

ERGO

A Munich Re company

Einen Blick auf die wirtschaftliche Entwicklung für Gewerbe in Deutschland

Juli 2022

So sieht der Gewerbemarkt heute aus

Einen Blick auf die wirtschaftliche Entwicklung für Gewerbe in Deutschland

ERGO

A Munich Re company

So sieht der Gewerbemarkt heute aus

- Interessante heterogene Zielgruppe
- Wirtschaftliche Entwicklung
- Herausforderungen

Marktpotenzial und Chancen

- SME: 2020 machten sie 60 - 65% aller Gewerbe- und Industrieprämien aus.
- Zukunftspotenzial: Gewerbeversicherungen kamen in der Vergangenheit auf eine jährliche Wachstumsrate von durchschnittlich 2,9%. Die Kleinsten erweisen sich dabei als besonders attraktiv: 32% von ihnen weisen Lücken im Versicherungsschutz auf; bei den mittleren sind es 7%. Nach McKinsey-Schätzungen beträgt das ungenutzte Marktpotenzial (bezogen auf die Jahresprämien) allein bei den unterversicherten Klein- und Kleinstunternehmen bis zu 2 Mrd. EUR. Das entspricht rund einem Zehntel der derzeitigen Gesamtpremien.
- Aktuell sind nur 35% aller SME mit ihrem Versicherungsschutz zufrieden
- Gründe für den Wechsel des Versicherers

ERGO Ausgangslage/ Bestandsüberblick

ERGO Potenzial

- Wachstumsfelder
- Chancen aufgrund regionaler Besonderheiten

Umsetzungs-/Angriffs-/Verkaufsstrategie

Das hilft dir dabei:

- Produkthighlights darstellen
- Cross-Selling Möglichkeiten

So sieht der Gewerbemarkt heute aus



A Munich Re company

- Interessante heterogene Zielgruppe
- Wirtschaftliche Entwicklung
- Herausforderungen

Interessante heterogene Zielgruppe

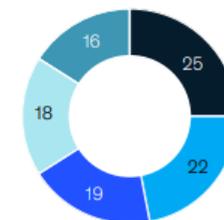
 Heilwesen <ul style="list-style-type: none">Heilberuf, (Arzt-)Praxis²ApothekMedizinisches Massageinstitut	 Gastronomie <ul style="list-style-type: none">GaststätteHotel, Pension mit RestaurantHotel Garni, Pension o. Rest.Café, EisdielenImbiss
 Beauty/Friseur <ul style="list-style-type: none">FriseurKosmetiksalon	 Büro/Beratung <ul style="list-style-type: none">Rechts- & Wirtschaftsberatung¹Büro, freie Berufe²Fahrschule
 Bauhandwerk <ul style="list-style-type: none">Schreinerei, TischlereiHeizungs-, Sanitärinstallationsbetrieb	
 Handel <ul style="list-style-type: none">LebensmittelhandelHeim-, Haustextilien, BodenbelagSportartikelhandelWarenhaus, EinkaufszentrumTextilien-, BekleidungshandelEinrichtung (Möbel)Computer, Telekommunikations- & Unterhaltungselektronik	

Besonders im Gewerbebereich bieten die Klein und Mittelständigen Unternehmen eine hohe Attraktivität für einen Geschäftsabschluss.

KMU erwirtschaften 45% des privatwirtschaftlichen Umsatzes hierzulande. Der größte Teil entfällt mit 1,3 Bill. EUR auf den Mittelstand, nur knapp dahinter folgen mit 1 Bill. EUR kleine Unternehmen, Kleinstbetriebe kommen auf 0,6 Bill. EUR.

Schaubild 1
KMU-Versicherte lassen sich in 5 Kundensegmente mit jeweils typischen Erwartungen und Präferenzen einteilen

Anteil der Studienteilnehmer
in Prozent



Die Beratungsaffinen

"Mein Unternehmen hat einen besonderen Versicherungsbedarf, für den ich eine passgenaue Police benötige. Ich verlasse mich auf Experten, um zu finden, was wir benötigen – dafür gebe ich auch gerne Geld aus"

Die eigenständigen Onliner

"Von der Versicherung brauche ich nicht viel. Ich mache alles selbst. Normalerweise erledige ich das online, weil es preiswert, bequem und schnell ist"

Die passiven Schnäppchenjäger

"Ich möchte mich eigentlich nicht mit Versicherungen beschäftigen, aber sie müssen so preiswert wie möglich sein"

Die Anspruchsvollen

"Das Wichtigste für mich ist, dass ein einziger Versicherer mir eine umfassende und maßgeschneiderte Lösung für mein Unternehmen bietet"

Die Anbieterorientierten

"Mir ist vor allem der Ruf meines Versicherers wichtig – einen Makler brauche ich nicht unbedingt"

Quelle McKinsey, Gewerbeversicherung: Die große Chance 1/2021

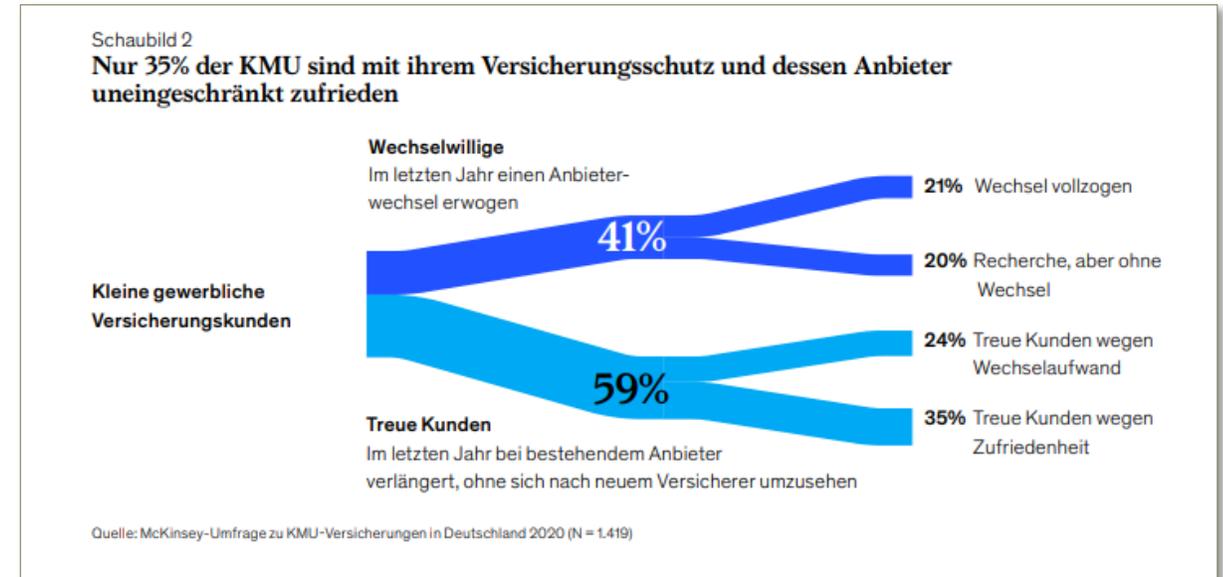
So sieht der Gewerbemarkt heute aus

Herausforderungen - Was macht das Geschäft mit KMU für Versicherer so attraktiv?

ERGO

A Munich Re company

1. Die neue Dynamik, die durch die Corona-Pandemie in den Gewerbesektor gekommen ist, eröffnet Anbietern die einzigartige Chance, ihr Portfolio auszubauen und in das Segment vorzudringen.
2. Zweitens: Viele KMU sind unterversichert – vor allem kleine und jüngere Betriebe.
3. Drittens: Die Wechselbereitschaft der bislang treuen Gewerbekunden ist so hoch wie nie: Nach einer McKinsey-Umfrage¹ ist nur ein gutes Drittel mit seinem derzeitigen Versicherungsschutz rundum zufrieden



Wirtschaftliche Entwicklung

1 Allgemeine Entwicklungen

- Seit 2021 steigen die Energiepreise kräftig an
- Wirtschaftliche Entwicklung und Investitionsbereitschaft wird durch die neuen geopolitischen Unsicherheiten tendenziell gedämpft / gebremst
- Preisanstiege auf allen Ebenen → Inflationsrate derzeit bei 7,9% (Verbraucher) (Vorgelagerte Stufen liegen im zweistelligen Bereich)
- Kaufkraft ist gedämpft, private Konsum wird real langsamer zunehmen → Konjunkturprognosen wurden nach unten revidiert
- Öffentlichen Ausgaben werden im Zuge der Finanzhilfen der von der Regierung angekündigten Investitionen, sei es für die Umwelt oder für die Bundeswehr, wurden merklich ausgeweitet.
- Fachkräftemangel nimmt Einfluss auf Umsatz und Entwicklung der Unternehmen



Wirtschaftliche Entwicklung

2 Einfluss durch Corona

Nur noch jedes sechste Kleinunternehmen durch die Corona-Pandemie in bedrohlichem Ausmaß betroffen

Da der erwartete Nach-Corona-Aufholprozess alles in allem nicht ganz so dynamisch sein wird, wird das jahresdurchschnittliche Wirtschaftswachstum für 2022 lediglich 1 ¾ % betragen

Trotz der 4 Corona-Welle werden Beschränkungen zunehmend aufgehoben

Nach dem Wegfall der Corona-Beschränkungen werden die davon am stärksten betroffenen Wirtschaftsbereiche, wie Gastronomie, Tourismus- und Unterhaltungsbranchen, und damit die deutsche Wirtschaft insgesamt neue Impulse bekommen.

Unterschiedliche Erholungsprozesse in Gewerben: Während sich beispielsweise das produzierende Gewerbe sehr rasch erholt, werden Hotels und Gaststätten deutlich länger an den Folgen der Krise zu leiden haben.

3 Einfluss durch Ukraine-Krieg

Lieferkettenstörungen, Exportrückgänge, mögliches Ausbleiben von Energieträgern aus Russland stellen ein erhebliches Risiko dar. Die Auswirkungen eines Lieferstopps von Gas können aktuell nicht eindeutig beschrieben werden
Bauvorhaben werden auf unbestimmte Zeit verschoben

4 Einfluss durch Klimawandel

Durch die neue Klimapolitik werden Unternehmen, die sich mit Technologien aus Bereich: Klima, Nachhaltigkeit
Zunehmende Naturkatastrophen

Wirtschaftliche Entwicklung

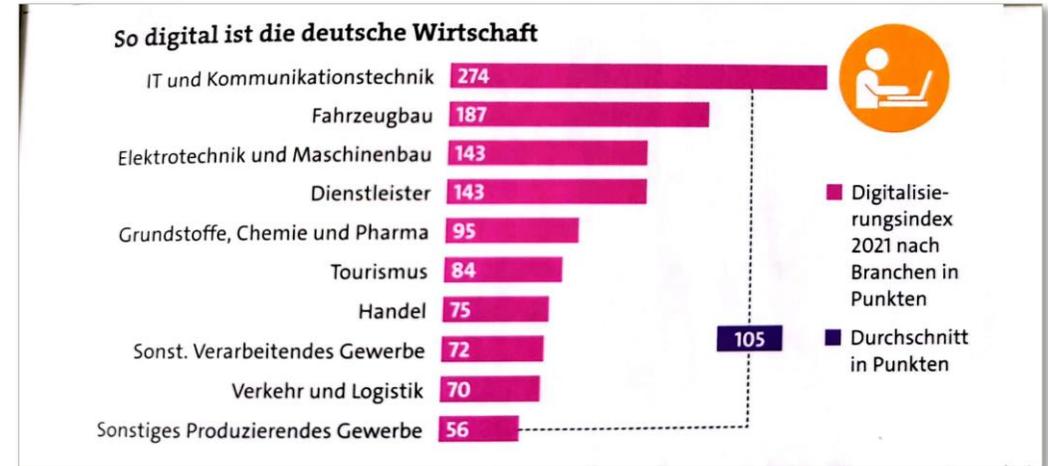
5 Einfluss bspw. durch die Digitalisierung auf die wirtschaftliche Entwicklungen

Zunehmende Hybridisierung der Gewerke. Nicht nur analog und digital, sondern auch bzgl. der Handwerke. Fliesenleger machen auch Maurerarbeiten etc.

Cyberangriffe stellen eins der drei Top-Risiken für Klein und Mittelständige Unternehmen

Neuanschaffung von Maschinen

Im Sachversicherungsbereich für Gewerbekunden ist aktuell viel Bewegung. Vermittler können ihre Kunden auf sich verändernde Risiken aufmerksam machen und bei der Risikoabdeckung begleiten → sich zu unverzichtbaren Partnern machen



Marktpotenzial und Chancen



A Munich Re company

- KMU: 2020 machten sie 60 - 65% aller Gewerbe- und Industrieprämien aus.
- Zukunftspotenzial: Gewerbeversicherungen kamen in der Vergangenheit auf eine jährliche Wachstumsrate von durchschnittlich 2,9%. Die Kleinsten erweisen sich dabei als besonders attraktiv: 32% von ihnen weisen Lücken im Versicherungsschutz auf; bei den mittleren sind es 7%. Nach McKinsey-Schätzungen beträgt das ungenutzte Marktpotenzial (bezogen auf die Jahresprämien) allein bei den unterversicherten Klein- und Kleinstunternehmen bis zu 2 Mrd. EUR. Das entspricht rund einem Zehntel der derzeitigen Gesamtprämien.
- Aktuell sind nur 35% aller KMU mit ihrem Versicherungsschutz zufrieden
- Gründe für den Wechsel des Versicherers

Einführung Gewerbe-Haftpflicht 4.0

ERGO Ausgangslage/ Bestandsüberblick

ERGO

A Munich Re company

ERGO Potenzial



A Munich Re company

- Wachstumsfelder
- Chancen aufgrund regionaler Besonderheiten

Umsetzungs-/Angriffs-/Verkaufsstrategie

ERGO

A Munich Re company

- Wachstumfelder
- Chancen aufgrund regionaler Besonderheiten

Umsetzungs-/Angriffs-/Verkaufsstrategie - Wachstumsfelder

1. Wachsende Unternehmen

Nicht allein der Umsatz entscheidet über den benötigten Versicherungsschutz, sondern auch das Alter der Unternehmen. So sind junge Betriebe zunächst meist unterversichert, aber auch weniger Risiken ausgesetzt. Ihre anfänglich geringere Nachfrage nach Versicherungsprodukten ändert sich jedoch, sobald sie wachsen und an Komplexität zunehmen

2. Neue Geschäftssituationen generell

Neue Geschäftssituationen oder Preiserhöhungen sind die häufigsten Anlässe für einen Versicherungswechsel

Schaubild 3

Neue Geschäftssituationen und Preiserhöhungen sind die häufigsten Anlässe für KMU, ihren Versicherer zu wechseln

Auslöser von Wechselabsichten, in Prozent der Wechselwilligen



Anmerkung: Nur Daten wechselwilliger Versicherungskunden enthalten; N = 671

Quelle: McKinsey-Umfrage zu KMU-Versicherungen in Deutschland 2020 (N = 1.419)

Das hilft dir dabei:

- Produkthighlights darstellen
- Cross-Selling Möglichkeiten

ERGO

A Munich Re company

Wer gut vorbereitet ist, agiert sicher

Erarbeiten einer spezifischen Strategie hilft in Vorbereitung einer Akquise und schafft dauerhaft einen soliden Fahrplan zur Kundenbetreuung. Zu einer Strategie gehören:

- Kundensegmente zu identifizieren
- Konkrete Ziele zu setzen
(bspw. die Anzahl der Policen im Portfolio zu erhöhen, steigern der gezeichneten Bruttoprämien, die Gewinnspanne zu vergrößern oder die Kundenbindung zu verbessern)
- Vom Kunden her denken.
(Nicht als einmaliger Schadenregulierer oder Verkaufskontakt zu agieren, sondern als vertrauenswürdiger Begleiter durch den gesamten Versicherungslebenszyklus, so ist es möglich, auf Risikoveränderungen schnell zu reagieren. Änderungen der Kundenbedürfnisse gilt es dabei stets im Blick zu behalten und die Produkte entsprechend anzupassen. Technische Exzellenz auf- und ausbauen. Die stark heterogenen KMU-Risiken erfordern moderne Preis- und Risikomodelle.
- Produktportfolios auf die Zielkunden zuschneiden
(Sobald die Zielkunden nach den strategischen Vorgaben ausgewählt sind, sollte das Produktportfolio überarbeitet werden, um die Versicherten optimal zu bedienen.

Kunden zu zufriedenen Kunden machen



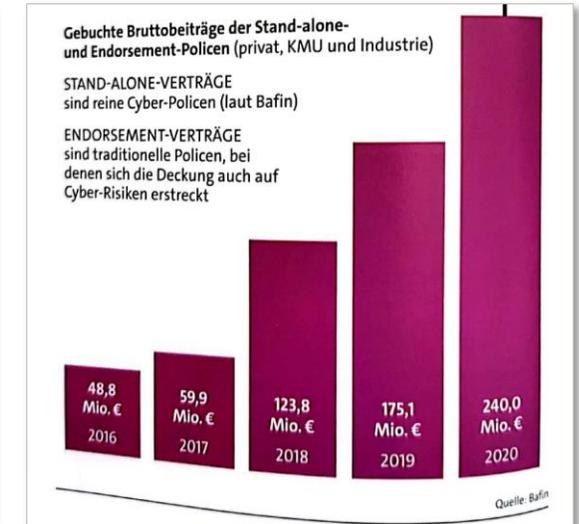
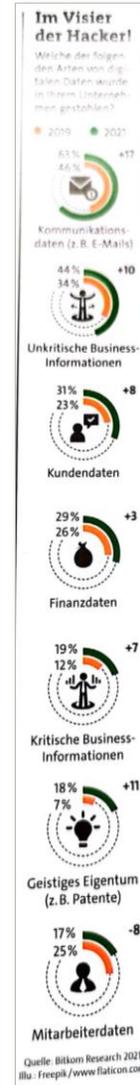
A Munich Re company

Keine Weisheit aber essenziell: Zufriedene Kunden wechseln nicht. Dabei helfen folgende Impluse:

- Aktuelle Daten sind das A und O, um lukrative Kunden im KMU-Segment langfristig zu binden. Arbeiten Sie darauf hin, das Kundenerlebnis stetig zu verbessern. Tauschen Sie sich mit ihren Kunden regelmäßig aus. Bspw. über ein Gewerbe-Netzwerktreffen. Bieten Sie interessante Informationen, die für die Gewerbe hilfreich sind. Dazu kann auch ein Impulsvortrag helfen. Veränderungen in Geschäftssituationen rechtzeitig erkennen und mit passenden Lösungen reagieren, schafft eine Kundenbindung und ermöglicht vermehrt einen Cross-Selling Ansatz.
- Risikoumfeld und Geschäftssituation eines Unternehmens ändern sich im Laufe der Zeit (manchmal sogar abrupt und radikal wie während der Corona-Krise) bieten Sie Unterstützung und eine entsprechende Anpassung des Versicherungsschutzes an. Wichtig ist: diese Veränderungen so früh wie möglich zu erkennen. Denn die genaue Beobachtung potenzieller Wechselauslöser kann nicht nur Fluktuation verhindern – sie liefert auch wertvolle Informationen, um auf die neu entstehenden Kundenbedürfnisse einzugehen.
- Zufriedene Kunden sorgen nicht nur für Portfoliostabilität, sie sind auch ein wirksamer Multiplikator, wenn es darum geht, Neugeschäft zu generieren – beispielsweise durch Mundpropaganda und Onlinebewertungen.

Cross-Selling – im Firmenkundengeschäft gibt es viele Möglichkeiten

- Aktuelle Geschäftsrisiken oder Trends zu kennen, ist ein guter Ansatz für Cross-Selling-Geschäfte.
- Viele Gewerbetreibende arbeiten hybrid und decken mehrere Dienstleistungen ab. Impulsgebend ist die Veränderung von Anforderungen seitens des Endkunden.
- Das sich im Wandel befindliche Konsumverhalten der Menschen prägt die Anforderungen an den Vertrieb ebenso wie wirtschaftliche und politische Veränderungen. Daraus können ebenfalls Impulse gezogen werden. Vielen Gewerbetreibenden ist die Notwendigkeit nicht immer bewusst, wo man ein Unternehmen entsprechend absichern muss.



Wechsler

Zufriedenheit der Gewerbekunden mit ihren Versicherungen

Viele Gewerbekunden sind mit ihrem Versicherungsschutz nicht zufrieden

Bei Firmenkunden anzuklopfen lohnt sich für Makler, denn viele Firmen wünschen sich besseren Schutz



Auslöser der Wechselabsichten



Quelle: McKinsey, Stand: November 2021

Illustration: Freepik/www.flaticon.com

Themen / Branchen die aktuell zu beachten sind

Digitalisierung, Lieferengpässe, Nachhaltigkeit sind die Megatrends unserer Zeit

Gastronomie, Tourismus- und Unterhaltungsbranchen laufen derzeit sehr gut

Alles rund um Cyber

Unternehmen, die sich mit Klimatechnik / Umwelttechnik befassen

Anlassbezogener Kontaktaufnahme

Digitalisierung, Lieferengpässe, Nachhaltigkeit sind die Megatrends unserer Zeit

Gastronomie, Tourismus- und Unterhaltungs-branchen laufen derzeit sehr gut

Alles rund um Cyber

Unternehmen, die sich mit Klimatechnik / Umwelttechnik befassen

Zwei konkrete Beispiele:

1. Die Läger der Firmen sind durch die schwierigen Zulieferungen derzeit sehr voll.
Wurde eine Versicherungsanpassung vorgenommen, um alle Güter ausreichend zu versichern?
2. Viele Betriebe, die gasabhängig arbeiten, müssen Vorsorge tragen und schwenken auf alternative Energien, wie Öl um. Zusätzliche Öltanks stehen dann auf dem Firmengelände. Sind diese abgesichert. Auch hinsichtlich der Umweltrisiken?