

Inhalt dieser Ausgabe:

360° Beratungsgespräch

Unser Experte kommt zu Wort

Herz - Unsere Verpflichtung

Hilfe für Haiti

Assistance für Hausbesitzer

Marktwirtschaft

Geschäftsbericht

Genworth Macroeconomics

GfK Konsumklima

360° Beratungsgespräch

Ein Experte kommt zu Wort

Das Gespräch mit dem Kunden und dessen umfassende Information stehen verstärkt im Fokus des Verbraucherschutzes. In dieser Ausgabe kommt daher ein Experte zu Wort, der sich mit dem Thema einer umfassenden Kundenberatung beschäftigt.

Weiterer Schwerpunkt ist unsere Verpflichtung „Herz“. Gerade in Notsituationen, in die jeder unverschuldet kommen kann, ob es sich um Erdbeben handelt oder eine Wirtschaftskrise, sind wir für unsere Kunden da.

Das 360° Beratungsgespräch - heute noch eine Illusion?

Seit Beginn dieses Jahres müssen nicht nur Versicherungsvermittler ein ausführliches Beratungsprotokoll erstellen, auch Banken sind dazu verpflichtet, sich über die Verhältnisse des Kunden ein umfassendes Bild zu verschaffen. Üblicherweise werden dabei verschiedene Szenarien geprüft: wie hoch ist die Versorgungslücke bei Krankheit und Berufsunfähigkeit

kei, welche Absicherung braucht die Familie im Todesfall. Doch nahezu unbetrachtet bleibt das finanzielle Risiko eines Kunden für den Fall der Arbeitslosigkeit. Eigentlich ist das verwunderlich, allerdings werden für die Absicherung bisher lediglich Insellösungen angeboten – und das oft genug nur bezogen auf ganz bestimmte Situationen.

Einkommens - Absicherung

	Drei Beispiele für entstehende Lücken im Fall von Arbeitslosigkeit oder Arbeitsunfähigkeit	Gut verdienender	Unverheiratete	4 Personen Haushalt,
		Single	Doppelverdiener, ohne Kinder	1 Hauptverdiener
		5000 € Netto – 9700 € Brutto Steuerklasse 1 / keine Kinder	Je 1800 € Netto – 3050 € Brutto Steuerklasse 4 / keine Kinder	2300 € Netto 2800 € Brutto Steuerklasse 3 / 2 Kinder
	Wohnung, Wasser, Strom, Gas	1440.00	880.00	920.00
	Hausrat (u.a. Möbel, Haushaltsgeräte, Haushaltswaren)	279.35	206.13	111.74
	Gesundheitspflege	201.35	144.97	80.54
	Verkehr	659.50	474.84	263.80
	Nachrichtenübermittlung	155.00	141.60	62.00
	Freizeit, Unterhaltung, Kultur, Bildung	578.40	476.45	231.36
	Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	517.75	372.78	207.10
	Alkoholische Getränke, Tabakwaren	194.95	140.36	57.98
	Bekleidung und Schuhe	244.40	195.97	97.76
	Versicherungsbeiträge	229.00	207.00	167.00
	Sparbeiträge (10%)	500.00	360.00	100.00
	Ausgaben gesamt	5000.00	3600.00	2300.00
	Einkommen bei Arbeitsunfähigkeit	2255.00	1262.00	1814.00
	Entstehende Lücke	2745.00	538.00	486.00
	Einkommen bei Arbeitslosigkeit	1604.00	1077.00	1484.00
	Entstehende Lücke	3396.00	723.00	816.00

Dass dieses Risiko ein wichtiger Bestandteil der gesamten Absicherungsstrategie ist – und zwar in jeder Lebenslage – zeigen Rechenbeispiele über zu erwartende Einkommenslücken bei Krankheit und Arbeitslosigkeit.

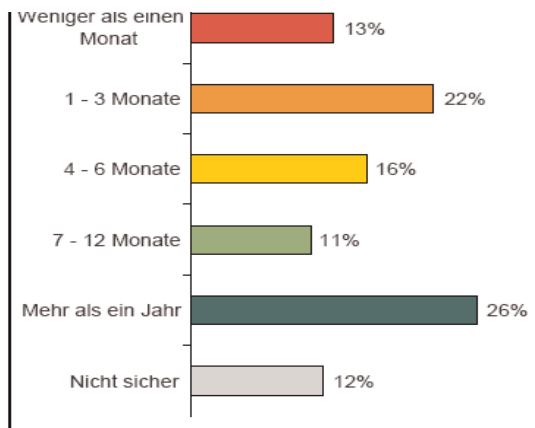
Genworth Financial, Inc.
Lifestyle Protection
Martin-Behaim-Str. 22
63263 Neu-Isenburg
+49 (0)6102 - 2918 140
info.deutschland@genworth.com
www.genworth.de

@2006 Genworth Financial
Alle Rechte vorbehalten.
Genworth, Genworth Financial
und das Genworth-Logo sind
Marken von Genworth Financial,
Inc.

360° Beratungsgespräch
 Unser Experte kommt zu Wort

Während die Lücke bei Krankheit häufig durch Krankentagegeldversicherungen geschlossen wird, bleibt die meist viel größere Lücke bei Arbeitslosigkeit ungeschützt. Hier vertraut man offensichtlich darauf, dass der Kunde über genügend Rücklagen verfügt, um solche vorübergehenden Zeiten überbrücken zu können. Dies wird für viele allerdings zur finanziellen Gratwanderung. Wie eine Untersuchung von Genworth Financial ergab, kommen bereits nach einem halben Jahr Arbeitslosigkeit 51 Prozent aller befragten Haushalte in größte Schwierigkeiten.

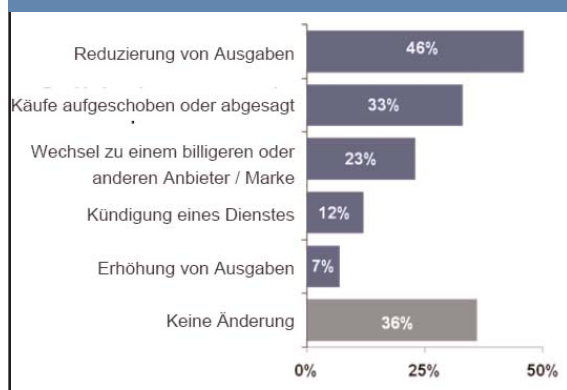
Wie lange würde es dauern, bis Sie in Zahlungsschwierigkeiten kommen, wenn Sie ihre Arbeit verlieren?



Skopos Umfrage: Aug. 2009 – Im Auftrag von Genworth Financial

Mehr als ein Drittel der Haushalte hat sogar bereits nach drei Monaten große Probleme, über die Runden zu kommen. Es handelt sich also nicht um ein Problem weniger Haushalte, sondern ein Grundproblem. Wie Genworth aus den eigenen Leistungsfallbearbeitungen weiß, dauert eine Arbeitslosigkeit im Durchschnitt etwa neun Monate – Danach ist ein Haushalt entweder finanziell ruiniert oder die Reserven sind aufgebraucht. Nur ein Viertel Ihrer Kunden (26%) hat offenbar die Mittel, aus eigener Kraft ein Jahr zu überstehen. Natürlich stellen sich Verbraucher auf Krisen ein und verändern ihre Ausgaben. Das zeigt die gestiegene Sparquote, die größtenteils in die Liquiditätsreserve fließt, deutlich. Aber auch die Ausgaben werden vorsichtshalber umstrukturiert.

So haben Haushalte auf die Rezession reagiert



Nur etwa ein Drittel der Haushalte reagierte bisher in keiner Weise auf die Krise. Der überwiegende Teil hat Ausgaben reduziert (d.h. auch langfristige Sparpläne gestoppt oder gar aufgelöst), Anschaffungen aufgeschoben oder gar nicht vorgenommen. Dies trifft nicht nur auf Konsumartikel oder haushaltsnahe Investitionen wie Möbel zu, sondern eben auch auf den Abschluss von Beteiligungen oder die Einzahlung von Einmalbeiträgen in Rentenversicherungen. Viele Finanzdienstleister haben das 2009 schmerzvoll erfahren. Trotz guter Ausgangssituation waren die Kunden nur schwer zu bewegen, langfristige Investitionen in größerer Höhe zu tätigen.

Genworth, der Spezialversicherer für den Schutz des Lebensstandards (Lifestyle Protection), bietet seit kurzem die Möglichkeit, nicht nur Insellösungen zu schaffen, wie z. B. den Abschluss einer Restschuldversicherung für Finanzierungen, sondern in einem Rundumblick die finanziellen Verhältnisse des Kunden zu bewerten und dabei Versorgungslücken in einem großen Umfang zu schließen.

Unser Angebot richtet sich vor allem an Vermittler und deren Kunden im mittleren bis höheren Einkommenssegment. Häufig handelt es sich um Familien, die durch die Ausbildung der Kinder und/oder einen gehobenen Lebensstandard eine gewisse Gefahr sehen, dass dieses angenehme Leben schnell zerstört werden kann. Die Sensibilität für das Thema „Arbeitslosigkeit“ ist vorhanden. Zwar hat diese in Deutschland auf Grund der stark angestiegenen Kurzarbeit nicht das Ausmaß wie in anderen europäischen Staaten erreicht, allerdings kann heute niemand davon ausgehen, nicht von Arbeitslosigkeit betroffen zu werden. Es kann jeden ganz persönlich treffen – mit Ausnahme von Beamten. Die Verbraucher wissen das.

Mit einem einzigen Vertrag können die wesentlichen Risiken für das Einkommen abgesichert werden. **So gibt es einen Schutz gegen Verlust des Einkommens wegen Arbeitslosigkeit, Krankheit oder „Schwerer Krankheit“ für einen 35-jährigen bereits für weniger als 25 EUR im Monat – und das für eine Absicherung von monatlich 500 EUR.** Gesundheitsfragen muss der künftige Kunde, innerhalb weit gefasster Grenzen nicht beantworten. Dafür gibt es Warte- und Karenzzeiten, sowie eine faire Betrachtung von Vorerkrankungen.

Unabhängig von sonstigen Verträgen lässt sich somit die Einkommenssituation für den Fall der Fälle deutlich verbessern. Diese Versicherung

Genworth Financial, Inc.
 Lifestyle Protection
 Martin-Behaim-Str. 22
 63263 Neu-Isenburg
 +49 (0)6102 - 2918 140
 info.deutschland@genworth.com
 www.genworth.de

@2006 Genworth Financial
 Alle Rechte vorbehalten.
 Genworth, Genworth Financial
 und das Genworth-Logo sind
 Marken von Genworth Financial,
 Inc.

kann mit Assistance-Leistungen sowohl für den Fall der Arbeitslosigkeit als der Krankheit kombiniert werden. Die Benennung von spezialisierten Ärzten oder Krankenhäusern, die Vermittlung von Reha-Plätzen oder einer ambulanten Kurzzeitpflege gehören dazu, um nur einige der Leistungen zu nennen. Die Beratung bei drohender Arbeitslosigkeit bis hin zu Trainings- und Vermittlungsmaßnahmen sind weitere Bestandteile der Assistance.

Insgesamt bietet Genworth Financial damit ein rundes Paket zu vernünftigen Konditionen. Für die Vertriebspartner von Genworth kann dieses Produkt maßgeschneidert dem jeweiligen Beratungskonzept angepasst und an den Bedürfnissen spezieller Zielgruppen ausgerichtet werden. Künftig

kann somit die bisherige Beratungslücke einfach geschlossen werden. Der Berater kann sich sicher sein, dass die Betrachtung auch dieser potenziellen Einkommenslücke weiteres Vertrauen schafft und sichert damit nicht nur die Zahlungsfähigkeit seiner Kunden sondern nebenbei auch sein bisheriges und zukünftiges Geschäft bei diesem Kunden. Zuverlässig kundenorientierte Beratung führt in der Regel zur Empfehlung durch den Kunden und damit zum weiteren Ausbau des treuen Kundenstammes.

Genworth ist als reiner B2B-Anbieter keine Konkurrenz für den Berater. Genworth liefert die Lösungen, die der Berater in seine Beratungskonzepte einbauen kann.

„Make a difference“

Herz - Unsere Verpflichtung

Haiti - Genworth hilft
Assistance für Hausbesitzer

Haiti - Genworth hilft

Die Genworth Foundation hat **\$50.000** an Soforthilfe für die Opfer des Erdbebens in Haiti gespendet. Der Betrag kam zu je 50% dem Roten Kreuz und dem Haiti Erdbebenfond der SOS-Kinderdörfer zur Gute.

Genworth Unternehmen spendeten weitere **\$20.000** an Organisationen, die die Nothilfe in Haiti unterstützen.

Darüber hinaus wird Genworth jede Spende seiner Mitarbeiter bis zum einem Höchstbetrag von \$10.000 pro Einzelspende verdoppeln. Bis heute haben Genworth Mitarbeiter \$53.000 gespendet, wodurch derzeit weitere **\$103.000** zusammen kamen.

Die Aktion läuft noch, und täglich steigt das Spendenvolumen weiter an.

Genworth ist langjähriger Partner der SOS-Kinderdörfer in Europa und trägt durch die Initiative „Putts For Charity“ Jahr für Jahr zur Unterstützung dieser Organisation bei. SOS-Kinderdörfer bieten elternlosen und verlassenen Kindern die Chance, in einer familiären Umgebung aufzuwachsen. Derzeit Zeit betreibt SOS zwei Kinderdörfer in Haiti, in Cap Haitien und Port-au-Price. 2009 spendete Genworth €180.000 an die SOS-Kinderdörfer in Europa und seit Beginn von „Putts For Charity“ im Jahr 2007 insgesamt € 460.000.

Assistance für Hausbesitzer

Die Wirtschaftskrise in den USA hat dazu geführt, dass viele Hausbesitzer Ihre Hypotheken nicht bedienen konnten. Gemäß unserem Versprechen, unseren Kunden besonders in Zeiten der Not beizustehen, hat Genworth ein Assistanceprogramm für Hausbesitzer ins Leben gerufen.

So wurden innerhalb eines Zeitraumes von 12 Monaten Hypotheken im Wert **\$2,6 Milliarden** vor der Versteigerung bewahrt. In 17.810 Workouts konnten 82 Prozent der Hausbesitzer vor dem Verlust Ihrer Immobilie bewahrt und in die Lage versetzt werden, Ihre Hypotheken wieder zu bedienen, während 18 Prozent ihre Häuser

durch Verkauf vor der Zwangsversteigerung retten konnten.

„Zwangsversteigerungen haben katastrophale Auswirkungen sowohl für Immobilienbesitzer als auch die Gemeinde, in der sie leben. Menschen, die sich ihren Traum vom Eigenheim erfüllten, konnten die heraufkommende Wirtschaftskrise nicht ahnen, genauso wenig wie die einschneidenden Folgen für ihre finanzielle Situation“, so Chris Antonello, Senior Vice President Marketing, von Genworth Financial Mortgage Insurance US. „Jetzt ist es wichtig, wie die gesamte Branche, die Hypothekenkredite vergibt, auf diese Situation

Genworth Financial, Inc.
Lifestyle Protection
Martin-Behaim-Str. 22
63263 Neu-Isenburg
+49 (0)6102 - 2918 140
info.deutschland@genworth.com
www.genworth.de

@2006 Genworth Financial
Alle Rechte vorbehalten.
Genworth, Genworth Financial
und das Genworth-Logo sind
Marken von Genworth Financial,
Inc.

reagiert, in dem sie alle Anstrengungen unternimmt, dass Hauskäufer auch Hausbesitzer bleiben können. Es ist eine gute Erfahrung, dass wir in Zusammenarbeit mit unseren Partnern

dazu beitragen konnten, so vielen Haushalten, die mit Ihren Zahlungen in Rückstand geraten waren, bei der Lösung ihrer zu Probleme helfen.“

Marktwirtschaft

Marktwirtschaft
Geschäftsbericht
Genworth Macroeconomics
GfK Konsumklima

Geschäftsbericht 2009

Der Geschäftsbericht 2009 ist erschienen. Falls Sie an der Online-Version oder der gedruckten Ausgabe (diese erscheint einige Wochen später) interessiert sind, freuen wir uns über Ihre Nachricht an info.deutschland@genworth.com

Absicherung des Lebensstandards

In jedem Quartal des zurückliegenden Jahres hat die **Lifestyle Protection Insurance 100.000 Haushalte** bei der Erfüllung ihrer finanziellen Verpflichtungen unterstützt.

Sicherheit im Ruhestand

Unser Geschäftsbereich **Retirement and Protection** hat im letzten Jahr **\$3 Milliarden** an Versicherungsleistungen ausbezahlt.

Genworth Macroeconomics – Deutschland in der EU

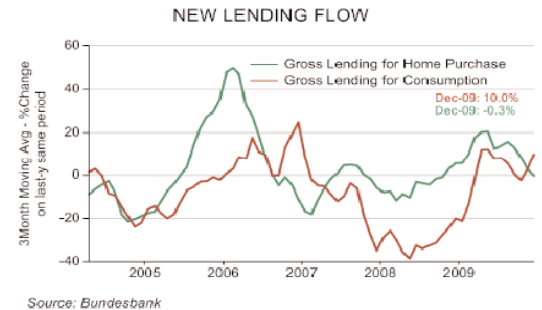
BIP Wachstumsrate

Deutschland verzeichnet derzeit ein höheres Wachstum als andere europäische Länder. Wir erwarten, dass sich die Entwicklung Ende 2010 angleicht.



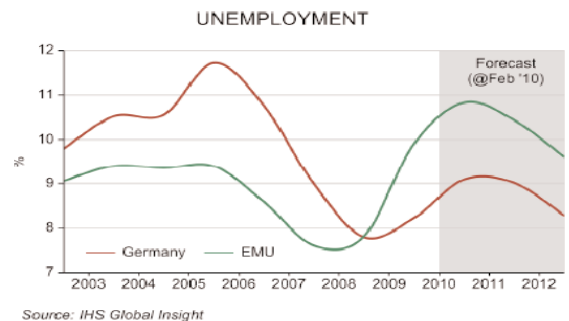
Kreditvergaben an Privatpersonen

Während sich der Markt für Privatkredite zur Anschaffung von Konsumgütern nach einem Einbruch zu Beginn des Jahres wieder leicht erholt hat, zeigt der Trend für Immobilienkredite eine Fortsetzung der Negativentwicklung auf.



Arbeitslosigkeit

Die Wirtschaftskrise hat sich in Deutschland in wesentlich geringerem Umfang auf Beschäftigungsverhältnisse ausgewirkt. Unternehmen halten ihre Fachkräfte und nutzen in starkem Umfang die Möglichkeiten der Kurzarbeit. Nach deren Auslauf – sollte die Wirtschaft nicht vorher anspringen – erwarten wir eine Angleichung an die EU, wenn auch auf niedrigerem Level.



Genworth Financial, Inc.
Lifestyle Protection
Martin-Behaim-Str. 22
63263 Neu-Isenburg
+49 (0)6102 - 2918 140
info.deutschland@genworth.com
www.genworth.de

©2006 Genworth Financial
Alle Rechte vorbehalten.
Genworth, Genworth Financial
und das Genworth-Logo sind
Marken von Genworth Financial,
Inc.

Konjunkturerwartung dämpft Konsumklima leicht (GfK 2/2010)

Marktwirtschaft
Geschäftsbericht
Genworth Macroeconomics
GfK Konsumklima

Das GfK-Konsumklima zeigt sich im März mit einem geringen Verlust von 0,1 Zählern nahezu stabil. Die Konjunkturerwartung muss merkliche Einbußen hinnehmen. Auch die Einkommenserwartung sowie die Anschaffungsneigung verlieren leicht an Wert. Der Gesamtindikator prognostiziert nach revidiert 3,3 Punkten im Februar einen Wert von 3,2 Zählern für März 2010.

	Februar 2010	Januar 2010	Februar 2009
Konjunkturerwartung	-5,6	1,5	-27,9
Einkommenserwartung	12,0	12,5	-11,0
Anschaffungsneigung	21,2	25,1	11,6
Konsumklima	3,3	3,4	2,3

Entwicklung Indikatoren im Januar im Vergleich zu Vormonat und Vorjahr (Quelle GfK)

Die Tatsache, dass die Situation auf dem Arbeitsmarkt in den kommenden Monaten zunehmend schwieriger werden wird, überlagert die positiven Effekte aus dem Gesetz zur Beschleunigung des Wirtschaftswachstums. Dies sorgt dafür, dass die Einkommenserwartungen der Deutschen stagnieren. Auch die öffentliche Diskussion um die prekäre Haushaltslage Griechenlands sowie einiger anderer europäischer Länder verunsichert die Verbraucher. Sie befürchten negative Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands. In der Folge trübt sich die Konjunkturerwartung etwas ein und die Verbraucher überdenken ihr Ausgabeverhalten genauer als in den vergangenen Monaten. Dies wirkt sich auch auf die Konsumneigung aus, die leicht zurückgeht.

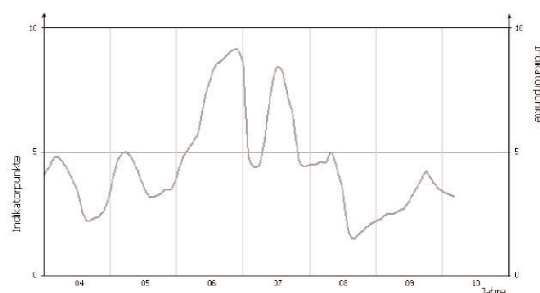
Die **Konjunkturerwartung** der Verbraucher muss im Februar Einbußen hinnehmen. Der Indikator sinkt um 7,1 Punkte auf minus 5,6 Punkte. Aller-

dings liegt er trotz dieses Rückgangs noch weit über dem Vorjahreswert von minus 27,9 Punkten. Der DIHT korrigierte Mitte Februar die Wachstumserwartungen für dieses Jahr auf 2,3 Prozent nach oben. Die Erwartungen der Wirtschaft liegen somit deutlich über der letzten Prognose der Bundesregierung, die bisher von 1,4 Prozent Wirtschaftswachstum im Jahr 2010 ausgeht.

Die **Einkommenserwartung** stagniert im Februar mit einem Minus von 0,5 Punkten. Der Indikator liegt derzeit mit 12 Punkten über dem langjährigen Durchschnitt von 0 und mit 23 Punkten sehr deutlich über seinem letztjährigen Wert.

Bei der **Anschaffungsneigung** zeigt sich der Indikator mit 24,2 Punkten nach wie vor robust und büßt gegenüber dem Vormonat nur 1,2 Punkte ein. Verglichen zum Februar 2009 bedeutet das jedoch einen Anstieg um 9,6 Punkte.

Der Gesamtindikator für das **Konsumklima** prognostiziert für März 2010 einen leicht rückläufigen



Untersuchung Klimaindikatoren im Verlauf der Jahre (Quelle GfK)

Wert von 3,2 Punkten nach 3,3 Zählern im Februar. Das ist der fünfte Rückgang in Folge. Die GfK geht davon aus, dass der Konsum keinen wesentlichen Beitrag zur wirtschaftlichen Erholung im Jahr 2010 leisten wird.

Impressum

Verantwortlich i.S.d.P. Christel Liedke
Tel.: 06102 / 2918 -140
E-Mail: christel.liedke@genworth.com

Bestellung / Änderung / Abbestellung:
info.deutschland@genworth.com

Genworth Financial, Inc.
Lifestyle Protection
Martin-Behaim-Str. 22
63263 Neu-Isenburg
+49 (0)6102 - 2918 140
info.deutschland@genworth.com
www.genworth.de

©2006 Genworth Financial
Alle Rechte vorbehalten.
Genworth, Genworth Financial
und das Genworth-Logo sind
Marken von Genworth Financial,
Inc.

Alle zitierten Angaben beruhen auf öffentlichen Quellen, die wir für zuverlässig halten, für deren Richtigkeit wir jedoch keine Gewähr übernehmen können. Sämtliche Angaben in dieser Publikation dienen lediglich der Information. Alle Rechte vorbehalten.