

Telefonkonferenz der Helvetia Gruppe zu den Halbjahresergebnissen Dienstag, 1. September 2015

Zum Halbjahresabschluss 2015

(es gilt das gesprochene Wort)

Philipp Gmür, CEO Schweiz

(Darstellung 20) Schweizer Geschäft

Sehr geehrte Damen und Herren, es freut mich, Ihnen einmal mehr von einer erfolgreichen Geschäftsentwicklung in der Schweiz berichten zu können. Mit der Übernahme von Nationale Suisse hat Helvetia in der Schweiz ihre starke Top-3-Position als führende Schweizer Allbranchenversicherung gefestigt. Mit der Konsolidierung von Nationale Suisse ist es uns gelungen, insbesondere im Schadenversicherungsgeschäft das Geschäftsvolumen zu steigern und ein erfreuliches Gewinnwachstum zu erzielen.

(Darstellung 21) Highlights: Schweizer Geschäft

Erlauben Sie mir einleitend einen kurzen Abriss über die wichtigsten Eckwerte des Schweizer Geschäfts: Das Prämienvolumen konnte insgesamt um rund 15 Prozent gesteigert werden, wobei das Nicht-Lebengeschäft durch die Konsolidierung von Nationale Suisse als wesentlicher Wachstumstreiber wirkte. Das Lebengeschäft blieb in einem nach wie vor sehr schwierigen Zinsumfeld stabil. Die weiterhin wachsenden periodischen Prämien vermochten den Rückgang des Einmaleinlagen-Geschäfts zu kompensieren.

Das Ergebnis aus Geschäftstätigkeit belief sich auf CHF 169 Mio. und lag damit um 46 Prozent über dem vergleichbaren Wert des Vorjahres. Sowohl das Leben- wie auch insbesondere das Nicht-Lebengeschäft haben zu dieser erfreulichen Ergebnisentwicklung beigetragen. Im Nicht-Lebengeschäft war die Ergebnisverbesserung hauptsächlich auf das akquisitionsbedingt höhere Volumen zurückzuführen. Die Netto Combined Ratio hat sich zwar um 2.5 Prozentpunkte erhöht, liegt jedoch mit 86.7 Prozent nach wie vor auf einem sehr guten Niveau.

(Darstellung 22) Highlights: Lebengeschäft Schweiz

Das Geschäftsvolumen im Bereich Leben blieb in einem unverändert anspruchsvollen Tiefzinsumfeld etwa auf Vorjahresniveau. Im Einzel-Lebengeschäft erhöhte sich das Prämienvolumen um 15 Prozent auf CHF 438 Mio., wobei der wichtigste Beitrag dafür aus der Erstkonsolidierung des Portfolios der ehemaligen Nationale Suisse stammt. Das Geschäft mit Einmaleinlagen blieb aufgrund des schwierigen Kapitalmarktumfelds hinter dem Vorjahr zurück. In einem herausfordernden Umfeld ist es gelungen, im ersten Halbjahr 2015 erneut ein Tranchenprodukt «Helvetia Market Trend» gegen Einmaleinlage abzusetzen. Es erwies sich jedoch als schwieriger als in den Vorjahren, die gewünschten Volumina zu platzieren. Auch der Nachfrage-Rückgang beim Produkt «Auszahlungsplan» hat zum Volumentrückgang beigetragen. Für die langfristige Geschäftsentwicklung sind jedoch primär die periodischen Prämien relevant. Und diese verzeichneten ein Wachstum auf vergleichbarer Basis von rund 1 Prozent. Erfreulich entwickelte sich der Absatz der anlagegebundenen Lebensversicherung «Garantieplan» sowie der Altersrenten.

Im Kollektiv-Lebengeschäft ist die Nachfrage nach Vollversicherungslösungen ungebrochen. Helvetia ist es gelungen, bei den für die nachhaltige Entwicklung wichtigen periodischen Prämien ein Wachstum von rund 3 Prozent zu erzielen. Dabei hat insbesondere der Brokerkanal zur Geschäftsausweitung beigetragen. Das Wachstum bei den periodischen Prämien vermochte jedoch die im ersten Halbjahr 2015 rückläufigen Einmaleinlagen nicht zu kompensieren, woraus für das Kollektiv-Lebengeschäft insgesamt ein Rückgang von minus 3 Prozent resultierte. Im aktuellen Tiefzinsumfeld wurde durch ein sehr selektives Underwriting von Neugeschäft ein Rückgang bei den Einmaleinlagen bewusst in Kauf genommen.

Im Lebengeschäft Schweiz können wir dennoch anhaltend solide Ergebnisse ausweisen. Weiterhin robust entwickelten sich die Risikoergebnisse in den Sparten Tod und Invalidität, die zusammen mit tieferen Überschüssen zur teilweisen Kompensation rückläufiger Zinsresultate beitrugen. Dazu kamen geringere Aufwendungen für Nachreservierungen, was insgesamt zu einem im Vergleich zur Vorjahresperiode höheren Lebenergebnis führte.

(Darstellung 23) Highlights: Nicht-Lebengeschäft Schweiz

Richten wir nun auf der nächsten Folie den Fokus auf das sehr profitable Nicht-Lebengeschäft: Im Nicht-Lebengeschäft konnten wir das Prämienvolumen um 88 Prozent auf über eine Milliarde Schweizer Franken steigern. Wie bereits erwähnt, ist diese Steigerung hauptsächlich auf die Übernahme von Nationale Suisse zurückzuführen. Wachstumstreiber waren insbesondere die Sparten Motorfahrzeug- und Sachversicherung, aber auch das neu hinzugekommene Unfall- / Krankenportfolio. Doch auch auf vergleichbarer Basis kann im Nicht-Lebengeschäft ein leichtes Plus ausgewiesen werden. Hervorzuheben ist dabei die

Sparte Motorfahrzeugversicherung, wo es uns gelungen ist, ein gutes Wachstum zu erwirtschaften. Der wichtigste Vertriebskanal in der Schweiz bleibt der eigene Aussendienst. Über smile.direct konnte Helvetia jedoch auch im Online-Vertriebskanal erfreulich zulegen.

Die Netto Combined Ratio hat sich in der Berichtsperiode um 2.5 Prozentpunkte erhöht, wobei sowohl die Schadenbelastung als auch die Kostenquote gestiegen sind. Die Erhöhung ist im Wesentlichen auf die durch den Zukauf von Nationale Suisse veränderte Portfoliostruktur zurückzuführen. Mit 86.7 Prozent liegt die Combined Ratio nach wie vor auf einem sehr guten Niveau. Wir sehen im Rahmen der Integration zusätzliche Möglichkeiten für Effizienzsteigerungsmassnahmen mit entsprechendem Kostensenkungspotenzial.

Die Schäden aus den Unwettern vom Juli und August sind in den vorgelegten Zahlen selbstredend noch nicht enthalten. Aufgrund der bisher eingegangenen Schadenmeldungen rechnen wir jedoch nur mit einer Belastung im einstelligen Millionenbereich, was ohne signifikante Auswirkungen auf das Ergebnis im zweiten Halbjahr bleiben wird.

Zusammenfassend blicken wir also auf eine gelungene erste Jahreshälfte zurück, und wir sind zuversichtlich, den Erfolgskurs fortzusetzen. Für das zweite Halbjahr rechnen wir mit einem anhaltend erfreulichen Wachstum im Nicht-Lebengeschäft. Die Prämienentwicklung in der Einzel-Lebensversicherung wird wesentlich davon abhängen, ob das Kapitalmarktumfeld uns erlaubt, ein weiteres Tranchenprodukt zu lancieren.

Lassen Sie mich abschliessend noch kurz erwähnen, dass die Integrationsarbeiten von Nationale Suisse weiterhin planmässig verlaufen und weit fortgeschritten sind.

Damit gebe ich das Wort zurück an Stefan Loacker. >>>>