortung und wird mit der Gießkanne betrieben («Bad Practice»)
- Das «Wiederanlage-GPS» ist Analyse- und Gestaltungsmodell zugleich: Es hilft, den Status quo zu verstehen, Handlungsfelder sichtbar zu machen und die Weiterentwicklung systematisch zu strukturieren
- Die «Wiederanlagefrage» ist auch eine Frage des zukünftigen Selbstverständnisses von Lebensversicherern
- Eine Neuinterpretation und kundenfokussierte Umsetzung des «Universal Life»-Konzeptes kann den Wiederanlagerfolg deutlich erhöhen und Mitbewerber – vor allem ausserhalb der Branche – im generellen Neugeschäft auf Distanz halten

# Anhang



# Kontakt



**Frank Genheimer**  
Managing Director,  
Founder

**new  
insurance  
business**

Berneggstrasse 36  
CH - 9000 St. Gallen  
+41 (0)79 71 350 71  
fg@newins.biz  
www.newins.biz



# Connect



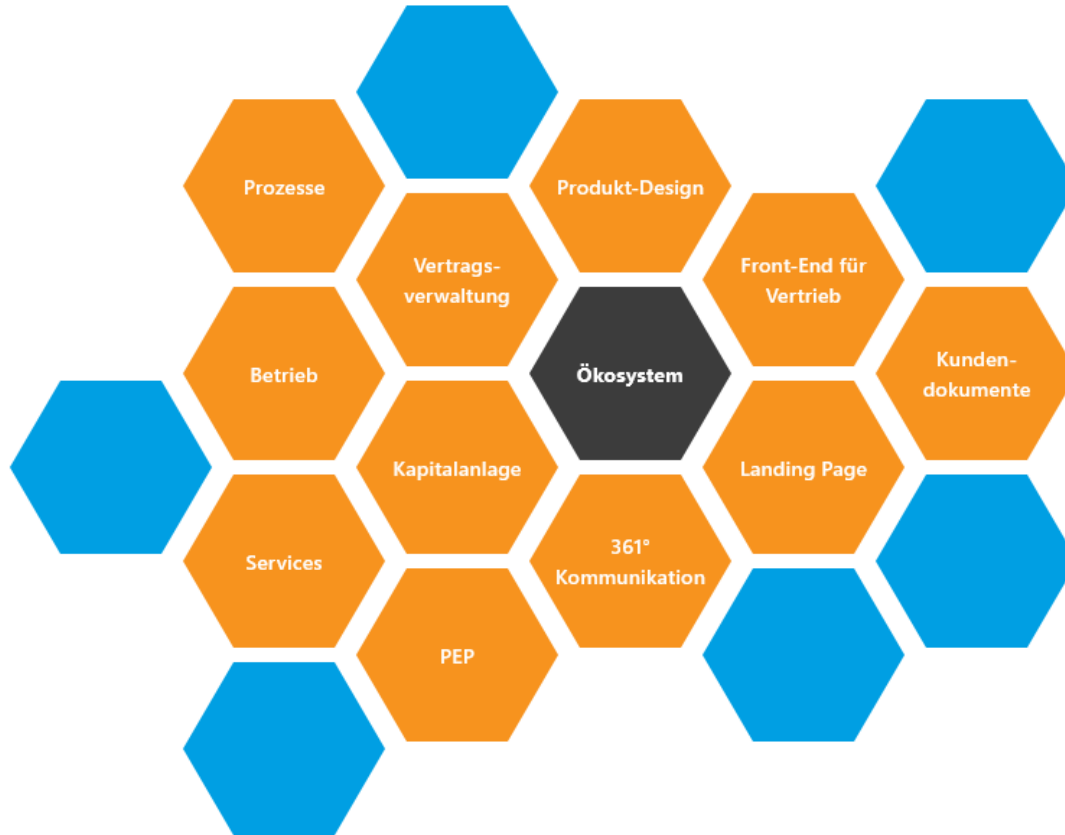
A LinkedIn profile card for Frank Genheimer. The background features a wireframe dome structure. The profile picture shows a man in a blue suit. The banner image is a wooden wall with blue and yellow sections and a white decorative border. The text includes the name 'Frank Genheimer', a 'Verifizierungs-Badge hinzufügen' button, the company 'New Insurance Business GmbH', and the tagline 'Rethinking insurance. Structuring finance.'.

**Frank Genheimer** [Verifizierungs-Badge hinzufügen](#)

New Insurance Business GmbH

Rethinking insurance. Structuring finance.  
Sankt Gallen, Sankt Gallen, Schweiz · [Kontaktinformationen](#)

# Ökosystem Produktentwicklung



# Quellen

- 1: Foto von Adam Currie auf Unsplash
- 2: Foto von Yeyo Salas auf Unsplash
- 3: Foto von dom yu auf unsplash
- 5: Zahlenwerte vom GDV, eigene Aufbereitung
- 7/8: Foto von Frames For Your Heart auf Unsplash
- 9/10/14/16/22/26/30:Foto von Jonas Von Werne auf Unsplash
- 12/13: Zahlenwerte nur zur Illustration
- 19: Icons von Freepik auf Flaticon
- 24: GfK-Studie im Auftrag der Gothaer Versicherung; Screenshot von <https://www.cash-online.de/a/lebensversicherung-auszahlung-179000/>
- 25: Grafik rechts erzeugt mit ChatGPT
- 29: Grafiken erzeugt mit ChatGPT, Zitat entnommen von <https://www.german-brand-award.com/galerie/detail/brand-efficiency-of-the-year/vpv-high-performance-customer-journey-wiederanlage>
- 33: Foto von Clark Van Der Beken auf Unsplash
- 34: Foto von James Barker auf Unsplash
- 36: Screenshot von Tool auf unserer Website: [https://new-insurance-business.com/topical/nib-app/#moderner\\_rentenbezug](https://new-insurance-business.com/topical/nib-app/#moderner_rentenbezug)
- 38: Foto von Maria Teneva auf Unsplash
- 39: Foto von Lucas Benjamin auf Unsplash
- 40: Foto von D koi auf Unsplash
- 41: Screenshot von unserer Website: <https://new-insurance-business.com/topical/okosystem-produkte/>

#### **Disclaimer**

Der vorliegende Foliensatz ist ein Beitrag der New Insurance Business GmbH (NIB). Die darin dargestellten Inhalte sowie alle darin beschriebenen Beispiele (insbesondere auch Zahlenbeispiele) haben einen rein illustrativen Charakter. Der Foliensatz erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die einzelnen Folien ergeben nur in Verbindung mit dem gesprochenen Wort und der tatsächlichen Präsentation ihren vollen und beabsichtigten Aussagegehalt. Der Inhalt des Foliensatzes basiert auf Marktanalysen, -informationen und persönlichen Einschätzungen und Berechnungen. Die Informationen wurden vor dem Hintergrund von Branchenkenntnis und Erfahrung grundsätzlich auf Konsistenz hin überprüft, eine unabhängige Beurteilung bezüglich beispielsweise Vollständigkeit und Korrektheit dieser Information ist jedoch nicht erfolgt. Ferner wurde eine Überprüfung und Plausibilisierung beispielweise von verwendeten Marktdaten nicht explizit durchgeführt. Dieses Dokument wurde auf Grundlage derjenigen Informationen ausgearbeitet, welche zum Zeitpunkt der Erstellung grundsätzlich zur Verfügung standen. Zukünftige Entwicklungen können naturgemäß nicht berücksichtigt werden. Sofern zu einem einzelnen Aspekt oder Thema (zum Beispiel für die Auslegung von Sachverhalten der Rechnungslegung oder Steuerpraxis) ein verbindlicher Rat gewünscht ist, sollten entsprechende Fach-Experten damit beauftragt werden. NIB unterstützt sehr gerne bei der Einholung von Gutachten. Der Übersicht wegen werden sämtliche Quellenangaben am Ende des Foliensatzes gemacht.

#### **Rechtsrahmen**

Die Inhalte der Präsentation kann gesetzlich eingeschränkt sein. Sie sind nicht für die Weitergabe an oder die Verwendung durch eine Person in einer Gerichtsbarkeit vorgesehen, in der eine solche Weitergabe oder Verwendung gegen die örtlichen Gesetze oder Vorschriften verstoßen würde.

#### **Keine Anlageberatung**

Die in dieser Präsentation enthaltenen Informationen stellen keine Anlageberatung dar.

#### **Zukunftsansagen**

Soweit in den in dieser Präsentation enthaltenen Informationen Prognosen, Einschätzungen, Meinungen oder Erwartungen geäußert oder Zukunftsansagen getroffen werden, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von den geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Alle Prognosen, Bewertungen und statistische Auswertungen dienen nur zu Informationszwecken. Sie können auf subjektiven Einschätzungen und Annahmen beruhen und bei Verwendung von alternativen Methoden zu unterschiedlichen Ergebnissen führen.

#### **Risikobehaftete Anlagen und deren Wertentwicklung**

Wertentwicklungen von Kapitalanlagen in der Vergangenheit sind keine Gewähr für zukünftige Wertentwicklungen. Wir weisen darauf hin, dass alle aufgeführten Werte im Rahmen einer Modellrechnung nicht garantiert sind und ausschließlich Illustrationszwecken dienen. Aus den Modellrechnungen können keine vertraglichen Verpflichtungen abgeleitet werden. Die in den Modellrechnungen genannten Leistungen stellen keine Ober- oder Untergrenze dar. Die tatsächlich auszuführende Leistung kann bei einer anderen Wertentwicklung der Kapitalanlage oder bei einer anderen Anzahl an Kreditereignissen auch unter oder über den angegebenen Werten liegen.

#### **Vertraulichkeit**

Die in dieser Präsentation enthaltenen Informationen sind vertraulich. Sie sind nur für den jeweiligen Adressaten bestimmt und dürfen nicht ohne vorherige Zustimmung der NIB verbreitet werden. Insbesondere darf diese Präsentation ohne vorherige Erlaubnis der NIB weder auszugsweise noch vollständig an Dritte weitergegeben oder auf sonstige Art und Weise verwertet beziehungsweise öffentlich wiedergegeben werden. Wer diese Präsentation irrtümlich erhalten hat, muss unverzüglich die NIB informieren und den Datensatz löschen.

#### **Haftungsausschluss**

Die NIB übernimmt keine Verantwortung oder Haftung für irgendwelche Konsequenzen daraus, dass der Adressat der Präsentation oder gegebenenfalls Dritte auf dieses Dokument vertrauen. Sämtliche hier gemachten Angaben gelten ebenso auch für jegliche verbale Informationen und Aussagen in Verbindung mit der Präsentation.