

463.000

Euro hat die
Gothaer 2017 für
Krankenrück-
transporte gezahlt

227.420

Hunde sind bei
der Gothaer versichert

105

Jahre alt sind die
beiden ältesten bei der
Gothaer Kranken
vollversicherten Kunden

509.314

Personen haben
eine betriebliche
Altersversorgung bei
der Gothaer

37.337

Hausratschäden
wurden 2017 durch
die Gothaer ersetzt

615

Telearbeitsplätze
gibt es aktuell
bei der Gothaer

24

Kunden sind im
Gothaer Kranken-
Gründungsjahr 1936
geboren und seitdem
dort versichert

1,7

Mio. Euro monatlich
zahlt die Gothaer
Kranken im Schnitt an
Pflegebedürftige aus

92.000

Follower hat die
Gothaer bei Facebook

1.180

Mitarbeiter der
Gothaer sind als
Stammzellenspender von
der DKMS typisiert

533

Betriebe haben
eine betriebliche
Krankenversicherung
bei der Gothaer
abgeschlossen

47.351

Personen sind über
eine betriebliche
Krankenversicherung bei
der Gothaer versichert

35.097

Liter Wasser weniger
wurden 2015 bei
der Gothaer verbraucht
als 2005

370.650

Betriebe sind bei
der Gothaer versichert

88

Jahre liegt der älteste
Versicherungsbeginn
bei der Gothaer
Lebensversicherung zurück

49.600.000

Euro Schadenaufwände
für Unfälle wurden
2017 bei der Gothaer
geleistet

278.000.000

Euro hat die
Gothaer für Autounfälle
ihrer Kunden 2017
geleistet

640.114

Fahrzeuge haben bei
der Gothaer eine
Kaskoversicherung

32

Jahre ist das
Durchschnittsalter
aller Personen mit
einer Berufsunfähig-
keitsversicherung

5.704

gestohlene Fahrräder
wurden 2017 durch
die Gothaer ersetzt

7.823

Warentransporte
wurden 2017 durch
die Gothaer abgesichert

50

Jahre zahlt die Gothaer
Lebensversicherung
ihre am längsten
laufende Rente

31.924

Leitungswasserschäden
in Wohngebäuden
hat die Gothaer 2017
ersetzt

10.000

Anrufe gehen
im Durchschnitt täglich
bei der Gothaer ein

Inhalt

Vorwort: Entdecke die Kraft der Gemeinschaft	5
Der Gothaer Konzern stellt sich vor	7
Gut aufgestellt: Die Unternehmensbereiche	8
Leitbild und Markenpositionierung: Gemeinschaft erlebbar machen	11
Interview mit Konzernchef Dr. Karsten Eichmann zur positiven Geschäftsentwicklung der VVaGs gegenüber den Aktiengesellschaften	15
Zusammen sind wir unschlagbar – Gemeinschaft mit externen Partnern leben am Beispiel Rentenwerk, Eurapco, AMICE und ARGE	18
Neue Gemeinschaften mit Start-ups bringen gemeinsame Erfolge	21



Entdecke die Kraft der Gemeinschaft

Liebe Leserinnen und Leser,

die Gothaer hat einen großen Vorteil: Sie ist als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit nur ihrer Versichertengemeinschaft verpflichtet – keinen Aktionären. Durch diese Unabhängigkeit können wir langfristig und nachhaltig im Sinne unserer Kunden handeln.

Aber was macht die Gothaer aus, und was treibt die Menschen bei der Gothaer an?

Wir schützen all das, was unseren Kunden wichtig ist – allen voran ihre Familie, aber auch ihr Vermögen, ihr Haus, ihre Gesundheit, ihre Arbeitskraft und alle anderen Dinge, die ihnen lieb und teuer sind.

Damit trägt die Versichertengemeinschaft jeden Einzelnen und macht ihn stark und gibt Rückhalt sowie Sicherheit.

Und weil die Gemeinschaft für uns einen so hohen Stellenwert hat, machen wir sie ab sofort zu unserem zentralen Antrieb!

Nach außen wird der Gemeinschaftsgedanke durch die neue Markenpositionierung und den Leitsatz „Mehr Wert durch Gemeinschaft“ spürbar. Mit ihm wird die Marke Gothaer in Zukunft gegenüber Kunden, Partnern und der Öffentlichkeit positioniert.

Ganz viel Freude beim Entdecken unserer Ideen und Maßnahmen zum Thema Gemeinschaft und vielleicht auch beim Nachdenken über die Wichtigkeit von Gemeinschaft in Ihrem Leben wünscht Ihnen



Dr. Karsten Eichmann
Vorstandsvorsitzender
Gothaer Konzern



200 Jahre Erfahrung **4,1 Millionen Kunden** **4,4 Milliarden Euro Beiträge**

Der Gothaer Konzern gehört mit über 4,1 Millionen Mitgliedern und Beitragseinnahmen von 4,4 Milliarden Euro zu den großen deutschen Versicherungskonzernen und ist einer der größten Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit in Deutschland.

Durch qualitativ hochwertige Risiko- und Finanzkonzepte erhalten unsere Kunden umfassende Lösungen, die über die reinen Versicherungs- und Vorsorgefragen hinausgehen. Wir gestalten den Umgang mit Versicherungs- und Vermögensfragen für unsere Kunden so angenehm und einfach wie möglich. Unseren Mitarbeitern ist es wichtig, unsere Kunden zu entlasten und alles in ihrem Sinn zu regeln. Hierdurch und durch die qualifizierte Beratung heben wir uns vom Wettbewerb ab. Unsere Kunden und Vertriebspartner erhalten einen spürbaren Mehrwert.

Die Kunden der Gothaer bestehen im Kern aus Privatkunden und dem unternehmerischen Mittelstand. Sowohl im Privatbereich als auch für kleine und mittelständische Unternehmen, Selbstständige und Freiberufler werden vielfältige Schutzkonzepte angeboten.

200 Jahre Stärke, Tradition und Innovation

Die fast 200-jährige Firmengeschichte zeigt die Stärke der Gothaer, Tradition und Innovation optimal miteinander zu verbinden. Als Ernst Wilhelm Arnoldi 1820 im thüringischen Gotha die „Feuerversicherungsbank des Deutschen Handelsstandes“ von Kaufleuten für Kaufleute ins Leben rief, verwirklichte er die Idee der gegenseitigen Hilfe: Die Gemeinschaft trägt die Last des Einzelnen.

Arnoldi schuf so eine personale Unternehmensform neben den kapitalorientierten Aktiengesellschaften. Der liberale Grundgedanke der gegenseitigen Hilfe und die Solidarität zwischen den Mitgliedern hat sich bis heute bewährt. Die Gothaer war eine der ersten überregionalen Versicherungen auf Gegenseitigkeit auf dem europäischen Kontinent. Das Besondere: Die Versicherten sind gleichzeitig Eigentümer des Unternehmens. Ähnlich wie bei genossenschaftlichen Banken existieren keine ausschließlich kapitalgebenden Eigentümer, weshalb eine kontinuierliche und von Eigentümerinteressen unabhängige Geschäftspolitik im Interesse der Mitglieder garantiert ist. Notwendige unternehmerische Entscheidungen werden schnell getroffen und umgesetzt. Das sichert Marktnähe und Innovationskraft.

Gut aufgestellt: Die Unternehmensbereiche

An der Konzernspitze steht die Gothaer Versicherungsbank VVaG, ein Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit. Die finanzielle Steuerung des Konzerns erfolgt über die Gothaer Finanzholding AG. Das operative Geschäft tragen im Wesentlichen folgende Gesellschaften:

Gothaer Allgemeine Versicherung AG

Die **Gothaer Allgemeine Versicherung AG** ist der größte Risikoträger für die Schaden- und Unfallversicherung im Gothaer Konzern. Seit seiner Gründung im Jahre 1820 zählt das Unternehmen zu den größten deutschen Sachversicherungsgesellschaften. Besonders im Fokus stehen neben den klassischen Einzelspartenprodukten kombinierte Versicherungskonzepte und Multi-Risk-Produkte. Maßgeschneiderte Lösungen unter Berücksichtigung individueller Branchenanforderungen machen die Gothaer sowohl für Privatkunden als auch für gewerbliche Kunden aus Mittelstand und Industrie zu einem zuverlässigen Partner. Um diesem Anspruch zu entsprechen, werden die Produkte kontinuierlich weiterentwickelt und innovative Produktlösungen im Markt platziert. Bereits bei der Produktentwicklung wird größter Wert auf einfache und verständliche Produkte und Prozessautomatisierungen gelegt, um für die Kunden kurze Reaktionszeiten anbieten zu können. Das Thema Digitalisierung und die Entwicklung entsprechender Ansätze nehmen dabei einen hohen Stellenwert ein. Die sehr gute Produktpositionierung im Privatkundengeschäft wird regelmäßig durch entsprechende Produktbewertungen namhafter Institute wie Finanztest und Ökotest bestätigt. Bei der Jagdhaftpflichtversicherung sowie der Versicherung von Onshore-Windkraftanlagen hat sich die Gothaer Allgemeine Versicherung AG mit ihren Produktlösungen und Erfahrungen als Marktführer positioniert. Regionale Ansprechpartner und Spezialisten vor Ort stellen die für individuelle Kundenlösungen erforderliche Fachkompetenz insbesondere im Segment Unternehmerkunden sicher.

Gothaer Lebens- versicherung AG

Die **Gothaer Lebensversicherung AG** ist seit fast 200 Jahren Ansprechpartner in allen Fragen rund um die Themen Vorsorge und Vermögen. Die Gothaer Lebensversicherung AG fokussiert sich konsequent auf die strategischen Geschäftsfelder der biometrischen und kapitaleffizienten Produkte sowie die betriebliche Altersversorgung. In den letzten Jahren konnten die Neugeschäftsanteile in diesen Feldern kontinuierlich ausgebaut werden. Diese strategische Ausrichtung trägt der aktuellen Niedrigzinssituation Rechnung und zahlt auf die Anforderungen von Solvency II ein. Die Gothaer optimiert und erweitert ihr Lösungsportfolio fortwährend: Im Herbst 2017 wurde mit der erfolgreichen Einführung des neuen kapital-effizienten Einmalbeitragsproduktes Gothaer Index Protect eine wichtige Basis für weiteres Wachstum in den kommenden Jahren geschaffen. 2017 hat die Gothaer Lebensversicherung AG eine Reihe von Digitalisierungsinitiativen umgesetzt, wie zum Beispiel den Versicherungsordner Blue Postbox und Self-Services für ihre Kunden. Im Geschäftsfeld der betrieblichen Altersversorgung ist in den kommenden Jahren mit erheblichen Wachstumsimpulsen zu rechnen. Mit Einführung des

Betriebsrentenstärkungsgesetzes hat der Gesetzgeber die Rahmenbedingungen für Arbeitgeber und Arbeitnehmer weiter verbessert. Mit der Direktversicherung GarantieRente Performance bietet die Gothaer attraktive Vorsorgelösungen, die für Unternehmen aller Größenklassen einfach umsetzbar sind.

Gothaer Krankenversicherung AG

Die **Gothaer Krankenversicherung AG** ist der Ansprechpartner für modernen Krankenversicherungsschutz. Den Trend zu einem gestiegenen Gesundheitsbewusstsein und die Nachfrage nach Gesundheitsdienstleistungen in der Bevölkerung greift das Unternehmen auf und entwickelt zunehmend Dienstleistungen, die den Zugang zu einer hochwertigen sowie effektiven Versorgung ermöglichen. Oberste Maxime dabei ist es, die Gesundheit der Kunden zu schützen. Die Gothaer Krankenversicherung hat deshalb die Reise zur Positionierung als Gesundheitsdienstleister begonnen und mit der Einführung einer neuen GesundheitsApp mit digitalen Gesundheitsservices und kompetenter Gesundheitsberatung unterstrichen. Die Krankenvollversicherung bleibt damit eine wichtige Säule der Gothaer Krankenversicherung, denn mit Blick in die Zukunft ist sie die einzige Absicherung, die ein stabiles Leistungsniveau für den Schutz der Gesundheit garantiert. Gleichsam stärken die staatlichen Finanzierungsherausforderungen im deutschen Gesundheitssystem die Bedeutung der Zusatzversicherungen zur gesetzlichen Vorsorge. Hier sieht die Gothaer weiter erhebliches Wachstum. Dabei sehen nicht nur Privatkunden den Wert der privaten Absicherung, sondern auch Arbeitgeber erkennen Gesundheitsdienstleistungen für ihre Mitarbeiter immer stärker als motivierendes und bindendes Argument in Form der betrieblichen Krankenversicherung. Auch hier baut die Gothaer Krankenversicherung ihre führende Stellung aus und ergänzt ihre Firmen-Angebote um weitreichende Leistungen im betrieblichen Gesundheitsmanagement.

Janitos Versicherung AG

Die **Janitos Versicherung AG** ist seit 2005 der Maklerversicherer für das Privatkundengeschäft im Gothaer Konzern. Janitos steht für die bestmögliche Absicherung von Gesundheit und Vermögen. Die Produkte, Prozesse und Services sind konsequent auf den Primärkunden Makler und dessen Zielmarkt ausgerichtet. Der Schwerpunkt des Produktportfolios von Janitos liegt auf den Kompositsparten Unfall, Privathaftpflicht und Hausrat. Die Janitos Multi-Rente sichert Kunden gegen die finanziellen Folgen von Krankheiten und Unfällen ab und ist damit die ideale Alternative oder Ergänzung zur Berufsunfähigkeitsversicherung. Mit den Janitos Krankenzusatzversicherungen dental und stationär können sich Kassenpatienten über die Basisleistungen ihrer GKV hinaus eine angemessene medizinische Versorgung sichern. Bei Produkt-Ratings und Maklerbefragungen verzeichnet Janitos regelmäßig Erfolge und ist als etablierte Maklermarke in Deutschland und Österreich sehr gut positioniert.

Ausländische Tochterunternehmen der Gothaer

Der Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit des Gothaer Konzerns ist der deutsche Versicherungsmarkt. Über die ausländischen Tochterunternehmen in Polen – die **Gothaer Towarzystwo Ubezpieczeń S.A.** – und Rumänien – die **S.C. Gothaer Asigurări Reasigurări S.A.** – partizipiert der Konzern am großen Wachstumspotenzial des osteuropäischen Marktes in der Kompositversicherung. Darüber hinaus begleitet die Gothaer in diesem Geschäftsfeld ihre international tätigen deutschen Unternehmerkunden weltweit bei deren Auslandsaktivitäten und bedient sich dabei internationaler Netzwerke und einer eigenen Niederlassung in Frankreich.



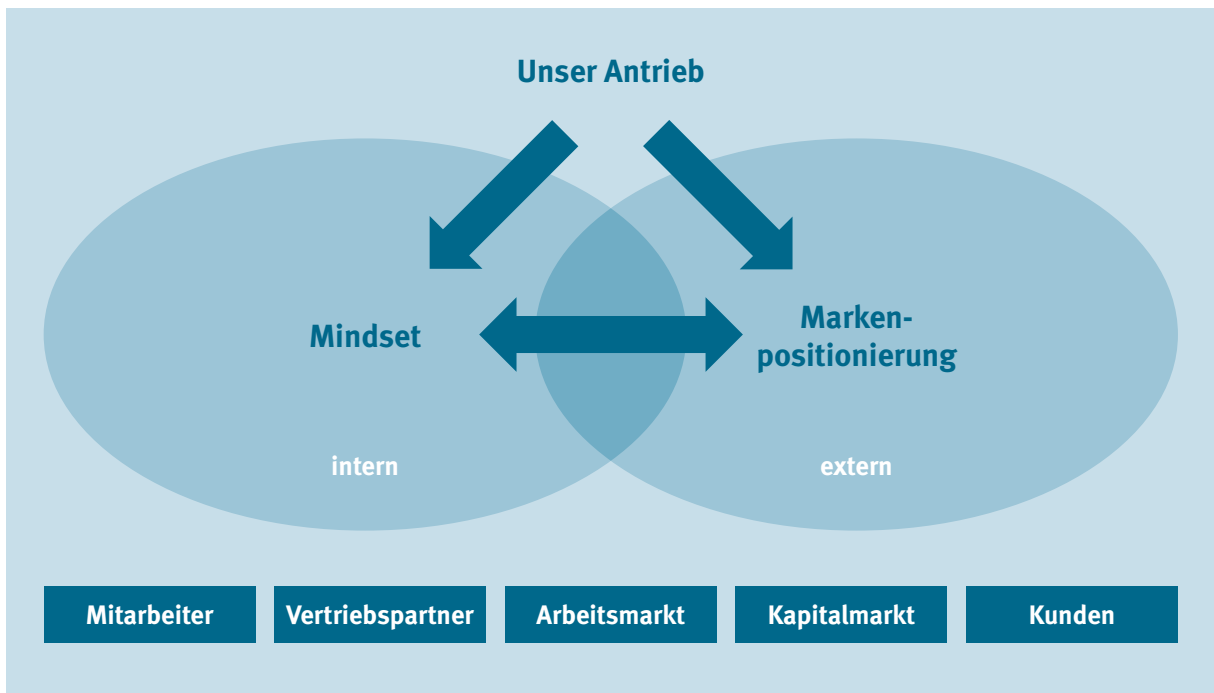
Leitbild und Markenpositionierung: Gemeinschaft erlebbar machen

Eine starke Marke ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für ein Unternehmen: Denn Marken schaffen Kundenbeziehung sowie Kundenbindung und dienen der Orientierung. Sie verleihen Lebens- und Gemeinschaftsgefühl. Die Marke ist der Vertrauensanker im Dschungel der Medienvielfalt und der Vielzahl an Informationen und Produkten. Dies gilt besonders für die Versicherungsbranche, denn gerade beim komplexen Thema Versicherung spielt die Marke für Kunden eine entscheidende Rolle.

Gemeinschaft erleben

Die Gothaer als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit wurde vor fast 200 Jahren auf der Basis der Gemeinschaftsidee gegründet. Um diesen Gemeinschaftsgedanken nach innen und nach außen noch stärker sichtbar und erlebbar zu machen, haben Mitarbeiter, Führungskräfte und das Vorstandsteam 2017 gemeinsam erarbeitet, was die Gothaer in ihrem Kern ausmacht und was die Menschen bei der Gothaer antreibt. Bei den Überlegungen ging es darum, den Blick nach vorne zu richten, wofür das Unternehmen in Zukunft stehen will – und das auf Basis der bereits vorhandenen Stärken, der bestehenden DNA. Ziel war es, einen Satz zu formulieren, der eine Antwort auf all diese Fragestellungen liefert.





*Henning Hackbarth,
Leiter Konzern-
entwicklung*

Das Ergebnis: „Unser Antrieb: In der Gemeinschaft Werte schützen.“ Denn die Gothaer schützt seit bald 200 Jahren all das, was ihren Kunden wichtig ist – ihre Familie, ihr Vermögen, ihr Haus, ihre Gesundheit, ihre Arbeitskraft, kurz alles, was ihnen lieb und teuer ist. „Da tun wir wirklich mehr als so manches Unternehmen, das zum Beispiel Konsumgüter herstellt. Und darauf können wir doch stolz sein“, so Henning Hackbarth, Leiter der Konzernentwicklung im Gothaer Konzern.

Diese Leitlinie dient zum einen den Mitarbeitern und Führungskräften im Konzern als Grundgedanke, um Gemeinschaft spürbar zu machen. Zum anderen war sie auch die Basis für eine Überarbeitung der Markenpositionierung unter dem Schlagwort „Mehr Wert durch Gemeinschaft“. Kernidee war es, die Kunden die positive Kraft der Gemeinschaft spüren zu lassen und zugleich die Marke mit der Neupositionierung „Mehr Wert durch Gemeinschaft“ relevant und differenzierend auszurichten.

„Die Basis für die Entwicklung der neuen Positionierung sind die strategischen Eckpfeiler unserer Strategie Gothaer 2020 mit den konkreten Ausprägungen ‚kundenfokussierter Versicherungsverein‘ und ‚digitalisiertes Geschäftsmodell‘. Ziel war es, die bis dahin verwendete Markenpositionierung zu überprüfen und an veränderte Kundenbedürfnisse und Rahmenbedingungen anzupassen und eine moderne und differenzierte Marke zu schaffen“, weiß Dr. Gunnar Görtz, Marketingleiter im Gothaer Konzern.

„Der Weg von den über die Marktforschung erarbeiteten konkreten Kundenbedürfnissen bis zur finalen Positionierung war aufwendig, aber sehr aufschlussreich. So haben wir im Rahmen der quantitativen Marktforschung insgesamt sechs verschiedene Ansätze getestet. Das Ergebnis: Das Thema Gemeinschaft hatte für die Befragten in allen Kundensegmenten die stärkste Relevanz und auch die höchste Differenzierung“, so Görtz.

Neue Markenpositionierung „Mehr Wert durch Gemeinschaft“

Nach außen wird der Gemeinschaftsgedanke durch die neue Markenpositionierung sichtbar und spürbar. Mit ihm wird die Marke Gothaer gegenüber Kunden, Partnern und der Öffentlichkeit positioniert. Die neue Markenpositionierung „Mehr Wert durch Gemeinschaft“ wird auf allen Kanälen gespielt. „Wir haben über 1.000 Kunden und Vertriebspartner zu diesem Thema befragt. Das bestärkt uns, diesen Weg zu gehen und das Thema Gemeinschaft für unsere Kunden erlebbar zu machen, zum Beispiel durch Angebote wie den Gothaer Mitglieder-Schutzbrief“, ergänzt Görtz.



Dr. Gunnar Görtz,
Leiter Marketing

Erstmals spürbar wird dies bei der neuen Imageaktion „Kraft der Gemeinschaft“. Wesentlicher Bestandteil der Aktion ist ein emotionaler Werbespot, der im Fernsehen und auf reichweitenstarken Online-Plattformen sowie Social Media läuft. Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Imageaktion ist der Blog gemeinschaftgothaer.de, der als zentrale Landingpage der Imageaktion dient. In den letzten Monaten wurden darüber hinaus in unternehmensweiten Workshops Ideen für Maßnahmen entwickelt, wie das Thema – neben der rein werblichen Kommunikation – an anderen Kontaktpunkten beim Kunden erlebbar gemacht werden kann. „Dies ist insbesondere wichtig, um ein einheitliches Markenerlebnis beim Kunden zu schaffen und zu verankern, dass die Gothaer eben mehr Wert durch Gemeinschaft bietet“, erläutert Görtz.

Interne Ausrichtung, um Gemeinschaft für die Mitarbeiter erlebbar zu machen

Aber auch nach innen gibt die Leitlinie „**Unser Antrieb: In der Gemeinschaft Werte schützen**“ Orientierung, sie prägt das Mindset und Verhalten der Menschen im Konzern. Erlebbar und spürbar wird das an vielen Stellen, wenn man sich zum Beispiel vor Augen führt, welche vielfältigen Werte die Gothaer schützt – von der Gesundheit der Menschen über ihr Einkommen im Falle einer Berufsunfähigkeit bis hin zu Heim und Haus, Hund und Auto oder Betrieb und Maschinen. Oder wenn Kunden in einer Notlage schnell geholfen werden konnte oder man sich bewusst macht, wie groß und stark die Gemeinschaft der Gothaer Kunden mit ihren 4,1 Millionen Versicherten eigentlich ist.





„Versicherungsvereine zeigen auch gegenüber Aktiengesellschaften eine sehr solide Entwicklung“

Über die Stärken von Versicherungsvereinen auf Gegenseitigkeit (VVG) und welche Marktentwicklung er für diese Gesellschaftsform sieht, spricht Dr. Karsten Eichmann, Vorstandsvorsitzender des Gothaer Konzerns und Vorsitzender des VVG-Ausschusses des Gesamtverbandes der Versicherungswirtschaft.

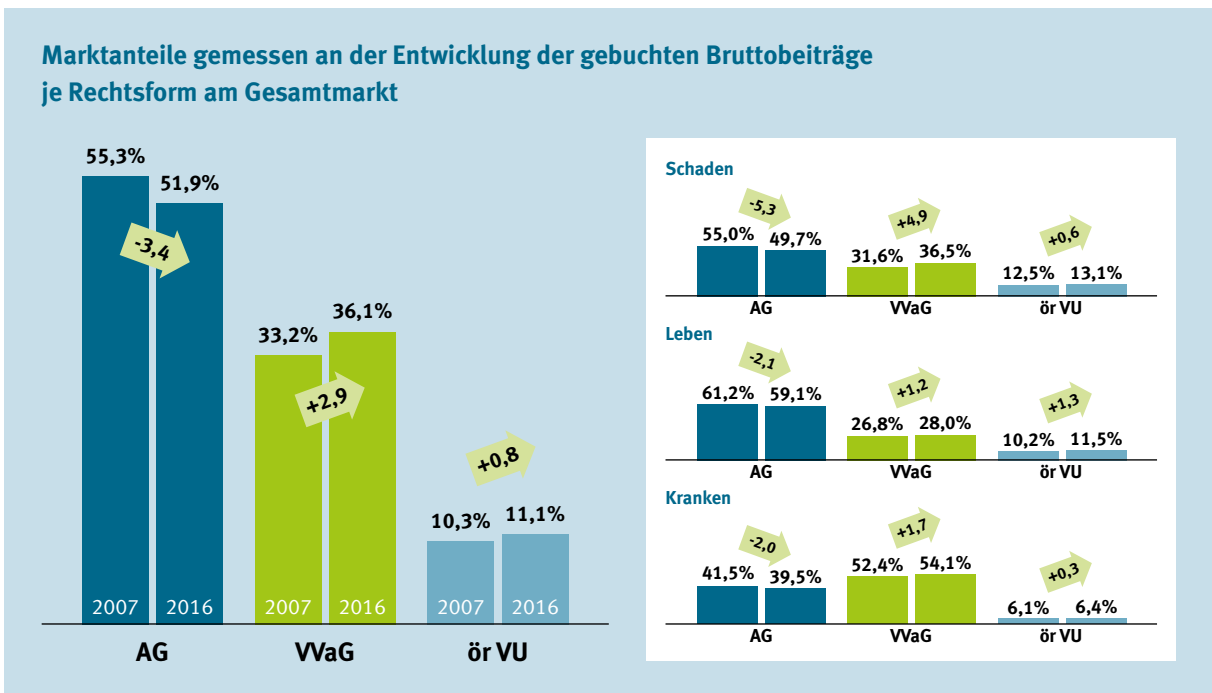
Herr Dr. Eichmann, sind Versicherungsvereine die besseren Versicherer?

Das kann man so pauschal nicht beantworten. Fakt ist aber, dass Versicherungsvereine per Definition einen anderen Geschäftsschwerpunkt haben. Denn sie sind nicht ausschließlich renditegetrieben wie Kapitalgesellschaften, sondern sie sind vor allem ihren Mitgliedern und damit ihren Kunden verpflichtet. Damit können sie ihren Fokus stärker auf Nachhaltigkeit und die Solidarität der Gemeinschaft legen.

Die Gothaer ist sich auf jeden Fall des großen Vertrauensvorschlusses – den jeder Kunde uns mit dem Abschluss einer Versicherung entgegenbringt – zu 100 Prozent bewusst. Wir tun alles, um unseren Kunden die bestmögliche Leistung zu bieten und sie in jeder Lebenslage zu unterstützen und zu begleiten – sei es bei der Planung ihrer Altersvorsorge, beim Schutz ihrer Gesundheit oder bei der Absicherung ihrer materiellen Werte.

Die Frage „Wie zukunftssicher und finanziell solide aufgestellt ist mein Versicherer?“ rückt also in den Fokus. Was sagen denn extern aufbereitete Zahlen dazu?

In Bezug auf die Veränderung der Marktanteile zeigt die Analyse des Kölner Instituts für Versicherungsinformation und Wirtschaftsdienste (KIVI) auf Basis des Vergleichs der gebuchten Bruttobeiträge von 2007 bis 2016, dass Versicherungsvereine ihren Marktanteil mit plus 2,9 Prozent deutlich über dem der Aktiengesellschaften (-3,4 Prozent) und öffentlich-rechtlichen Versicherungsunternehmen (0,8 Prozent) ausbauen konnten.



2007 bis 2016; Quelle: KIVI-Zahlenbände

In den vergangenen Jahren haben Versicherungsvereine ihre Marktanteile also ausbauen können. Ist das nach Ihrer Einschätzung eine längerfristige Entwicklung?

Versicherungsvereine sind in der Regel aus bestimmten Kundensegmenten heraus entstanden und damit kundenfokussierter und persönlicher als große Kapitalgesellschaften. So wird der individuellen Betreuung der Kunden und damit dem Servicegedanken ein größeres Gewicht beigemessen. Die Gothaer wurde beispielsweise von Kaufleuten für Kaufleute gegründet. Hier liegt auch immer noch ein sehr großer Schwerpunkt unseres Geschäfts. Der große Vorteil: Es gibt ausschließlich einen Stakeholder – den Kunden! Gerade im für viele Menschen intransparenten Versicherungsmarkt wissen das offenbar immer mehr Kunden zu schätzen. Daher bin ich hinsichtlich der weiteren Marktentwicklung für Versicherungsvereine optimistisch.

Wie steht es denn im Allgemeinen um Substanz, Finanzstärke und Profitabilität von Versicherungsvereinen?

Substanz und Finanzstärke von Versicherungsvereinen sind im Durchschnitt besser als bei den Kapitalgesellschaften. Hier sind die Schwerpunkte anders gesetzt, es verlässt kein Kapital das Haus, und Gewinne werden in der Regel thesauriert. Stichwort Kapitalbeschaffung oder Gewinnausschüttung. Natürlich werden auch Versicherungsvereine nach betriebswirtschaftlichen Kennzahlen geführt, und nur mit entsprechender Profitabilität ist die Investitionsfähigkeit sichergestellt. Aber die breitere Aufstellung bei den Unternehmenszielen kann zu nachhaltigerem Wachstum führen als eine oft kurzfristig gedachte Rentabilitätsstrategie.

Auch beim Betriebskostensatz als Quotient der Kosten zu den verdienten Bruttobeiträgen überzeugen die Versicherungsvereine. Beim versicherungstechnischen Gewinn liegen die Aktiengesellschaften knapp vorne.

Vor allem die fehlende Möglichkeit, sich über den Kapitalmarkt Geld für neues Wachstum zu beschaffen, wird als Nachteil der Vereine gegenüber den Aktiengesellschaften ins Feld geführt. Ist diese Einschätzung noch aktuell?

Ja, Aktiengesellschaften haben es leichter, sich über den Kapitalmarkt frisches Geld für Akquisitionen und sonstige Investitionen zu beschaffen. Dies funktioniert aber auch nur, wenn der Verlauf des Börsenkurses die Aktionäre dauerhaft zufriedenstellt und die Dividendenausschüttungen idealerweise kontinuierlich steigen. Im Gegensatz dazu spielt die externe Finanzierung und die damit einhergehende notwendige Pflege des Kapitalmarktes bei Versicherungsvereinen eine eher untergeordnete Rolle. Hier rückt die Innenfinanzierung – also die Finanzierung aus eigenen Mitteln – in den Fokus. Dies bedeutet, dass Versicherungsvereine dem Grunde nach für die Summe aller Investitionen und Akquisitionen die erforderlichen liquiden Mittel und Solvenzmittel selbst erwirtschaften müssen.

Welche Entwicklung erwarten Sie in den nächsten Jahren? Schlägt das Pendel eher zugunsten der Vereine aus, oder geht es in Richtung der Aktiengesellschaften?

Aus den Entwicklungen der letzten Jahre lässt sich der folgende mögliche Trend ableiten: Wenn sich das Ausschüttungsverhalten der Versicherungsaktiengesellschaften in der Zukunft so fortentwickelt, dann wird die Substanzstärke der Versicherungsvereine zunehmend an Bedeutung gewinnen. Bei Versicherungsaktiengesellschaften haben die Gewinnausschüttungen immer mehr an Bedeutung gewonnen, was teilweise durch eine Reduzierung der Reservierungsquote finanziert wurde und darüber hinaus zu einer Verringerung der Solvenzmittel geführt hat. Bei Versicherungsvereinen auf Gegenseitigkeit wird das Erfordernis der durchgängigen Innenfinanzierung offensichtlich mit Erfolg betrieben. Reservierungsquoten und Solvenzausstattung nehmen kontinuierlich und signifikant zu. Das bietet für Kunden Sicherheit und Stabilität.

„Versicherungsvereine sind in der Regel aus bestimmten Kundensegmenten heraus entstanden und damit kundenfokussierter und persönlicher als große Kapitalgesellschaften“, so Dr. Karsten Eichmann, Vorstandsvorsitzender des Gothaer Konzerns



Zusammen sind wir unschlagbar – Gemeinschaft mit externen Partnern leben am Beispiel Rentenwerk, Eurapco, AMICE und ARGE

Die Gothaer agiert erfolgreich als eigenständiges Unternehmen am Markt. In verschiedenen Bereichen hat sich die Gothaer aber auch mit anderen Versicherungsvereinen zusammengesetzt, um in der Gemeinschaft mit starken Partnern die vielfältigen Anforderungen und neuen Entwicklungen besser bewältigen zu können.

Weil Solidarität in unseren Genen liegt – das Rentenwerk

Mit dem Rentenwerk gibt es ein gemeinsames Angebot von fünf genossenschaftlich geprägten Versicherungsunternehmen, auch die Gothaer ist über ihre Lebensversicherung daran beteiligt. Das Rentenwerk ist eine perfekte Chance für die Versicherungsvereine, ihre Kompetenz gemeinsam darzustellen. Ziel des Rentenwerkes ist es, die Sozialpartner im Kampf gegen Altersarmut gemeinsam mit einer leistungsstarken Altersvorsorge auszustatten. Deshalb treten fünf starke Gesellschaften gemeinsam an. Mit vereinten Kräften, gebündelter Expertise und der Erfahrung mit solidarischer Orientierung.



„Global denken, lokal handeln“ – nach diesem Motto blickt der Gothaer Konzern im Rahmen von Kooperationen auf europäischer Ebene über die Grenzen Deutschlands hinaus



Eurapco steht für „European Alliance Partners Company“ und ist ein Verbund unabhängiger europäischer Finanz- und Versicherungsunternehmen, die dem Prinzip der Gegenseitigkeit verpflichtet sind und in ihren Heimatmärkten jeweils eine führende Position innehaben. Zu Eurapco gehören derzeit acht Partner, die in 18 Ländern in ganz Europa aktiv sind. Seit 1997 ist die Gothaer Mitglied bei Eurapco. Der Verbund ist überwiegend auf gegenseitigen Wissensaustausch ausgerichtet. Der Austausch auf internationaler Ebene ermöglicht es, von den Erfahrungen der anderen Partner zu profitieren. So entstand zum Beispiel eine enge Kooperation im Bereich der Kunstversicherung. Mittels Wissenstransfer wurde auf Initiative und mit Unterstützung der Gothaer dieses Segment bei verschiedenen Partnern neu etabliert. Die Bündelung der Kräfte ermöglicht die Akquise größerer Kunst-Accounts.

Versicherungsvereine kooperieren bei ARGE



Die Arbeitsgemeinschaft der Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit e.V. (ARGE) fördert die auf der Rechtsform basierenden spezifischen Interessen der Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit. Der Schwerpunkt der Arbeit ist es, den VVaG-Gedanken stärker in die öffentliche Diskussion einzubringen. Hauptzielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit sind die Mitglieder und Mitarbeiter von Versicherungsvereinen.

Gothaer Chef Dr. Karsten Eichmann ist gleichzeitig auch Vorstandsvorsitzender der ARGE und möchte die Interessen der Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit stärker in die öffentliche Diskussion einbringen. „Die Versicherungsvereine liefern einen wichtigen Beitrag für sozialpolitische und wirtschaftliche Herausforderungen und sollten als solche mehr in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden. Wir möchten unsere gegenüber den anderen Rechtsformen differenzierte Unternehmensausrichtung genauso transparent machen wie die daraus resultierende langfristige betriebswirtschaftliche Stabilität“, so Eichmann.

AMICE ist die Stimme der Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit in Europa



AMICE, die „Association of Mutual Insurers and Insurance Cooperatives in Europe“, wurde im Januar 2008 gegründet. Das primäre Ziel ist es, sicherzustellen, dass die Stimmen der Versicherer auf Gegenseitigkeit in Europa gehört und die Interessen der Mitglieder berücksichtigt werden.

Hierfür bietet AMICE eine Plattform, um Ressourcen und Erfahrungen gemeinsam zu verbinden und grenzübergreifend zu nutzen. In den 28 Mitgliedstaaten der Europäischen Union sind nahezu 2.700 Gegenseitigkeitsgesellschaften beteiligt und bilden damit einen Marktanteil von 30 Prozent – dies mit mehr als 409 Millionen Kunden und 450.000 Mitarbeitern.

6 Thinking Hats
Mind Mapping
Morphologischer Kasten
World Café
Analogietechnik
Design Thinking
Ideen finden
Advocatus Diaboli
Innovation
Hackathon
Sprint
Design Thinking
Mind Mapping
Hackathon
Coffee to go
Scamper
World Café
Coffee to go
Lean Canvas
Kooperation
Lean Canvas
Scamper
Start-up
Crazy 8
Kooperation
Brainstorming
Sprint
Digitalisierung
Digitales Geschäftsmodell
Analogietechnik
Prototypen
Digitalisierung
Schnellboot
Start-up
Schnellboot
Prototypen
Mind Mapping
Sprint
Graffiti
Mind Mapping
Brainstorming
Kooperation
Morphologischer Kasten
Coffee to go
Start-up
Graffiti
Hackathon
Crazy 8
Crazy 8
Innovation
Graffiti
6 Thinking Hats
6-3-5-Methode
Schnellboot
Ideen finden
6-3-5-Methode
Analogietechnik
Sprint
6-3-5-Methode
Kopfstand
Kopfstand
Digitales Geschäftsmodell
Ideen finden
Scamper
Prototypen
Innovation
Ideen finden
Design Thinking
Advocatus Diaboli
6 Thinking Hats
Lean Canvas
Prototypen
6-3-5-Methode
Brainstorming
Advocatus Diaboli

Interview mit Dr. Mathias Bühring-Uhle: „Neue Gemeinschaften mit Start-ups bringen gemeinsame Erfolge“

Digitalisierung – mehr als ein Schlagwort: Sie ist wohl aktuell immer noch eine der größten Herausforderungen für die Versicherungsbranche und damit auch entscheidender Baustein der zukünftigen strategischen Ausrichtung der Gothaer. Um die Gothaer systematisch in eine digitale Zukunft zu führen, wurde 2015 eine umfassende Digitalisierungsstrategie verabschiedet und die Geschäftsmodelle auf die fortschreitende Digitalisierung und das veränderte Kundenverhalten ausgerichtet.

Wie genau verändert die Digitalisierungswelle denn die Versicherungsbranche?



Dr. Mathias Bühring-Uhle, Vorstand im Gothaer Konzern und verantwortlich für IT, Digitalisierung und Operations

In zwei wesentlichen Punkten nimmt die Digitalisierung Einfluss auf die Versicherungsbranche: Zum einen ändert sich das Kundenverhalten. Die Kunden orientieren sich an ihren Erlebnissen mit digitalen Dienstleistern wie Amazon, Ebay oder anderen Anbietern und stellen den gleichen Anspruch an die Reaktionsfähigkeit eines Versicherers. Andererseits verlassen sich die Kunden nicht vollständig auf digitale Kanäle. Wenn es anspruchsvoll wird, suchen sie weiterhin die Hilfe eines persönlichen Beraters, auch wenn sie sich vorher im Internet informiert haben. Um diesen Zweiklang der Erwartungen zu erfüllen, beschäftigen wir uns intensiv damit, digitale Unterstützung da anzubieten, wo der Kunde es als selbstverständlich ansieht. Allerdings soll die persönliche Beratung ebenso im Fokus bleiben, digital unterstützt, wo es dem Kunden und dem Berater hilft, die Kundenreise möglichst angenehm zu gestalten.

Der andere wesentliche Einfluss kommt aus der technologischen Entwicklung: So verändert sich zum Beispiel die Struktur von Unfallschäden, weil neue Sensoren das Fahrzeug vor Unfällen schützen. Ein weiteres Beispiel: Haushalte verändern sich, weil vernetzte Geräte zunehmend miteinander kommunizieren. Das Gesundheitswesen befindet sich im Umbruch, weil zukünftig etwa Vitalwerte von älteren Menschen kontinuierlich aufgenommen und mit Pflegediensten und Ärzten digital vernetzt werden. Auch in der Industrie verändern sich die Risikostrukturen durch eine vernetzte Produktion. Und nicht zuletzt unter dem Stichwort Cyber-Risiken ist die Digitalisierung auch ein Risiko an sich. Dies alles bietet neue oder veränderte Absatzmärkte für die Versicherungsindustrie. So hat die Digitalisierung die Kraft, ganze Märkte zu verändern.

Die Gothaer ist also bereits seit ein paar Jahren im Bereich Digitalisierung unterwegs – welche Rolle spielen dabei Start-ups/junge Unternehmen?

Wir wollen nicht nur unsere Hausaufgaben im Bereich der Automatisierung machen und intern in unseren Altsystemen aufräumen. Wir sind äußerst offen für tolle Ideen, die in einem Kreativworkshop entstehen oder von außen an uns herangetragen werden. Start-ups sind genau die Impulse von außerhalb, die wir brauchen. Sie

denken über unsere Probleme und Möglichkeiten anders nach als wir, die wir von Fachwissen und Erfahrung geprägt auf Bestehendes blicken. Deshalb kooperieren wir als mittelständisches Unternehmen mit Start-ups, die Fuß in der Branche fassen wollen. Denn Start-ups können von uns genauso viel lernen wie wir von ihnen!

Wenn wir die Zusammenarbeit mit einem Bild beschreiben wollten, ist das Bild eines Hafens wohl das passende: Wir bieten die Versicherungs- und Konzern-erfahrung und geben Start-ups die Chance, ihre Ideen in erste Anwendungsfelder zu bringen. Auf Augenhöhe voneinander zu lernen und von den Stärken des anderen zu profitieren, ist uns besonders wichtig.



Etablierte Versicherungskonzerne arbeiten im InsurLab mit Start-ups zusammen. Was versprechen Sie sich davon?

Die Gothaer ist bei InsurLab Unterstützer der ersten Stunde und als Gründungsmitglied aktiv.

Ausgelöst durch den technologischen Wandel und verändertes Kundenverhalten erleben wir eine Gründungswelle in unserer Branche. Die Start-ups erfinden Teile unseres Geschäfts neu. Sie geben neue Antworten auf Kundenbedürfnisse, haben neue Arbeitsweisen und bieten neue Dienstleistungen an – etwa im Gesundheitsmanagement von Schrittzählern angefangen bis zu umfangreicherer Überwachung von Körperfunktionen. Hiervon können etablierte Anbieter profitieren und auch lernen, wie die Start-ups mit Innovationen umgehen. Andererseits bekommen wir Etablierte dadurch Zugang zu neuen Talenten und können uns als Arbeitgeber interessant machen.

Für die Start-ups bietet das InsurLab einen konzentrierten Zugang zu Versicherungsunternehmen und Dienstleistern. Das geht beim Mentoring los, setzt sich beim Testen der Geschäftsideen an konkreten Anwendungsfällen fort und endet bei Kooperationen, Joint Ventures oder Dienstleistungsverträgen.

Wie läuft die Zusammenarbeit von Versicherern und InsurTechs im Lab?

Das InsurLab ist eine Plattform, auf der etablierte Unternehmen und Start-ups Erfahrungen austauschen und Kooperationen anbahnen können. Das Lab ist aber auch ein konkreter Ort im Carlswerk in Köln. Hier stehen circa 80 Arbeitsplätze für Start-ups und Versicherer zur Verfügung, um an Projekten zu arbeiten.

Was geschieht genau im InsurLab?

Es gibt Konferenzen, Podiumsdiskussionen, Hackathons, also kollektive Entwicklungsveranstaltungen, und auch Pitch Days, auf denen Start-ups ihre Ideen präsentieren und Geschäftspartner finden können. Im InsurLab wird es Coworking Spaces geben, an denen Start-ups und Etablierte gemeinsam an Projekten arbeiten. Versicherer können hier etwa Projekte bearbeiten, für die sie eine neue Umgebung suchen, die vielleicht stimulierender ist als ein Bürotrakt bei einer Versicherung. Entwickler der Versicherung treffen dann etwa in der Kaffeeküche oder auf der Dachterrasse auf Mitarbeiter von Start-ups und Gründer.

Was sind die Themen, wenn es dabei um das Geschäft geht?

Das Spektrum ist sehr weit. Da sind zum Beispiel künstliche Intelligenz, Gesundheitsmanagement und Gesundheitsvorsorge, aber auch Virtual oder Augmented Reality, die bei der Schadensregulierung helfen können.

Wie geht es weiter? Wie sehen die Pläne für 2018 und danach aus?

Wir arbeiten weiter an unseren digitalen Geschäftsmodellen und unserer Arbeitsweise hausintern. Agile Methoden etablieren sich im Unternehmen zunehmend als alltäglich. Wir üben, daran geknüpfte Voraussetzungen – wie beispielsweise Anforderungen struktureller Art – nicht nur projekthaft umzusetzen, sondern dauerhaft zu leben. Unser Umdenken steckt also nicht mehr nur in Kinderschuhen.

Gemeinsame Projekte von Gothaer und Start-up-Unternehmen

Gemeinsam mit Start-ups bietet die Gothaer ihren Kunden neue innovative Produkte und Dienstleistungen an, die weit über den reinen Versicherungsschutz hinausgehen. Hier eine Auswahl an digitalen Services, die dem Kunden bereits zur Verfügung stehen.



hepster – Absicherung als Lifestyleprodukt

Ob auf dem Weg in die Berge oder zu Hause auf der Couch, ob für einen Tag Marathon oder sieben Tage Ski-Urlaub – mit dem neuen Buchungsportal von hepster können Kunden situativen und maßgeschneiderten Versicherungsschutz mit kurzfristigen Laufzeiten ab einem Tag über digitale Kanäle buchen. Das Start-up hat dank modernster Technologie und innovativem Design eine Online-Plattform mit volldigitaler Wertschöpfungskette geschaffen. Dieser Ansatz revolutioniert den Abschluss einer Versicherung und das Verständnis darüber. Der vollständige Verzicht auf Kündigungsfristen sowie eine offene, übersichtliche Kommunikation der Konditionen gewährleisten höchste Transparenz. Dabei bietet hepster eine große Flexibilität bei minimalem Aufwand für die Absicherung der eigenen Person oder des Equipments im Sport- und Erlebnissegment. Die Produktpalette umfasst Equipment-Versicherungen für diverse Sportarten, Unfall-Versicherungsschutz für viele sportliche Erlebnisse sowie Assistance-Leistungen, ein Haftpflichtprodukt und mehrere Fahrradprodukte. Zur Vermarktung der Produkte kooperiert das junge Unternehmen mit verschiedenen B2B-Partnern. Mit der Technologie, der Lifestyle-Marke und den maßgeschneiderten, situativen Produkten ist hepster aktuell einzigartig auf dem Markt.

Tinnitracks

Tinnitracks – mehrfach ausgezeichnetes Medizinprodukt

Das Hamburger Unternehmen Sonormed GmbH, welches im Jahre 2012 gegründet wurde, hat mit Tinnitracks ein bereits mehrfach ausgezeichnetes Medizinprodukt zur Tinnitus-Behandlung entwickelt. Tinnitracks filtert die Lieblingsmusik des Tinnitus-Patienten und bereitet diese entsprechend auf. Das Hören der aufbereiteten Musik führt zu einer ursächlichen Behandlung von chronischem, subjektivem Tinnitus.



Hanako – mobile Gesundheitschecks mit digitalen Gesundheitsangeboten

Hanako ist ein moderner Gesundheitsdienstleister, der mobile Gesundheitschecks mit digitalen Gesundheitsangeboten kombiniert. Die Gesundheitschecks werden von einem Arzt und einer medizinischen Assistenz direkt vor Ort in den Kundenunternehmen durchgeführt. Sie ermitteln den Gesundheitszustand der Mitarbeiter und setzen Schwerpunkte für gesundheitswirksame Lebensstilverbesserungen. Das Angebot von Hanako ist mit dem Ziel entstanden, wichtige Bestandteile von stationären Manager-Check-ups in preisgünstiger und praktikabler Form für alle Mitarbeiter verfügbar zu machen. Hinter dem Angebot steht mit dem ärztlichen Geschäftsführer Prof. Dr. med. Uwe Nixdorff ein führender Kardiologe und Präventivmediziner. Er garantiert für die wissenschaftliche Evidenz aller Untersuchungen und ihr Zusammenspiel in einem wirksamen Gesamtkonzept.



**MySchleppApp –
bekannt aus der
„Höhle der Löwen“
im Fernsehen**

Das Team hinter MySchleppApp wurde von zwei Freunden gegründet: Frank Heck, Inhaber eines Pannen- und Abschleppdienstes in Bonn, und Santosh Satschdeva, Informatiker und IT-Experte aus Köln. Sie sind die Geschäftsführer der HESA Solution GmbH und vereinen die beiden zentralen Bereiche Pannenhilfe & IT-Technik in ihrem Unternehmen.

Santosh Satschdeva war mit seinem Pkw liegen geblieben, nach einiger Wartezeit auf die Pannenhilfe googelte er selbst auf dem Smartphone den nächsten Pannendienst im Raum Bonn-Köln. Frank Heck half und schleppte den Wagen zur nächsten Werkstatt ab. Auf dem Weg dorthin unterhielten sich die beiden und waren sich schnell einig: Die Wartezeiten auf Abschleppunternehmen hierzulande sind oft zu lang, der Weg über Zentralen, Callcenter und Warteschleifen zu umständlich und fehleranfällig. Da packte Frank Heck seine Geschäftsidee aus: Wie wäre es, wenn ...? Das war die Geburtsstunde eines gemeinsamen Unternehmens und von MySchleppApp. Heute bilden das Netzwerk viele, viele Pannen- und Abschlepp-Profis überall in Deutschland, die ausrücken, sobald jemand Hilfe braucht. Ein Klick genügt ... und gute Fahrt.



**mySugr – Diabetes-
Therapie so einfach
wie möglich machen**

Das Digital-Health-Unternehmen, das 2012 in Wien gegründet wurde, arbeitet daran, Diabetikern das Leben so einfach wie möglich zu machen. Die Vision ist es dabei, die Diabetes-Therapie positiv zu gestalten und die Lebensqualität von Diabetikern weltweit zu verbessern – frei nach dem Motto „Make diabetes suck less“. Das mySugr-Paket beinhaltet die umfangreiche mySugr-App inklusive Insulinrechner, ein bluetoothfähiges Blutzuckermessgerät für die automatische Datenübertragung in die App, die automatische und bedarfsgerechte Lieferung von Teststreifen frei Haus ohne lästigen Gang in die Apotheke sowie zertifizierte Diabetesberatung direkt auf dem Smartphone mit dem mySugr-Coach und stellt somit eine komplette Datenmanagementlösung dar. Von Diabetikern für Diabetiker: Ein großer Teil des mySugr-Teams lebt selbst mit Diabetes. So bringen über 70 Mitarbeiter Erfahrung und Wissen in die Produktentwicklung ein und stecken viel Liebe und Kreativität in die Projekte.

Emil

**Emil – neue Kfz-
Versicherung rechnet
nach gefahrenen
Kilometern ab**

Emil bietet die erste digitale Kfz-Versicherung, die jeden Monat individuell und pro gefahrenem Kilometer abrechnet. So können Autofahrer in Deutschland bis zu 450 Euro jährlich sparen und ihr Fahrzeug schon ab fünf Euro pro Monat versichern. Das Angebot von Emil richtet sich insbesondere an Wenigfahrer. Kunden können die neue Versicherung monatlich kündigen und profitieren zudem von einem komplett papierlosen Service sowie Smart-Car-Funktionen, etwa um das geparkte Auto wiederzufinden. Entstanden ist das Angebot zusammen mit zwei großen Partnern. Als rechtlicher Risikoträger fungiert die Gothaer Allgemeine Versicherung AG und reguliert Schäden zuverlässig und professionell. Datensätze der Gen Re Gruppe wiederum bilden die Basis des neuen Tarifs.

Weitere gemeinsame Projekte mit Start-ups sind: GETAWAY, Mami Poppins, Humanoo oder auch pbm (Personal Business Machine).

Der Gothaer Konzern in den sozialen Medien



Facebook

www.facebook.com/gothaer



Twitter

www.twitter.com/gothaer



YouTube

www.youtube.com/mygothaer



Xing

www.xing.com/companies/gothaerkonzern



LinkedIn

www.linkedin.com/company/gothaer



Blog

www.gothaerzknow.de

Jobs

www.gothaer.jobs

www.facebook.com/gothaerkarriere

463.000

Euro hat die
Gothaer 2017 für
Krankenrück-
transporte gezahlt

227.420

Hunde sind bei
der Gothaer versichert

105

Jahre alt sind die
beiden ältesten bei der
Gothaer Kranken
vollversicherten Kunden

509.314

Personen haben
eine betriebliche
Altersversorgung bei
der Gothaer

37.337

Hausratschäden
wurden 2017 durch
die Gothaer ersetzt

615

Telearbeitsplätze
gibt es aktuell
bei der Gothaer

24

Kunden sind im
Gothaer Kranken-
Gründungsjahr 1936
geboren und seitdem
dort versichert

1,7

Mio. Euro monatlich
zahlt die Gothaer
Kranken im Schnitt an
Pflegebedürftige aus

92.000

Follower hat die
Gothaer bei Facebook

1.180

Mitarbeiter der
Gothaer sind als
Stammzellenspender von
der DKMS typisiert

533

Betriebe haben
eine betriebliche
Krankenversicherung
bei der Gothaer
abgeschlossen

47.351

Personen sind über
eine betriebliche
Krankenversicherung bei
der Gothaer versichert

35.097

Liter Wasser weniger
wurden 2015 bei
der Gothaer verbraucht
als 2005

370.650

Betriebe sind bei
der Gothaer versichert

88

Jahre liegt der älteste
Versicherungsbeginn
bei der Gothaer
Lebensversicherung zurück

49.600.000

Euro Schadenaufwände
für Unfälle wurden
2017 bei der Gothaer
geleistet

278.000.000

Euro hat die
Gothaer für Autounfälle
ihrer Kunden 2017
geleistet

640.114

Fahrzeuge haben bei
der Gothaer eine
Kaskoversicherung

32

Jahre ist das
Durchschnittsalter
aller Personen mit
einer Berufsunfähig-
keitsversicherung

5.704

gestohlene Fahrräder
wurden 2017 durch
die Gothaer ersetzt

7.823

Warentransporte
wurden 2017 durch
die Gothaer abgesichert

50

Jahre zahlt die Gothaer
Lebensversicherung
ihre am längsten
laufende Rente

31.924

Leitungswasserschäden
in Wohngebäuden
hat die Gothaer 2017
ersetzt

10.000

Anrufe gehen
im Durchschnitt täglich
bei der Gothaer ein

Gothaer

**Gothaer
Versicherungsbank WaG
Arnoldiplatz 1
50969 Köln**

**Telefon 0221 308-0
Telefax 0221 308-103
www.gothaer.de**