

## Telefonkonferenz der Helvetia Gruppe

Montag, 2. September 2013

### Zum Halbjahresabschluss 2013

(es gilt das gesprochene Wort)

Philipp Gmür, CEO Schweiz

Sehr geehrte Damen und Herren

Es freut mich, Ihnen auch dieses Mal von einer sehr erfolgreichen Geschäftsperiode zu berichten. Es ist uns erneut gelungen, das Prämienvolumen auszuweiten, die technischen Ergebnisse zu verbessern und auch dank eines höheren Kapitalanlageergebnisses den Gewinn zu steigern.

#### **(Darstellung 22) Markt Schweiz**

Lassen Sie mich zunächst die Eckwerte zusammenfassen: Die Bruttoprämien haben sich gegenüber der Vorjahresperiode um 7.8 Prozent erhöht und belaufen sich per Ende Juni 2013 auf CHF 3'119 Mio.. Zu diesem erfreulichen Wachstum hat vor allem die Entwicklung in der Lebensversicherung beigetragen. Auch das Prämienvolumen im Nicht-Lebengeschäft verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr leicht.

Die Bruttoprämien im Lebengeschäft haben um 9.4 Prozent zugelegt und liegen nach der ersten Jahreshälfte bei CHF 2'559 Mio.. Die Nachfrage nach sogenannten Vollversicherungen im BVG-Geschäft ist ungebrochen. Im Einzel-Lebengeschäft sind die Prämien des im letzten Jahr übernommenen SEV-Portefeuilles nunmehr voll enthalten.

Auch das Nicht-Lebengeschäft verzeichnet bei einem Prämienvolumen von CHF 560 Mio. ein leichtes Wachstum. Dieses ist vor allem durch das starke Motorfahrzeuggeschäft getrieben. Die Combined Ratio (netto) hat sich dabei abermals erfreulich verbessert und liegt bei hervorragenden 85.4 Prozent.

Das Ergebnis nach Steuern konnte ebenfalls gesteigert werden, und zwar von CHF 104 Mio. auf CHF 111 Mio., was einem Gewinnanstieg von 7.4 Prozent entspricht.

#### **(Darstellung 23) Highlights: Nicht-Lebengeschäft Schweiz**

Richten wir nun auf der nächsten Folie den Fokus auf das Nicht-Lebengeschäft: Das Wachstum von 0.9 Prozent ist, wie soeben angesprochen, primär auf das Motorfahrzeuggeschäft zurückzuführen. Wir verzeichnen hier eine Steigerung der Prämieinnahmen von 3.1 Prozent. Die Branche Haftpflicht hat ebenfalls zum Wachstum beigetragen, während die Prämieinnahmen in den Branchen Sach und Transport stagnierten. Das Unfall-/Krankengeschäft wurde bekanntlich im Vorjahr veräussert.

Der Rückgang der Netto Combined Ratio um 1.2 Prozentpunkte ist auf eine Verbesserung des Schadensatzes zurückzuführen. Trotz Unwetterschäden ist dieser um 2.0 Prozentpunkte tiefer ausgefallen als in der Vorjahresperiode. Darin widerspiegelt sich die solide Portfeuillequalität sowie ein risikogerechtes Pricing. Der Kostensatz liegt zwar immer noch bei sehr guten 27.5 Prozent, gegenüber dem Vorjahr hat er sich jedoch verschlechtert. Dies resultiert hauptsächlich aus der Einführung neuer Generationentafeln, der Änderung der Reglemente der Pensions- und Ergänzungskasse sowie geplanter Investitionen in die Geschäftsentwicklung. Insgesamt besticht das Nicht-Lebengeschäft durch nachhaltige Ertragsstärke.

#### **(Darstellung 24) Highlights: Lebengeschäft Schweiz**

Auf der nächsten Folie befassen wir uns mit dem Lebengeschäft: In Einzelleben beträgt das Wachstum bei den periodischen Prämien 5.5 Prozent und liegt damit deutlich über dem Markttrend. Davon geht zwar der Löwenanteil auf das Konto der Integration der SEV-Versicherungen. Immerhin beträgt jedoch das organische Wachstum ca. 1 Prozent. Bei den Einmaleinlagen liegen wir im Vergleich zum ausserordentlich erfolgreichen Vorjahr zurück, zumal wir unsere Ziele für den Neugeschäftsmix angepasst haben. Tiefere Garantiezinsen und Überschüsse auf klassischen Lebensversicherungen führten zu einem bewusst in Kauf genommenen Rückgang in dieser Sparte. Dafür konnte die Produktpalette mit diversen modernen und eigenkapitalschonenden Versicherungs- und Vorsorgelösungen erweitert werden. Das im ersten Halbjahr erfolgreich lancierte Tranchenprodukt "Helvetia Value Trend" wurde innert kürzester Zeit überzeichnet. Vom emittierten Volumen von CHF 80 Mio. sind in der Berichtsperiode erst CHF 53 Mio. enthalten.

Im Kollektivlebensgeschäft vermögen wir weiterhin zu wachsen und Marktanteile zu gewinnen. Während das Plus von 4.9 Prozent bei den periodischen Prämien unseren Anspruch unterstreicht, auch im Bestand kontinuierlich zuzulegen, zeigt die Volumenausweitung bei den Einmaleinlagen den Akquiseerfolg am Markt. Die Entwicklung bei den Einmaleinlagen ist naturgemäss sehr volatil. Ein substantieller Anteil dieses Wachstums geht auf z.B. Gemeinden zurück, die sich nunmehr einer Vollversicherungslösung bei unserer Lebensversicherung angeschlossen haben.

Dass das stolze Wachstum nicht zu Lasten der Rentabilität erfolgte, zeigt sich an den anhaltend guten versicherungstechnischen Resultaten sowohl in der Einzel- als auch in der Kollektivlebensversicherung. Davon profitieren sowohl unsere Aktionäre, als auch unsere Kunden. So konnten die Reserven abermals verstärkt und der Überschussfonds grosszügig alimentiert werden.

Für das zweite Halbjahr rechnen wir weiter mit einem moderaten Wachstum im Nichtlebensgeschäft und einer Volumenausweitung in der Lebensversicherung. In der Einzellebensversicherung wird es darauf ankommen, ob und wann das Kapitalmarktumfeld uns erlaubt, ein weiteres Tranchenprodukt "Helvetia Value Trend" zu lancieren. Unser im Markt einzigartiger Vertriebskanalmix trägt dazu bei, dass wir auch künftig unser Geschäftsportfolio stetig ausbauen und rentabel wachsen können.

Damit gebe ich das Wort zurück an Stefan Locker>>>