
Mikroversicherung

Plädoyer für tragfähige Geschäftsmodelle

Andreas Kleiner

Mikroversicherung ist ein junges Geschäftsfeld. Wenn Sie vor 10 Jahren als professioneller Versicherer zu einem Mikroversicherungs-Branchentreffen gegangen sind, dann waren sie ein Exot. Bis vor einigen Jahren wurde Mikroversicherung vor allem unter dem Aspekt Entwicklungshilfe, Corporate Social Responsibility und Selbsthilfe gesehen.

Inzwischen hat sich das Geschäftsfeld Mikroversicherung deutlich weiterentwickelt und das Interesse professioneller Versicherungsunternehmen geweckt. Das Thema wird in vielen Ländern auch politisch vorangetrieben. Dennoch ist es bisher noch nicht gelungen, Geschäftsmodelle zu entwickeln, die in größerem Stil ökonomisch tragfähig sind.

Dabei kann Mikroversicherung die Lebensbedingungen von Millionen armen Menschen verbessern. Schätzungen sprechen von einem weltweiten Kundenpotenzial von 1,5 bis 3 Milliarden Menschen und rund 30 bis 35 Milliarden Euro Prämienvolumen. Allerdings sind nur rund 5 Prozent dieses globalen Marktpotenzials bisher erschlossen. Weltweit sind nach jüngsten Schätzungen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) inzwischen etwa 500 Millionen Menschen über Mikroversicherungslösungen abgesichert, davon alleine 60 Prozent in Indien. Insgesamt ist zu beobachten, dass es bei der Etablierung von Mikroversicherung starke geografische Unterschiede gibt.

Indien beispielsweise hat einen dynamischen Markt. Die Einführung sogenannter Rural Obligations hat die schnelle Entwicklung des Mikroversicherungsmarkts geprägt. Seit 2005 gibt die indische Versicherungsaufsicht IRDA vor, welchen Mindestprämienanteil indische Versicherer über Mikroversicherungslösungen generieren müssen. Dennoch hat schätzungsweise deutlich mehr als die Hälfte der indischen Bevölkerung keinen realen Zugang zu Versicherungen.

Mikroversicherung entwickelt sich. Einmal im Monat besuchen Versicherungsagenten eine Dorfversammlung im Süden von Bangladesch und kümmern sich um Mikrokredite und -versicherungen.



Der hohe administrative Aufwand ist ein Hemmschuh für profitables Geschäft. Gerade in armen Ländern muss oft auf Computer verzichtet werden, jeder Vorgang wird akribisch in handgeschriebenen Listen verwaltet.





Andreas Kleiner
ist Mitglied des Vorstands
der ERGO International AG
und gehört seit 2008 dem
Stiftungsrat der Münchener
Rück Stiftung an.

In China wurde laut Angaben der Versicherungsaufsicht CIRC Ende 2009 ein Pilotprogramm in 19 Provinzen initiiert, das Mikroversicherungslösungen für insgesamt 11 Millionen Menschen entwickeln soll. Gleichzeitig wurde 2010 ein Mikroversicherungsprämienvolumen von 30 Millionen Euro generiert. In Südostasien gibt es höchst unterschiedliche Mikroversicherungsinitiativen und insbesondere auf den Philippinen liegt die Penetrationsrate für Mikroversicherung mit 5,4 Prozent auf relativ hohem Niveau. Dabei macht die gesetzliche Kreditlebensversicherung fast die Hälfte des Prämienvolumens aus.

In Afrika sind in den letzten Jahren zahlreiche Programme eingeführt worden, die zu einem schnellen Wachstum beitragen. Ende 2010 hatten ca. 14,7 Millionen Menschen eine Mikroversicherung, das Prämienvolumen liegt bei rund 200 Millionen Euro.

Für Lateinamerika liegen keine zuverlässigen Zahlen vor. Während in Ländern wie Kolumbien oder Peru aufgrund günstiger regulatorischer Bedingungen in den letzten Jahren hohe Penetrationsraten erzielt wurden, sind in Märkten wie Mexiko Mikroversicherungslösungen kaum zu finden.

Warum schreitet die Entwicklung der Mikroversicherung weltweit schleppend voran, obwohl es doch ein so bemerkenswertes Marktpotenzial gibt? Vor allem Skepsis in Bezug auf tragfähige Profitabilität steht hierbei im Vordergrund. Auch heute noch wird ein Großteil der Mikroversicherungen eher aus wohltätigen als aus wirtschaftlichen Gründen vertrieben.

Um Kostendeckung zu erreichen, müssen einige Voraussetzungen erfüllt sein. Mikroversicherung ist in vielerlei Hinsicht ein Geschäftsfeld, das nicht nach den Regeln der traditionellen Versicherung funktioniert. Da Versicherungssummen und Prämien gering sind, müssen die Bearbeitungskosten zum Beispiel für Vertrieb, Administration oder Schadenbearbeitung äußerst niedrig sein. Die Bedürfnisse der Kunden, die oftmals nicht über regelmäßige Einkünfte verfügen und einen geringen Bildungsstand haben, sind stets zu berücksichtigen. Die Produkte müssen unregelmäßige Prämienzahlungen zulassen und äußerst einfach zu verstehen sein. Kooperation mit angesehenen Vertrauenspersonen in Kommunen ist wichtig. Denn um den möglichen Bedarf zu decken, gilt es, bei den Zielgruppen Verständnis und Vertrauen für Versicherungslösungen aufzubauen.

All dies ist nur erreichbar, wenn man die üblichen Konventionen der Versicherung über Bord wirft und mit innovativen Lösungen arbeitet. Das betrifft nicht nur das Versicherungsunternehmen, sondern auch das regulatorische Umfeld, das spezielle Konventionen für Mikroversicherung aufbauen muss.

Ich bin der festen Überzeugung, dass Mikroversicherung langfristig zum ökonomisch tragfähigen Geschäftsfeld werden kann und muss, wenn sie sich nachhaltig durchsetzen will. Es gibt ermutigende Beispiele, und ich bin zuversichtlich, dass es über die Zeit möglich sein wird, das weltweite Potenzial zu heben. Gelingt dies, schaffen wir eine einzigartige Verbindung: einen Mechanismus, der dazu beitragen kann, dass sich die Armutsschere zwischen Industrie- und Entwicklungsländern nicht immer weiter öffnet, und die Erschließung eines Markts mit atemberaubendem Potenzial.