

Generali Deutschland weiter auf Erfolgskurs: Konzernergebnis trotz Krise über Vorjahr und Plan

Die Generali Deutschland Gruppe hat im herausfordernden Geschäftsjahr 2011 ihre Position als zweitgrößte Erstversicherungsgruppe im deutschen Markt weiter gestärkt. Trotz des anspruchsvollen Marktumfelds steigerte der Konzern sein Ergebnis auf 416 Mio. € (Vorjahr: 402 Mio. €; im Folgenden in Klammern).

- **Konzernergebnis von 402 auf 416 Mio. € gesteigert**
- **Gesamtbeiträge mit 16,2 Mrd. € konstant auf hohem Niveau**
- **Combined Ratio auf 95,4% erneut gesenkt**
- **Weitere Steigerung der Ertragskraft prognostiziert**

Die Generali Deutschland Gruppe hat im herausfordernden Geschäftsjahr 2011 ihre Position als zweitgrößte Erstversicherungsgruppe im deutschen Markt weiter gestärkt. Trotz des anspruchsvollen Marktumfelds steigerte der Konzern sein Ergebnis auf 416 Mio. € (Vorjahr: 402 Mio. €; im Folgenden in Klammern). Die Gruppe, zu der unter anderem die Generali Versicherungen, AachenMünchener, CosmosDirekt und Central Krankenversicherung gehören, setzte ihren Erfolgskurs damit auch in turbulenten Zeiten konsequent fort. Zwar sanken die Erträge aus Kapitalanlagen (netto) im Zuge der Staatsschuldenkrise von 3.866 auf 3.221 Mio. €: Hier wirkten sich insbesondere die Abschreibungen auf griechische Staatsanleihen in Höhe von 707 Mio. € aus, die zu einer Nettobelastung des Konzernergebnisses von rund 78 Mio. € führten. Im operativen Versicherungsgeschäft setzte die Generali Deutschland jedoch auch im „Unwetterjahr“ 2011 Zeichen. Trotz höherer Belastungen aufgrund von Elementar- und Großschäden wurde die Combined Ratio in der Schaden- und Unfallversicherung von 95,5% auf 95,4% (netto, nach Rückversicherung) erneut gesenkt. Sie liegt damit auch im Branchenvergleich auf einem hervorragenden Niveau. Das Konzernergebnis wurde zudem durch Steuererstattungen für Vorjahre positiv beeinflusst. Die Ergebnisbelastung infolge der Staatsschuldenkrise konnte somit insgesamt gut kompensiert werden.

Nicht nur unter Profitabilitätsaspekten haben sich das Geschäftsmodell und der strategische Kurs der Generali Deutschland Gruppe als nachhaltig wertschöpfend erwiesen: Die Beitragseinnahmen wurden trotz des schwierigen Marktumfelds auf hohem Niveau nahezu konstant gehalten. Die über alle Versicherungssparten erzielten Prämieinnahmen im selbst abgeschlossenen Geschäft gingen leicht um 0,7% auf rund 16,2 Mrd. € zurück: Ausschlaggebend für diese Entwicklung waren vor allem die erwarteten rückläufigen Einmalbeiträge in der Lebensversicherung. Die Gesamtbeiträge in der Lebensversicherung sanken demnach um 2,2%. Die Krankenversicherer der Generali Deutschland Gruppe realisierten demgegenüber ein Beitragswachstum von 4,3%. In der Schaden- und Unfallversicherung konnten die Beiträge um 1,4% gesteigert werden.

„Das Jahr 2011 mit Staatsschuldenkrise, aufkommenden Rezessionsängsten und vielen Elementarereignissen war für die Versicherungswirtschaft alles andere als ein Selbstläufer. Dennoch ist es der Generali Deutschland gelungen, einen Konzerngewinn zu erwirtschaften, der das Vorjahr und unsere eigenen Erwartungen übertroffen hat“, sagte Dietmar Meister, Vorsitzender des Vorstands der Generali Deutschland Holding auf der Bilanz-Presskonferenz der Gruppe in Köln. Aufgrund der guten Ergebnisentwicklung und der weiterhin hohen Finanzkraft der Generali Deutschland Gruppe schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung eine Erhöhung der Dividende um 1,10 € auf 4,85 € je Stückaktie vor. Die Generali Deutschland-Aktie bietet somit eine attraktive Dividendenrendite.

Gebuchte Bruttobeiträge weiter ausgebaut

Im Geschäftsjahr 2011 blieben die Gesamtbeiträge der Generali Deutschland Gruppe im selbst abgeschlossenen Geschäft mit 16.162 (16.271) Mio. € nahezu konstant auf hohem Niveau. Mit einem Plus von 1,7% konnten die gebuchten Bruttobeiträge der Gruppe (ohne Beiträge aus Investmentverträgen und Sparanteile) von 13.036 auf 13.254 Mio. € sogar gesteigert werden. Die Ursache für den Anstieg der gebuchten Bruttobeiträge ist vor allem auf eine veränderte Produktstruktur im Einmalbeitragsbereich zurückzuführen. Während die Beiträge für Investmentverträge und Kapitalisierungsprodukte aufgrund des außergewöhnlich starken Neugeschäfts im Vorjahreszeitraum erwartungsgemäß gesunken sind, konnten die Einmalbeiträge für klassische Rentenversicherungen demgegenüber planmäßig erheblich gesteigert werden.

„Elementare Bausteine für die angesichts der Rahmenbedingungen erfreuliche Entwicklung im Geschäftsjahr 2011 sind neben unserer Vertriebswegeviefalt und unseren starken Marken die hohe Beratungsqualität unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, und hier vor allem der Deutschen Vermögensberatung. Mit der Deutschen Vermögensberatung und ihren mehr als 37.000 Vermögensberatern verbindet uns seit über 35 Jahren eine enge strategische und überaus erfolgreiche Partnerschaft“, so Dietmar Meister.

Lebensversicherung voraussichtlich über Markt Die Beitragseinnahmen der Lebensversicherer der Generali Deutschland Gruppe waren leicht rückläufig: Inklusive der Sparanteile und Beiträge aus Investmentverträgen in relevanten Lebensversicherungsprodukten lagen die Gesamtbeiträge im selbst abgeschlossenen Geschäft mit 10.825 (11.073) Mio. € um 2,2% unter dem Vorjahresniveau. Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV) rechnet für seine Mitgliedsunternehmen allerdings mit einem deutlicheren Rückgang für das Gesamtjahr 2011. Nach derzeitigem Stand entwickelten sich die Lebensversicherer der Generali Deutschland Gruppe somit besser als der Markt. Die gebuchten Bruttobeiträge steigerte die Generali Deutschland Gruppe aufgrund des oben beschriebenen Effekts bei Investmentverträgen sogar erneut um 1,0% auf 7.911 Mio. €.

Nach dem außergewöhnlich starken Vorjahr ging das Neugeschäft in der Lebensversicherung im Geschäftsjahr 2011 von 3.746 auf 3.482 Mio. € erwartungsgemäß zurück: Während der Neuzugang in laufenden Jahresbeiträgen von 781 auf 795 Mio. € gesteigert werden konnte, reduzierte sich das Neugeschäft nach Einmalbeiträgen von 2.965 auf 2.687 Mio. €. Ursächlich für den Rückgang war vor allem die geplante Neugeschäftsreduzierung bei den Kapitalisierungsprodukten. Das Neugeschäft in APE (Annual Premium Equivalent) verringerte sich um 1,3% auf 1.063 Mio. €. Die Versicherungssumme des Vertragsbestands erhöhte sich von 423.878 auf 436.345 Mio. €.

Combined Ratio auf niedrigem Niveau weiter gesenkt Der Markt in der Schaden- und Unfallversicherung war in den vergangenen Jahren – vor allem in der Kraftfahrtversicherung – von einem intensiven Verdrängungswettbewerb bei gleichzeitiger Preissensitivität der Kunden geprägt. Die aktuelle Preisentwicklung deutet jedoch darauf hin, dass die Talsohle in der Kfz-Sparte durchschritten ist und der Trend wieder nach oben zeigt. Für das Gesamtjahr 2011 erwartet die Branche ein Wachstum von 2,5%. Begünstigt durch ein gutes Wechselgeschäft in der Kraftfahrtversicherung sowie den Markterfolg innovativer und attraktiver Produkte konnten auch die Schaden- und Unfallversicherer der Generali Deutschland Gruppe ihre gebuchten Bruttobeiträge im selbst abgeschlossenen Geschäft von 2.994 auf 3.036 Mio. € steigern.

Angesichts gestiegener Schadenaufwendungen aus Elementar- und Großschäden erhöhten sich die Leistungen an Kunden auf 1.942 (1.924) Mio. €. Durch ein aktives Schadenmanagement gelang es der Generali Deutschland Gruppe trotz des Bestandswachstums, den Anstieg des Schadenaufwands zu begrenzen. Die Combined Ratio (netto, nach Rückversicherung) konnte im

Geschäftsjahr 2011 erneut gesenkt werden und lag mit 95,4% knapp unter dem Vorjahresniveau und damit auch im Branchenvergleich auf einem hervorragenden Niveau.

Neupositionierung in der Krankenversicherung In der Krankenversicherung konnte die Generali Deutschland Gruppe ihre Beitragseinnahmen erneut ausbauen: Die Krankenversicherer des Konzerns steigerten ihr Beitragsvolumen im selbst abgeschlossenen Geschäft um 4,3% auf 2.309 (2.214) Mio. €. Sie entwickelten sich damit im Geschäftsjahr 2011 weitgehend marktkonform (GDV-Prognose: 4,9%).

Die Central Krankenversicherung hat im Sommer 2011 die Produktlinie Ecoline für das Neugeschäft geschlossen und fokussiert sich nunmehr – im Zuge ihrer strategischen Neuausrichtung – auf das höherwertige Tarifsegment. Das Neugeschäft ging erwartungsgemäß zurück. Im Zuge dieser strategischen Neupositionierung schließt die Central ihre eigene Vertriebsorganisation.

Die Betreuung des Maklermarkts wird in der Central-Hauptverwaltung in Köln gebündelt und gleichzeitig das Neugeschäft mit Maklern eingestellt. Die Central bleibt aber ein Versicherungsunternehmen mit Mehrkanalvertrieb, sie ist Produktgeber für die Deutsche Vermögensberatung sowie die Konzernvertriebe der Generali Deutschland.

Kostensituation erneut verbessert

Die Generali Deutschland Gruppe konnte ihre Kostensituation weiter verbessern und ihre konzernweiten Personal- und Sachkosten von 1.542 auf 1.531 Mio. € reduzieren. Hier zahlen sich sowohl die in Vorjahren angestoßenen Strukturmaßnahmen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit als auch die kontinuierliche Optimierung der innerbetrieblichen Abläufe aus.

Die Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb reduzierten sich um 73 auf 2.589 Mio. €. Neben den Kosteneinsparungen wirken sich hier Veränderungen der aktivierten Abschlusskosten im Segment Lebens- und Krankenversicherung aus.

Staatsschuldenkrise belastet Kapitalanlageergebnis Die Erträge aus Kapitalanlagen sanken vor allem infolge der Abschreibungen auf griechische Staatsanleihen um 645 auf 3.221 (3.866) Mio. €. Ohne diesen Sondereffekt wäre das Kapitalanlageergebnis um 62 Mio. € gestiegen, was unter anderem auf höhere laufende Erträge zurückzuführen ist. „Die Sicherheit unserer Kundengelder hat für uns oberste Priorität. Deshalb fokussieren wir uns in der Kapitalanlage auf europäische pfandbriefähnliche Papiere und vergleichbar sichere Kapitalanlagen. Bei geringem Risiko realisieren wir so auskömmliche Renditen für unsere Versicherten“, so Dr.

Torsten Utecht, Finanzvorstand der Generali Deutschland Holding. Im Rahmen einer risikoorientierten Kapitalanlagestrategie hat der Konzern zudem sein Aktienportfolio im Jahresverlauf reduziert.

Kontinuierliche Ergebnisverbesserung geplant Die Marken- und Vertriebswegeviefalt sowie die Vorteile eines starken Unternehmensverbunds werden weiterhin die Grundlage für eine nachhaltige und erfolgreiche Weiterentwicklung der Generali Deutschland Gruppe bilden. Die Gesamtentwicklung des Konzerns wird dabei auch im Jahr 2012 von unsicheren Rahmenbedingungen insbesondere an den Finanzmärkten begleitet werden. Aufgrund seiner ausgewiesenen Wettbewerbsfähigkeit und der Beratungsstärke seiner Vertriebe und Vertriebspartner geht der Konzern davon aus, seine sehr gute Marktposition im Jahr 2012 weiter auszubauen.

Kennzahlen der Generali Deutschland Gruppe für das Geschäftsjahr 2011

	2011 in Mio. €	2010 in Mio. €	Veränderung in %
Gesamtbeiträge ¹	16.162	16.271	-0,7
davon ((teil-) segment-konsolidiert):			
- Leben	10.825	11.073	-2,2
- Kranken	2.309	2.214	4,3
- Schaden-Unfall	3.036	2.994	1,4
Gebuchte Bruttobeiträge	13.254	13.036	1,7
Erträge aus Kapitalanlagen (netto)	3.221	3.866	-16,7
Leistungen (f.e.R.) ²	-12.506	-12.872	-2,8
Aufwand für den Versicherungsbetrieb (f.e.R.) ²	-2.589	-2.662	-2,8
Combined Ratio Schaden-Unfall	95,4%	95,5%	-0,1%-Pkt.
Ergebnis vor Finanzierungs- aufwendungen und Steuern	435	612	-35,6
Steuern	-3	-194	-98,7
Konzernergebnis	416	402	3,5
Dividende je Aktie	4,85 € ³	3,75 €	29,3
Eigenkapital	4.132	4.028	2,6
Anzahl der Mitarbeiter im Innendienst ⁴	11.344	11.443	

1 selbst abgeschlossenes Geschäft vor Abzug von Sparanteilen sowie der Beträge aus Investmentverträgen

2 für eigene Rechnung

3 vorbehaltlich der Entscheidung durch die Hauptversammlung

4 durchschnittliche Zahl der Innendienstmitarbeiter

Kontakt:

Dr. Andrea Timmesfeld
 - Leiterin Unternehmenskommunikation -
 Telefon: 0221 / 4203 - 1116
 Telefax: 0221 / 4203 - 3830
 eMail presse@generali-deutschland.de

Generali Deutschland Holding AG
 Tunisstraße 19 - 23
 50667 Köln
 Webseite: www.generali-deutschland.de

Über die Generali Deutschland Gruppe

Die Generali Deutschland Gruppe ist mit über 16,2 Mrd. € Beitragseinnahmen und mehr als 13,5 Millionen Kunden der zweitgrößte Erstversicherungskonzern auf dem deutschen Markt. Zur Generali Deutschland Gruppe gehören unter anderem Generali Versicherungen, AachenMünchener, CosmosDirekt, Central Krankenversicherung, Advocard Rechtsschutzversicherung, Deutsche Bausparkasse Badenia und Dialog sowie die konzern eigenen Dienstleistungsgesellschaften Generali Deutschland Informatik Services, Generali Deutschland Services, Generali Deutschland Schadenmanagement, Generali Deutschland Immobilien sowie die Generali Deutschland SicherungsManagement.

