

Swiss Life in Deutschland bestätigt gutes Assekurata-Rating

Im aktuellen Folgerating 2012 vergibt Assekurata dem Lebensversicherer Swiss Life AG, Niederlassung für Deutschland (Swiss Life in Deutschland) erneut ein gutes Rating (A).

9. August 2012 - Im aktuellen Folgerating 2012 vergibt Assekurata dem Lebensversicherer Swiss Life AG, Niederlassung für Deutschland (Swiss Life in Deutschland) erneut ein gutes Rating (A).

Konsequente
Stärkung der
Sicherheitsmittel



2011 stärkt das Unternehmen

sowohl das Eigenkapital als auch die freie Rückstellung für Beitragsrückerstattung (RfB). Die Eigenkapitalquote wächst gemessen an den Kundenguthaben von 2,69 % auf überdurchschnittliche 2,79 %. Laut dem Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) bewegt sich die Eigenkapitalquote 2011 marktweit im Durchschnitt bei 1,76 %. Die freie RfB von Swiss Life in Deutschland verbessert sich in diesem Zeitraum von 3,73 % auf 3,89 % des Verpflichtungsvolumens, bewegt sich damit aber unter dem Marktdurchschnitt (GDV-Marktwert: 6,55 %). Die insgesamt **sehr gute Sicherheitslage** kommt in dem Solvabilitätsdeckungsgrad zum Ausdruck. Dieser verbessert sich 2011 von 140,96 % auf 146,69 %.

Sinkende
Kostenbelastung

2011 verbessert Swiss Life in Deutschland seinen Rohüberschuss geringfügig von 288,1 Mio. € auf 289,7 Mio. € und bestätigt damit **die gute Erfolgslage**. Gemessen an den Kundenguthaben sinkt die Rohüberschussquote auf einem marktüberdurchschnittlichen Niveau zwar von 2,38 % auf 2,35 %, marktweit ist jedoch eine analoge, in Teilen stärkere Entwicklung zu beobachten. Nach GDV-Zahlen sinkt die marktdurchschnittliche Rohüberschussquote gemessen an den Kundenguthaben von 2,15 % auf 1,82 %. Dabei wirkt sich bei Swiss Life in Deutschland die verbesserte Kostenentwicklung positiv auf die Ertragslage aus. Sowohl die Abschlusskosten- (5,32 %) als auch die Verwaltungskostenbelastung (2,16 %) fallen niedriger aus als im Vorjahr (5,41 % beziehungsweise 2,22 %).

Sachgerechte
Absenkung der
Deklaration

Im Zuge der gestiegenen RfB-Mittel kann Swiss Life in Deutschland die disponible RfB-Quote auf 75,45 % (Vorjahr: 72,30 %) leicht ausbauen. Damit sind die Möglichkeiten zur Stabilisierung der insgesamt **voll zufriedenstellenden Gewinnbeteiligung** weiterhin begrenzt. Im Zuge dessen hat das Unternehmen 2012 analog zu einer Vielzahl von Marktteilnehmern die Neugeschäftsdeklaration von 3,80 % auf 3,50 % (Marktdurchschnitt: 3,88 %) abgesenkt, was Assekurata als sachgerechte und vorausschauende Maßnahme bewertet, um auch vor dem Hintergrund des anhaltenden Niedrigzinsniveaus die

Rahmenbedingungen für eine dauerhafte Finanzierbarkeit der Gewinnbeteiligung weiter zu verbessern.

Der Kunde im
Mittelpunkt

Das neue Serviceversprechen von Swiss Life in Deutschland, „Customer Centricity – der Kunde im Mittelpunkt“, ist Ausdruck der hohen Kundenorientierung. Dazu hat die Gesellschaft gemeinsam mit ihren Mitarbeitern dezidierte Serviceschwerpunkte erarbeitet. Um beispielsweise die Servicequalität im Bereich der betrieblichen Altersvorsorge (bAV) zu erhöhen, wurde die Schweizer Leben PensionsManagement GmbH zur übergreifenden bAV-Gesellschaft erweitert. Als Allround-Dienstleister soll diese Neuausrichtung eine fachkompetente, themenübergreifende und vor allem direkte Bestandskundenbetreuung gewährleisten. Zusätzlich wurden unter anderem alle Service-Aktivitäten im Zusammenhang mit der Champion-Produktlinie gebündelt und zum Kompetenzzentrum ausgebaut. Vor dem Hintergrund dieser und weiterer serviceorientierter Neuerungen erreicht Swiss Life in Deutschland erneut ein **sehr gutes** Urteil in der Teilqualität **Kundenorientierung**.

Positives
Wachstum nach
laufenden
Beiträgen

Analog zum Markt muss Swiss Life in Deutschland 2011 nach gebuchten Bruttoprämien einen deutlichen Rückgang um -6,05 % (GDV-Marktwert: -4,56 %) verzeichnen. Dieser Trend ist marktweit vor allem auf das stark rückläufige Einmalbeitragsvolumen zurückzuführen. Bei Swiss Life in Deutschland sinken die abgeschlossenen Einmaleinlagen gegenüber dem Vorjahr um circa ein Viertel. Dagegen entwickeln sich die laufenden Beitragseinnahmen weiterhin positiv. Die entsprechende Zuwachsrate beläuft sich 2011 auf 2,04 % und ist nach Auffassung von Assekurata ein Beleg für das **insgesamt sehr gute Wachstum** der Gesellschaft.

Kontakt:

Russel Kemwa
- Pressesprecher -
Tel.: 0221 / 27221 - 38
Fax: 0221 / 27221 - 77
E-Mail: russel.kemwa@assekurata.de
Internet: www.assekurata.de

Rico Matthäus
- Leitender Analyst -
Tel.: 0221 / 27221 - 46
Fax: 0221 / 27221 - 77
E-Mail: rico.matthaeus@assekurata.de
Internet: www.assekurata.de

Über die ASSEKURATA Assekuranz Rating- Agentur

Die ASSEKURATA Assekuranz Rating-Agentur ist die erste unabhängige deutsche Ratingagentur, die sich auf die Qualitätsbeurteilung von Erstversicherungsunternehmen spezialisiert hat. Mit den von Assekurata durchgeführten Ratings wurde ein Qualitätsmaßstab für Versicherungsunternehmen im deutschen Markt etabliert. Er dient dem Verbraucher als Orientierungshilfe bei der Wahl seines Versicherungsunternehmens.

Kundenbefragung bei über 800 Versicherungskunden

Das interne, interaktive Rating von Assekurata bewertet Versicherungsunternehmen aus Kundensicht. Hierzu nutzt Assekurata unter anderem eine Kundenbefragung, in der über 800 Versicherungskunden befragt werden. Das Rating ist jeweils ein Jahr gültig und bedarf dann einer Aktualisierung. Die gültigen Ratings und ausführlichen Berichte werden auf www.assekurata.de veröffentlicht.

ASSEKURATA