

## Allianz Deutschland forciert den Wandel

### • Umsatz nach Rekordjahr 2014 leicht gesunken • Nachfrage nach Leben-Produkten mit neuen Garantien steigt • Digitalisierungsaktivitäten werden ausgeweitet

Die Allianz Deutschland AG hat sich im ersten Halbjahr 2015 in einem anspruchsvollen Marktumfeld gut behauptet. Der Umsatz sank wie erwartet leicht um 2,8 Prozent auf 16,6 (1. Halbjahr 2014: 17,1) Milliarden Euro. Dies ist auf eine Verschiebung des Neugeschäftes in der Lebensversicherung von Einmalbeiträgen zu laufenden Beiträgen zurückzuführen. Die Sachversicherung setzte ihren Wachstumskurs fort. Das operative Ergebnis der Allianz Deutschland fiel um 6,9 Prozent auf 1,2 (1,3) Milliarden Euro, unter anderem aufgrund von Belastungen durch das Sturmereignis "Mike/Niklas". Das Halbjahresergebnis stieg auf 807 (543) Millionen Euro. Das Ergebnis im Vorjahreszeitraum war durch einen Sondereffekt belastet.

"Im ersten Halbjahr konnte die Allianz Deutschland nahezu an das Rekordergebnis aus dem Vorjahr anknüpfen. Zudem haben wir wichtige Weichen gestellt, um den Wandel in der Versicherungswelt aktiv mitzugestalten. Mit dem Ausbau der Digitalisierungsaktivitäten, einem neuen Produkt in der Lebensversicherung und unseren Effizienzmaßnahmen im Vertrieb sehen wir uns gut gerüstet, den wirtschaftlichen Erfolgskurs des Unternehmens fortzusetzen", sagt Manfred Knof, Vorstandsvorsitzender der Allianz Deutschland AG.

### **Digitalisierung: Mit wenigen Klicks zum Versicherungsschutz**

Im Zuge der Digitalisierungsoffensive der Allianz Deutschland steht das modulare Produktkonzept "PrivatSchutz", bei dem die Privat-Haftpflicht-, Wohngebäude-, Hausrat- und Rechtsschutzversicherung individuell zusammengestellt werden können, seit kurzem auch online zur Verfügung. Mit der Beantwortung von nur vier Fragen erhält der Kunde Informationen über den Beitrag für den gewünschten Leistungsumfang und kann den Vertrag anschließend telefonisch oder beim Allianz Vertreter abschließen.

Seit Ende Juli ist es zudem möglich, die Risikolebensversicherung online abzuschließen. Über einen voll elektronischen Antragsprozess gelangt der Kunde mit nur wenigen Gesundheitsfragen in den meisten Fällen zu einer abschließenden Risikoeinschätzung mit individuellem Preis. Mit dem nächsten Klick besteht sofortiger Versicherungsschutz.

### **Rechnungs-App kommt gut bei den Kunden an**

Auch die erweiterte Rechnungs-App der Allianz Privaten Krankenversicherung kommt bei den Kunden gut an. Seit Ende Dezember 2014 können die Kunden über diese App mit ihrem Smartphone oder Tablet Arztrechnungen und Rezepte einfach abfotografieren und das Foto an die Allianz schicken. Ende Juni hatten sich mehr als 40.000 Nutzer für die App registriert. "Diese Beispiele stehen stellvertretend für eine ganze Reihe von Initiativen, mit denen wir die Online- mit der Offline-Welt der Allianz verbinden. Wir treiben die Digitalisierung in der Allianz Deutschland weiter voran und richten uns dabei ganz konkret nach den Wünschen unserer Kunden", erläutert Knof.

Den sich verändernden Kundenerwartungen trägt die Allianz auch im Vertrieb Rechnung. Mit dem Mitte Juni angekündigten Ausbau der digitalen Agentur soll die Präsenz der Vertreter im Netz gestärkt und der Online-Kundenkontakt vereinfacht werden. Die Investitionen in Digitalisierung und Beratungsqualität werden begleitet von Kostensenkungen durch straffere Vertriebsstrukturen.

### **Sachversicherung: Firmengeschäft legt kräftig zu**

In der Schaden- und Unfallversicherung stiegen die Beitragseinnahmen um 1,7 Prozent auf 6,0 (5,9) Milliarden Euro. Dabei wirkten sich vor allem ein starkes Firmengeschäft und die positive Entwicklung in der Kraftfahrtversicherung aus. Im Firmengeschäft erhöhten sich die Beitragseinnahmen um 3,8 Prozent auf 2,5 (2,4) Milliarden Euro. Erfolgreich verlief auch das Neugeschäft. Die Neu- und Mehrbeiträge in der Schaden- und Unfallversicherung nahmen insgesamt um 1,2 Prozent auf 685 (677) Millionen Euro zu.

Der Aufwand für Schäden stieg von 2,5 Milliarden auf 2,6 Milliarden Euro. Hauptursache dafür war das Sturmereignis "Mike/Niklas", das Ende März weite Teile Deutschlands erfasste. Hatte die Allianz Deutschland im Vorjahreshalbjahr für Elementarschäden nur einen Aufwand von 101 Millionen Euro nach Rückversicherung zu verbuchen, so fielen im ersten Halbjahr dieses Jahres 186 Millionen Euro an. Dies wirkte sich auch belastend auf die kombinierte Schaden-/Kostenquote aus, die das Verhältnis von Kosten und Schadenaufwand zu den verdienten Beiträgen beschreibt. Sie stieg leicht von 91,3 Prozent im Vorjahr auf 92,1 Prozent. Dabei wurde der Anstieg des Elementarschadenaufwands durch die positive Entwicklung auf der Kostenseite teilweise kompensiert.

### **Lebensversicherung: Hohe Nachfrage nach Produkten mit neuen Garantien**

In der Lebensversicherung gaben die Beitragseinnahmen um 6,1 Prozent auf 8,9 (9,4) Milliarden Euro nach. Dabei stiegen die laufenden Beiträge leicht um 1,9 Prozent auf 4,7 Milliarden Euro. Die sehr hohen Einmalbeiträge von 4,8 Milliarden Euro im ersten Halbjahr 2014 gingen aufgrund der Verschiebung hin zu Geschäft gegen laufenden Beitrag auf 4,2 Milliarden Euro zurück. Die Neu- und Mehrbeiträge sanken um 12 Prozent auf 4,5 (5,2) Milliarden Euro. Hierbei stiegen die laufenden Beiträge um 13,2 Prozent, die Einmalbeiträge sanken um 13,7 Prozent.

Die Produkte mit neuen Garantien setzten in den ersten sechs Monaten 2015 ihre Erfolgsgeschichte fort. In der privaten Altersvorsorge hatten diese Angebote, die Sicherheit und Renditechancen ausbalancieren, bereits einen Anteil von 63 (52) Prozent. Auch im Firmengeschäft der Allianz Vertreter stieg der Neugeschäftsanteil. Produkte mit neuen Garantien stehen dort inzwischen für 43 Prozent des Geschäfts, nach 24 Prozent im Vorjahreszeitraum. Seit dem Verkaufsstart von "Perspektive" im Sommer 2013 sind bis Ende Juni 2015 rund 130.000 Verträge mit einer Bewertungssumme von 4,9 Milliarden Euro verkauft worden.

### **Neues Vorsorgekonzept "KomfortDynamik"**

Im Juli hat die Allianz Lebensversicherung die Produktfamilie mit neuen Garantien um das neue Vorsorgekonzept "KomfortDynamik" ergänzt. Dieses verbindet die Stärken des Sicherungsvermögens des Unternehmens mit einer Dynamik-Komponente, die weltweit in chancenorientierte Anlagen wie Aktien und Unternehmensanleihen investiert.

"Angesichts der niedrigen Zinsen müssen die Deutschen mehr Geld für die Altersvorsorge zurücklegen, um im Alter über ausreichend Einkommen zu verfügen. Die starke Nachfrage nach 'Perspektive' hat uns gezeigt, dass die Menschen nach Möglichkeiten suchen, Sicherheit und Garantien mit chancenreicheren Investments zu verknüpfen. Mit 'KomfortDynamik' haben wir ein Produkt entwickelt, das diesen Bedürfnissen entspricht. Durch ein eingebautes Sicherungspaket bleibt die Altersvorsorge dabei zudem verlässlich und planbar", so Knof.

### **Krankenversicherung: Beitragseinnahmen steigen leicht**

In der Krankenversicherung lagen die Beitragseinnahmen mit 1,6 (1,6) Milliarden Euro leicht über Vorjahresniveau (+0,5 Prozent). Die Neubeiträge konnten in der Vollversicherung zulegen und stiegen insgesamt um 1,7 Prozent auf

32 (31) Millionen Euro. Mit 2,6 Millionen Personen waren zum Ende Juni 2015 rund 13.000 Personen mehr bei der Allianz krankenversichert als Mitte 2014.

### Kapitalanlageergebnis

Die verwalteten Kapitalanlagen wuchsen zum 30. Juni 2015 um 1,0 Prozent auf 273 (271 am 31.12.2014) Milliarden Euro. Das Kapitalanlageergebnis legte um 30 Prozent auf 7,6 (1. Halbjahr 2014: 5,9) Milliarden Euro zu, was auf höhere Gewinnrealisierungen zurückzuführen ist. Die Bewertungsreserven, also die Differenz zwischen den Buchwerten der Kapitalanlagen und ihren Marktwerten, lagen aufgrund gestiegener Zinsen mit 42,1 Milliarden Euro um rund 8,1 Milliarden Euro unter dem Wert zum Jahresende 2014.

### Ausblick 2015

Die Allianz Deutschland geht auch für das Gesamtjahr von geringeren Einmalbeiträgen in der Lebensversicherung aus. Damit wird der Umsatz 2015 voraussichtlich unter dem Vorjahresniveau liegen.

"Auch in der zweiten Jahreshälfte 2015 wollen wir weiter an der Verbesserung unserer Geschäftsprozesse arbeiten und Kundenwünsche konsequent in den Fokus rücken", sagt Knof.

<b>Allianz Deutschland AG – Eckdaten für das 1. Halbjahr 2015<sup>1</sup></b>			
	<b>01-06-2015</b> [Mio. €]	<b>Δ</b> [%]	<b>01-06-2014</b> [Mio. €]
<b>Umsatz</b>	16.609	-2,8	17.080
- Schaden- und Unfallversicherung	5.974	1,7	5.874
- Lebensversicherung	8.851	-6,1	9.427
- Krankenversicherung	1.630	0,5	1.621
- Bankgeschäft	155	-1,9	158
<b>Operatives Ergebnis</b>	1.249	-6,9	1.343
<b>Halbjahresergebnis<sup>2</sup></b>	807	48,7	543
	<b>30.06.2015</b> [Mrd. €]	<b>Δ</b> [%]	<b>31.12.2014</b> [Mrd. €]
<b>Kapitalanlagen (Bilanzwert)</b>	273,4	1,0	270,7

<sup>1</sup> Die Darstellung der Allianz Deutschland erfolgt als Summe der Segmente Sach, Leben, Kranken und Bank. Basis für die nachfolgenden Zahlen sind die Internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS.  
<sup>2</sup> Vor Minoritäten

Ein Interview mit Finanzchef Burkhard Keese

[https://www.allianzdeutschland.de/geschaeftezahlen-1-halbjahr-2015-auf-dem-richtigen-weg-/id\\_75056078/index](https://www.allianzdeutschland.de/geschaeftezahlen-1-halbjahr-2015-auf-dem-richtigen-weg-/id_75056078/index)