

**Verbraucherfreundlichkeit belohnt
cash.life AG gewinnt Innovationspreis für
Versicherungen**

Die Münchner cash.life AG, die seit einem Jahr als erstes Unternehmen in Deutschland einen Zweitmarkt für Kapitalversicherungen initiiert, ist, gemeinsam mit der Allianz, der 3. Preisträger des renommierten Innovationspreises für Versicherungen 2000. Die cash.life AG – eine Tochtergesellschaft der ebenfalls in München ansässigen, börsennotierten adv.orga Beteiligungen AG – wurde als einziger Wettbewerber für ein Produkt im Bereich Lebensversicherung ausgezeichnet. Die Jury des am Montagabend in Düsseldorf zum fünften Mal vom Wirtschaftsmagazin „Capital“ in Kooperation mit der SCG St. Gallen Consulting Group AG vergebenen „Branchen-Oscars“ honorierte damit die herausragendste verbraucherorientierte Produktinnovation auf dem Lebensversicherungsmarkt.

Die Geschäftsidee ist so einfach wie verbraucherfreundlich: cash.life kauft als erstes Unternehmen überhaupt Kapitallebens- und Rentenpolicen stornierungswilliger Versicherungsnehmer und führt sie bis zur Fälligkeit weiter. Da dabei – im Unterschied zur Kündigung – keine Stornogebühren anfallen und auch keine Kapitalertragssteuer (auf Policen mit weniger als zwölf Jahren Laufzeit) fällig wird, liegt der von cash.life angebotene Kaufpreis grundsätzlich 5 – 15 Prozent über dem vom Versicherer gebotenen Rückkaufswert (der genaue Preis hängt von der Bonität des jeweiligen Versicherungsunternehmens ab). Zusätzlicher Vorteil: Ein Todesfallschutz bleibt erhalten. Stirbt der frühere Versicherungsnehmer vor Ablauf des Vertrages, erhalten die Hinterbliebenen eine nachträgliche Kaufpreiserhöhung.

-2-

Das Marktpotenzial ist enorm: Von den rund 86 Millionen Kapitalversicherungsverträgen in Deutschland wird rund die Hälfte vor dem Ende der vereinbarten Laufzeit gekündigt. Grund dafür ist fast immer eine akute finanzielle Notlage, z.B. infolge von Krankheit, Arbeitslosigkeit oder Scheidung. Der Sprecher der Jury, Prof. Dr. Achim Zink, sagte anlässlich der Preisverleihung, dass nunmehr „in Not geratenen Versicherungskunden in Deutschland erstmals eine lukrative Alternative zur verlustreichen Stornierung ihrer Kapitalpolice“ angeboten werde.

Verkauf statt Storno:**cash.life AG initiiert Zweitmarkt für
Kapitalversicherungen in Deutschland**

Mit der vorzeitigen Beendigung einer Kapitalversicherung verloren Versicherungsnehmer bislang viel Geld. Im Falle einer Kündigung erstattet die Versicherungsgesellschaft nämlich nur den so genannten Rückkaufswert, zusätzlich gemindert um Stornogebühren und – bei Vertragslaufzeiten von weniger als zwölf Jahren – Kapitalertragssteuer plus Solidaritätszuschlag. Die cash.life AG bietet hier eine vorteilhafte Alternative: Sie kauft Policen zu einem deutlich höheren Betrag, wird an Stelle des vorherigen Policeninhabers Beitragszahler, übernimmt als Begünstigter die Ertragssteuern und garantiert bei vorzeitigem Todesfall eine Kaufpreisanbesserung. Mit dieser Geschäftsidee hat das Unternehmen im Herbst 1999 den Zweitmarkt für Kapitalversicherungen in Deutschland begründet.

Von den rund 86 Millionen bestehenden Kapitalversicherungsverträgen existieren hierzulande nur die Hälfte bis zum Ende der vereinbarten Laufzeit. Jeder zweite Vertrag wird aus finanziellen Gründen, etwa infolge von Krankheit, Arbeitslosigkeit oder Scheidung, vorzeitig gekündigt. Die durchschnittliche Stornoquote der Versicherungsgesellschaften liegt jährlich bei über fünf Prozent, das entspricht einem Auszahlungsvolumen von 14 bis 15 Milliarden Mark. Zahlen, die den Bedarf für einen Zweitversicherungsmarkt in Deutschland belegen.

Konditionen und Abwicklung

cash.life übernimmt laufende Verträge in den eigenen Bestand und führt sie bis zur Fälligkeit weiter. Dabei liegt das Kaufpreisangebot des Unternehmens grundsätzlich fünf bis 15 Prozent über dem Rückkaufswert (die genaue Zahl ist abhängig von der Bonität der jeweiligen Versicherungsgesellschaft). Bedingung für ein cash.life-Angebot: Die Restlaufzeit der Police darf höchstens zehn Jahre betragen. Um einen spürbar höheren Kaufpreis anbieten zu können, beschränkt sich cash.life zudem auf Verträge, deren Rückkaufswert mindestens 30.000 Mark beträgt.

.12

Bei der Kontaktaufnahme mit kündigungswilligen Versicherungsnehmern setzt cash.life auf die Kooperation mit Versicherern, Versicherungsmaklern und involvierten Banken. Im Idealfall sind sie es, die dem Kunden den Verkauf anstelle der Stornierung einer Police vorschlagen und auch gleich die notwendigen Daten, wie Vertragsart, Gesamt- und Restlaufzeit, Rückkaufshöhe, Überschussystem und prognostizierte Ablaufleistung, für eine Angebotsberechnung zur Verfügung stellen. Für Banken und Makler empfiehlt sich eine Regelabfrage bei cash.life schon aus Gründen der Beraterhaftung.

Übernimmt cash.life eine Police, lässt sich das Unternehmen alle Rechte des Versicherungsnehmers abtreten – dieser bleibt jedoch bis zum Vertragsablauf versicherte Person. Dabei spekuliert cash.life keinesfalls auf den Tod des Versicherten. Im Gegenteil: Bei jedem Policenkauf vereinbart das Unternehmen sogar eine nachträgliche Kaufpreiserhöhung für den vorzeitigen Todesfall. Die jeweilige Summe errechnet sich aus der Differenz zwischen Todesfall-Leistung, Kaufpreis und den von cash.life bereits bezahlten Prämien, wobei Kaufpreis und Prämienzahlungen bis zum Zeitpunkt des Todes aufgezinst werden. Damit ist sicher gestellt, dass cash.life nicht am Tod der versicherten Person verdient.

Um auch bei Verträgen mit hohen Schlussgewinnanteilen beziehungsweise bei Rentenversicherungen die gewünschte Rentabilität sicher zu stellen, ist der Abschluss einer zusätzlichen Risikolebensversicherung notwendig. Tritt hier der Todesfall ein, wird aus der dann fälligen Leistung die vereinbarte Rendite an das Unternehmen bezahlt, verbleibende Überschüsse fließen jedoch an die Erben.

Vorteile für Verkäufer, Versicherungen und Makler

Der von cash.life initiierte Zweitmarkt für Kapitalversicherungen bietet allen Beteiligten Vorteile: Der Versicherungsnehmer erzielt beim Verkauf der Police einen signifikant höheren Preis als bei einer Kündigung, er spart die Stornogebühr und muss weder für künftige noch für bereits gutgeschriebene Erträge Steuern abführen, da die Steuerpflicht auf den Käufer übergeht. Außerdem bleibt ein Todesfallschutz erhalten. Versicherungsunternehmen

müssen keine erhöhte Stornoquote fürchten, die sich sowohl image- als auch liquiditätsschädigend auswirkt. Und auch der Versicherungsmakler profitiert: Sein Versicherungsbestand bleibt erhalten, zudem zahlt ihm cash.life für jede vermittelte Police eine Provision. Obendrein darf er auch künftig mit der Zufriedenheit seiner Kunden rechnen, denen er zu einer deutlich attraktiveren Alternative geraten hat.

Die zunehmende Zahl von Kundenkontakten ermöglicht cash.life – quasi als Begleitprodukt – den Aufbau einer umfangreichen Datenbank. Mit ihrer Hilfe kann erstmals in Deutschland eine aussagekräftige Statistik über die tatsächlichen Beendigungsgründe von Kapitalversicherungsverträgen erarbeitet werden. Zudem geben die Daten Aufschluss über die Serviceorientierung deutscher Assekuranzunternehmen, beispielsweise wenn es um die durchschnittliche Bearbeitungszeit von Kundenanfragen geht. Die Bearbeitungszeit ist ein wesentliches Indiz für die Geschwindigkeit, mit der Versicherungsnehmern in finanzieller Not geholfen werden kann. Damit bildet die Datenbank eine statistisch fundierte Grundlage: Sie ist sowohl Entscheidungshilfe für Verbraucher als auch Instrument für die Qualitätssteigerung von Maklern und Versicherern.

Informationen:

NBB GmbH
Agentur für Public Relations
Franz-Joseph-Straße 9
80801 München

Telefon: 089-389896-0
Fax: 089-389896-10
Email: info@nbbgmbh.de