



Capital Markets Day 2021

DFV Deutsche Familienversicherung AG
FRANKFURT/MAIN | 12. August 2021



**Herzlich Willkommen
zum ersten virtuellen
Capital Markets Day
der DFV Deutsche
Familienversicherung AG**

Nachhaltigkeit: Alle reden, wir handeln

Die Deutsche Familienversicherung:
Eine CO² neutrale
Versicherungsgesellschaft

3

Bild der Urkunde für Zertifikat nach Gold-Standard →



100 TONNEN

CO₂ Kompensation in regionalen Wäldern
51°40'37,0"N 6°12'22,1"E

DEUTSCHE FAMILIEN-
VERSICHERUNG AG

2021
DEINHEKTAQ



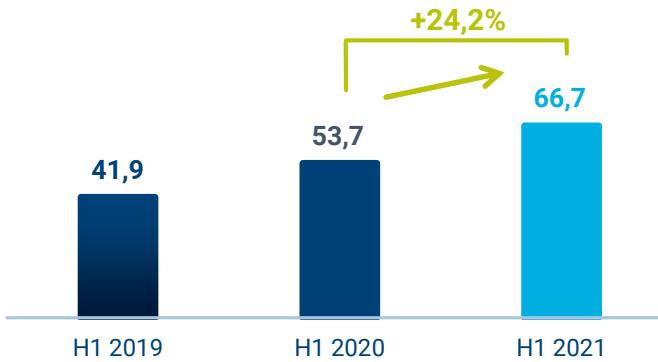
Halbjahresfinanzbericht 2021

Dr. Karsten Paetzmann
CFO

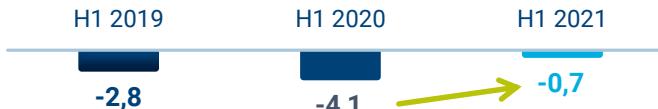
Halbjahresfinanzbericht 2021

Das stark wachsende digitale Versicherungsunternehmen

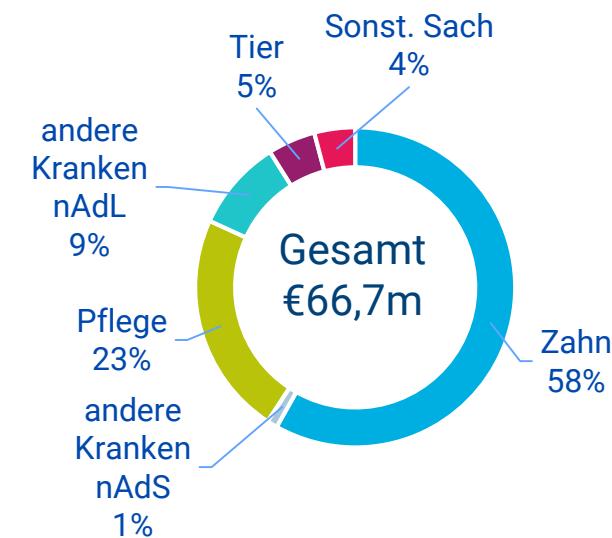
Gebuchte Bruttobeiträge in Mio. €



Konzernergebnis nach Steuern in Mio. €



Bestandsmix H1 2021



Basis: Basis: gebuchte Bruttobeiträge der Periode; Wachstum gegenüber Vorjahrsperiode
nAdL: nach Art der Lebensversicherung
nAdS: nach Art der Schadenversicherung

Halbjahresfinanzbericht 2021

Konzern-Gesamtergebnis

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

	H1 2020	H1 2021	Delta	in %	2020
€m					
Gebuchte Beiträge (brutto)	53,7	66,7	+13,0	+24%	114,7
Verdiente Beiträge (netto)	28,4	34,3	+5,9	+21%	61,9
Ergebnis aus Kapitalanlagen	-1,9	4,0	+6,0	1 -307%	0,9
Sonstige Erträge	0,1	0,0	-0,1	-95%	0,3
Versicherungsleistungen	-17,2	-23,6	-6,4	2 +37%	-39,5
Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb	-12,8	-13,8	-0,9	3 +7%	-30,2
Sonstige Aufwendungen	-2,5	-1,9	+0,6	-23%	-3,9
Operatives Ergebnis	-6,0	-1,0	+5,0	-83%	-10,6
Finanzierungsaufwendungen Leasing	0,0	0,0	+0,0	-36%	0,0
Jahresergebnis vor Ertragsteuern	-6,0	-1,0	+5,0	-83%	-10,6
Ertragsteuern	1,9	0,3	-1,6	-84%	3,1
Jahresergebnis	-4,1	-0,7	+3,4	-83%	-7,4
Unrealisierte Gewinne und Verluste aus Kapitalanlagen	-1,5	-0,7	+0,8	-54%	2,2
Gesamtergebnis	-5,6	-1,4	+4,2	-75%	-5,2
Vertragsstückzahl zum Periodenende	535.830	562.869			553.447
Veränderung Stückzahl zur Vorperiode	21.726	9.422			39.343
Neugeschäft in Stück	46.415	41.624			90.389
Storno/Abrieb in Stück	-24.689	-32.202			-51.046
Gebuchte Beiträge (brutto) je Stück in € - annualisiert	200	237			207
Durchschnittliche Anzahl an Mitarbeitern	135	170			150

1 Positives, deutlich verbessertes Ergebnis aus Kapitalanlagen.

2 Überleitung H1 2020 auf H1 2021:

Vers.leistungen (netto) H1 2020 €-17,2m
 Wachstumseffekt €-3,6m
 Veränderte Kostenallokation €-1,1m
 Höhere Nettoschäden Zahn €-1,6m
 (u.a. wg. Covid-19-Hygienepauschale und Anstieg des Festzuschusses)
 Saldo übrige Effekte €-0,1m
Vers.leistungen (netto) H1 2021 €-23,6m

Vergleich Schadenquote 2020 zu H1 2021:



Schadenquote: Versicherungsleistungen (netto) im Verhältnis zu den verdienten Beiträgen (netto). Zwecks besserer Vergleichbarkeit (identische Kostenverteilung gem. RechVersV) Vergleich zum Gesamtjahr 2020

3 Anstieg der Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb mit +7% unter dem Geschäftswachstum.

Halbjahresfinanzbericht 2021

Rechnungszins und Renditetragfähigkeit der Kapitalanlagen

- Die Angemessenheit der Methodik der **Rechnungzinsermittlung** in der DFV-Pflegeversicherung wurde durch einen von der BaFin eingesetzten Gutachter bestätigt – sowohl für Erstkalkulationen als auch für Festlegungen im Zuge von Beitragsanpassungen.
- Die erwirtschaftete **laufende Verzinsung** des Sicherungsvermögens erreichte in 2019 und 2020 jeweils den durchschnittlichen Rechnungszins der Pflegeprodukte. Dies erwarten wir auch für 2021.



Halbjahresfinanzbericht 2021

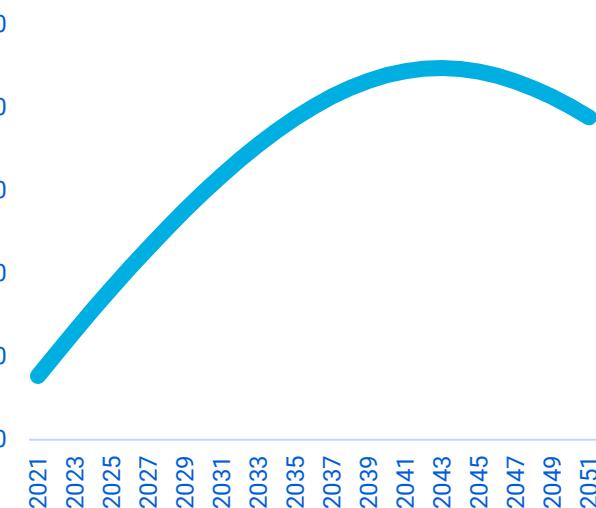
vt. Rückstellungen

vt. Rückstellungen

	Q4 2020	H1 2021	Delta	in %
Beitragsüberträge	3,3	3,1	-0,3	-8%
Deckungsrückstellungen	70,7	77,8	+7,1	+10%
Rückstellungen für noch nicht abgewickelte Vers.fälle	14,8	15,8	+0,9	+6%
Übrige vt. Rückstellungen	2,3	1,8	-0,5	-21%
vt. Bruttorückstellungen	91,1	98,4	+7,4	+8%
Anteil der Rückversicherer	-55,9	-59,9	-4,0	+7%
vt. Nettorückstellungen	35,2	38,5	+3,3	+9%
Anteil der Rückversicherer in %	61%	61%		

In der aktuellen ALM-Projektion steigen die Deckungsrückstellungen des heutigen DFV-Bestandes (ohne Neugeschäft) in der Spur bis auf rund €450m an.

Projektion Deckungsrückstellung (Alterungs-rückstellung) des Bestandes 2021-2051 (€m)



Halbjahresfinanzbericht 2021

Konzernbilanz

Konzernbilanz

	Q4 2020	H1 2021	Delta	in %
Immaterielle Vermögenswerte	8,8	7,9	-1,0	-11%
Nutzungsrechte IFRS 16	1,4	1,0	-0,3	-25%
Kapitalanlagen	135,1	177,8	+42,7	① +32%
Forderungen	4,1	5,2	+1,1	+26%
Laufende Guthaben bei Kreditinstituten	37,8	1,1	-36,6	② -97%
Anteil der Rückversicherer an den vt. Rückstellungen	55,9	59,9	+4,0	+7%
Steuererstattungsansprüche	5,0	5,8	+0,8	+15%
Übrige Aktiva	2,6	1,9	-0,6	-25%
Summe Aktiva	250,6	260,6	+10,0	+4%
vt. Bruttorückstellungen	91,1	98,4	+7,4	+8%
Sonstige Rückstellungen	3,4	1,8	-1,6	-48%
Verbindlichkeiten	65,3	70,9	+5,7	+9%
Steuerschulden	0,0	0,0	+0,0	+0%
Summe Schulden	159,8	171,2	+11,4	+7%
Eigenkapital	90,9	89,5	-1,4	③ -2%

① Umsetzung separater Strategien für das freie und das Sicherungsvermögen.

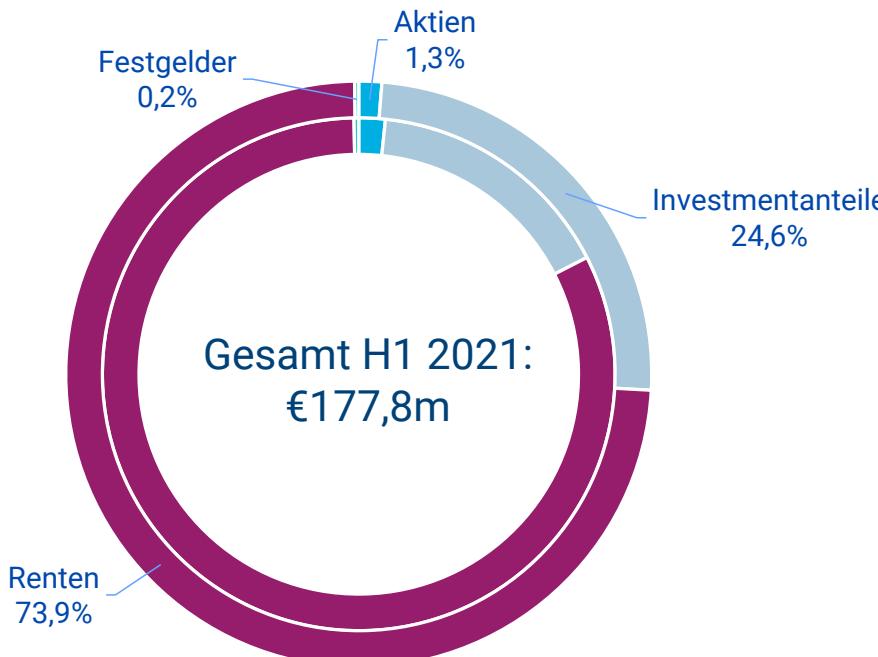
② Vollzogene Umschichtung in rentierliche Kapitalanlagen im Zusammenhang mit einem eingeführten Liquiditätsmanagement.

③ **Eigenkapital Q4 2020** €90,9m
 Konzernergebnis nach Steuern €-0,7m
 Unrealisierte Gewinne aus Kapitalanlagen (OCI) €-0,7m
Eigenkapital H1 2021 €89,5m

Halbjahresfinanzbericht 2021

Kapitalanlagen – Übersicht

Asset Allocation (IFRS-Sicht; Q4 2020 & H1 2021)



Sensitivität

Portfolio Duration in Jahren

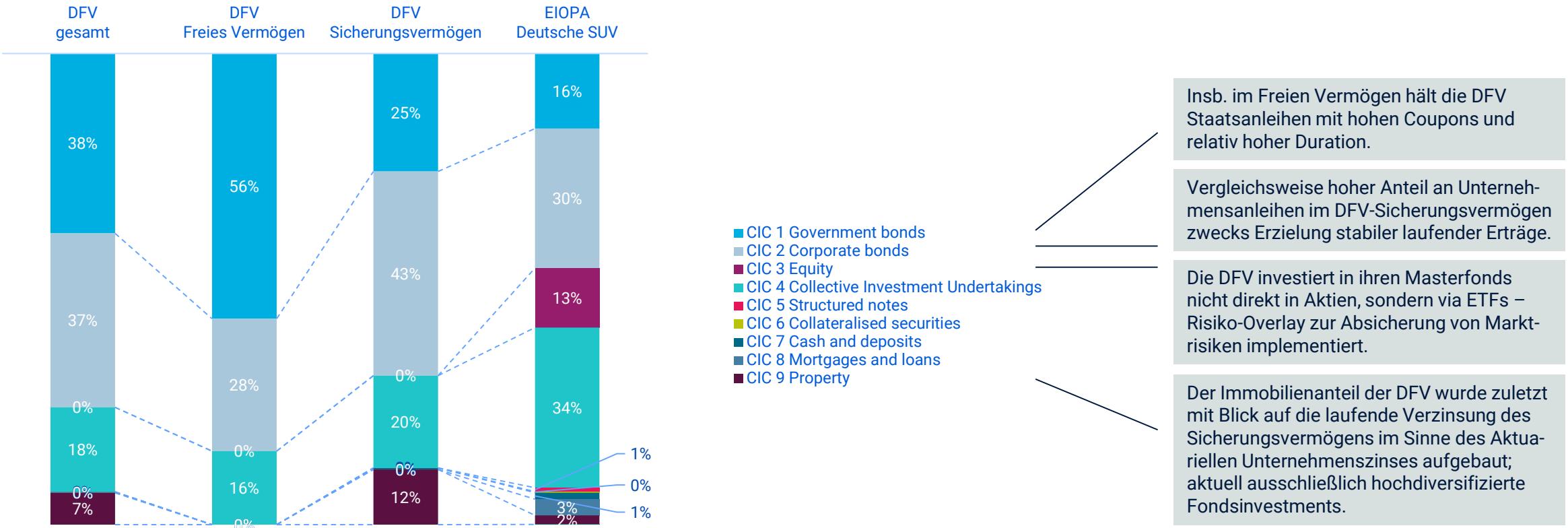


Marktwertänderung bei 100 bp Parallelverschiebung nach unten
in Mio. €



Halbjahresfinanzbericht 2021

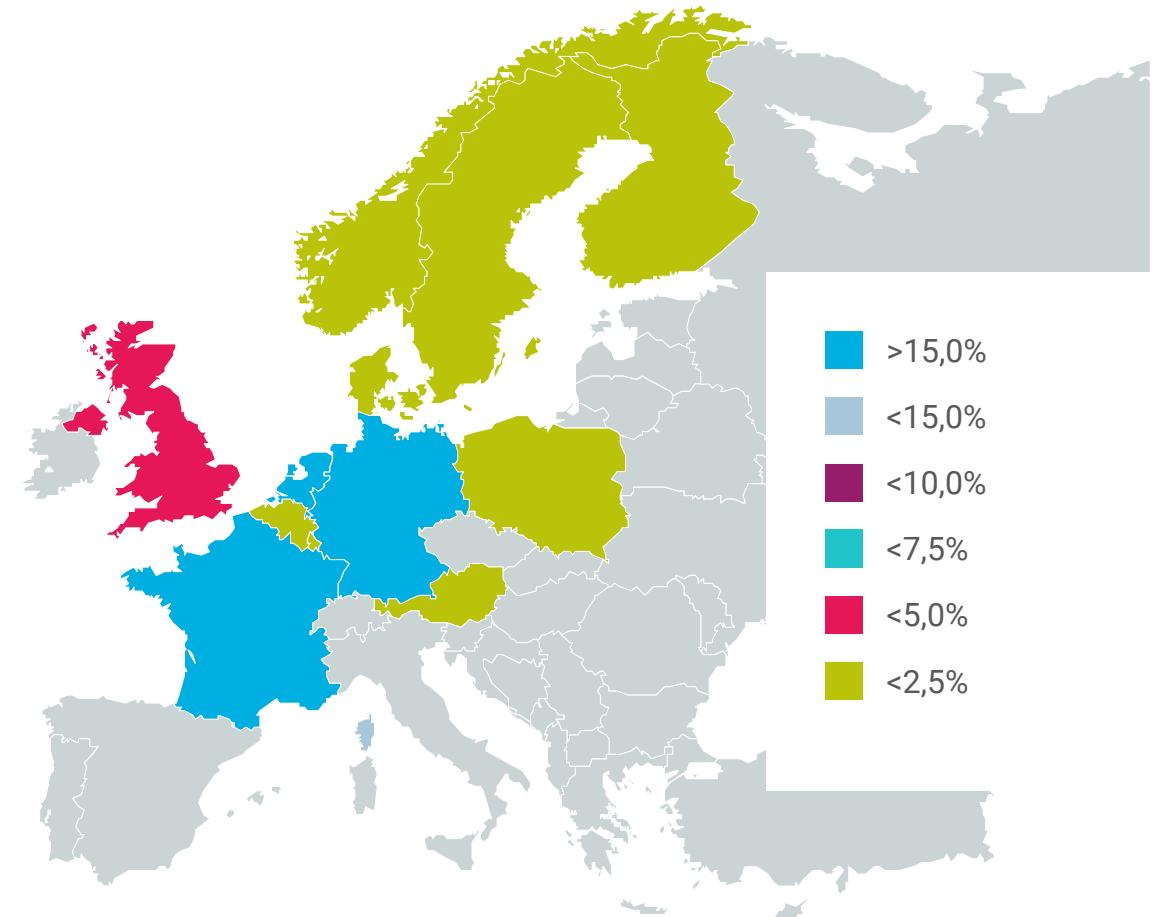
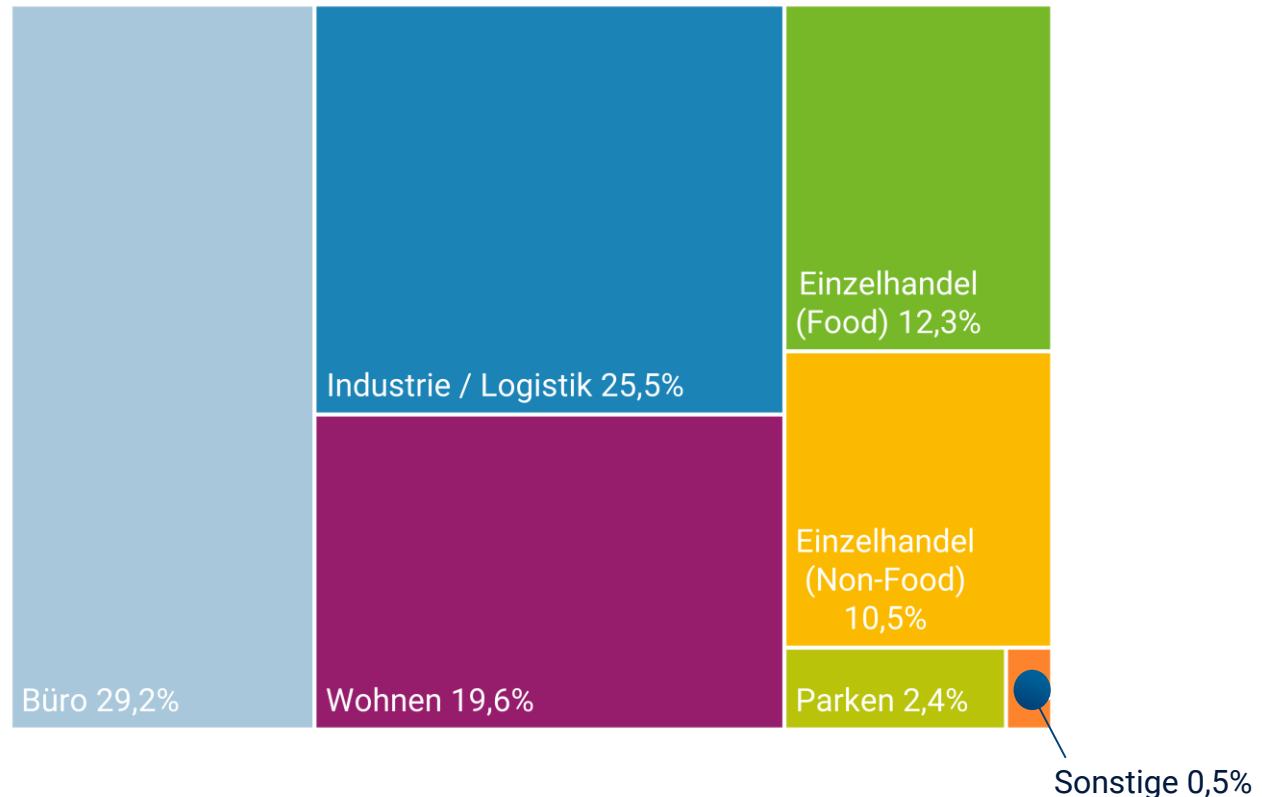
Kapitalanlagen – Allokation Masterfonds H1 2021 im Marktvergleich



DFV: Asset Allocation H1 2021 gesamt sowie in Freiem Vermögen und im Sicherungsvermögen;
Immobilieninvestments zwecks Illustration von CIC 4 in CIC 9 umgegliedert
EIOPA Deutsche SUV: Asset Allocation deutscher Schaden- und Unfallversicherer (SUV) in Q4 2020 gemäß Complementary Identification Code (CIC) der EIOPA
Quelle: EIOPA 2021

Halbjahresfinanzbericht 2021

Initiative – Implementierung eines hochdiversifizierten Immobilienportfolios



Halbjahresfinanzbericht 2021

Initiative – Implementierung von Nachhaltigkeitskriterien in den Kapitalanlagen

- Die DFV arbeitet mit MainFirst als externem Asset Manager zusammen.
- MainFirst ist Unterzeichnerin der Principles of Responsible Investing (PRI).
- Konkrete Ausschlusskriterien mit den Zielen
 - erhöhtes Umweltbewusstsein;
 - soziale Gerechtigkeit;
 - Einhaltung von Menschenrechten;
 - verantwortungsvolle Unternehmensführung.

Assetklasse	Berücksichtigung im Investmentprozess (vereinfachte Darstellung)
Aktien und festverzinsliche Wertpapiere	Konkrete Ausschlusskriterien, angelehnt an das gemeinsame Konzept des Bundesverbandes Investment und Asset Management (BVI), der Deutschen Kreditwirtschaft (DK) und des Deutschen Derivate Verbandes (DDV).
Staaten und Gebietskörperschaften	Ausschluss von Investments im Zusammenhang mit der Einschränkung elementarer Bürgerrechte oder -freiheiten, mit erhöhter Korruption oder mit einer Verleugnung des Klimawandels.
Fonds	Entscheidend ist, ob ein Fonds eine möglichst hohe Übereinstimmung mit den eigenen Nachhaltigkeitskriterien aufweist und die Produktanbieter ihrerseits entsprechende Kriterien überprüfbar ein- und umsetzen.
Immobilien (direkt oder über Fondsanteile)	Fokus auf als nachhaltig eingestufte Immobilien, insbesondere solche Immobilien, die explizit als nachhaltig zertifiziert sind.

Halbjahresfinanzbericht 2021

Initiative – Implementierung einer Nachhaltigkeitsberichterstattung

1

Offenlegungs-VO (SFDR)

EU-Verordnung 2019/2088 v. November 2019

- Gilt für „Finanzmarktteilnehmer“ und „Finanzberater“
- Unternehmens- vs. Produktebene
- Ziel: Erhöhung der Transparenz zu ESG-Risiken, nachteiligen ESG-Auswirkungen und bei der Bewerbung von ESG-Zielen
- Gültig seit 10.03.2021

DFV ist aktuell nicht verpflichtet, publiziert aber bereits freiwillig auf Unternehmensebene

2

Vorschlag CSR-RL

Vorschlag der Kommission aus April 2021 zur Anpassung der NFR-Richtlinie 2014/95/EU

- Soll für erweiterten Anwenderkreis gelten, inkl. DFV
- Erweiterung und Standardisierung der Nichtfinanziellen Berichterstattung (NFB/NFE)
- Wird ab Gj 2023 als „Nachhaltigkeitsbericht“ prüfungspflichtiger Teil des Lageberichts

DFV ist verpflichtet ab Gj 2023, plant jedoch frühere freiwillige Umsetzung

3

Taxonomie-VO

EU-Verordnung 2020/852 vom Juni 2020; delegierter Rechtsakt zu Artikel 8 vom Juli 2021

- Gilt für alle Anwender der Offenlegungs-VO und/oder Gesellschaften mit NFB/NFE
- NFE muss Angaben zum Umfang der Wirtschaftstätigkeiten enthalten, die als ökologisch nachhaltig einzustufen sind
- Gültig für NFB/NFE, die ab dem 01.01.2022 erstellt werden

Wird von der DFV entsprechend berücksichtigt werden

Halbjahresfinanzbericht 2021

Initiative – Weiterentwicklung des Kostenmanagements (Opex)

Klare Zuweisung von **Kostenverantwortlichkeiten** auf Ressort- und Kostenstellenebene

Monatliche **Transparenz** über anfallende Kosten auf Ressort-/Kostenstellen-ebene nach Kostenarten/Kreditoren

Besetzung der Abteilungsleitung Controlling und qualifizierter **Personalausbau** im Controlling

Überprüfen und Weiterentwicklung der **Kostenartenstruktur** nach Sachgerechtigkeit

Beobachtung der Sachgerechtigkeit der **Kostenverteilung** auf Funktionsbereiche (§ 43 Abs. 1 RechVersV)

Beobachtung der Sachgerechtigkeit der Ist-Kostenschlüsselung auf **Kostenträger**

Analyse der sonstigen Zuschläge als **Rechnungsgrundlage** in der Krankenversicherung nAdL (§ 8 KVAV)

Analyse der Kostenzuschläge als **Kalkulationsgrundlage** in der Schadenversicherung

Etablierung eines **Controlling-regelkreises** mit allen Ressort-/Kostenstellenverantwortlichen

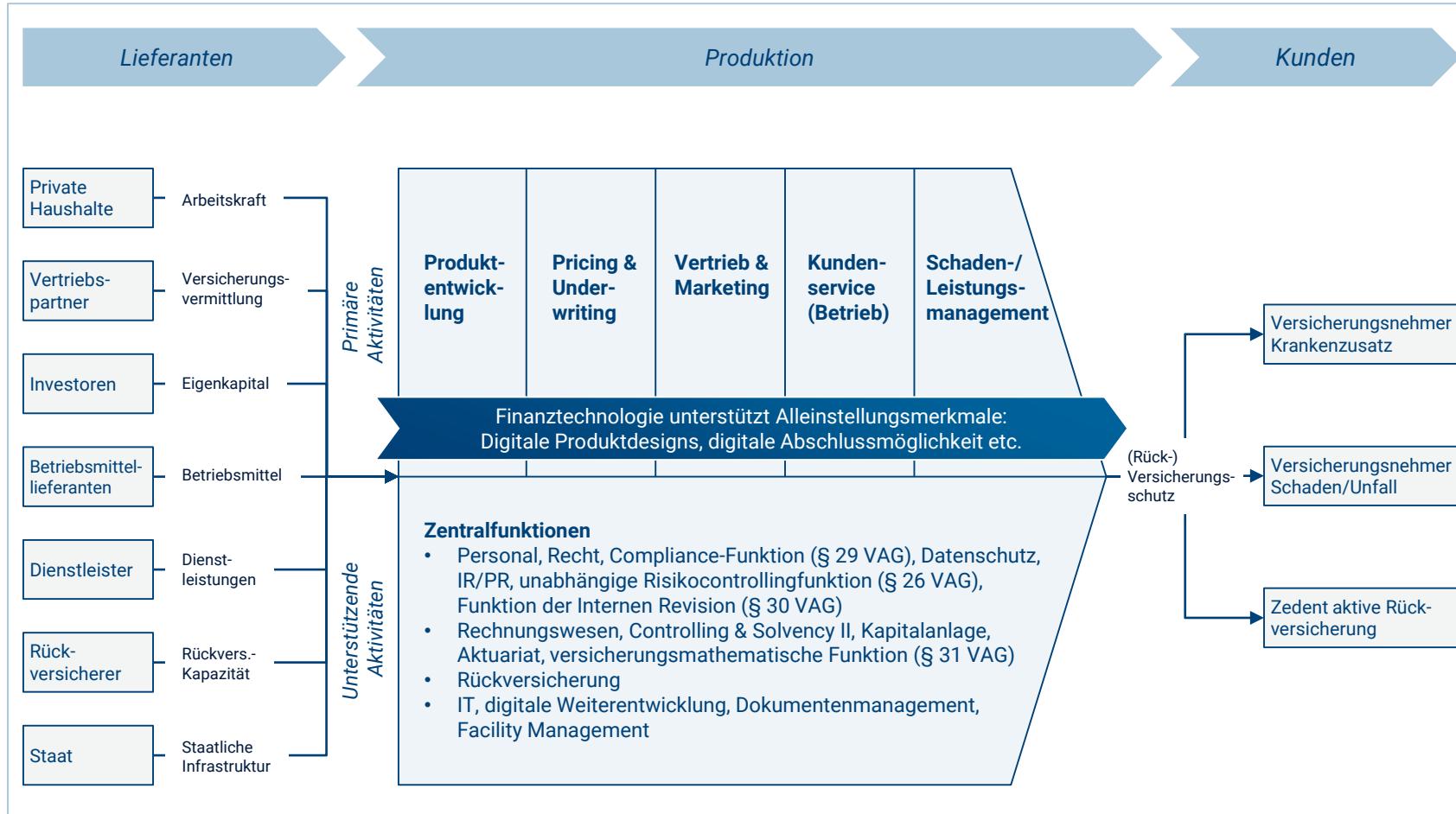
Methodische Unterstützung bei der Identifikation und Realisierung von **Kostensenkungsmaßnahmen**

Aufbau einer **Jahres-/Monatsplanung** von Sachkosten auf Kostenstellen-ebene ab 2022

Integration des Sachkosten-Managements in die **Unternehmensplanung** 2022

Halbjahresfinanzbericht 2021

Weiterentwicklung Finanzfunktion in der Wertschöpfungskette



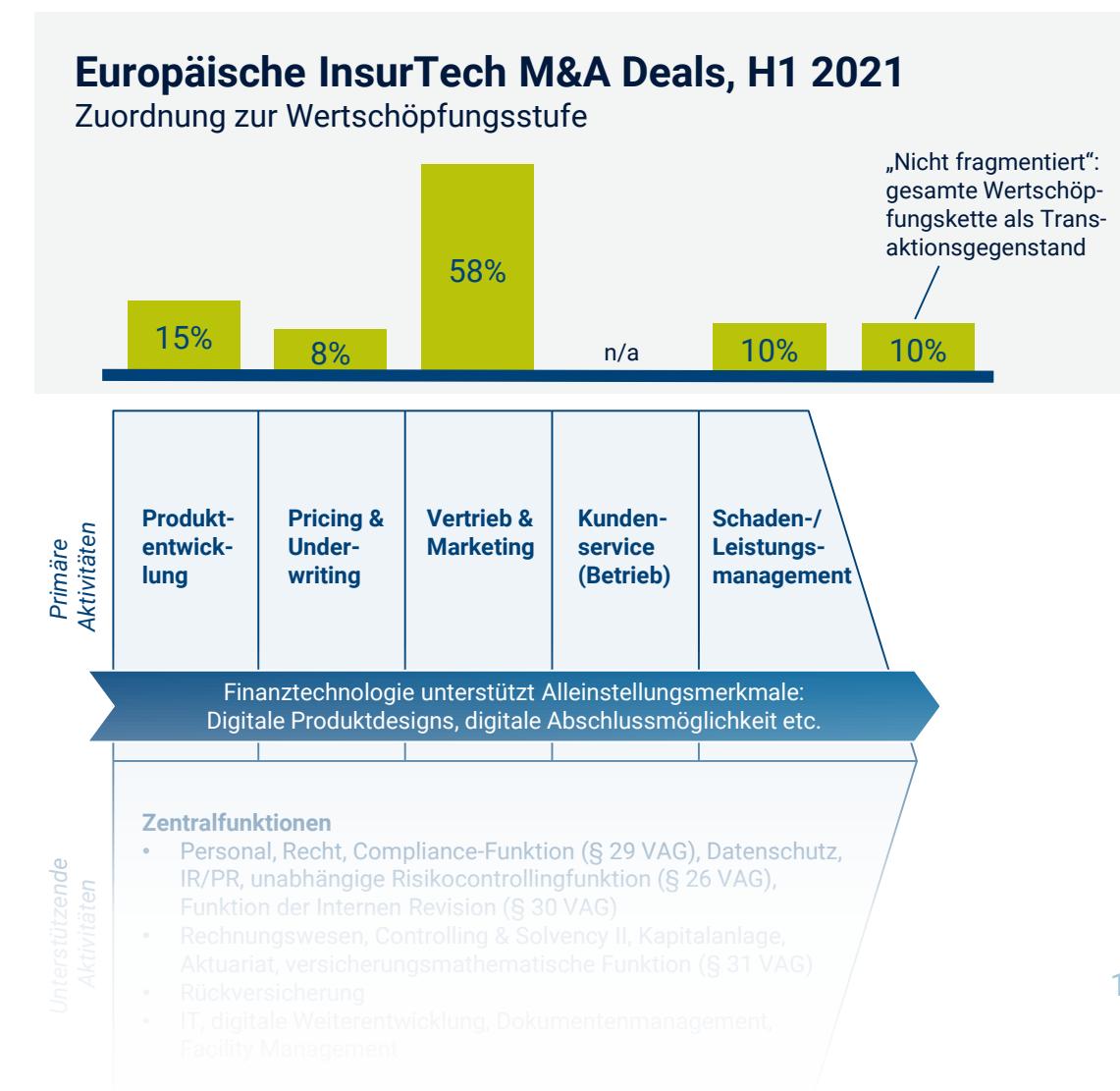
- Die **Alleinstellungsmerkmale** der DFV bestehen wesentlich in digitalen Produktdesigns und in digitalen Prozessen inkl. Vertrieb.
- Alle fundamentalen Prozesse liegen in der Hand der DFV, anders als die durch EIOPA adressierte „**Gefahr**“ einer **Fragmentierung** der Wertschöpfungskette durch InsurTechs.
- Die **DFV-Finanzfunktion** unterstützt den weiteren Wachstumskurs und bereinigt zugleich „Legacy-Themen“.

Halbjahresfinanzbericht 2021

Finanzierungsoptionen und „Full-Stack“-Ansatz

- DFV weiterhin mit einer **SCR-Bedeckungsquote von rund 300%** (H1 2021) gut kapitalisiert; jedoch beobachten wir laufend Finanzierungsoptionen, die unser Wachstum verstärken könnten.
- Über die Hälfte der in H1 2021 durchgeföhrten europäischen InsurTech M&A Deals bezog sich auf die Wertschöpfungsstufe **Vertrieb & Marketing**.
- Nur wenige InsurTechs folgen dem attraktiven, nicht fragmentierten „Full-Stack“-Ansatz über die **gesamte Wertschöpfungskette** hinweg.
- In H1 2021 wurde europaweit über nur drei „Full-Stack“ Fundings berichtet:
 - FR: **Acheel** (€29m Funding, Start-up)
 - DE: **Element** (€17m Funding in H1 2021, €7m Bruttobeiträge in 2020, Fokus auf White Label)
 - GR: **Hellas Direct** (€32m Funding in H1 2021, €30m Bruttobeiträge in 2020, Fokus auf Auto/Sach)

Prozentwerte beziehen sich auf die Anzahl der durchgeföhrten Transaktionen
Quelle: Insurtech Insights; astorya.io; WillisTowersWatson



Halbjahresfinanzbericht 2021

Zusammenfassung und Ausblick

24% Wachstum in H1 2021 gegenüber H1 2020

Beiträge je Vertrag sind nochmals gestiegen

Anders als in Q1 2021 liegt die **Schadenquote** in Q2 2021 über der Vorjahresperiode

Kapitalanlagenergebnis deutlich verbessert

Implementierung mehrerer **Maßnahmenbündel** schreitet voran

Operatives Ergebnis in H1 2021 deutlich über Vorjahr

Treiber der Ertragskraft **entwickeln sich wie geplant** – das für 2021 geplante Konzernergebnis vor Steuern von -4 Mio. € wird **bestätigt**



Treiber der Ertragskraft schaffen nachhaltigen Wert für die Aktionäre





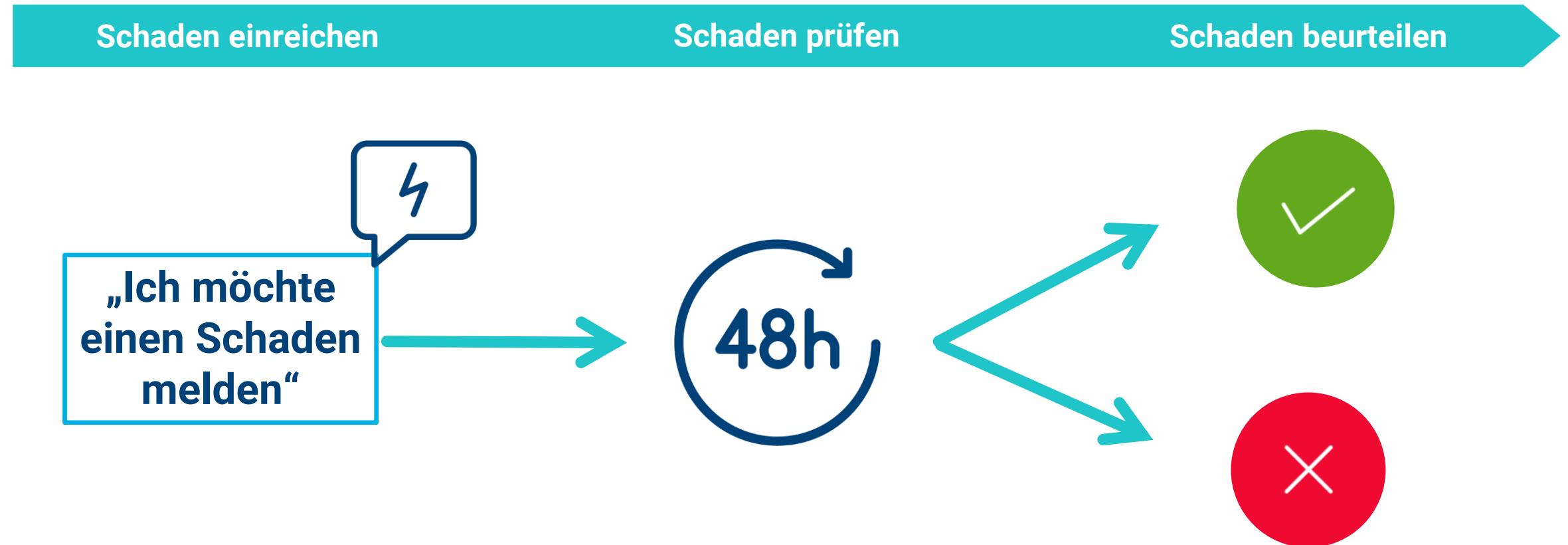
Hintergrundinformationen Schaden/Leistung & IT

Marcus Wollny
CIO

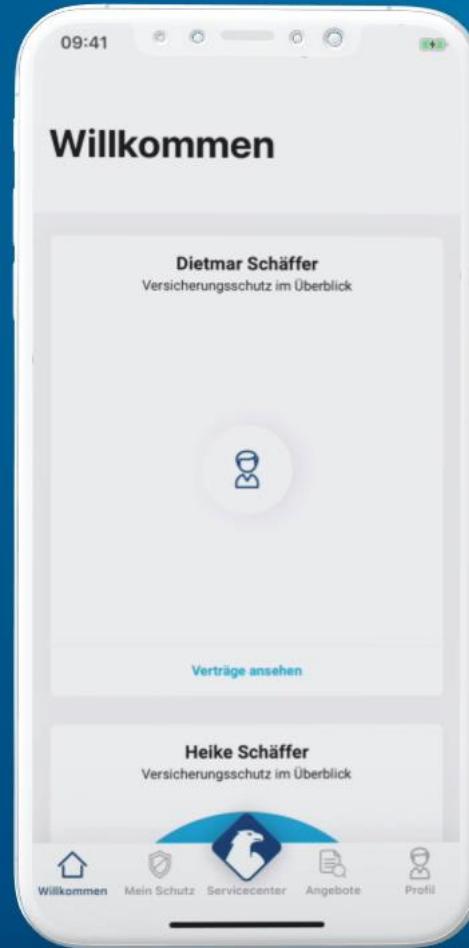
Schaden- und Leistungsmanagement

Schadenregulierung ist immer einfach!

Der Idealfall



Einfach. Digital. Schadenmeldung in 30 Sekunden



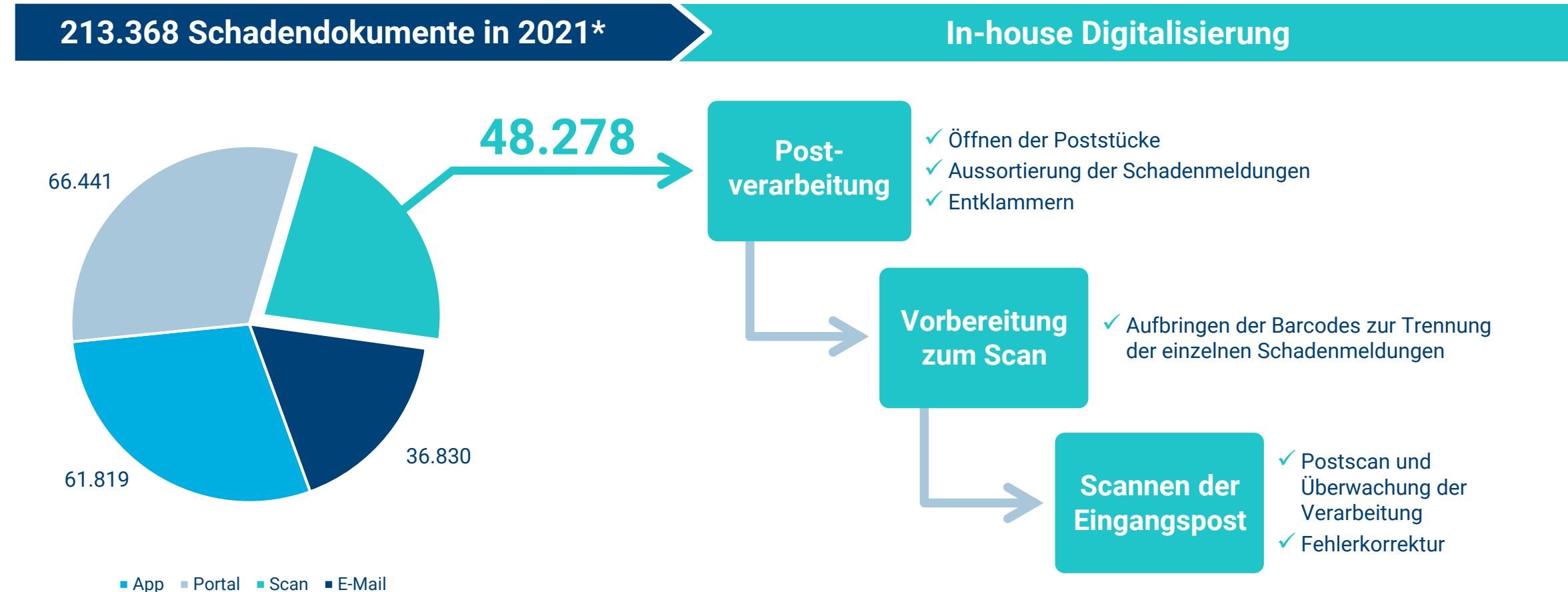
Schadenregulierung ist immer einfach!

Der größte Feind der Automatisierung



Schadenregulierung ist immer einfach!

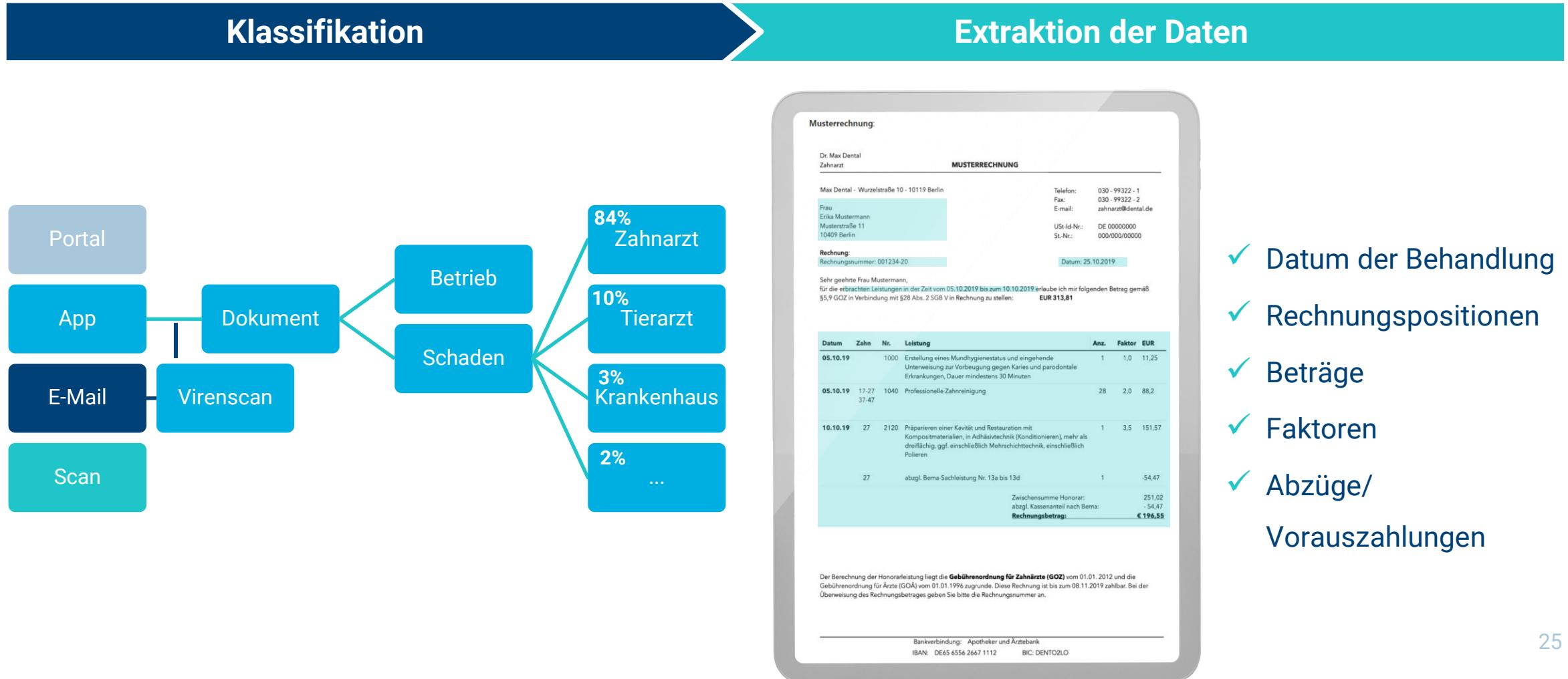
Nicht alle Kunden nutzen den einfachen Weg



* Eingereichte Dokumente bis einschließlich 07/2021

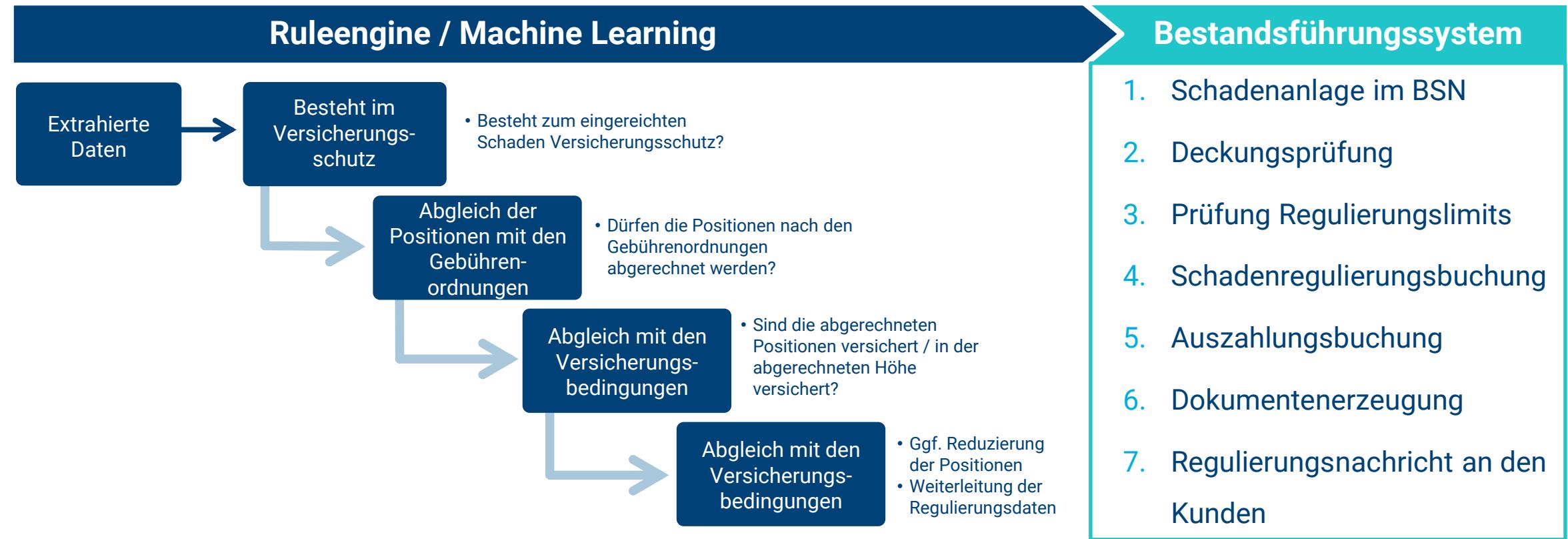
Schadenmeldung einfach und digital

Die digitale Schadenregulierung beginnt mit der Klassifikation der Dokumente und der Extraktion der Daten aus den Rechnungen



Schadenmeldung einfach und digital

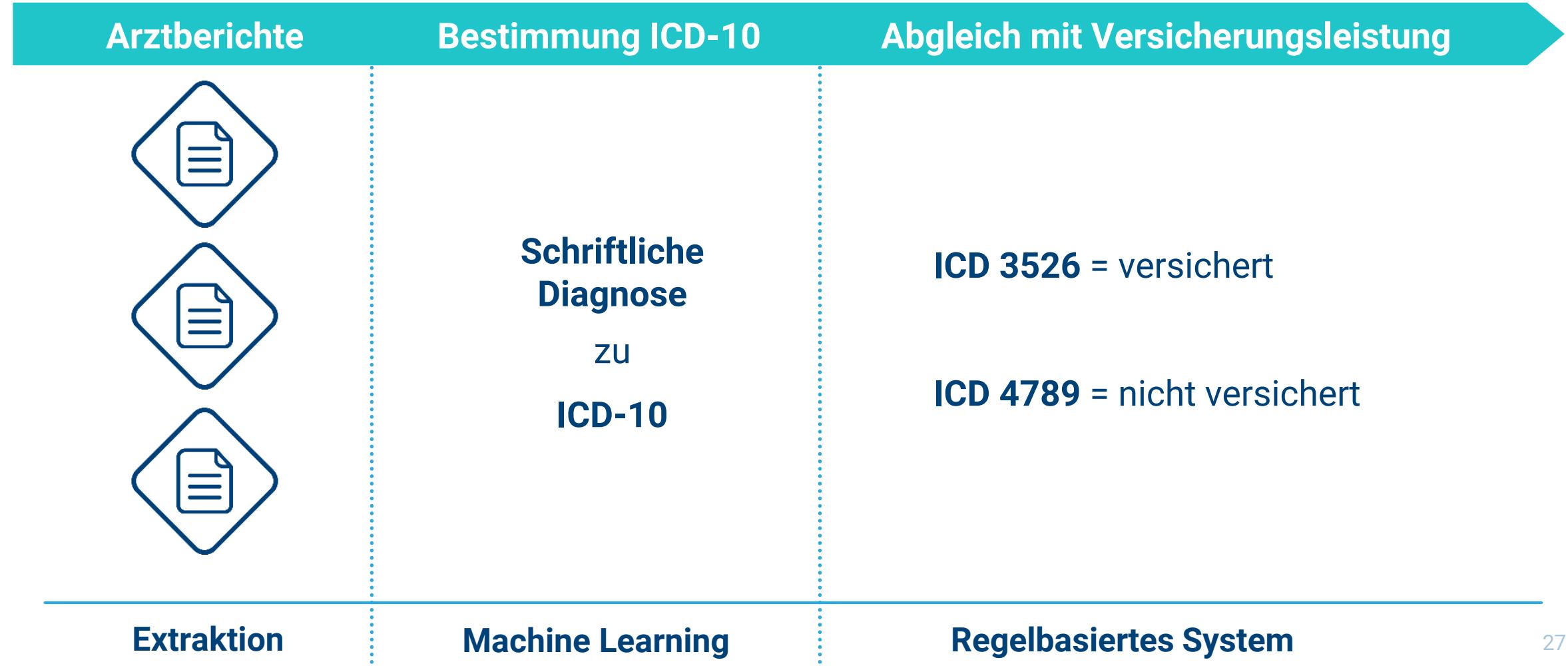
Dann folgt die Schadensbewertung und anschließend die Erfassung und Regulierung



Ø digitale Bearbeitungsdauer vom Eingang bis zur Nachricht an den Kunden: ca. 3 Minuten

Zielgerichteter Einsatz von Machine Learning

Extraktion und Abgleich mit den Versicherungsbedingungen



Anwendungen

ICD-Codes-Suche

Dokumenten Upload

DFV digital
Immer einen Schritt voraus

Weiterentwicklung unserer Versicherungsplattform

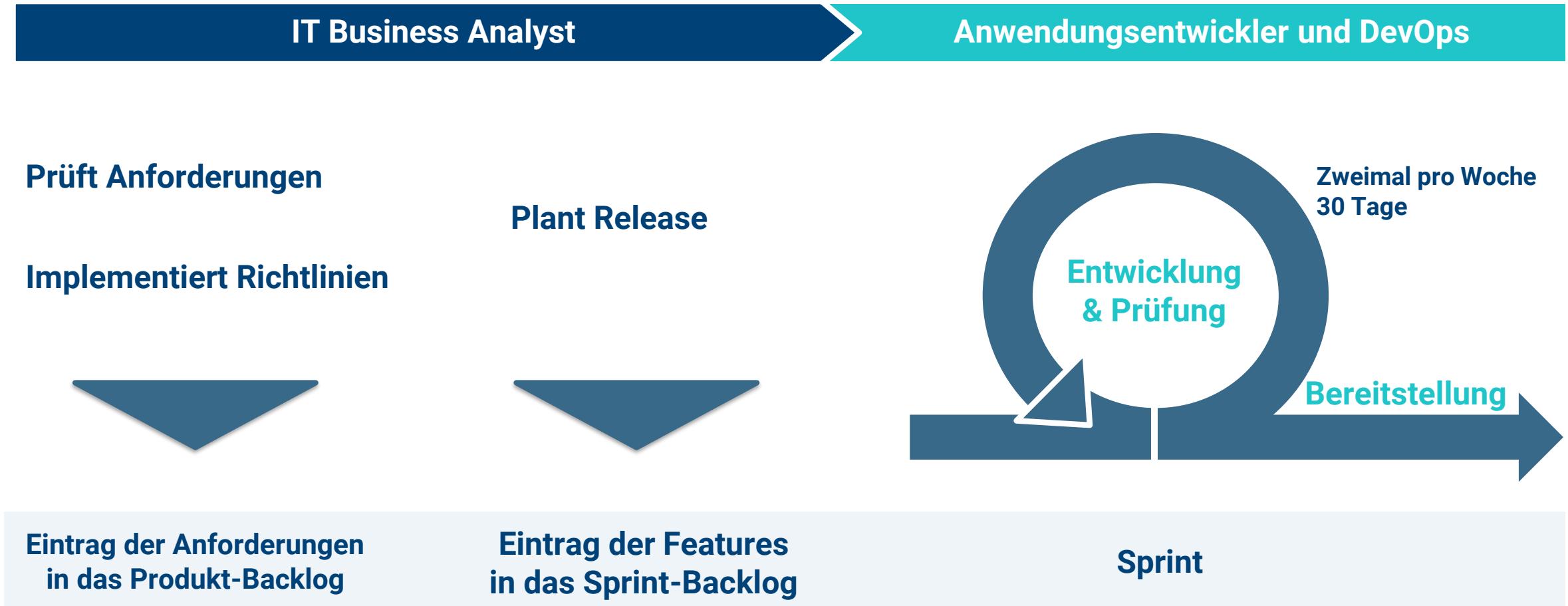
Im Jahr 2021 wurde der Funktionsumfang unserer Plattform erheblich ausgebaut

- ✓ Internationalisierungsprozesse implementiert
- ✓ Verbesserung des Schaden- und Leistungsprozesses
- ✓ Erweiterung um flexible Produktkombinationen
- ✓ Anpassungen der Backendsysteme für den Betrieb auf der neuen Infrastruktur
- ✓ Implementierung neuer Cyber Security Systeme
- ✓ Einführung eines neuen Risikomanagementsystems



Agile Weiterentwicklung

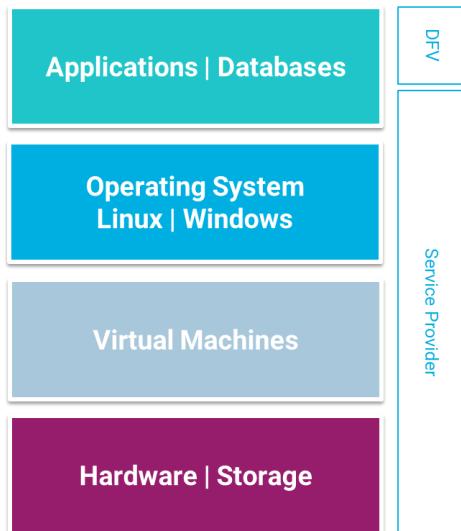
Alle 30 Tage werden neue Features produktiv gesetzt.



IT Infrastruktur Outsourcing

Konzentration auf die Weiterentwicklung und Verbesserung unserer Versicherungsplattform

Im ersten Halbjahr 2021 konnten **alle relevanten internen Systeme** auf der **neuen** dedizierten IT Infrastruktur des Dienstleisters **in Betrieb genommen** werden.

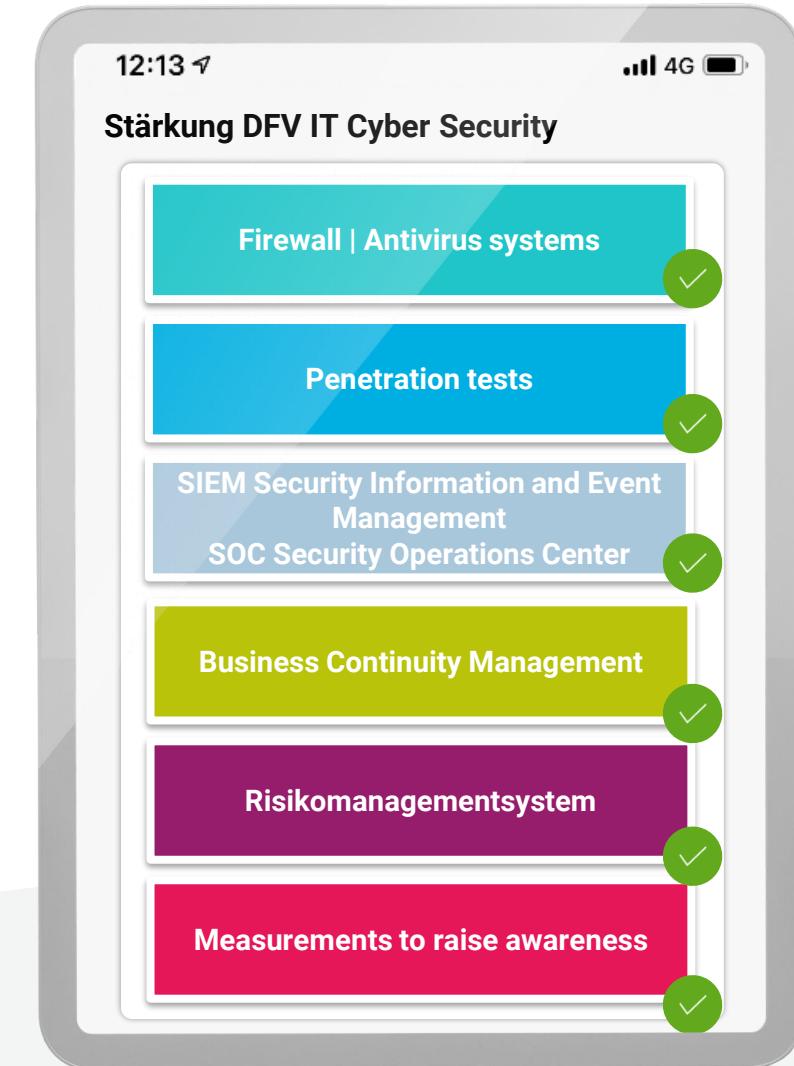


- Bessere und schnellere Leistungsskalierung und Ausfallsicherheit der Infrastruktur
- Flexibilität bei der Weiterentwicklung / der Wahl zukünftiger Technologie-Stacks (Cloud / Blockchain basierte Systeme)
- Unabhängigkeit bei einem Wechsel des Unternehmenssitzes

DFV IT Cyber Security: Sicher für uns und unsere Kunden

Wir allokierten einen erheblichen Anteil des IT Budgets für die Sicherung des digitalen Geschäftsmodells

- Seit Beginn der Covid-19-Pandemie hat sich die Anzahl der Cyberangriffe verdoppelt. Grund hierfür ist auch das mobile Arbeiten, da hier häufig Schwachstellen erwartet werden.
- Aufgrund des Anstiegs und des Facettenreichtums von Cyberangriffen wurden weitere Sicherungs- und Überwachungsmechanismen eingeführt.



Die neue Generation von Versicherungen

Dank Blockchain- und Smart-Contract-Technologien

**Mit dem neuen Major Upgrade von Ethereum ist die Blockchain
umweltfreundlicher und schneller als je zuvor!**

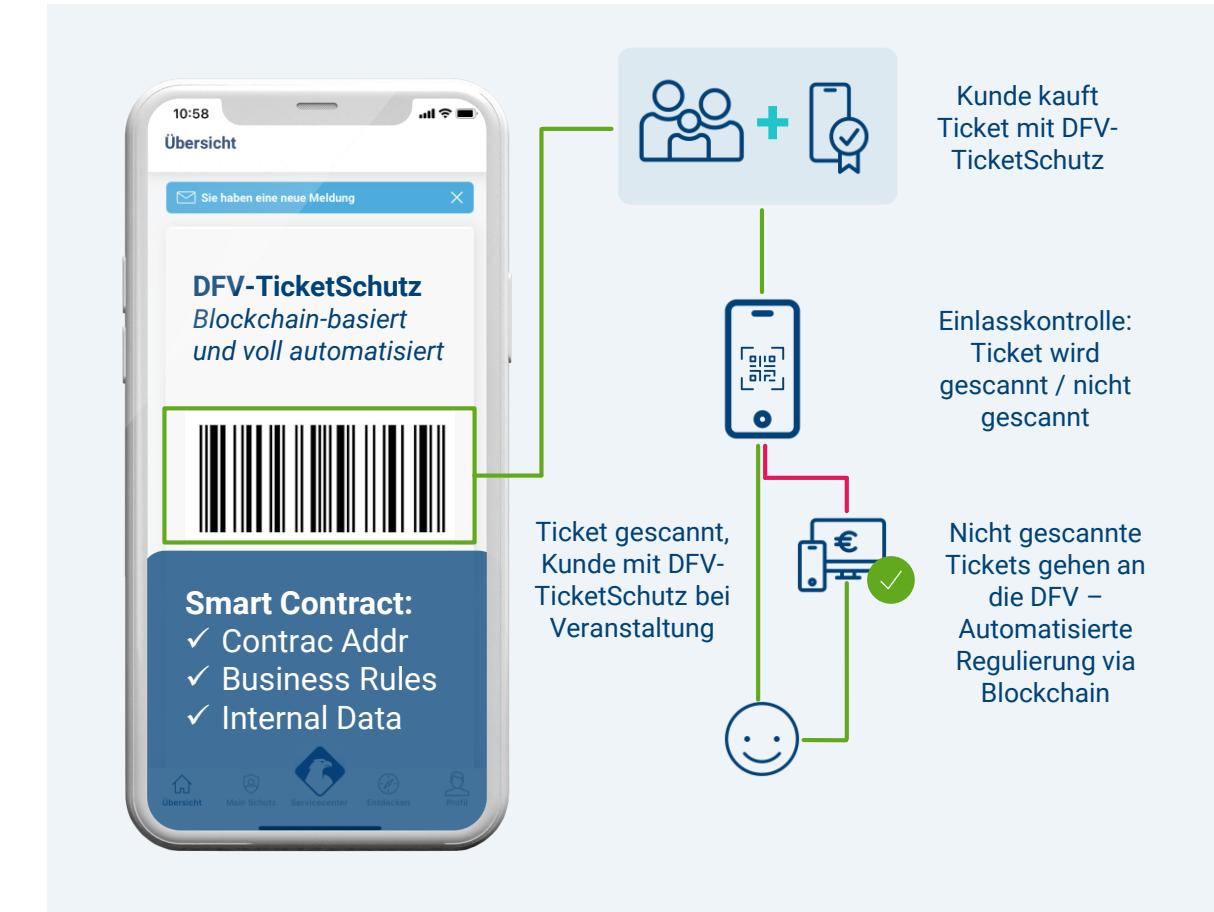
- Smart Contracts sind die Grundlage für Smarte Versicherungen
- Einfache Versicherungen mit Regulierungsgarantie
- Keine Schadenmeldung und kein Schadenmanagement
- Geringes Risiko durch Einmalabsicherung
- Sicher und datenschutzkonform betrieben



Blockchain am Beispiel einer Ticketversicherung

Vollautomatisierte Schadenbearbeitung dank integrierter Blockchain-Technologie

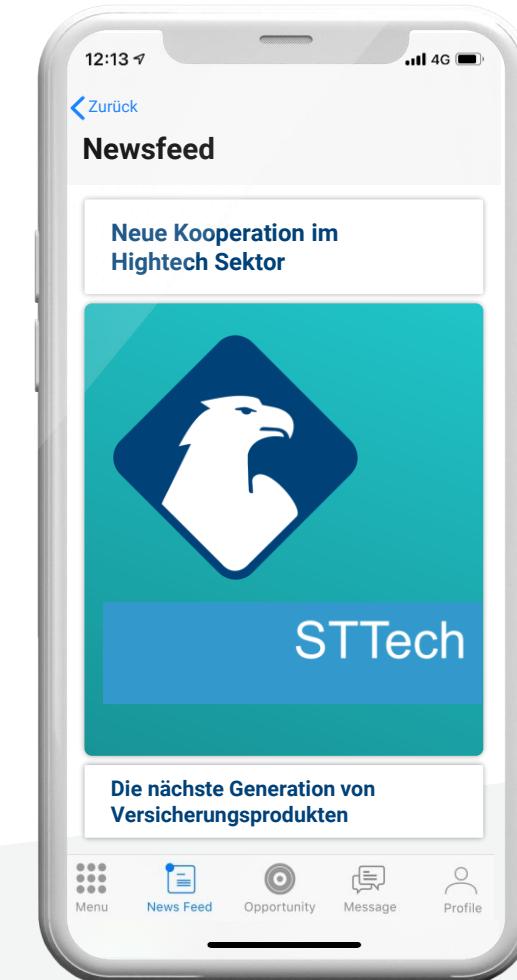
- Der DFV-TicketSchutz ist die nächste Generation von Versicherungslösungen.
- Wir erhalten die Daten aller versicherten Tickets und erstellen Smart Contracts in unserer Blockchain.
- Nach der Veranstaltung senden wir dem Event-Kooperationspartner alle Daten der nicht validierten Tickets in der Blockchain.
- Und das ist der Punkt, an dem sich die Smart Contracts selbst regulieren und unser Kunde die Rückerstattung erhält.
- Alles voll automatisiert ohne Reklamationsbearbeitung.



Innovativ durch Unternehmenskooperationen

Technologieschmiede für den Versicherungsschutz der Zukunft

- Die Deutsche Familienversicherung wird gemeinsam mit dem Hightech Start-Up STTech GmbH ein Joint Venture gründen.
- Ziele der Neugründung sind:
 - Umsetzung der neuesten KI-Forschung in reale Anwendungen
 - Entwicklung neuer Technologien für die Automatisierung von Schaden- und Leistungsfällen
 - Betrieb und Vertrieb neuer Blockchain-basierter Versicherungsprodukte
 - Aufbau neuer Vertriebswege
 - Entwicklung neuer Geschäftsmodelle





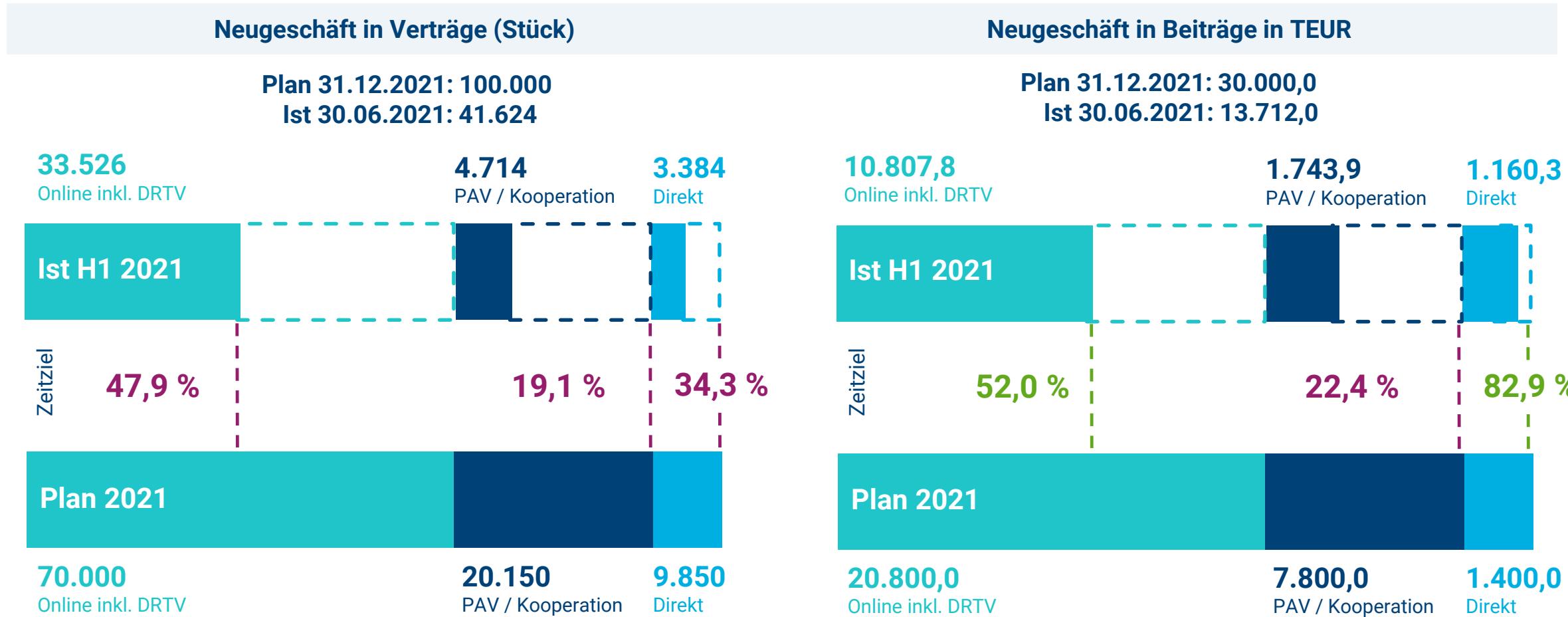
Hintergrundinformationen Vertrieb

Stephan Schinnenburg
CSO

Bewertung Neugeschäft H1 2021 nach Vertriebswegen

Starke Vertriebsergebnisse H1 2021 trotz Covid-19

Stabilität durch skalierbares Online Geschäft – Bestätigung aller Jahresziele trotz saisonaler Effekte

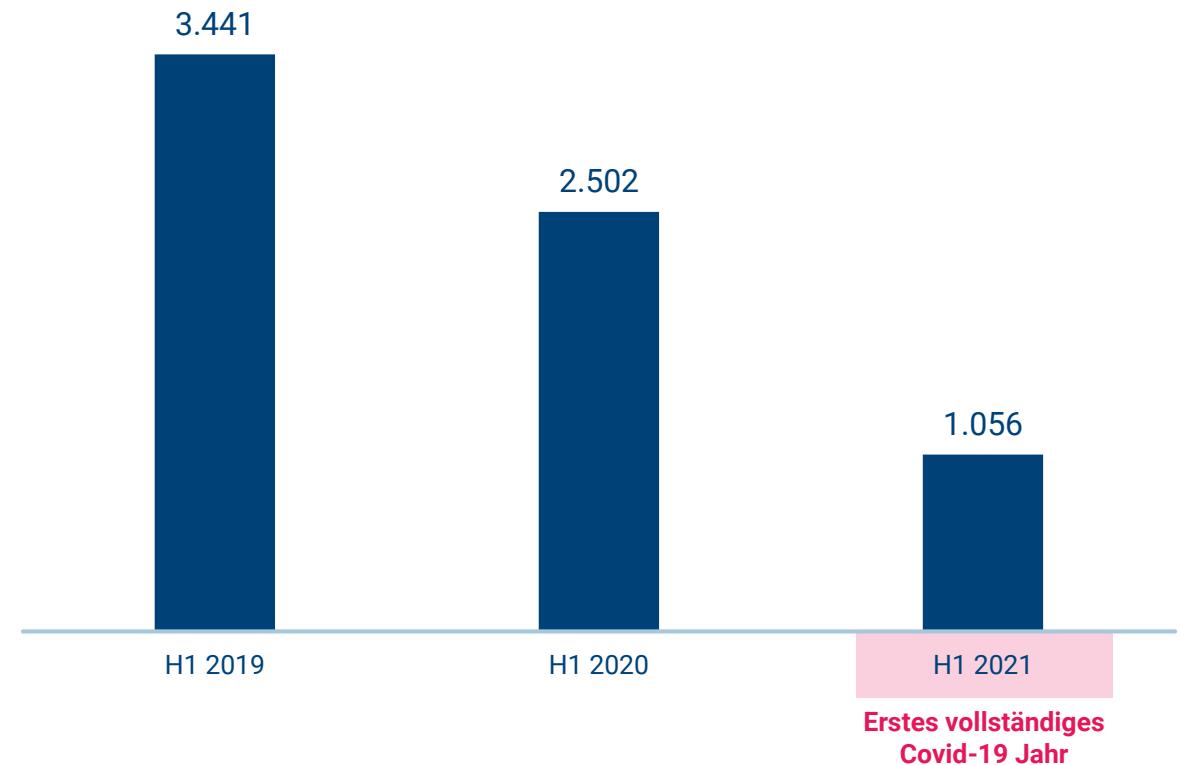


Covid-19 trifft Auslandskrankenversicherungsbranche

Politische Einschränkungen und die pandemische Lage führen zu geringerer Nachfrage

- Covid-19 hat die Reisebranche hart getroffen.
- In Folge dessen ist die Reisetätigkeit teilweise zum Erliegen gekommen.
- Die wieder ansteigenden Buchungszahlen führen aber häufig in Urlaubsgebiete, bei denen die Notwendigkeit eines Versicherungsschutzes als nicht notwendig angesehen wird.

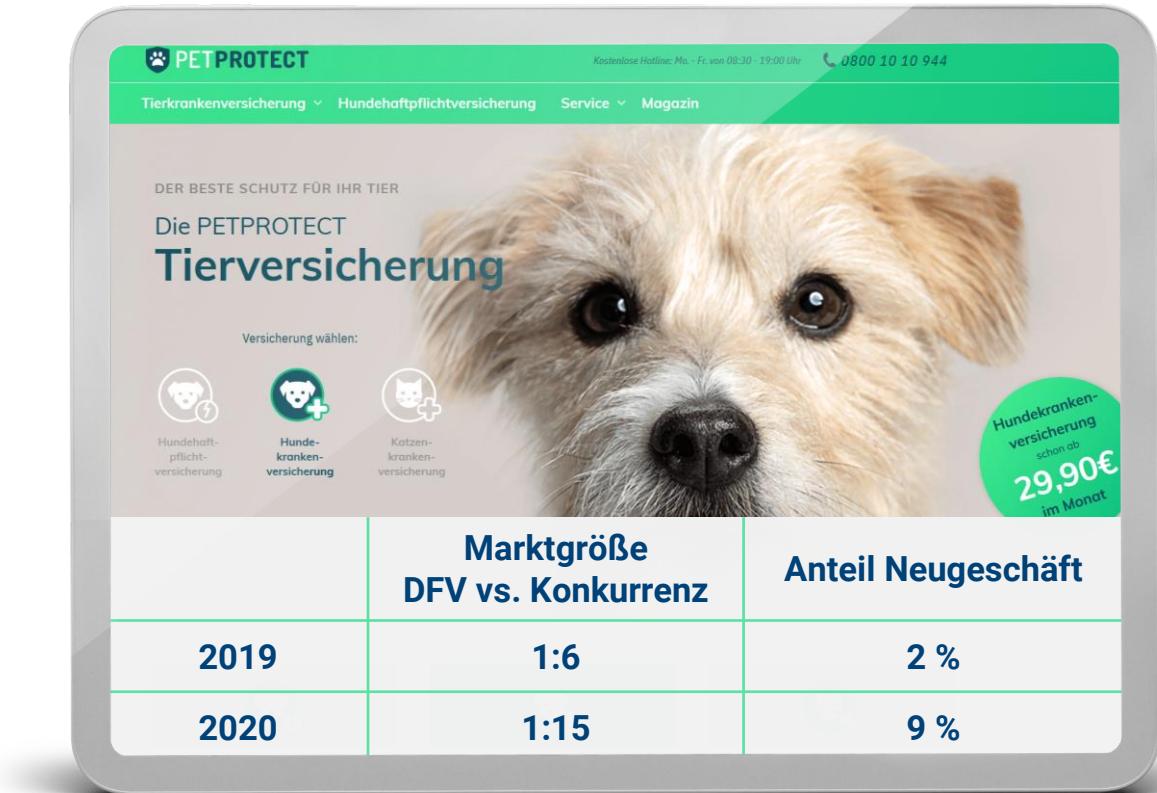
Neugeschäft in Stück der Auslandskrankenversicherung per 30.06.



DFV baut Vorreiterposition im Tierkrankenmarkt aus

Der DFV-TierkrankenSchutz als Maßstab in der Tierversicherung

- Seit Markteintritt in 2019 hat die DFV eine Vorreiterrolle im Tierkrankenversicherungsmarkt.
- Der Erfolg basiert auf einer innovativen aggressiven Markteintrittsstrategie:
 - Umfassende Werbepräsenz im Fernsehen
 - Zielgerichtete Online-Kampagnen mit innovativen SEO & SEA Management
- Trotz Zunahme der Konkurrenz und Kopie der Erfolgsstrategie erreicht die DFV in 2020 einen Marktanteil im Neugeschäft von 9 %.



The screenshot shows the homepage of PETPROTECT, a pet insurance provider. The top navigation bar includes links for Tierkrankenversicherung, Hundehaftpflichtversicherung, Service, and Magazin, along with a phone number (0800 10 10 944) and a "Kostenlose Hotline: Mo. - Fr. von 08:30 - 19:00 Uhr". The main headline reads "DER BESTE SCHUTZ FÜR IHR TIER" and "Die PETPROTECT Tierversicherung". Below this, there's a section titled "Versicherung wählen:" with three icons: Hundehaftpflichtversicherung (dog head), Hundekrankenversicherung (dog head with cross), and Kotzenkrankensicherung (cat head). To the right is a large image of a light-colored dog's face. A green circular badge in the bottom right corner says "Hundekrankenversicherung schon ab 29,90€ im Monat". Below the homepage image is a table comparing DFV's market share to its competitors in 2019 and 2020.

	Marktgröße DFV vs. Konkurrenz	Anteil Neugeschäft
2019	1:6	2 %
2020	1:15	9 %

Neue Produkte

Der DFV-KombiSchutz – Erstes Bündelprodukt mit einer Flatrate

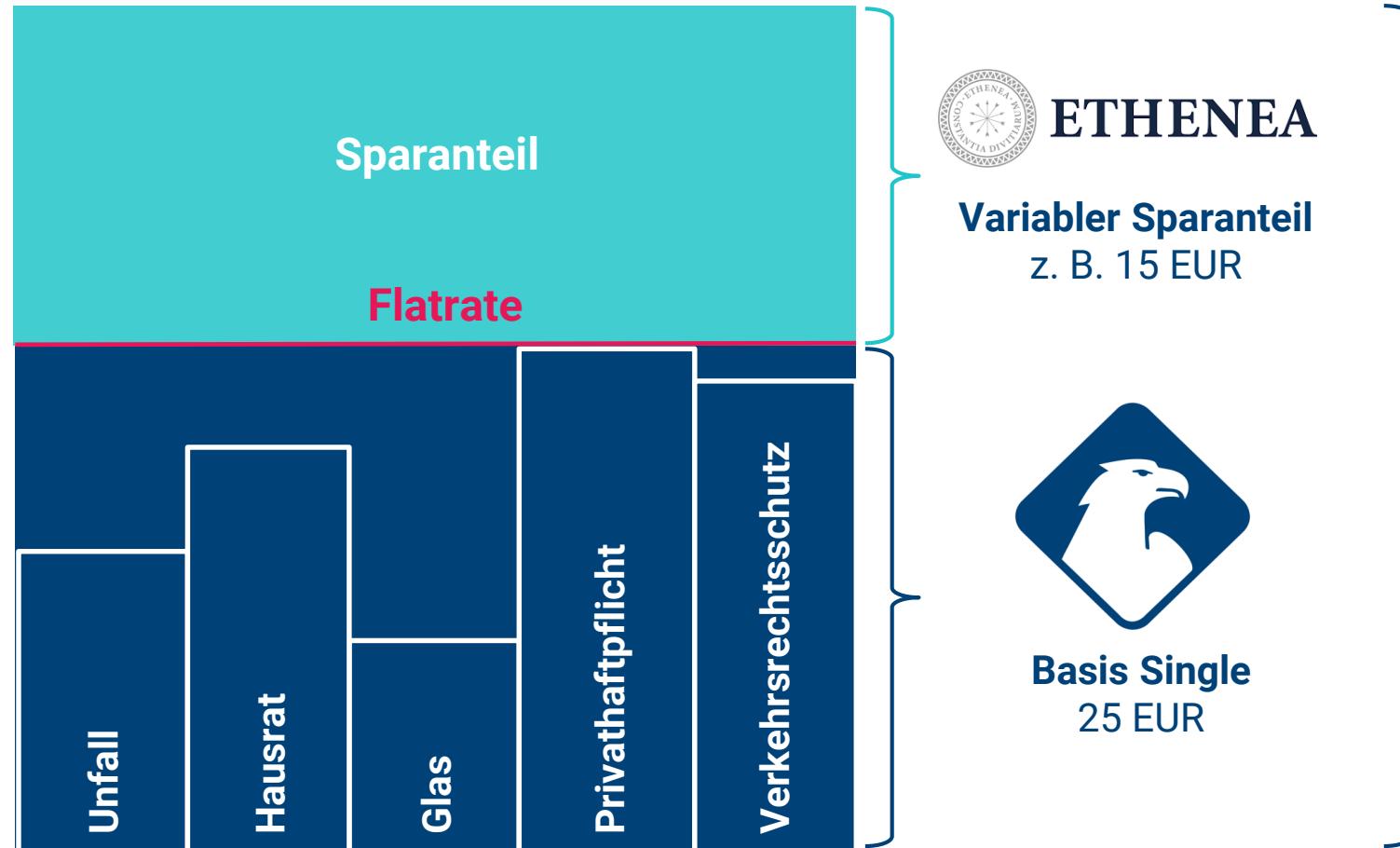
Der DFV-KombiSchutz dient als Basis für das Globalprodukt

- Der DFV-KombiSchutz bündelt „Versicherungssparten“ und bietet dem Kunden eine Flatrate für modernen Versicherungsschutz an:
 - Unfallversicherung
 - Haustratversicherung
 - Glasversicherung
 - Privathaftpflichtversicherung
 - Verkehrsrechtsschutz
- Die Bündelfähigkeit von Produkten in Verbindung mit einer Beitrags-Flatrate stellen die Basis für das neuartige Globalprodukt dar.



Aus Ideen entsteht Innovation: Aus DFV-KombiSchutz wird Globalprodukt

Erweiterung der Versicherungs-Flatrate um variablen Sparanteil



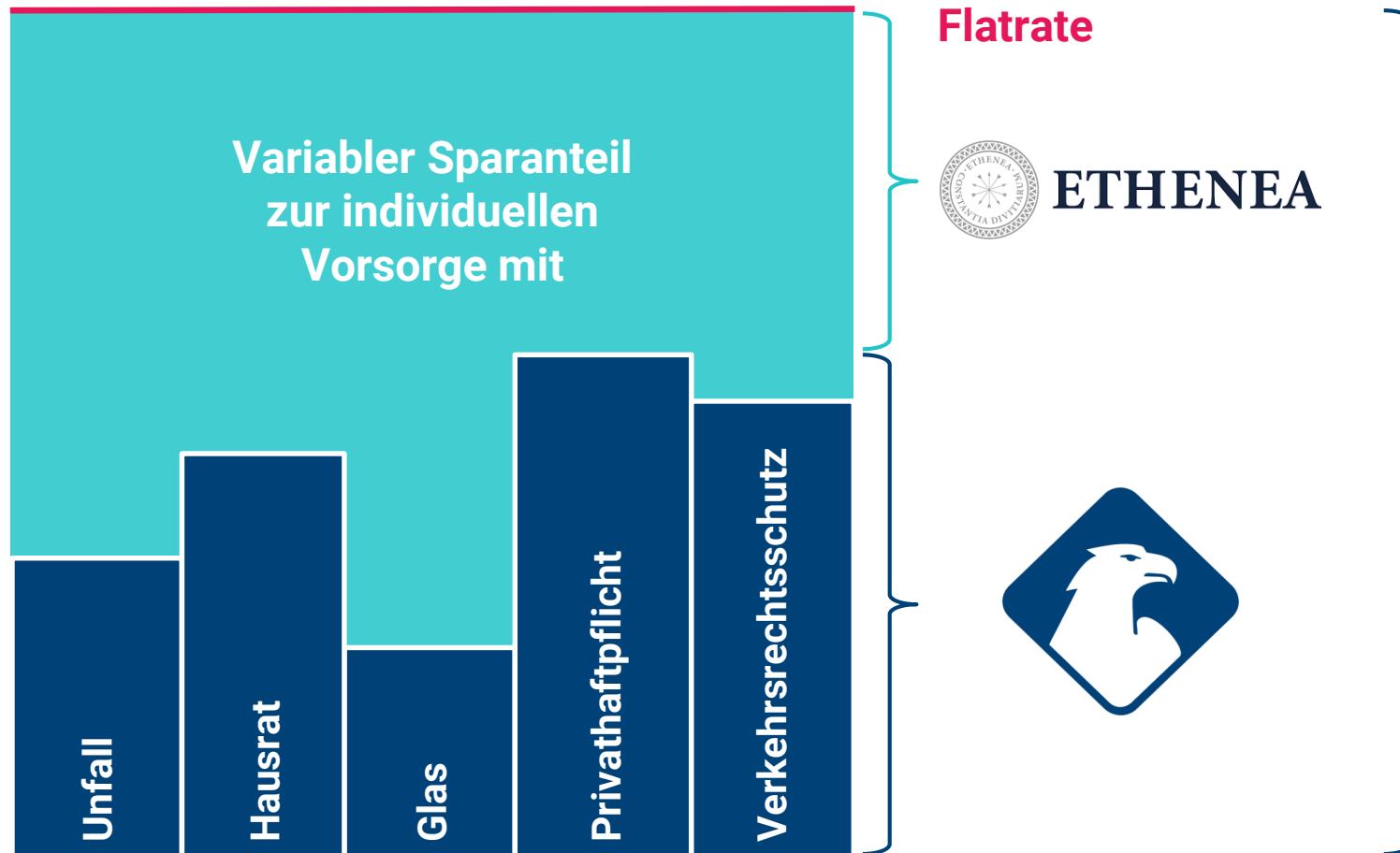
**Globalprodukt der ersten
Ausbaustufe „Einfach.Vernünftig“**

ab 40 EUR zum 01.01.2022:

- Vollständiger Versicherungsschutz
- Variabler Sparanteil
- Ein Preis, ein Vertrag

Globalprodukt der ersten Ausbaustufe wird zum Globalprodukt

Erweiterung der Versicherungs-Flatrate mit flexiblen Sparanteil um Risikoabsicherung



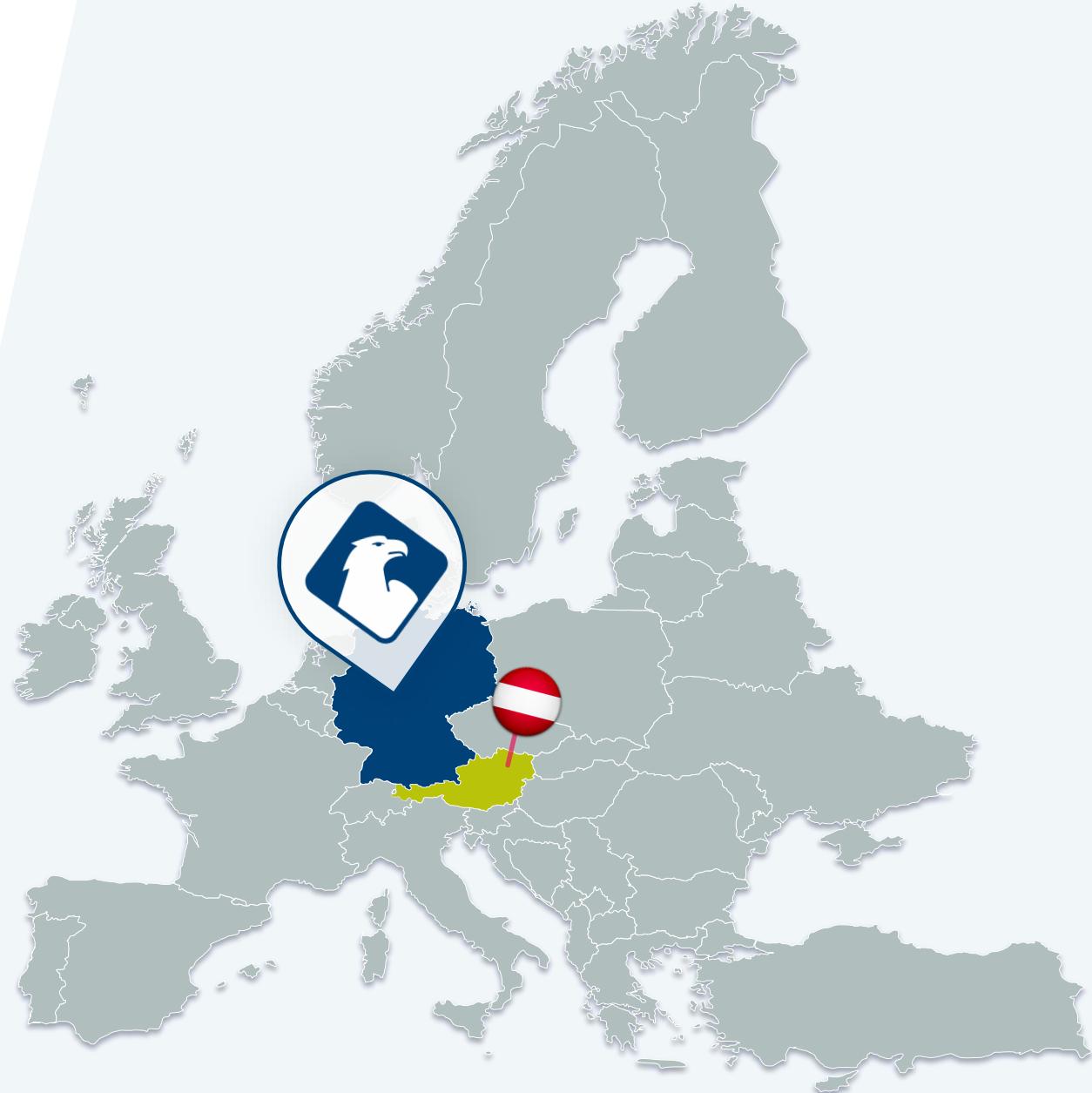
Ausbaustufe zu einer „Lifetime-Versicherung“:

- Ergänzung des Globalprodukts der ersten Ausbaustufe um Abdeckung biometrischer Risiken wie Leistungen im Todesfall, bei Pflege oder Berufsunfähigkeit
- Jederzeit alle Risiken des Lebens in einem Vertrag abgedeckt, mit individueller Vorsorge und umfänglichen Versicherungsschutz

Österreich

Internationalisierung des ersten europäischen börsennotierten InsurTech

- Erfolgsmodell „DFV-TierkrankenSchutz“ seit 30.06.2021 auch in Österreich.
- Geringe Hürden dank Passporting-System in der EU.
- Nur geringfügige Anpassungen der Bedingungen und Kalkulation notwendig.
- Sprache anpassen und Loslegen – niedrige Schwellen für weitere Markteintritte.



Markteintritt in Österreich

Ausweitung der vertrieblichen Ambitionen

- Eigener Webauftritt für unsere österreichischen Kunden unter www.dfv.at.
- Start der Erfolgsgeschichte „PetProtect“ mit ProSiebenSat.1 zum 01.09.2021 in Österreich.
- Weitere Vertriebskooperationen mit Maklern und Kooperationen in Umsetzung.



Kooperationsvertrieb & Mobile First

Neue Kooperationspartner und Potentiale

Wir haben geliefert: Integration in Öko-Systeme namhafter Partner, dank einzigartiger digitaler Befähigung

„Es gibt wohl momentan keinen Versicherer in Deutschland, der so konsequent die unterschiedlichsten Vertriebswege nutzt.“

Das Insurtech DFV verkauft nicht nur direkt über seine Plattform, sondern über eine Vielzahl von Kooperationspartnern. Es **hat geschafft sich in den unterschiedlichsten Ökosystemen zu etablieren** – viele Startups, die mit ähnlich großen Plänen auf den Markt gegangen sind, können von dieser Breitenwirkung nur träumen“

Zeitschrift für Versicherungswesen 14/2021



Ökosysteme nutzen statt aufbauen

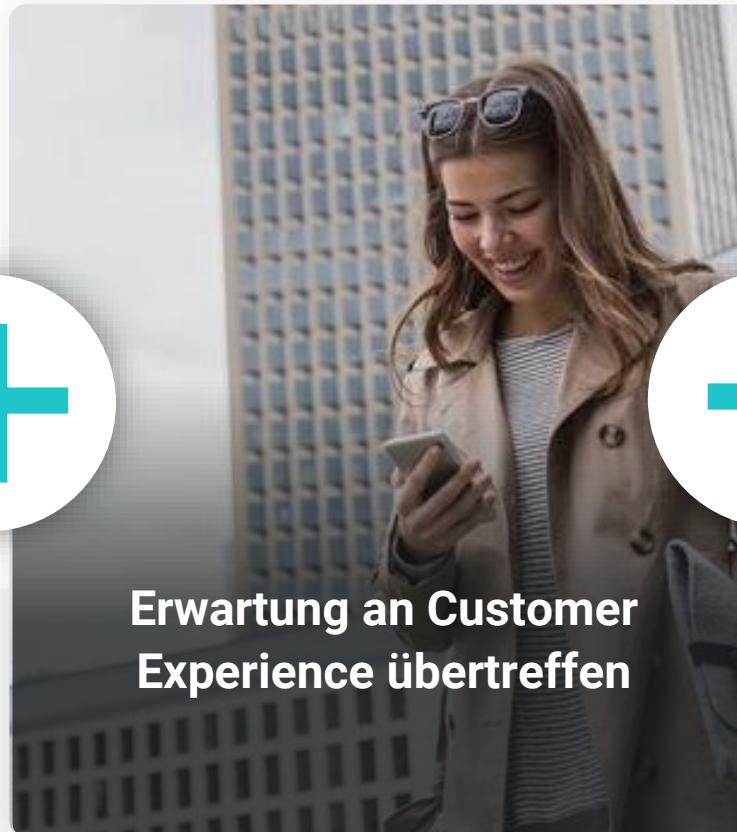
Niemand sucht gezielt auf Versicherungswebsites nach Produkten.

Wirklich gar niemand geht zum Spaß in seine Versicherungs-App.

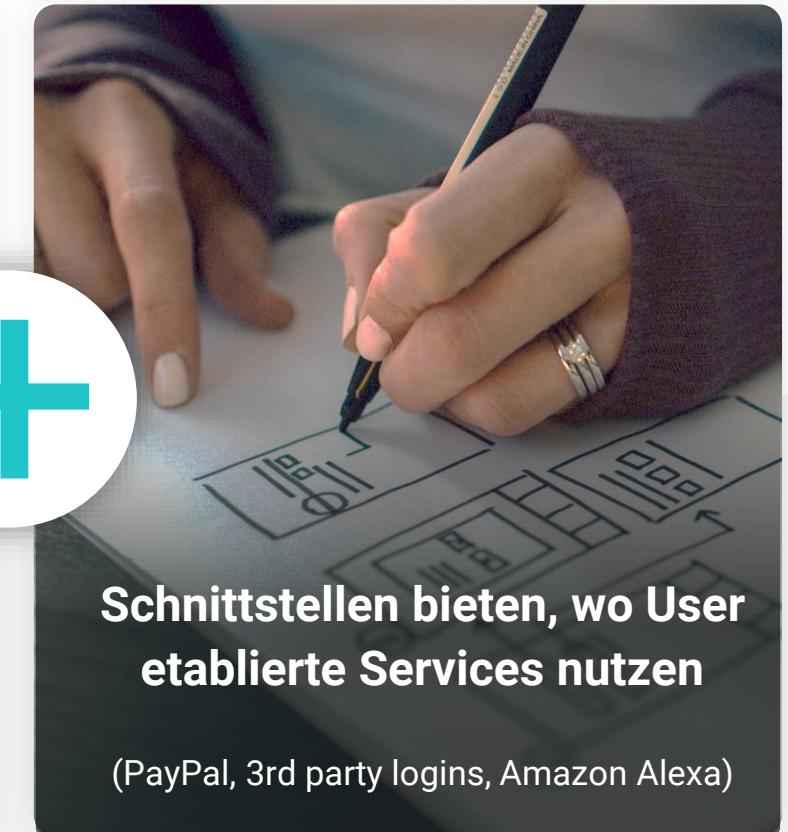


**Stattfinden,
wo Kunden sich bewegen**

(Google, Social, YouTube, Vergleicher)



**Erwartung an Customer
Experience übertreffen**



**Schnittstellen bieten, wo User
etablierte Services nutzen**

(PayPal, 3rd party logins, Amazon Alexa)

Kunden finden online? Know Your Customer!

The collage illustrates the variety of products available online for pets. It includes sections for 'Angebote für Hunde' (Offers for Dogs) featuring dog bowls and dog food; 'Bestseller für Hunde' (Bestsellers for Dogs) featuring 'PUPPY INSTINCT Blue Lake Adult 4kg mit Huhn und Ente'; 'Bestseller für Katzen' (Bestsellers for Cats) featuring 'GODDESS Adult 12x85g mit Perlhuhn'; and 'Neu für Katzen' (New for Cats) featuring 'azooza® Melaminnapf Diamond Berry 350ml'. There are also promotional banners for 'DEUTSCHE Familienversicherung' (Deutsche Family Insurance) offering up to 100% reimbursement for veterinary costs, and a banner for 'Jetzt auch für Katzen!' (Now also for Cats!) from DFV-TierkrankenSchutz.

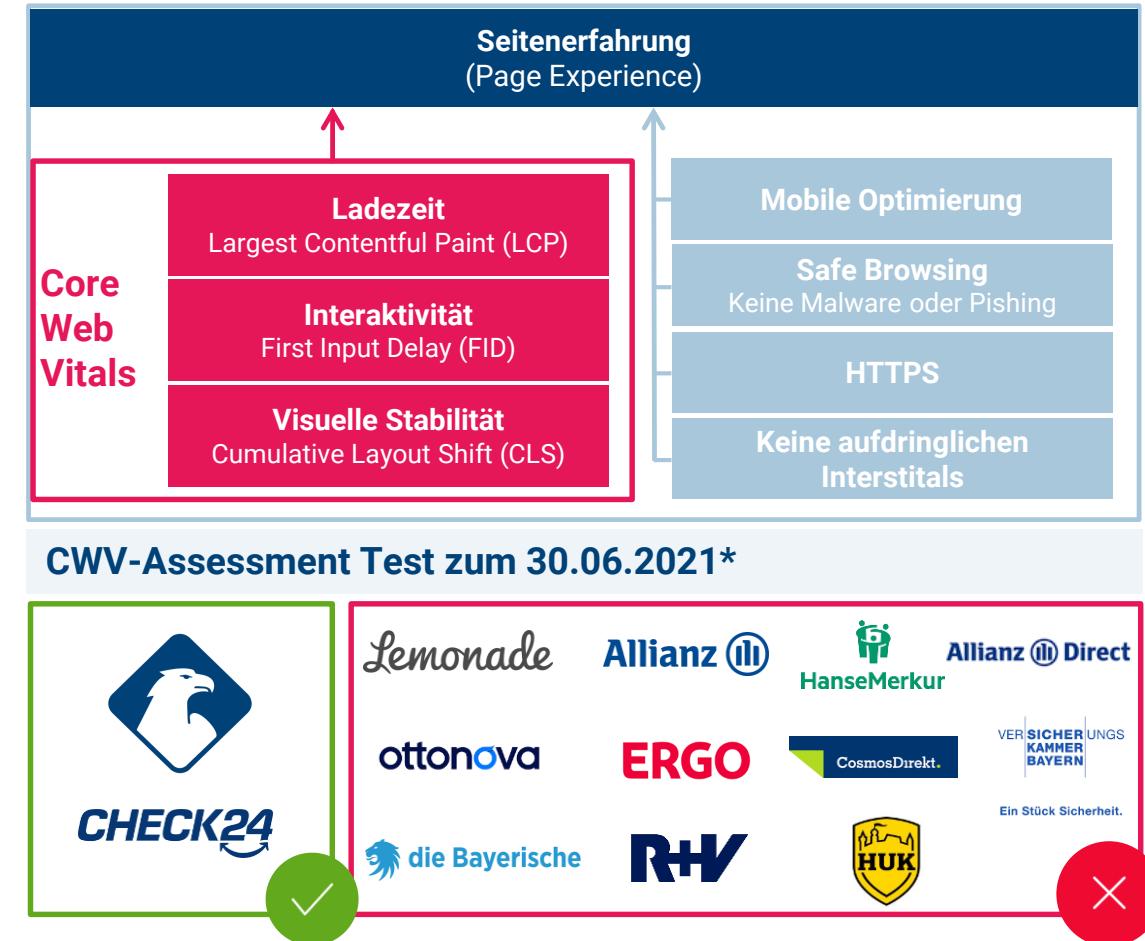
Echtzeit-Datenanalyse zeigt Muster von Website-Nutzern auf
So lassen sich Kampagnen auf diese Kern-Zielgruppe ausrichten

- ✓ Reduzieren von Streuverlusten
- ✓ Steigerung der Kampagnen-Performance

User experience und Customer Centricity at its best

Dem Wettbewerb einen Schritt voraus

- Google bewertet die Geschwindigkeit und Nutzerfreundlichkeit von Websites seit Juni 2021 schwerpunktmäßig mit Core Web Vitals (CWV).
- DFV erfüllt bereits seit Frühjahr 2021 alle genannten Anforderungen.
- Kein Versicherer und kein InsurTech in Deutschland erfüllt das Core Web Vitals-Assessment – das kann nur die DFV*.

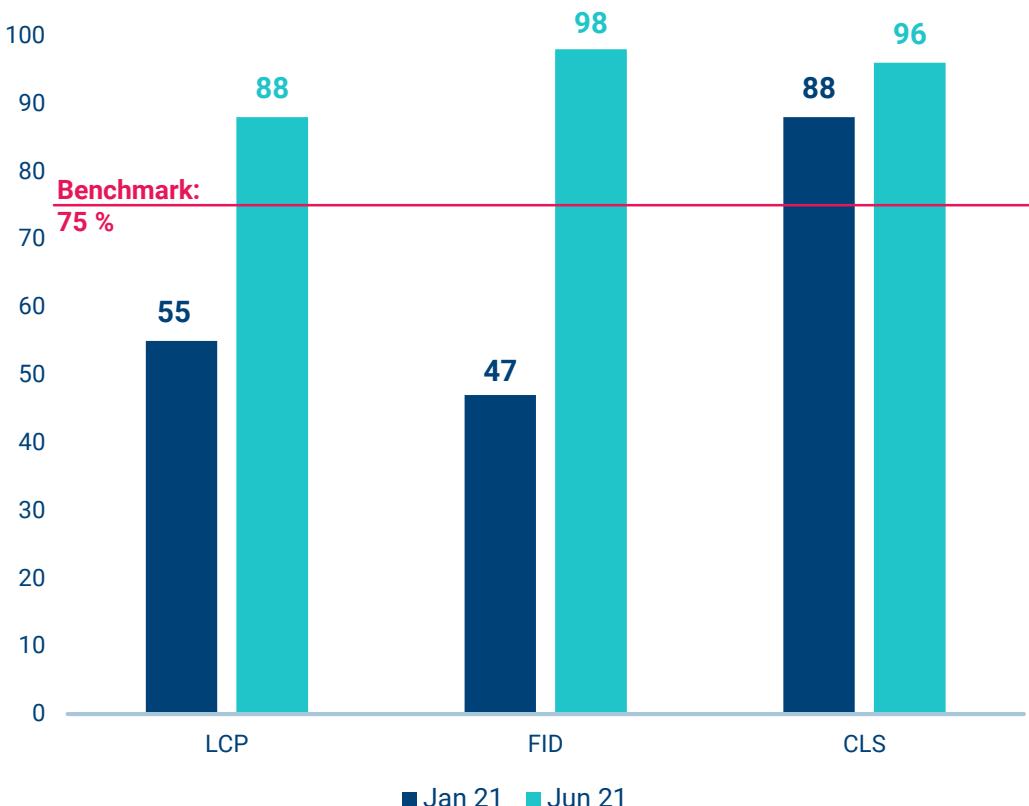


* Das CWV-Assessment basiert auf Vergleichsdaten der Website pagespeed.compare und des Chrome UX Report (Juni 2021). Betrachtet wurden nur die Werte für die mobile Nutzung.

DFV ist Vorreiter bei Mobile First Experience

Die Maßnahmen zur Steigerung der Websitegeschwindigkeit wirken

Google Core Web Vitals-Assessment der DFV seit März/April in %



- Mobile First: Kunden wollen schnell auf Internetseiten Informationen abrufen – überall, jederzeit.
- Eine Internetseite ist schnell und gut, wenn diese die Hürde von 75 % in allen Kategorien (LCP, FID, CLS) überschreitet.
- Künftig noch besser: Fokus auf serverseitige Verbesserungen wie DOM Content Loaded (DCL), Time to First Byte (TTFB) und Eingabeerleichterungen (Autofill).

Definitionen:

LCP: Largest Contentful Paint = Max. 2,5 Sekunden Ladezeit zur Sichtbarkeit des Hauptelement der Website

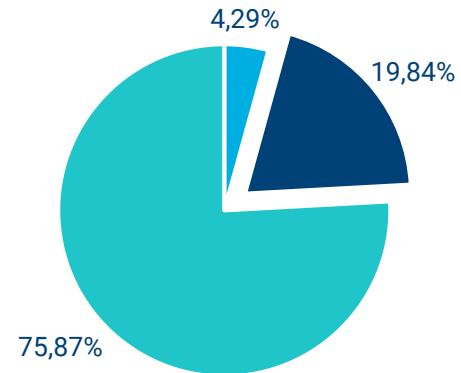
FID: First Input Delay = Max. 100 Millisekunden für die Auswahl und Nutzung von Suchfeldern und Buttons auf Websites

CLS: Cumulative Layout Shift = Max. 0,1 Ladeverzerrungen von Elementen auf einer Website beim Seitenauflauf

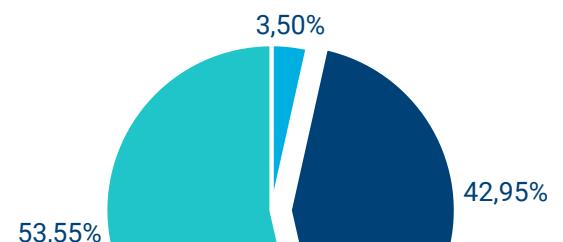


Schnellster Abschluss durch Mobile First ...

Besucher nach Geräten



Abschlüsse nach Geräten



Weltweit einzigartig: 80 % unserer Websitebesucher über mobile Suchen

DFV auf Spitzenplatz in Sachen Online Präsenz

- Die Verbesserung der Mobile First Experience zahlt sich aus: Die DFV wird bei mobilen Suchanfragen öfters gefunden als Wettbewerber.
- 80 % unserer Websitebesucher über mobile Kanäle.
- Eindrucksvolle Steigerung der mobilen Sichtbarkeit von 15,20 um 7,71 Punkte im Vergleich zum Vorjahr.

Sistrix-Bewertung der Mobilsuchen zum 28.06.2021



Customer Journey als Produkterfahrung...

1



Mobile first - Abschluss

Einfachster Online-Abschluss via Smartphone:
Ein Alter, alle Beiträge.

Online abschließen

2



Schnellster Abschluss

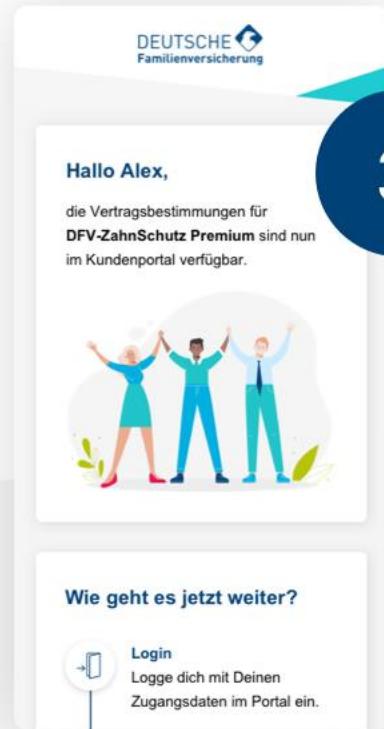
Bequemer Checkout mit modernen Payments.

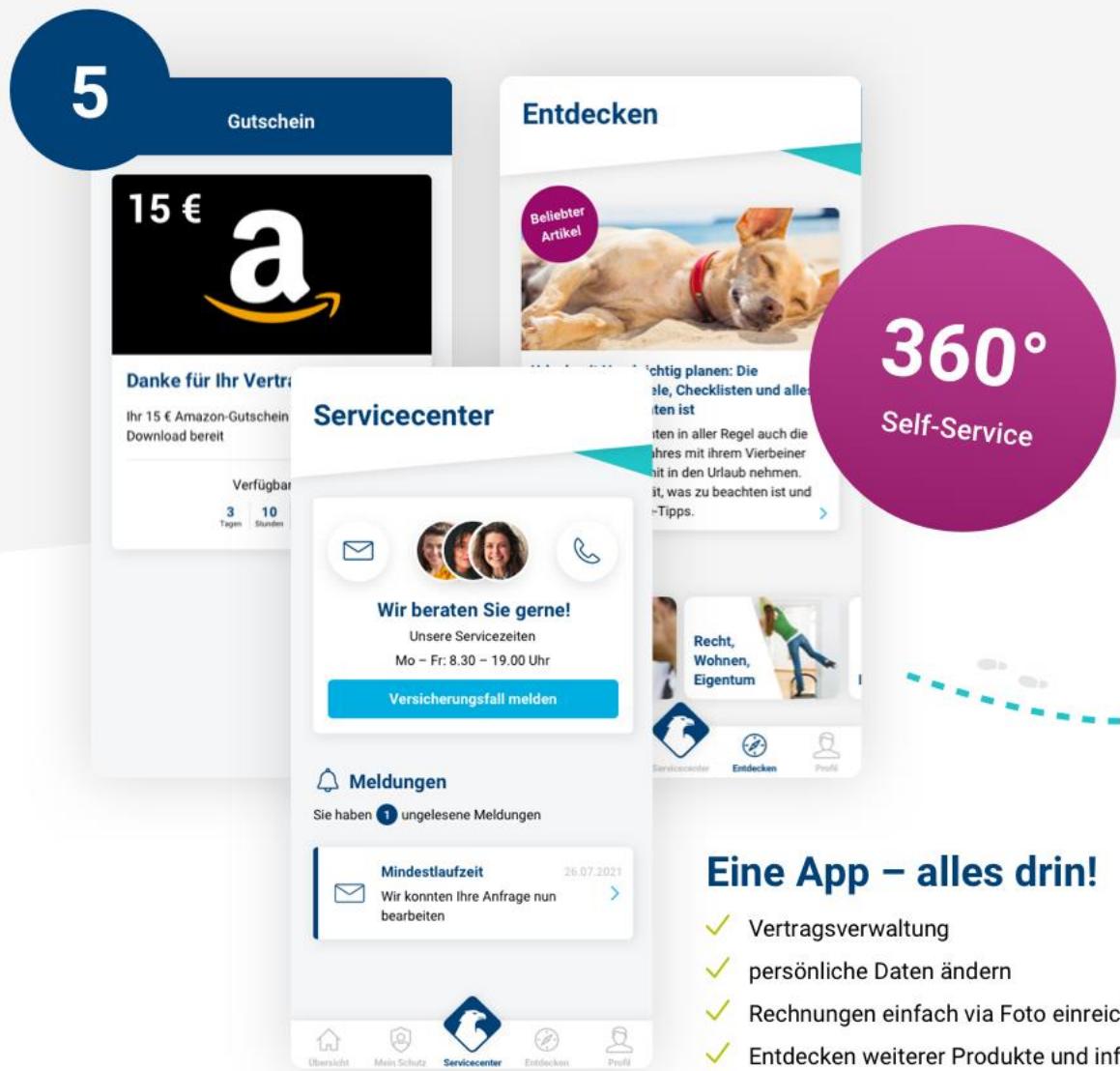
Kompakte Bestätigungsmail

Zielgruppenspezifische Ansprache & Steigerung der Verständlichkeit durch TextLab.

Zum Kundenportal

3





Willkommen im Kundenportal!

Schnelles Onboarding,
unkomplizierte Anmeldung.



DEUTSCHE
Familienversicherung

Umfassende Vorsorge für jede Behandlung

Mit dem DFV-ZahnSchutz das Testsieger-Lächeln bereits ab 2,50 € im Monat sichern.

Zur Anmeldung

Anmeldung

QR-Code
Um sich mit Ihren DFV-
an.
Nummer

Einloggen
Angangsdaten vergessen?
Noch kein Kunde

t y u i o p
f g h j k l
c v b n m
space return

4

Eine App – alles drin!

- ✓ Vertragsverwaltung
- ✓ persönliche Daten ändern
- ✓ Rechnungen einfach via Foto einreichen
- ✓ Entdecken weiterer Produkte und informativer Magazin-Artikel
- ✓ Servicecenter und Assistance-Dienst

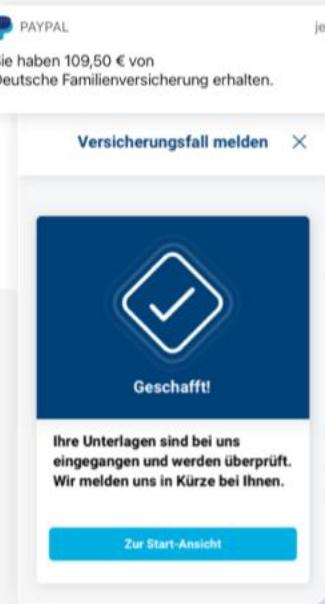


360°
Customer-
Journey

Kunden nachhaltig binden und begeistern

Schnellste Schadenmeldung

Einfach Foto machen, Rechnung per App einreichen und in **48 Stunden** Geld erhalten mit **Paypal-Payout!**



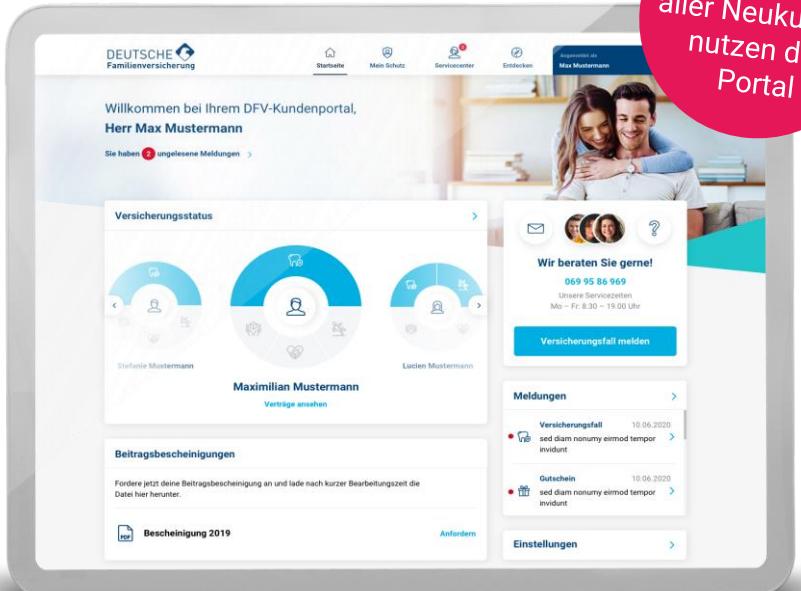
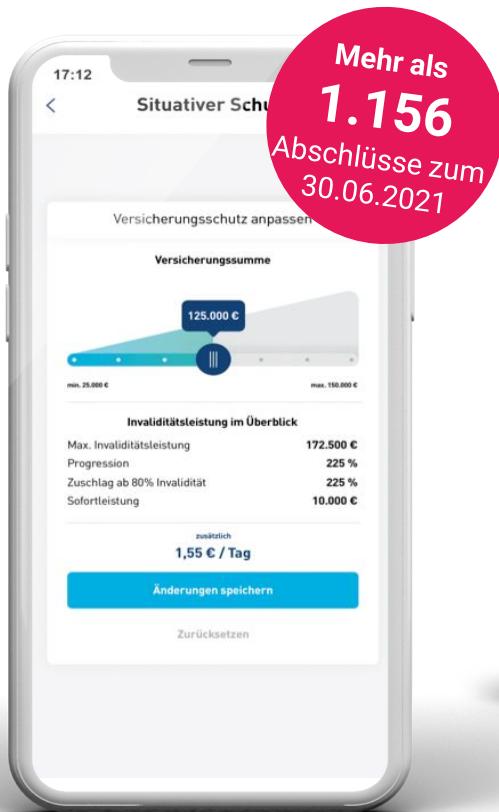
Push Notifications

Kunden bleiben immer auf dem Laufenden: Kostenerstattung, Cross-Selling, Up-Selling, Serviceupdates & Aktionen

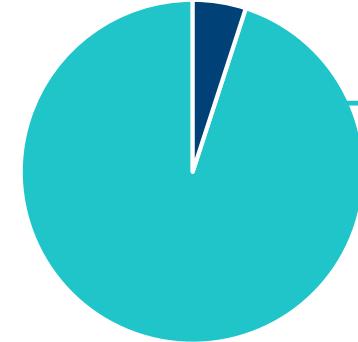
Ausgezeichnete Leistungsfähigkeit egal ob digital oder analog

Kundenservice rund um die Uhr: Zuverlässig und jederzeit erreichbar, auch im Home Office

Voll digital per App oder Portal



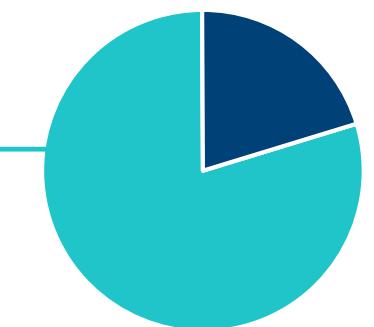
Analog per Telefon oder Brief



der 104.052 erhaltenen
Anrufe in H1 2021
fallabschließend bearbeitet.

- Fallabschließend bearbeitete Anrufe
- Offene Fälle

80 %
der 61.338 erhaltenen
Briefe in H1 2021
tagesaktuell bearbeitet.



- Tagesaktuell bearbeitete Korrespondenz
- Offene Fälle

A professional portrait of Dr. Stefan M. Knoll, CEO. He is a middle-aged man with dark hair and glasses, wearing a dark suit, white shirt, and a red patterned tie. He is looking slightly to his left. In the background, there is a blurred image of a person wearing a blue cap and a light-colored jacket.

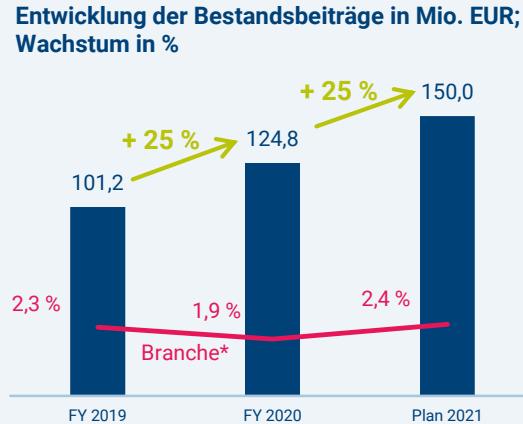
Ausblick & Zusammenfassung

Dr. Stefan M. Knoll
CEO

Was haben wir versprochen

Was haben wir erreicht

Wachstum



25 %
durchschnittliches
Wachstum pro Jahr
seit 2019

Internationalisierung



Internationalisierung:
Erster Schritt durch
Markteintritt in
Österreich

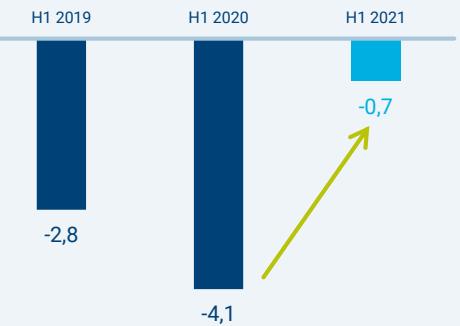
Flatrate-Produkt



Flatrate-Produkt
mit der neuen
Kombiversicherung

Verlustentwicklung

Entwicklung der Verluste in Mio. EUR



-75 % Verlust
gegenüber H1 2020

* Quelle: Beitragsstatistik des GDV, Statistisches Bundesamt. Beim FY 2020 handelt es sich um einen vorläufigen Wert. Für das FY 2021 handelt es sich um einen prognostizierten Wert.

Grundsätzlich gibt es drei Möglichkeiten, sich in einem Markt zu behaupten:

Nische

Eine Nische muss speziell und auskömmlich sein und trotzdem für die Konkurrenz uninteressant bleiben.

Wir wollten nie ein Nischenversicherer sein.

Schwerpunkte

Schwerpunkte zu bilden ist gut, um schnell in den Markt zu kommen, aber gefährlich, weil man substantiell angreifbar wird.

Es war richtig Schwerpunkte zu bilden und dem Markt zu zeigen, dass wir es können.

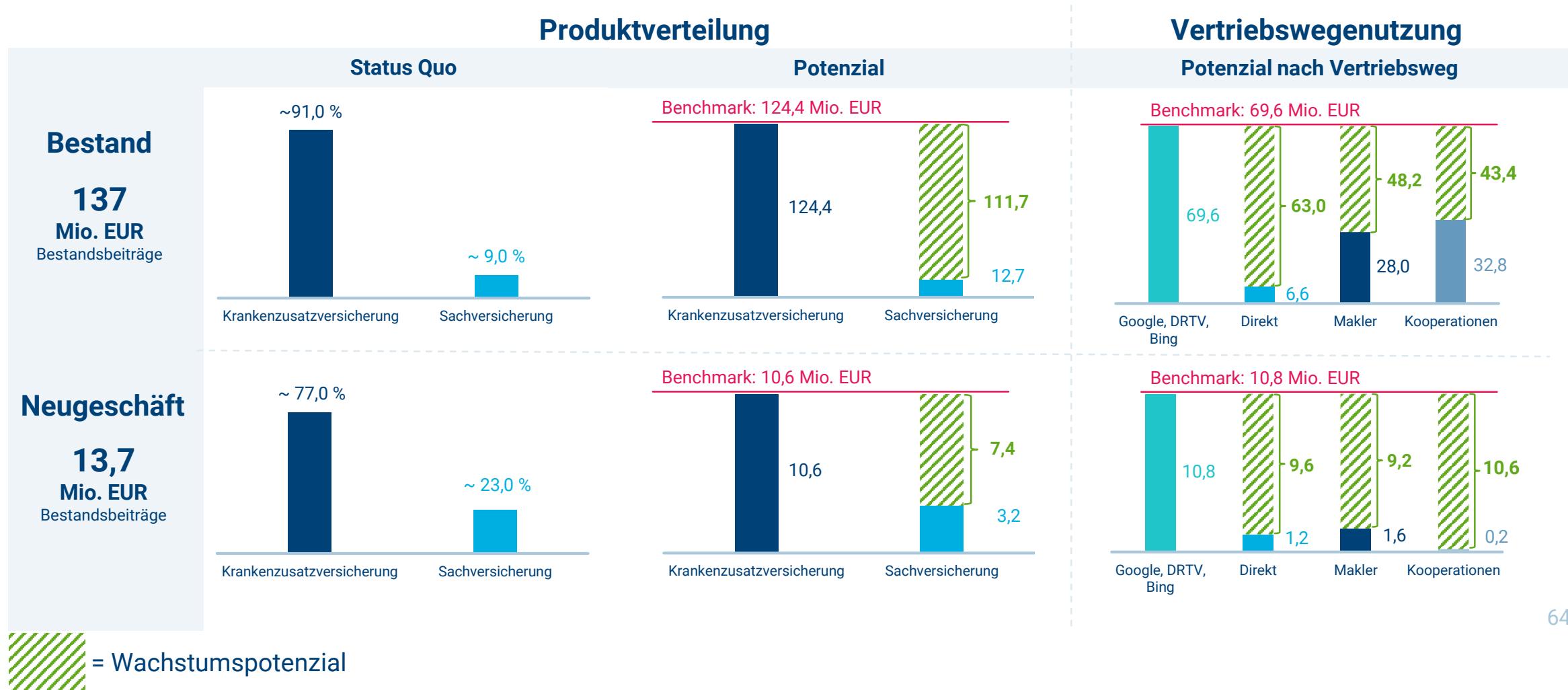
Breite

Breite entspricht am ehesten dem Versicherungsgedanken der Risikominimierung.

Das nächste Ziel:
Vollsortimenter werden!

Breite bedeutet Vollsortimenter

Auflösung der doppelten Disproportionalität als Wachstumspotenzial



Vollsortimenten heißt aber auch zu prüfen, ob die bestehenden Vertriebswege ausreichend sind

- Der Online- und DRTV Vertrieb erreicht derzeit nur etwa 20 % der potentiellen Zielgruppe.
- Wenn die 12 MB Regel auch beim Makler- und Direktvertrieb eingehalten werden können, stellt sich die Frage, warum nicht diese Vertriebswege deutlich ausgebaut werden sollten.
- Die Deutsche Familienversicherung hat rund 560.000 Kunden. Diese unter Berücksichtigung der bestehenden Bestandsrechte pro aktiv zu betreuen wird ein Ziel des aufzubauenden Call-Centers sein.
- Das eigene Call-Center wird ca. 30 % des Neugeschäfts anpeilen.

Unsere Absicht:

Deutlicher Ausbau des Direktvertriebes in 2022 durch Aufbau eines Vertriebs-Call-Centers und schrittweisen Ausbau des Maklervertriebes.

Enormes Wachstumspotenzial von 80 % im Makler und Kooperationsgeschäft

80 %

Wachstumspotenzial
in unserer Zielgruppe
durch Intensivierung
unseres Makler- und
Kooperationsgeschäfts

20 %

unserer potentiellen
Zielgruppe erreichen
wir mit Online- und
DRTV Vertrieb



562.869

Kunden H1 2021

9 %

Bestandkunden Sach

91 %

Bestandkunden Kranken



Noch ein Wort zur Pflegezusatzversicherung

Die Pflegezusatzversicherung ist das stärkste Versicherungsprodukt zum dauerhaften Bestandsaufbau.

- Gleichzeitig stellt die Pflege die größte sozialpolitische Herausforderung dar.
- Die Aufgabe besteht nun darin, den steigenden Kosten der Pflege ein Versicherungsprodukt gegenüber zu stellen, das dauerhaft bezahlbar ist.
- Wenn eine solche Versicherungslösung nur so konstruiert werden kann, dass ein erklärungsbedürftiges Produkt herauskommt, muss ein Vertriebsweg genutzt werden, der typischerweise die Erklärung zum Prinzip gemacht hat. Deshalb ist der schrittweise Ausbau des Maklervertriebsweges eine der Antworten auf diese Herausforderung.

Unsere Absicht:

Schaffung eines neuen Pflegezusatzversicherungsproduktes, das insbesondere über Makler vertrieben werden kann.



Focus Money, Ausgabe 33/2021

Vollsorgerunternehmen heißt:

Anbieter aller Versicherungsprodukte, die ein Privatkunde typischerweise nachfragt.

Produktlinie	Bereits vorhanden	Produktziele	Vertriebswegeziele
Kranken		<ul style="list-style-type: none">■ Neue Pflegezusatzversicherung	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"><div>Online, Direkt: 60 %</div><div>Makler: 40 %</div></div>
Sach		<ul style="list-style-type: none">■ Fahrrad■ Mobile Geräte■ Add-On Versicherung	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"><div>Online, Direkt: 50 %</div><div>Makler: 50 %</div></div>
Leben		<ul style="list-style-type: none">■ Risiko-,■ Sterbegeld- und■ Fondsgebundene Lebensversicherung	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"><div>Online, Direkt: 50 %</div><div>Makler: 50 %</div></div>

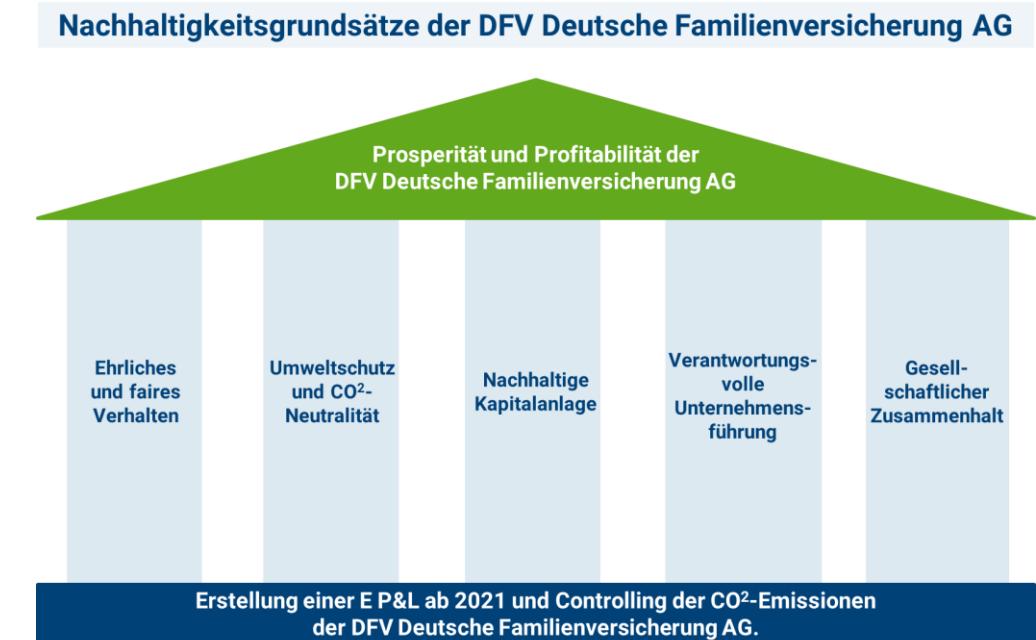
Unsere Absicht:

Der Schwerpunkt besteht nun in der kurzfristigen Beantragung der Zulassung als Lebensversicherer. Parallel dazu wird das Globalprodukt finalisiert.

Ein ganz anderes Thema: Nachhaltigkeit

Weniger reden, mehr handeln!

- Nachhaltigkeit wird zum bestimmenden Thema der deutschen Wirtschaft.
- Auch wenn die Deutsche Familienversicherung schon vom Geschäftsmodell her nur einen geringen Beitrag zum Thema Nachhaltigkeit beitragen kann, wollen wir dieses Thema frühzeitig annehmen.
- Kernelement ist die Initiative der Sozialkonferenz Frankfurt.



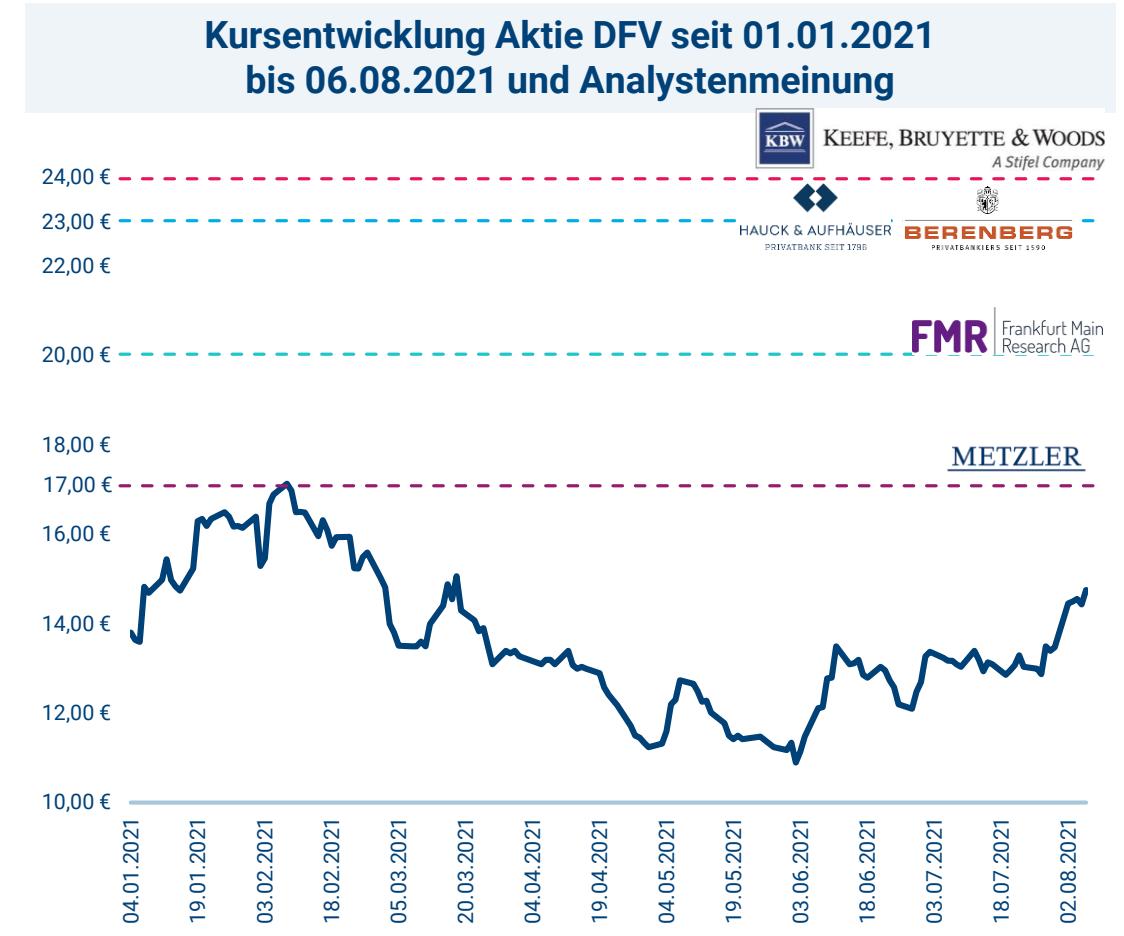
Unsere Absicht:

Wir wollen als Premiumpartner mit dieser von uns initiierten Konferenz einen Beitrag dazu leisten, dass die Herausforderungen der Nachhaltigkeit sozialverträglich gelöst werden.

Noch ein Wort zur Kursentwicklung

Wir halten die Deutsche Familienversicherung für unterbewertet.

- Um den Kurs der Deutschen Familienversicherung richtig bewerten zu können, muss zwischen Unternehmen und Unternehmung unterschieden werden.
- Ein Unternehmen ist erfolgreich, wenn mit dem gewählten Geschäftsmodell als solches Geld verdient werden kann.
- Eine Unternehmung ist erfolgreich, wenn auch ohne die konkrete Aussicht auf Profitabilität der Wert steigt – im Zweifel durch Spekulation.



Zusammenfassung

Wir liefern

- ✓ + 25 % Wachstum in H1 2021
- ✓ - 75 % Verlust in H1 2021 zum Vorjahr
- ✓ Erfolgreicher Markteintritt in Österreich
- ✓ Neues Flatrate-Produkt mit der Kombiversicherung
- ✓ Insgesamt sechs neue Kooperationspartner
- ✓ Von BaFin gefordertes Gutachten bestätigt unseren kalkulierten Tarif der Pflegezusatzversicherung in allen Punkten
- ✓ Verbreiterung unserer Vertriebswege, Aufbau eines Vertriebs-Call-Centers und Ausbau unseres Maklervertriebes



Die DFV bleibt spannend – Lassen Sie uns darüber reden



01-02 September	Analystenveranstaltung 📍 NA Stifel 2021 London Cross Sector Insight Conference
06-07 September	Analysts' Conference 📍 NA Equity Forum Herbstkonferenz (virtueller 1on1-Summit)
20-22 September	Analystenveranstaltung 📍 NA Berenberg and Goldman Sachs Tenth German Corporate Conference
20-24 September	Analystenveranstaltung 📍 NA 10th Baader Investment Conference

Fragerunde



DEUTSCHE
Familienversicherung

