

## Geschäftsergebnisse 2018 - Allianz forciert Wachstumskurs



### · Erfolgreicher Strategiewechsel in der Sachversicherung · Lebensversicherung gewinnt zehnmillionsten Kunden · Starker Zuwachs im Neugeschäft in der Krankenversicherung · Neue Chefin für das Finanzressort

„Wir richten unser Unternehmen konsequent auf den Kunden aus. Das erfreuliche Wachstum in allen Sparten bestätigt deutlich unseren eingeschlagenen Kurs“, sagt Klaus-Peter Röhler, Vorstandsvorsitzender der Allianz Deutschland. „Die Digitalisierung ändert die Kundenbedürfnisse dramatisch. Viele Kunden erwarten, dass der Abschluss einer Versicherung oder die Schadenabwicklung mit wenigen Klicks erledigt ist. Das stellt uns vor Herausforderungen, bietet uns aber auch viele Chancen. Als Reaktion darauf arbeiten wir konsequent an der Vereinfachung unseres Geschäfts. Denn mit einfacheren Produkten und Prozessen können wir Kunden begeistern. Vereinfachung erlaubte uns auch Kostensenkungen, die wir wieder in die Wettbewerbsfähigkeit unserer Produkte investiert haben. Davon profitierten abermals unsere Kunden.“

### Sachversicherung wächst deutlich über Marktniveau

Beispielhaft für den erfolgreichen Veränderungsprozess in der Allianz Deutschland steht die Schaden- und Unfallversicherung. Das Wachstum in der Sachversicherung stagnierte und lag in den vergangenen Jahren unterhalb des Marktwachstums. Im Jahr 2018 hat die Sparte bei den Beitragseinnahmen mit einem Plus von 4,0 Prozent erstmals seit Langem über Marktniveau zugelegt. Der Umsatz stieg dabei von 10,1 auf 10,5 Milliarden Euro. Wie bereits im Geschäftsjahr 2017 war auch das Jahr 2018 von vielen Elementarschäden geprägt. Insgesamt zahlte die Allianz Deutschland ihren unwettergeschädigten Kunden 511 (541) Millionen Euro aus.

„Wir haben in der Sachversicherung den Strategiewechsel geschafft“, sagt Röhler. „Die Basis dafür war unsere neue Autoversicherung, die wir im Herbst 2017 an den Markt gebracht haben.“

Die Zahl der bei der Allianz versicherten Fahrzeuge erhöhte sich auch im Jahr 2018. Binnen Jahresfrist stieg sie um 126.000 auf 8,6 (8,5) Millionen versicherte Fahrzeuge.

Auch außerhalb des Kfz-Geschäfts war die Sachversicherung erfolgreich, sowohl im Firmen- als auch im Privatkundengeschäft. Nachdem die Sparte im Geschäftsjahr 2017 erstmals seit nahezu zwei Jahrzehnten die Anzahl der Policen wieder steigern konnte, setzte sich auch hier im zurückliegenden Jahr die positive Entwicklung fort. Insgesamt verzeichnete die Sachversicherung 173.000 Policen mehr als im Vorjahr.

„Der Schlüssel für diesen Erfolg liegt in der Neugestaltung der Produkte mit klarem Fokus auf dem Kundennutzen. Wir verringern die Komplexität und harmonisieren die Produktarchitektur. Mit dieser Strategie der Vereinfachung und Modularisierung sind wir klarer Vorreiter bei dem neuen gruppenweiten Ansatz, dem Allianz Customer Model“, sagt Röhler. Mit der neuen Autoversicherung, dem ersten Produkt, das nach diesen Vorgaben entwickelt wurde, hat die Allianz Deutschland die schnellste Antragsstrecke auf dem heimischen Markt. In nur 60 Sekunden und mit nur elf Angaben erhält der Kunde bereits ein Preisangebot. Nach der gleichen Methode wurde im Jahr 2018 auch das neue Kleinflotten-Angebot konzipiert. Dabei wurden die Fahrzeug- und Verwendungsarten halbiert. Einen weiteren Wachstumsschub wird im Jahr 2019 die Kooperation in der Kfz-Versicherung mit dem ADAC bringen.

### **Lebensversicherung startet neue digitale Vorsorgeangebote**

Die Allianz Lebensversicherung ist um deutliche 6,6 Prozent gewachsen und damit weit stärker als der deutsche Lebensversicherungsmarkt. Die Beitragseinnahmen stiegen auf 22,5 (21,1) Milliarden Euro. „Unsere Erfolgsfaktoren sind unsere ausgezeichnete Finanzstärke, eine innovative Kapitalanlage auf weltweiten Märkten, zukunftsfähige Produkte, voll digitale Lösungen und flexible Angebote“, so Röhler. Anhand dieser Leitlinien entwickelt die Allianz Leben ihr Geschäftsmodell seit Jahren stetig weiter. Das zeigt sich sowohl im Neugeschäft als auch bei den Kundenzahlen. Die Neu- und Mehrbeiträge legten 2018 um 10,7 Prozent zu. Seit Oktober 2018 hat die Lebensversicherung – erstmals in der Geschichte – zehn Millionen Kunden. Damit setzt statistisch jeder achte Deutsche bei seiner Altersvorsorge auf die Allianz.

Überzeugen kann die Allianz in der Lebensversicherung auch mit neuen digitalen Angeboten. Im Firmengeschäft startete bereits 2018 mit FirmenOnline die neue digitale Lösung zur betrieblichen Altersvorsorge. Mit der neuen Plattform sind die Prozesse rund um die betriebliche Altersvorsorge für Arbeitnehmer und Arbeitgeber deutlich einfacher. Im Privatkundengeschäft hat die Allianz Leben mit Fourmore ein radikal neues Angebot auf den Markt gebracht. Bei diesem völlig neuen Ansatz in der Zukunftsvorsorge können die Kunden Einzahlungen flexibel gestalten und auch jederzeit Geld entnehmen, gleichzeitig profitieren sie von Renditechancen und Sicherheiten der Allianz – zu einem auch im Marktvergleich attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis. Fourmore richtet sich vor allem an jüngere Menschen, eine Kundengruppe, die die Allianz bisher nicht systematisch erreicht hat.

Innerhalb der Allianz Gruppe setzt die Allianz Lebensversicherung verstärkt auf internationale Zusammenarbeit. Als Kompetenzzentrum der Allianz für Altersvorsorge ermöglicht und fördert die Allianz Leben neue Formen der Kooperation. Auf dieser Basis wird etwa derzeit daran gearbeitet, das Vorsorgekonzept „Perspektive“ im europäischen Ausland an den Markt zu bringen. Erfolgreich setzt die Allianz in Österreich bereits das digitale Underwriting für die Berufsunfähigkeitsabsicherung ein, das hierzulande entwickelt wurde. In der betrieblichen Altersvorsorge bietet Allianz Leben mit ihren Schwestergesellschaften länderübergreifende Lösungen mit großem Erfolg an.

## **Sehr gutes Neugeschäft der Allianz Private Krankenversicherung**

In der Krankenversicherung sind die Beitragseinnahmen um 2,8 Prozent auf 3,5 (3,4) Milliarden Euro gestiegen. Das Neugeschäft entwickelte sich sowohl in der Voll- als auch in der Zusatzversicherung sehr positiv. Insgesamt lag das Neugeschäft fast elf Prozent über dem Vorjahresniveau. Ende 2018 waren rund 2,7 Millionen Personen bei der Allianz krankenversichert – 22.000 Personen mehr als im Vorjahr.

### **Klare Stoßrichtung: digital und persönlich**

„Die Allianz hat eine klare Stoßrichtung: Die DNA unseres Unternehmens muss im Kern voll digital werden“, so Röhler. „Im Kontakt mit dem Kunden zählen aber weiterhin die Beratungsstärke und die Kundennähe.“ Dass diese Kombination aus digital und persönlich erfolgreich ist, belegt auch die Vertriebsleistung der Ausschließlichkeitsorganisation. Sie ist 2018 um 6,9 Prozent auf ein neues Rekordhoch gestiegen. Auch unsere Makler- und Bankenvertriebe trugen erfolgreich zum Wachstum bei.

Die verwalteten Kapitalanlagen des Versicherungsgeschäfts wuchsen um 2,4 Prozent auf 305,8 (298,6) Milliarden Euro. Aufgrund des nach wie vor schwierigen Marktumfelds, insbesondere im vierten Quartal 2018, gab das Kapitalanlageergebnis um 19,6 Prozent auf 10,3 (12,8) Milliarden Euro nach.

Das operative Ergebnis des Versicherungsgeschäfts stieg um 5,7 Prozent auf 2,4 (2,3) Milliarden Euro. Dabei lag die Sachversicherung trotz hoher Belastungen aus Elementarschäden auch angesichts niedriger Kosten deutlich über dem Vorjahr. In der Lebensversicherung war der Vorjahreswert von einem außerordentlich hohen Kapitalanlageergebnis geprägt.

Das Jahresergebnis des Versicherungsgeschäfts ging um 1,4 Prozent auf 1,6 (1,7) Milliarden Euro zurück. Neben einer im Vorjahr außerordentlich günstigen Steuerquote waren 2018 höhere Abschreibungen auf Kapitalanlagen vorzunehmen.

### **Ausblick**

Die Allianz Deutschland setzt ihren Wachstumskurs auch im laufenden Jahr fort. Die positive Umsatzentwicklung wird dabei von allen Segmenten getragen. Vorausgesetzt, dass sowohl die Entwicklung an den Kapitalmärkten als auch Naturereignisse und Großschäden das Ergebnis insgesamt nur moderat beeinflussen, gehen wir von einer auf hohem Niveau stabilen Ergebnisentwicklung aus.

### **Katja de la Viña wird neues Vorstandsmitglied für Finanzen**

Auf ihrem Wachstumskurs wird die Allianz Deutschland vom 1. April 2019 an von Katja de la Viña unterstützt. Als neue Finanzvorständin folgt sie auf Burkhard Keese, der zu Lloyd's, einem der größten Versicherungsmärkte der Welt mit Sitz in London, wechselt. Die 39-jährige Wirtschaftsprüferin und Steuerberaterin de la Viña leitet derzeit bei der Allianz SE die Einheit Global Reward & Performance. Die Ernennung steht unter dem üblichen Vorbehalt der Unbedenklichkeitsprüfung durch die zuständigen Aufsichtsbehörden.

„Katja de la Viña ist eine ausgewiesene Finanzexpertin mit mehr als 15 Jahren Erfahrung in der Versicherungsbranche. Sie ist mit allen Bereichen der deutschen und internationalen Rechnungslegung, mit Solvency II sowie mit dem Risikomanagement bestens vertraut“, erläutert Röhler. „2018 war ein sehr erfolgreiches Jahr für uns. Frau de la Viña wird mit ihrer Expertise

dazu beitragen, dass wir unsere Wachstumsstrategie weiter erfolgreich fortsetzen. Darauf freue ich mich“, so Röhler.

Auf einen Blick  
Allianz Deutschland AG – Eckdaten für das Gesamtjahr 2018<sup>1,2,3</sup>

	01 – 12/2018 (Mio. €)	01 – 12/2017 (Mio. €)	Δ [%]
<b>Umsatz Versicherungsparten</b>	<b>36.443</b>	34.558	5,5
– Schaden- und Unfallversicherung	10.477	10.074	4,0
– Lebensversicherung	22.511	21.124	6,6
– Krankenversicherung	3.455	3.360	2,8
<b>Operatives Ergebnis Versicherungsparten</b>	<b>2.413</b>	2.283	5,7
– Schaden- und Unfallversicherung	1.089	918	18,6
– Lebensversicherung	1.125	1.155	-2,7
– Krankenversicherung	200	210	-4,8
<b>Ergebnis Versicherungsparten<sup>4</sup></b>	<b>1.649</b>	1.672	-1,4
<b>Kapitalanlagen des Versicherungsgeschäfts (Buchwert)</b>	<b>305,8</b>	298,6	2,4
<b>Mitarbeiter Allianz Deutschland<sup>5</sup> (ohne OLB)</b>	<b>26.899</b>		

© Allianz

<sup>1</sup> Die Darstellung der Allianz Deutschland erfolgt als Summe der Segmente Sach, Leben und Kranken.

<sup>2</sup> Der Verkauf der Oldenburgischen Landesbank AG (OLB) wurde am 07.02.2018 vollzogen. Der Umsatz inklusive Bank betrug 36.474 (34.864) Millionen Euro. Das operative Ergebnis inklusive Bank betrug 2.422 (2.334) Millionen Euro.

<sup>3</sup> Basis für die Zahlen sind die internationalen

Rechnungslegungsstandards IFRS.

<sup>4</sup> Vor Minoritäten.

<sup>5</sup> Inklusive 76 Mitarbeiter der Münchener & Magdeburger Agrar AG. Die Allianz Deutschland hat die Oldenburgische Landesbank zum 07.02.2018 verkauft. Damit sank die Zahl der Mitarbeiter um 2.230 Personen.

#### Kontaktdaten:

Allianz Deutschland AG  
Unternehmenskommunikation  
Julia Roebke  
Telefon: 089.3800-12948  
E-Mail: [julia.roebke@allianz.de](mailto:julia.roebke@allianz.de)

Ulrike Strauß  
Telefon: 089.3800-12944  
E-Mail: [ulrike.strauss@allianz.de](mailto:ulrike.strauss@allianz.de)