

## Swiss Life Deutschland verzeichnet starkes Wachstum in der Finanzberatung

**Swiss Life Deutschland konnte 2014 mit einem breiten Produktangebot und hoher Beratungsqualität punkten und die Kommissions- und Gebührenerträge um 12 % steigern. Das Prämienvolumen war aufgrund der klaren Fokussierung auf Profitabilität vor Wachstum leicht rückläufig. Insgesamt steuerte Swiss Life Deutschland ein Segmentergebnis von 76 Millionen Euro zum Gesamtergebnis der Swiss Life Gruppe bei. Mit über 3.000 Finanz-beratern und einer prämierten Beratungssoftware sieht sich Swiss Life auf Kurs für weiteres Wachstum.**

**Swiss Life Deutschland konnte 2014 mit einem breiten Produktangebot und hoher Beratungsqualität punkten und die Kommissions- und Gebührenerträge um 12 % steigern. Das Prämienvolumen war aufgrund der klaren Fokussierung auf Profitabilität vor Wachstum leicht rückläufig. Insgesamt steuerte Swiss Life Deutschland ein Segmentergebnis von 76 Millionen Euro zum Gesamtergebnis der Swiss Life Gruppe bei. Mit über 3.000 Finanz-beratern und einer prämierten Beratungssoftware sieht sich Swiss Life auf Kurs für weiteres Wachstum.**

„Der demografische Trend macht private und betriebliche Vorsorge unerlässlich. Gleichzeitig sorgen die Niedrigzinsen und anhaltende Diskussionen innerhalb der Eurozone bei vielen Verbrauchern für Verunsicherung. Guter Rat ist deshalb wichtiger denn je“, bilanziert Dr. Markus Leibundgut, Deutschland-Chef von Swiss Life, bei der Vorlage der Geschäftszahlen für 2014.

### **Wachstum in allen Finanzberatungsunternehmen der Gruppe**

Über alle Produktsegmente hinweg ist die Nachfrage nach Vorsorge- und Absicherungsprodukten gestiegen. „Hinzu kommt: In den letzten Jahren haben wir massiv in die Qualifikation unserer Berater investiert und unsere Geschäftsprozesse optimiert. Beides hat die Produktivität erheblich verbessert“, ergänzt Leibundgut. „Zum Jahresende hatten unsere eigenen Finanzberatungsunternehmen in Deutschland 3.012 ausgebildete und registrierte Finanzberater unter Vertrag. Mit ihnen und einer prämierten Beratungssoftware verfügen wir über eine ausgezeichnete Ausgangslage, um die positive Entwicklung auch in Zukunft fortzusetzen.“ Zu Swiss Life Deutschland gehören die Finanzberatungsunternehmen Swiss Life Select, tecis, HORBACH und Deutsche Proventus. Zum guten Abschneiden haben alle vier Gesellschaften beigetragen. Nach einem Rückgang der Beraterzahlen in den Vorjahren konnte Swiss Life den Trend 2014 umkehren und zahlreiche neue Finanzberater hinzugewinnen.

### **Fokus auf Profitabilität im Versicherungsgeschäft**

Im Versicherungsgeschäft reduzierten sich die gebuchten Bruttobeiträge gegenüber dem Vorjahr um 5 % auf rund 1,3 Milliarden Euro. „Bei Swiss Life gilt der Grundsatz: Profitabilität kommt vor Wachstum – auch im langfristigen Interesse unserer Kunden“, erläutert Markus Leibundgut. Dafür fokussiert sich das Unternehmen auf die vier Kernproduktfelder Berufsunfähigkeits- und Pflegeversicherung, betriebliche Altersvorsorge und moderne Garantiekonzepte. 2014 hat Swiss Life Deutschland zudem eine komplett neue Betreuungsstruktur für ihre unabhängigen Vermittler geschaffen: Den Geschäftspartnern stehen nun bundesweit acht neue Regionaldirektionen zur Verfügung – ergänzt um die Direktion Banken und die Direktion Finanzdienstleister. Maklerbetreuer sorgen für einen Vor-Ort-Service in jeder Region. Mit diesen Maßnahmen erreicht Swiss Life Deutschland einen bedürfnisgerechten Service bei gleichzeitig höherer Effizienz.

Im vergangenen Geschäftsjahr stärkte Swiss Life auch ihre Kapitalbasis: Das Eigenkapital der deutschen Niederlassung stieg auf 294 Millionen Euro (nach HGB) und die Rückstellung für Beitragsrückerstattung wuchs auf 592 Millionen Euro. Der Nettozins der Kapitalanlagen (nach

HGB) betrug 4,9 % nach 5,0 % im Vorjahr. Der Wert wurde durch Sondereffekte positiv beeinflusst – insbesondere durch die Realisierung von stillen Reserven, um damit die gesetzlich geforderte Zinszusatzreserve zu finanzieren.

### **Grundlage für positive Weiterentwicklung geschaffen**

Das Marktumfeld bleibt anspruchsvoll. „Daher legen wir großen Wert auf unsere Finanzstärke und ein exzellentes Risikomanagement, um die Garantiezusagen gegenüber unseren Kunden langfristig zu sichern. Dazu gehört auch eine maßvolle Überschusspolitik, die diesen Umständen Rechnung trägt“, stellt Markus Leibundgut fest. Gleichzeitig werde das Unternehmen seine hohe Kostendisziplin beibehalten: Bereits 2014 hat Swiss Life ihre operativen Kosten um 2 % gesenkt.

Für das laufende Jahr setzt Markus Leibundgut auf eine konsequente Fortsetzung des eingeschlagenen Weges: „In der Finanzberatung stehen weiterhin die Qualität und die Gewinnung weiterer Finanzberater im Vordergrund. Unser Beratungsprozess nach dem Best-Select-Prinzip wurde im Januar 2015 vom Institut für Vermögensaufbau (IVA) mit der Bestnote bewertet. In der Versicherung ist unsere Produktpipeline für 2015 gut gefüllt: Mit der Weiterentwicklung der Produktfamilie Swiss Life Maximo und Innovationen bei der Pflegerenten- und der Berufsunfähigkeitsversicherung wollen wir im Markt Akzente setzen.“

### **Medienkontakt :**

Swiss Life Deutschland

Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 511 9020 – 5430

Fax: +49 511 9020 – 5330

E-Mail: [medien@swisslife.de](mailto:medien@swisslife.de)

[www.swisslife.de](http://www.swisslife.de)

### **Über Swiss Life Deutschland**

Swiss Life Deutschland ist ein führendes Finanzberatungs- und Versicherungsunternehmen. Mit unseren qualifizierten Beraterinnen und Beratern und unseren vielfach ausgezeichneten Produkten sind wir ein Qualitätsanbieter im deutschen Markt.

Unter der Marke Swiss Life stehen Privat- und Firmenkunden flexible Versicherungsprodukte und Dienstleistungen in den Bereichen Vorsorge und Sicherheit zur Verfügung. Kernkompetenzen sind dabei die Berufsunfähigkeitsabsicherung, die betriebliche Altersvorsorge und moderne Garantiekonzepte. Der Vertrieb erfolgt über die Zusammenarbeit mit Maklern, Mehrfachagenten, Finanzdienstleistern und Banken. Die 1866 gegründete deutsche Niederlassung von Swiss Life hat ihren Sitz in Garching b. München und beschäftigt einschließlich Tochtergesellschaften rund 700 Mitarbeiter.

Die Marken Swiss Life Select, tecis, HORBACH und Proventus stehen für ganzheitliche und individuelle Finanzberatung. Kunden erhalten dank des Best-Select-Beratungsansatzes eine fundierte Auswahl passender Lösungen von ausgewählten Produktpartnern in den Bereichen Altersvorsorge, persönliche Absicherung, Vermögensplanung und Finanzierung. Für die Sicherheit und finanzielle Unabhängigkeit der Kunden engagieren sich deutschlandweit über 3.000 Berater. Hauptsitz für die Endkundenvertriebe ist Hannover mit rund 600 Mitarbeitern.

swisslife