

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/65275/1576067/allianz-deutschland-ag-umsatz-2009-deutlich-um-6-9-prozent-gesteigert-mit-bild> abgerufen werden.



Allianz Deutschland AG: Umsatz 2009 deutlich um 6,9 Prozent gesteigert (mit Bild)

11.03.2010 - 11:30 Uhr, Allianz Deutschland AG (ADAG)

München (ots) -

- Marktanteile hinzugewonnen
- Kapitalanlagenergebnis um 10,9 Prozent gesteigert
- Operatives Ergebnis von 1,4 Milliarden Euro erwirtschaftet
- Allianz Bank erfolgreich gestartet
- Investitionen in Vertrieb und Allianz Bank bieten

Wachstumschancen für die Zukunft Die Allianz Deutschland AG hat in einem schwierigen Marktumfeld ihren Umsatz gegenüber dem Vorjahr deutlich um 6,9 Prozent auf 27,7 (26,0) Milliarden Euro auf Basis vorläufiger Zahlen gesteigert und damit Marktanteile hinzugewonnen. Dazu trug vor allem die sehr gute Entwicklung in der Lebensversicherung bei.

"Gerade in diesen schwierigen Zeiten vertrauen unsere Kunden auf unsere Finanzkraft und jahrzehntelange Erfahrung", sagte Dr. Gerhard Rupprecht, Vorstandsvorsitzender der Allianz Deutschland AG. Die Eigenmittelquoten liegen bei den Versicherungstöchtern weit über den aufsichtsrechtlichen Vorgaben, zum Beispiel in der Lebensversicherung bei 247 Prozent. Dort konnte der Versicherer seine Bewertungsreserven auf 10,3 Milliarden Euro steigern. "Unsere nachhaltige Anlagepolitik hat sich in der Finanzmarktkrise für die Allianz Deutschland AG und ihre Kunden bezahlt gemacht", so Rupprecht.

Deutliches Plus bei den Beitragseinnahmen der Lebensversicherung

In der Lebensversicherung legten die Beitragseinnahmen um 11,6 Prozent auf 15,0 (13,5) Milliarden Euro zu und übertrafen damit deutlich den positiven Markttrend, der von hohem Wachstum des Geschäfts gegen Einmalbeitrag geprägt war. Nachgefragt wurden vor allem Rentenversicherungen gegen Einmalbeitrag, Kapitalisierungsprodukte und das Vorsorgekonzept IndexSelect, das sich auch im zweiten Jahr nach der Markteinführung sehr gut verkaufte. Die Neubeiträge dieses innovativen Produkts, bei dem der Kunde jedes Jahr zwischen einer Beteiligung am Aktienindex ohne Verlustrisiko und der Überschussbeteiligung frei wählen kann, wuchsen mit 63,2 Prozent noch stärker als die der Kapitallebensversicherung (plus 14,5 Prozent).

Die Beitragseinnahmen in der Schaden- und Unfallversicherung gaben um 1,2 Prozent auf 9,2 (9,3) Milliarden Euro nach, da die Preise insbesondere in der Kraftfahrtversicherung marktweit erheblich unter Druck gerieten. Im Flottengeschäft verzichtete die Allianz bewusst auf Umsatz, wenn sie keine risikogerechten Prämien erzielen konnte. Zudem verkleinerten viele Firmenkunden infolge der Wirtschaftskrise ihre Fuhrparks und legten Fahrzeuge still. Im Privatgeschäft machte sich weiterhin die Einstufung der Kunden in für sie günstigere Schadenfreiheitsklassen bemerkbar. Insgesamt nahmen die Beitragseinnahmen in der Kraftfahrtversicherung um 3,4 Prozent auf 3,3 (3,4) Milliarden Euro ab. Die anderen Versicherungsbranchen erreichten dagegen mit 5,9 Milliarden Euro das Vorjahresniveau.

Die Krankenversicherung steigerte ihre Beitragseinnahmen um 1,8 Prozent auf 3,2 (3,1) Milliarden Euro. Neben notwendigen Beitragsanpassungen aufgrund gestiegener Kosten im Gesundheitswesen geht das Wachstum auf die Verkaufserfolge in der Vollversicherung zum Jahresende 2008 zurück. Viele Kunden nutzten damals noch die Möglichkeit, sich zu günstigeren Tarifen privat zu versichern, bevor die Regelungen zur Mitnahme persönlicher Alterungsrückstellungen im Rahmen des Wettbewerbsstärkungsgesetzes in der gesetzlichen Krankenversicherung in Kraft traten. Daneben schlossen gesetzlich Versicherte vermehrt Zusatzversicherungen ab, wozu auch die Kooperation mit der KKH-Allianz beitrug. Insgesamt waren zum Jahresende 2,4 Millionen Personen bei der Allianz krankenversichert, 0,5 Prozent mehr als im Vorjahr.

Erfolgreich startete das neu eingerichtete Bankgeschäft. Dies besteht aus der im April 2009 in das Unternehmen eingebrachten Oldenburgischen Landesbank AG (OLB) mit ihrer im Juni gleichen Jahres gegründeten Zweigniederlassung Allianz Bank. Die operativen Erträge des Bankgeschäfts betragen 283 Millionen Euro und stammen überwiegend aus dem Zinsüberschuss in Höhe von 206 Millionen Euro. Dazu hat im Wesentlichen das organisch wachsende Kreditgeschäft im traditionellen Geschäftsgebiet der OLB beigetragen. Der Provisionsüberschuss von 74 Millionen Euro wurde insbesondere mit Erträgen aus dem Wertpapiergeschäft erzielt.

Schadenaufwand des Geschäftsjahres 2009 leicht unter Vorjahresniveau

Der Aufwand für Schäden in der Schaden- und Unfallversicherung blieb im Geschäftsjahr 2009 trotz überdurchschnittlich vieler frostbedingter Leitungswasserschäden leicht unter

Vorjahresniveau. Jedoch ergab sich aus der Abwicklung von Schäden aus den Vorjahren ein Verlust in Höhe von 57 Millionen Euro (Vorjahr plus 56 Millionen Euro). Deutlich stiegen zudem die Umlagen des Pensionssicherungsvereins. Weiterhin hat die Allianz Deutschland AG kräftig in innovative Vertriebsformate investiert und vermehrt neue Mitarbeiter im Vertrieb eingestellt. Diese Entwicklungen führten insgesamt zu einem Anstieg der Schaden-Kosten-Quote, die das Verhältnis von Kosten und Schadenaufwand zu den verdienten Beiträgen in der Schaden- und Unfallversicherung abbildet. Sie erhöhte sich in der internationalen Rechnungslegung von 95,6 auf 98,7 Prozent. "Unser konsequentes Schadenmanagement wird 2010 zu einer niedrigeren Schaden-Kosten-Quote führen, sofern die Aufwendungen für Großschäden und Naturkatastrophen das Niveau des Jahres 2009 nicht wesentlich übersteigen", betonte Rupprecht. Der Sturm "Xynthia" werde mit etwa 90.000 Schadenfällen einen Aufwand von zirka 90 Millionen Euro verursachen.

Operatives Ergebnis von 1,4 Milliarden Euro erwirtschaftet

Die Allianz Deutschland AG verzeichnete in der Schaden- und Unfallversicherung geringere laufende Kapitalerträge aufgrund des niedrigeren Zinsniveaus und ein vermindertes versicherungstechnisches Ergebnis. Im Vergleich zum Vorjahr fehlte außerdem der einmalige Gewinn aus dem Verkauf selbst genutzter Immobilien des Jahres 2008. Zudem beeinflussten hohe Zukunftsinvestitionen in den Aufbau der Allianz Bank und in den Vertrieb das Ergebnis. Die Allianz Deutschland AG weist damit ein operatives Ergebnis von 1,4 (2,3) Milliarden Euro aus. Der Jahresüberschuss betrug 1,0 (2,3) Milliarden Euro.

Vorausschauende Anlagepolitik hat sich ausgezahlt

Die sicherheitsorientierte und an langfristigen Zeiträumen ausgerichtete Anlagepolitik der Allianz Deutschland AG mit dem Ziel, bei begrenztem Risiko eine möglichst hohe Rendite zu erreichen, hat sich ausgezahlt. Das Unternehmen konnte von der Erholung an den Kapitalmärkten profitieren; die Abschreibungen fielen deutlich geringer aus als im Vorjahr. Zudem realisierte der Versicherer weniger Gewinne und steigerte seine Bewertungsreserven. Insgesamt legte das Kapitalanlagenergebnis um 10,9 Prozent auf 8,3 (7,4) Milliarden Euro zu. Der Bestand an Kapitalanlagen wuchs um 15,5 Prozent von 170,8 auf 197,2 Milliarden Euro.

Basis für weiteres Wachstum gelegt

Angesichts der unsicheren wirtschaftlichen Rahmendaten für 2010 rechnet Rupprecht nicht mit wesentlichen Wachstumsimpulsen aus der konjunkturellen Entwicklung. Insbesondere in der Autoversicherung sei keine Trendumkehr zu erwarten. Chancen sieht Rupprecht dagegen in der Lebensversicherung als sichere Form der Altersvorsorge, insbesondere im Geschäft gegen laufenden Beitrag. Das Geschäft gegen Einmalbeiträge hänge dagegen auch davon ab, inwieweit die Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank anhalte. In der Krankenversicherung erwartet Rupprecht erneut einen zunehmenden Umsatz. Die private Krankenversicherung bleibe eine unverzichtbare Alternative zur gesetzlichen Krankenversicherung, da dort nach wie vor Maßnahmen fehlten, dem demografischen Wandel wirksam zu begegnen. Das Bankgeschäft werde moderat wachsen. Starke Impulse für die Geschäftsentwicklung erwartet Rupprecht von der im September beginnenden Kooperation mit der Commerzbank.

Das operative Ergebnis und der Jahresüberschuss für 2010 dürften über dem des Vorjahres liegen.

Intern hat die Allianz Deutschland AG nach der abgeschlossenen Neuordnung ihre Basis für künftiges Wachstum ausgebaut. Die Aufnahme des Bankgeschäfts unter der Marke Allianz vervollständigt die umfassende Produktpalette und ermöglicht es, die Kunden nicht nur in allen Finanzfragen zu beraten, sondern auch für jede Bedarfssituation die entsprechenden Produkte und Services anzubieten. Ein spartenübergreifendes Marktmanagement unterstützt diesen Ansatz mit einer ganzheitlichen Kundenansprache und der Entwicklung und Vermarktung spartenübergreifender, am Bedarf der verschiedenen Kundenzielgruppen ausgerichteter Produkte. Ein Beispiel dafür ist die neue Young Travel Work & Learn-Versicherung, die Studenten und junge Arbeitnehmer bei längeren Auslandsaufenthalten umfassend absichert.

Um den steigenden Kundenansprüchen noch besser gerecht zu werden, hat die Allianz Deutschland AG in Ausbildung und Qualität ihres Vertriebs investiert. "Wir haben in den letzten Jahren unsere gesamte Organisation stärker denn je auf unsere mehr als 19 Millionen Kunden ausgerichtet, die harte Zeit der Umstrukturierung liegt hinter uns", so Rupprecht. "Jetzt können sich die Kräfte entfalten."

München, 11. März 2010

Allianz Deutschland AG

Eckdaten für das Geschäftsjahr 2009 (vorläufig) und das Geschäftsjahr 2008

	1-12 2009	Delta %	1-12 2008
Umsatz (inkl. OLB)	27,7 Mrd.EUR	6,9	26,0 Mrd.
- Schaden- und Unfallversicherung	9,2 Mrd.EUR	-1,2	9,3 Mrd.
- Lebensversicherung	15,0 Mrd.EUR	11,6	13,5 Mrd.
- Krankenversicherung	3,2 Mrd.EUR	1,8	3,1 Mrd.
- Bankgeschäft	0,3 Mrd.EUR		
Kapitalanlagen (zum 31.12.2009)	197,2 Mrd.EUR	15,5	170,8 Mrd.
Operatives Ergebnis	1,4 Mrd.EUR	-36,1	2,3 Mrd.
Jahresüberschuss	1,0 Mrd.EUR	-57,1	2,3 Mrd.

Abdruckfähige Fotos von der Pressekonferenz stehen zeitnah auf unserer Internetseite zum Download zur Verfügung.

www.allianzdeutschland.de/presse

Weitere Presseinformationen der Allianz Deutschland AG finden Sie auf unserem Internetportal www.allianzdeutschland.de/presse .

Jetzt neu: Der News-Alert informiert Sie per E-Mail über Neuigkeiten auf unserem Presse-Portal und nur online veröffentlichte News. Bei Interesse an diesem Service reicht eine formlose Mitteilung an: markus.walter@allianz.de.

Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten. Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Soweit wir in diesem Geschäftsbericht Prognosen oder Erwartungen äußern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von den geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Neben weiteren hier nicht aufgeführten Gründen können sich Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, aus Akquisitionen sowie der anschließenden Integration von Unternehmen und aus Restrukturierungsmaßnahmen ergeben. Abweichungen können außerdem aus dem Ausmaß oder der Häufigkeit von Versicherungsfällen (zum Beispiel durch Naturkatastrophen), der Entwicklung von Schadenskosten, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise tendenzen und, insbesondere im Bank- und Kapitalanlagebereich, aus dem Ausfall von Kreditnehmern und sonstigen Schuldern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte (zum Beispiel Marktschwankungen oder Kreditausfälle) und der Wechselkurse sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können entsprechenden Einfluss haben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, Zukunftsaussagen zu aktualisieren.

Kontaktdaten:

Allianz Deutschland AG

Reiner Wolf
Leiter Corporate Relations
Telefon: 089.3800-18166
E-Mail: r.wolf@allianz.de

Ulrike Strauß
Finanzkommunikation
Telefon: 089.3800-12944
E-Mail: ulrike.strauss@allianz.de

Christian Teichmann
Finanzkommunikation
Telefon: 089.3800-7578
E-Mail: christian.teichmann1@allianz.de

Originaltext:	Allianz Deutschland AG (ADAG)
Pressemappe:	http://www.presseportal.de/pm/65275/allianz-deutschland-ag-adag
Pressemappe als RSS:	http://presseportal.de/rss/pm_65275.rss2