

Allianz Deutschland bleibt trotz Naturkatastrophen und Niedrigzins auf Kurs

Kunden erhalten 1,2 Milliarden Euro für Flut, Hagel und Stürme, Trotz Naturkatastrophen 1,6 Milliarden Euro operatives Ergebnis, „Perspektive“ erfolgreichste Produkteinführung bei Allianz Leben, Modularer „PrivatSchutz“ trifft Kundenbedarf.

- **Kunden erhalten 1,2 Milliarden Euro für Flut, Hagel und Stürme**
- **Trotz Naturkatastrophen 1,6 Milliarden Euro operatives Ergebnis**
- **„Perspektive“ erfolgreichste Produkteinführung bei Allianz Leben**
- **Modularer „PrivatSchutz“ trifft Kundenbedarf**

Die Flut in Bayern und Ostdeutschland, fünf Hagelstürme und zwei Sturmtiefs prägten das Jahr 2013 der Allianz Deutschland und ihrer Kunden. Hierfür zahlt der Münchner Versicherer allein 1,2 Milliarden Euro aus. Davon entfallen auf die Flutschäden 570 und auf die Sturm- und Hagelereignisse 631 Millionen Euro.

Nahezu 400.000 Überschwemmungs-, Hagel- und Sturmschäden meldeten die Kunden – 100.000 mehr als in einem normal verlaufenden Jahr. Um den Opfern der Naturereignisse schnell und unbürokratisch zu helfen, richtete die Allianz Deutschland während der Flut im Mai und Juni eigens fünf Schadenstützpunkte ein, entsandte 360 Sachverständige und Schadenregulierer und organisierte über den Allianz Handwerker Service gleich selbst die Instandsetzung von 2.800 Häusern. Nach den Hagelstürmen im Juli und August begutachteten Allianz Experten 60.000 Autos mit Hagelschäden in 63 Kfz-Sammelbesichtigungen.

„Unsere Kunden haben erfahren, dass sie einen starken Partner an ihrer Seite haben“, sagte Dr. Markus Rieß, Vorstandsvorsitzender der Allianz Deutschland AG. Nach Rückversicherung beläuft sich der Nettoaufwand für Naturkatastrophen auf 651 Millionen Euro, wovon 206 Millionen Euro auf die Flut und 445 Millionen Euro auf die Sturm- und Hagelereignisse entfallen. Diese außergewöhnlich hohen Schadenaufwendungen belasteten zwar das operative Ergebnis. Es lag jedoch mit 1,6 (2012: 2,0) Milliarden Euro nur um 400 Millionen Euro unter dem Vorjahr, da das gut verlaufene, profitable Kerngeschäft die schweren Belastungen zum Teil kompensieren konnte. Die Schaden-/Kostenquote, die in der Sachversicherung das Verhältnis von Kosten und Schadenaufwand zu den verdienten Beiträgen abbildet, blieb mit 99,5 (96,8) Prozent unter der 100-Prozent-Marke. Das Jahresergebnis der Allianz Deutschland gab um 32,9 Prozent auf 1,1 Milliarden Euro nach.

Allianz Deutschland bleibt auf Wachstumskurs

Der Umsatz der Allianz Deutschland legte im Geschäftsjahr 2013 um 6,8 Prozent auf 29,9 (27,9) Milliarden Euro zu.

Dabei bestätigte die Schaden- und Unfallversicherung erneut ihren Wachstumskurs und verbesserte ihre Beitragseinnahmen um 1,1 Prozent auf 9,3 (9,2) Milliarden Euro. Vor allem der Anstieg um 5,9 Prozent im Firmengeschäft wirkte sich spürbar aus. Die Autoversicherung der Allianz erzielte eine Steigerung der Beitragseinnahmen um 3,4 Prozent auf 3,3 (3,2) Milliarden Euro. Deren Neu- und Mehrbeiträge nahmen um 4,3 Prozent auf 784 (752) Millionen Euro zu. Zum Jahresende versicherte die Allianz 8,1 Millionen Fahrzeuge mit insgesamt 14,1 Millionen Vertragsstücken. Besonders dynamisch wuchs AllSecur, die Direktmarke der Allianz Deutschland, mit einem Plus von 80.000 versicherten Fahrzeugen. Das im Mai 2013 eingeführte modulare

Konzept „PrivatSchutz“, bei dem die Haftpflicht-, Wohngebäude-, Hausrat- und Rechtsschutzversicherung individuell zusammengestellt werden können, überzeugte die Kunden. Dieses Baukastensystem sorgte in diesen vier Versicherungsbranchen für knapp 20 Prozent höhere Neubeiträge gegenüber dem Vorjahr. „Das zeigt uns, dass wir den Bedarf der Kunden getroffen haben“, so Rieß.

Kunden machen „Perspektive“ zur Erfolgsgeschichte

Die Beitragseinnahmen der Lebensversicherung stiegen um 12,0 Prozent auf 17,0 (15,2) Milliarden Euro, vor allem getrieben vom Geschäft gegen Einmalbeiträge, das mit einem Plus von 29,8 Prozent deutlich über dem Vorjahreswert lag. Die laufenden Beiträge nahmen um 1,2 Prozent auf 9,5 (9,4) Milliarden Euro zu. Deutlich gesteigert wurden die Neubeiträge um 23,6 Prozent auf rund 8,2 Milliarden Euro. Daneben unterstreicht die historisch niedrige Stornoquote nach Stückzahlen von 1,9 Prozent die hohe Akzeptanz der Lebensversicherung.

Die Kunden machten das im Juli 2013 eingeführte innovative Altersvorsorgekonzept „Perspektive“, das die Anlage im bewährten Sicherungsvermögen mit neuen Garantien verbindet, zur Erfolgsgeschichte. Mit fast 20.000 abgeschlossenen Verträgen mit einer Bewertungssumme von mehr als 720 Millionen Euro ist der Start von „Perspektive“ die bisher erfolgreichste Produkteinführung der Allianz Lebensversicherung.

Angesichts der Niedrigzinsphase fragten die Kunden generell verstärkt kapitalmarktnahe Produkte mit neuen Garantien nach. In der privaten Altersvorsorge hatten sie einen Anteil von 35 Prozent. Im vierten Quartal stammte sogar die Hälfte des Neugeschäfts aus Verträgen mit neuen Garantien.

Stabiles Krankenversicherungsgeschäft

Die Krankenversicherung hat ihre Beitragseinnahmen auf konstantem Niveau bei 3,3 Milliarden Euro gehalten. Die Neubeiträge gingen hingegen um 20,7 Prozent auf 74 (94) Millionen Euro zurück. Hier machten sich die Umstellung auf die Unisex-Tarife, die Absenkung des Rechnungszinses und nicht zuletzt die Diskussion um die Bürgerversicherung bemerkbar. Zum Ende des Jahres waren in der privaten Krankenversicherung 2,6 Millionen Personen versichert, 1,5 Prozent mehr als im Vorjahr.

Kapitalanlagenergebnis

Die verwalteten Kapitalanlagen wuchsen um 2,5 Prozent auf 242,1 (236,1) Milliarden Euro. Aufgrund des Zinsanstiegs und der Aufwertung des Euros im Jahr 2013 ging das Kapitalanlagenergebnis auf 10,3 (11,3) Milliarden Euro zurück.

Ausblick 2014

Die außergewöhnlich hohen Aufwendungen für Naturkatastrophen haben das Geschäftsjahr 2013 stark beeinflusst. „Einen normalisierten Schadenaufwand aus Naturkatastrophen und Großschäden im laufenden Jahr vorausgesetzt, werden wir die Ziele des Zukunftsprogramms Sachversicherung erreichen“, sagte Rieß. Hier hatte sich die Allianz Deutschland für die Schaden-/Unfallversicherung bis Ende 2014 einen Umsatz von 9,5 Milliarden Euro, eine Kostenquote von 26,0 Prozent und eine kombinierte Schaden-/Kostenquote von 95,0 Prozent vorgenommen.

eckdaten

Zusatzmaterial: [Ergebnis für den Kunden](#)

Pressekontakt:

Christian Teichmann

Telefon: 089 / 3800 - 7578

E-Mail: christian_ernst.teichmann@allianz.de

Stephanie Schuler

Telefon: 089 / 3800 - 12948

E-Mail: stephanie.schuler@allianz.de

Châu Báú Tang-Rupp

Telefon: 089 / 3800 - 12944

E-Mail: chau-bau.tang-rupp@allianz.de

Unternehmen:

Allianz Deutschland AG

- Unternehmenskommunikation -

Dieselstr. 8

85774 Unterföhring

E-Mail: presseservice@allianz.de

Internet: www.allianzdeutschland.de

Über die Allianz Deutschland AG

Die Allianz Deutschland AG ist in der Schaden- und Unfallversicherung, der Lebensversicherung, der Krankenversicherung und im Bankgeschäft tätig. Ihren rund 19 Millionen Kunden hilft sie, sich gegen Risiken zu schützen und finanzielle Chancen zu nutzen.

Als führender Versicherer in Deutschland bietet die Allianz Deutschland AG umfassende und auf den Bedarf ihrer Kunden zugeschnittene Lösungen rund um Versicherung, Vorsorge und Vermögen aus einer Hand.

Mit über 9.000 Vertretern und rund 30.000 Mitarbeitern erzielt die Allianz Deutschland AG einen Umsatz von mehr als 28 Milliarden Euro und trägt damit ein Viertel zum Gesamtumsatz der Allianz Gruppe bei.

logo allianz