



GenworthSM
Financial

INFORM

Payment
Protection
Insurance

Neu-Isenburg, November 2007
Ausgabe 3/2007

Inhalt dieser Ausgabe:

VVG Reform und
Informationspflichtenverordnung

Aktuelle wirtschaftliche Lage

Verbraucherinsolvenzen

Genworth Intern
VOC

Consumer Research
Neuer Web-Service
Sponsoring/Volunteering

VVG-Reform und Informationspflichtenverordnung beschäftigen derzeit alle Versicherungsunternehmen, da mit der Novelle erhebliche Umstellungen sowohl im Vertrieb als auch der nachgelagerten Kundenbetreuung verbunden sind. Deshalb ist sie Schwerpunktthema dieser Ausgabe von INFORM. Genworth betrachtet die Änderungen als positive Erweiterung des Verbraucherschutzes. Sie stehen im Einklang mit unserer generellen strategischen Ausrichtung **“Treating Customers Fairly”**.

VVG-Reform und Informationspflichtenverordnung

VVG Reform

Beratungs- und Dokumentationspflicht

Der Versicherungsnehmer ist seinen Bedürfnissen und Kenntnissen entsprechend zu beraten, und ihm sind die Gründe für einen erteilten Rat anzugeben (vgl. § 6, 1 VVG). Dies ist schriftlich zu dokumentieren und eine Abschrift auszuhändigen (vgl. § 6, 2 VVG). Auf Beratung und Dokumentation kann aufgrund einer gesonderten schriftlichen Erklärung verzichtet werden (vgl. § 6, 3 VVG).

Abschaffung des Policenmodells

Dem Versicherungsnehmer sind rechtzeitig vor Abgabe seiner Vertragserklärung alle den Vertrag betreffende Informationen in Textform zu überreichen (vgl. § 7, 1 VVG). Hieraus ergibt sich, dass das bisherige Policenmodell, bei dem die Zusendung der AVBs erst nachträglich mit der Übersendung des Versicherungsscheins erfolgte, nicht

mehr zulässig ist. Die Forderung nach einer "rechtzeitigen Überreichung" macht es nach unserer Einschätzung notwendig, dem zukünftigen Versicherungsnehmer während des Verkaufsprozesses die zeitliche Möglichkeit einzuräumen, die Vertragsunterlagen vor Unterzeichnung zu lesen und zu bewerten. Erst dann kann ein rechtsverbindlicher Vertrag zustande kommen.

Inkrafttreten und Übergangsvorschriften

Das neue VVG gilt zunächst nur für Verträge, die ab dem 1. Januar 2008 abgeschlossen werden. Nach einer Übergangsfrist von einem Jahr findet das neue VVG auch auf Altverträge, die vor diesem Datum geschlossen wurden, Anwendung. Hieraus ergibt sich die Notwendigkeit, auch für diese Verträge neue Allgemeine Versicherungsbedingungen zu übersenden, um konform mit der neuen Rechtslage zu sein.

Informationspflichtenverordnung

Produktinformationsblatt

Zu den Vertragsinformationen, die dem Versicherungsnehmer vorab ausgehändigt werden müssen, zählt neben den Allgemeinen Versicherungsbedingungen auch ein in der VVG-Informationspflichtenverordnung konkretisiertes Produktinformationsblatt. In diesem sind alle wesentlichen Produktmerkmale für einen Laien verständlich zusammenzufassen.

Die genaue Ausgestaltung der Verordnung ist zur Zeit noch nicht absehbar, da bisher auch kein Entwurf erhältlich ist.

Wir sehen diese Anforderung jedoch als Chance,

Genworth Financial, Inc.
Payment Protection Insurance
Martin-Behaim-Str. 8-10
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.

den in der Vergangenheit immer wieder aufgetretenen Missverständnisse durch klare und transparente Formulierungen präventiv zu begegnen und damit zukünftigen Rechtsunsicherheiten vorzubeugen.

Offenlegungspflicht von Abschlusskosten und Provisionen

Die VVG-Informationspflichtenverordnung sieht weiterhin die Offenlegung der Abschlusskosten und Provisionen für die Lebenkomponente vor. Nach unserem derzeitigem Wissensstand muss die

Aktuelle wirtschaftliche Lage

Die wirtschaftliche Lage in der Bundesrepublik Deutschland November 2007

Der Aufschwung der deutschen Wirtschaft hat sich im dritten Quartal 2007 nach Angaben des Bundesministerium für Wirtschaft beschleunigt fortgesetzt. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) erhöhte sich preis-, kalender- und saisonbereinigt um 0,7 %, nach 0,5 % im ersten und 0,3% im zweiten Quartal 2007. Im Vorjahresvergleich stieg das BIP im dritten Quartal um real 2,4 %. Das erste Halbjahr verlief u.a. wegen der Erhöhung der Mehrwertsteuer schwächer. Das Wachstum wurde durch die Belebung der binnenwirtschaftlichen Aktivitäten getragen. Der Außenhandel lieferte diesmal keinen Wachstumsbeitrag. Dagegen setzte sich der Investitionsaufschwung kräftig fort. Auch die privaten Konsumausgaben erholten sich weiter und trugen zum Wachstum bei.

Das konjunkturelle Umfeld hat sich allerdings mit der Immobilienkrise in den USA und den noch lange nicht bewältigten Verspannungen an den Finanzmärkten verschlechtert. Die weltwirtschaftliche Dynamik dürfte sich daher - ausgehend vor allem von einer sich schwächer entwickelnden US-Wirtschaft - etwas abschwächen. Gleichzeitig bremsen der starke Euro und die höheren Ölpreise die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland zusätzlich. Dem stehen allerdings bislang robuste und sich eher festigende binnenwirtschaftliche Auftriebskräfte gegenüber, die sich nicht zuletzt aus der Beschäftigungsentwicklung speisen. Der Aufschwung dürfte sich demnach fortsetzen, allerdings mit etwas geringerer Dynamik und gestiegenen Risiken.

Der private Konsum hat sich zwar noch nicht vollständig von den Auswirkungen der Erhöhung des Umsatzsteuersatzes zu Jahresbeginn erholt. Der Erholungsprozess schreitet aber voran. Die privaten Konsumausgaben haben somit zum gesamtwirtschaftlichen Wachstum im dritten Quartal beigetragen. Die Beschleunigung des Preisauftriebs, ausgelöst durch die Preisentwicklung von Mine-

Offenlegung als individuell zu ermittelnder Betrag in EURO erfolgen.

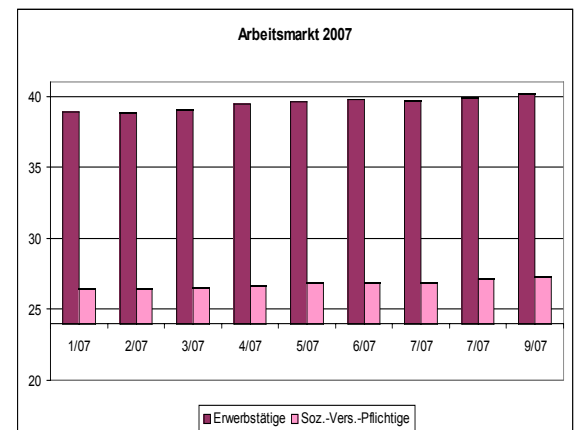
Inkrafttreten und Übergangsvorschriften

Nach Aussagen der Bundesjustiz-Ministerin Zypries soll die Informationspflichtenverordnung zwar wie angekündigt zum 1. Januar 2008 in kraft treten, jedoch erfolge die Umsetzung erst zum 1. Juli 2008. Auch wenn hierzu keine schriftliche Stellungnahme vorliegt, gehen wir davon aus, dass diese Aussage verlässlich ist.

raölprodukten und Nahrungsmitteln, sorgt allerdings für zusätzlichen Kaufkraftentzug. Trotz Anstiegs der Einzelhandelsumsätze im September um preis- und saisonbereinigt 1,6 % erholten sie sich somit im gesamten dritten Quartal lediglich um 0,2 % gegenüber dem Vorquartal, aber um immerhin 1,1 % einschließlich Handel mit Kraftfahrzeugen und Tankstellen. Die Perspektiven für eine weitere Belebung des privaten Konsums bleiben vor allem angesichts des nach wie vor lebhaften Beschäftigungsaufschwungs relativ günstig.

Der Verbraucherpreisanstieg hat sich im Oktober nicht weiter beschleunigt, sondern verblieb bei 2,4 %. Ausschlaggebend für den Preisanstieg waren insbesondere steigende Preise für Kraftstoffe und Haushaltsenergie (+10,3 % bzw. +3,8 %). Nahrungsmittel verteuerten sich um +4,9 %. Die Kerninflation ohne Energie und saisonabhängige Nahrungsmittel sank im Oktober leicht auf 2,0 %.

Die Besserung am Arbeitsmarkt setzt sich, gestützt auf den konjunkturellen Aufschwung, kräftig fort. Im September nahm die Zahl der Erwerbstätigen um saisonbereinigt +39.000 weiter zu. Die Erwerbstätigkeit überschritt mit 40,2 Mio. erstmals die 40-Millionen Grenze.



Entscheidend war dabei die Zunahme der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung (August: sai-

Genworth Financial, Inc.
Payment Protection Insurance
Martin-Behaim-Str. 8-10
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.

sonbereinigt +62.000). Die Arbeitslosigkeit ging im Zuge der Herbstbelegung weiter kräftig zurück. Die Zahl der Arbeitslosen verringerte sich saisonbereinigt um 40.000. Insgesamt waren damit 3,434 Mio. Personen arbeitslos gemeldet, 650.000 weniger als im Vorjahr.

Betrachtet man die Entwicklung seit Jahresbeginn, so ist festzuhalten, dass sich sowohl die Zahl der

Erwerbstätigen als auch der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten kontinuierlich erhöht hat. Weiterhin bestehen große Differenzen zwischen den West- und Ostdeutschen Bundesländern. Während in Westdeutschland die Arbeitslosenquote im Oktober auf 6,8 % der zivilen Erwerbspersonen sank, verharrt sie für die gleiche Personengruppe in Ostdeutschland mit 13,6 % auf hohem Niveau.

Verbraucherinsolvenzen **Verbraucherinsolvenzen - Neuer Höchststand**

Nach neusten Erhebungen von Creditreform hat die Überschuldung von Privatpersonen in Deutschland auch 2007 weiter zugenommen. Der Anstieg der gesamtdeutschen Schuldnerquote schwächte sich allerdings etwas ab. Für die Bundesrepublik wurde zum Stichtag 1. Oktober 2007 eine Schuldnerquote von 10,9 % (Vorjahr: 10,7 %) ermittelt. Das heißt, rund 7,3 Millionen Bewohner Deutschlands oder mehr als jeder zehnte erwachsene Einwohner gelten als überschuldet oder weisen zumindest nachhaltige Zahlungsstörungen auf. Im Vergleich zu 2006 sind weitere 150.000 Schuldner hinzugekommen - ein Zuwachs von 2,1 Prozent. Im Jahr davor war der Anstieg mit 170.000 Betroffenen noch höher.

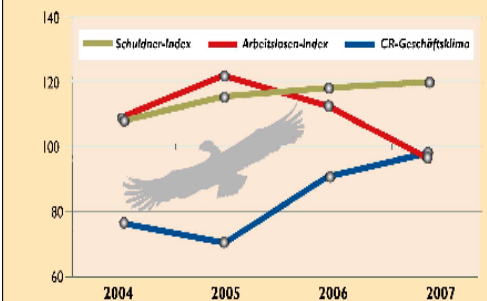
Die Schuldnerquote liegt in den neuen Bundesländern (11,5 %, ohne Berlin) höher als im Westen Deutschlands (10,7 %).

Allerdings hat die Überschuldung im Osten, wie bereits im Vorjahr, weniger stark zugenommen als im Westen Deutschlands. Insgesamt zählt **Ostdeutschland** rund **1,3 Millionen** Überschuldete. Im **Westen** sind es rund **6 Millionen** Personen. Die vertiefende Analyse belegt einen bedenklichen

Trend: Trotz des konjunkturellen Aufschwungs gibt es keine Entspannung der Verbraucherüberschuldungsproblematik. Zwar mildert die zurückgehende Arbeitslosigkeit den Anstieg der Schuldnerquoten.

Entwicklung von Überschuldung

Entwicklung von Überschuldung, Konjunktur und Arbeitslosigkeit 2004 bis 2007 *):



ATLAS/2007/11 *) normierte Werte: 2000 = 100 Quelle: Creditreform/CEG/microm

Allerdings müssen Jahr für Jahr mehr Bürger Privatinsolvenz anmelden, und die Zahl der überschuldeten Personen steigt weiter.

Mehr als jeder zweite Überschuldungsfall (52 %) lässt sich auf die Ursachen Arbeitslosigkeit, Krankheit oder Scheidung zurückführen.

Genworth Intern **Genworth intern**

Voice of the Customer - Kundenumfrage

Es ist uns sehr wichtig, das wir unsere versicherten Kunden im Leistungsfall kompetent, schnell und mit persönlicher Sorgfalt betreuen. Um unsere internen Audits zu evaluieren, führen wir derzeit als Pilotprojekt eine Kundenumfrage zum Service unserer Leistungsbearbeitung durch. Darin befragen wir Kunden, die kürzlich Leistungen aus ihrer Restkredit- und Payment Protection Versicherung beantragten nach ihrer Zufriedenheit in Bezug auf Telefonservice, Leistungsteam, Dokumente und Leistungsfallbearbeitung.

Die Ergebnisse werden wir unseren Partnern nach Auswertung zur Verfügung stellen, um gemeinsam

eventuelle Bereiche zu identifizieren, die es uns ermöglichen, das höchstmögliche Zufriedenheitsniveau unserer Branche zu gewährleisten.

Für jeden Fragebogen, der vollständig ausgefüllt bei uns eingeht, werden wir eine **Spende von 5 Euro** an den **Ambulanten Kinderhospizdienst Frankfurt** leisten.



Deutscher
Kinderhospiz
verein e.V.

Genworth Financial, Inc.
Payment Protection Insurance
Martin-Behaim-Str. 8-10
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.

Consumer Research

Im August 2007 führte Maritz Research im Auftrag von Genworth qualitative Befragung von rund 20 Personen in Hamburg, Stuttgart und Leipzig durch. Ziel dieser jeweils 2 Stunden umfassenden persönlichen Interviews war es, einen Einblick in die finanzielle Lage gezielt selektierter Verbraucher zu gewinnen. Weiterhin wollten wir in Erfahrung bringen, welche Anforderungen die Befragten an Produkte und Vertriebsprozesse im Finanzdienstleistungsbereich stellen.

Die faire Behandlung des Kunden ist wesentlicher Kritikpunkt von Verbraucherverbänden. Dem Bedürfnis des Kunden Rechnung zu tragen ist wiederum eines unserer wesentlichen Anliegen. Die Ergebnisse werden insofern in unsere Produktentwicklung und Dienstleistungen einfließen.

Zusammenfassung der Ergebnisse:

- Kreditschutz wird bei entsprechender Beratung als gutes Produkt bewertet, das in Krisensituationen einen sinnvollen Schutz bietet. Wird PPI erläutert, stößt es bei Kunden auf großes Interesse.
- Abhängig von der individuellen Situation variieren die Anforderungen an die Möglichkeiten von Absicherungsdauer und -betrag erheblich.
- Konsumenten erwarten Produkte, die einfach zu verstehen und zu verwalten sind. Beim Vertragsabschluss wünschen sie eine ausführliche Beratung.
- Sie bevorzugen ein Produkt, das sie unabhängig von z.B. einer Finanzierung erwerben und bezahlen, was die Möglichkeit zum Preisvergleich mit anderen Anbietern ermöglicht.
- Der "richtige" Zeitpunkt für Beratung und Abschluss ist z.B. die Aufnahme eines Kredites oder die vertragliche Vereinbarung anderer finanzieller Verbindlichkeiten.
- Die persönliche Beratung eines Experten ist den meisten der befragten Konsumenten sehr wichtig.

Neuer Web-Service - Leistungsformulare zum Download

Genworth bietet ab sofort einen neuen Service auf der Website, um der zunehmenden Bedeutung des Internets Rechnung zu tragen. Kunden, die einen Leistungsfall melden möchten, haben nun die Möglichkeit, die benötigten Formulare direkt aus dem

Impressum

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

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

Internet herunterzuladen. Diese sind online ausfüllbar und mit einer Druckfunktion versehen. Den Link finden Sie hier: <http://www.genworth.de/ppi/>.

Sponsoring / Volunteering

Children for Tomorrow

Am 27. Oktober 2007 traf das legendäre Traumpaar Stefanie Graf und Andre Agassi im Rahmen des BASF Festival for Children in einem Mixed auf die Nummer 1 der WTA-Weltrangliste Justin Henin und Goran Ivanisevic. Die 22malige Grand Slam Gewinnerin Graf veranstaltete das Turnier zugunsten ihrer Charity „Children for Tomorrow“. Genworth hatte zu diesem Event Gäste aus der Region eingeladen, die nach eigenen Angaben eine Veranstaltung erlebten, die "nicht mehr zu toppen ist". Genworth ist stolz darauf, "Children for Tomorrow" zu unterstützen.

Kindergarten "Die Toddler"

Am 13. Oktober 2007 benutzten 12 Volunteers ihren Samstagmorgen, um in einem Neu-Isenburger Kindergarten, der frühzeitig die zweisprachige Erziehung in Deutsch/Englisch anbietet, eine Bobby-Car-Bahn anzulegen. In einem 5-stündigen Einsatz wurden Büsche und Wurzelwerk ausgegraben und eine ebene Spielfläche angelegt.

Komen Race for the Cure

Am 30. September 2007 nahmen 11 Mitarbeiter am Race for the Cure in Frankfurt teil. Bereits zum 5. mal unterstützten Genworth Volunteers den Charity Lauf von Komen Deutschland.

Putts for Charity

Am 28. September 2007 übergab Genworth eine Spende von 6.311 EURO an den Ambulanten Kinderhospizdienst Frankfurt. Die Spende wurde anlässlich der "Deutsche Bank Players' Championship of Europe" im Rahmen der "Putts for Charity" Initiative von Genworth erzielt. Der bekannte deutsche Profi-Golfer Sven Strüver unterstützte die Initiative. Am Ende des Turniers kam eine Spende seitens Genworth in Höhe von 11.822 Euro zusammen, die zu gleichen Teilen an den Ambulanten Kinderhospizdienst Frankfurt und GolfAid ging. Durch eine Spendenaktion der Mitarbeiter wurde der Betrag um weitere 400 Euro aufgestockt.

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.

Genworth Financial, Inc.
Payment Protection Insurance
Martin-Behaim-Str. 8-10
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.