

Bilanzmedienkonferenz der Helvetia Gruppe

Montag, 11. März 2013

Zum Ländermarkt Schweiz

(es gilt das gesprochene Wort)

Philipp Gmür, CEO der Helvetia Schweiz

Darstellung (23) Schweizer Geschäft

Sehr geehrte Damen und Herren, wie Sie den vorangehenden Ausführungen bereits entnehmen konnten, erwies sich das Schweizer Geschäft im Jahr 2012 einmal mehr als solider Pfeiler der Helvetia Gruppe. Unser Heimmarkt verzeichnete im vergangenen Jahr Zuwächse in all jenen Bereichen, in denen wir Wachstum angestrebt haben, und zwar sowohl organisch als auch akquisitorisch – nämlich durch die Übernahme des Portfolios der «SEV Versicherungen Genossenschaft». Die Integration der beiden bereits im Jahr 2010 übernommenen Gesellschaften Alba und Phenix konnten wir im letzten Jahr erfolgreich abschliessen. Robuste versicherungstechnische Resultate und Kapitalanlageergebnisse führten wiederum zu einem sehr guten Resultat und ermöglichten es uns, weitere Reserveverstärkungen im Lebengeschäft vorzunehmen.

Darstellung (24) Markt Schweiz – Konsolidierung auf hohem Niveau

Erlauben Sie mir einleitend einen kurzen Abriss über die wichtigsten Eckwerte des Schweizer Geschäfts auf Folie 24: Der im Heimmarkt erzielte Gewinn liegt mit CHF 237 Mio. um nur 9 Prozent unter dem ausserordentlich hohen Ergebnis der Vorjahresperiode. Dies dank anhaltend guter versicherungstechnischer Ergebnisse im Leben und Nicht-Lebengeschäft und einer ebenso erfreulichen Entwicklung bei den Kapitalanlagen. Dieses gute Resultat unterstreicht die solide Verfassung der Helvetia Schweiz.

Insgesamt verzeichnete die Helvetia Schweiz im vergangenen Jahr Prämieinnahmen in Höhe von knapp 4 Mia. Diese liegen damit leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Die Prämien im Lebengeschäft gingen dabei um 3.8 Prozent zurück. Der Rückgang ist auf das Kollektivgeschäft zurückzuführen, wo wir die Zeichnung von Neugeschäft angesichts der tiefen Neugeldzinsen bewusst

gedrosselt haben. Diesen planmässigen Rückgang konnten wir sehr erfolgreich, wenn auch nicht vollständig, durch Wachstum im Einzel-Lebengeschäft kompensieren.

Erfreulich ist auch der Leistungsausweis im Nicht-Lebengeschäft. Das Prämienvolumen konnte trotz des Weiterverkaufs des bei der Akquisition von Alba und Phenix übernommenen Kranken- und Unfallportfolios nahezu gehalten werden. Das Wachstum im fortgeführten Nicht-Lebengeschäft beläuft sich auf erfreuliche 2.9 Prozent. Die Combined Ratio verbesserte sich um einen Prozentpunkt und liegt bei hervorragenden 85.0 Prozent (netto).

Darstellung (25) Lebengeschäft Schweiz

Im auf Folie 25 dargestellten Lebensversicherungsgeschäft durften wir weitere Marktanteilsgewinne verzeichnen. Im Einzel-Lebengeschäft verzeichnete die Helvetia Schweiz mit einem Plus von 11.6 Prozent einen Wachstumsschub. Wesentlicher Treiber hinter dem Anstieg der periodischen Prämien im Einzel-Leben um 2.5 Prozent ist der Kauf des Portfolios der «SEV Versicherung Genossenschaft» (SEVV). Bei den Einmaleinlagen leistete das äusserst erfolgreiche Tranchenprodukt Helvetia Value Trend II mit insgesamt rund CHF 140 Mio. Zeichnungsvolumen einen entscheidenden Beitrag zum Wachstumssprung von stolzen 22 Prozent. Neben dem eigenen Aussendienst trugen insbesondere Raiffeisen mit 24 Prozent am Neugeschäft der Einzel-Leben Einmaleinlagen und auch der Brokerkanal zur Geschäftsausweitung bei.

Auch im Kollektiv-Lebengeschäft konnten wir bei den periodischen Prämien planmässig zulegen. Aus dem Wachstum von 3.7 Prozent resultierte wieder ein Volumen von über einer Milliarde. Bei der Zeichnung von Neugeschäft per 1.1.2012 hielten wir uns, wie bereits erwähnt, mit Absicht zurück, was sich in einem Rückgang der Einmaleinlagen um 18.0 Prozent auswirkte und den gesamthaften Prämienrückgang im Kollektiv-Lebengeschäft von knapp 9 Prozent verursachte.

Die sehr guten versicherungstechnischen Resultate erlaubten uns, weitere Reserveverstärkungen vorzunehmen, um insbesondere für die anhaltende Tiefzinsphase weiterhin bestens gewappnet zu bleiben.

Darstellung (26) Nachweis zur Einhaltung der Mindestquote (OR)

Anhand der Folie 26 möchte ich kurz aufzeigen, dass wir in der beruflichen Vorsorge, die der gesetzlichen Mindestquote unterstellt ist, auch im Jahr 2012 deutlich mehr als die minimal geforderten 90 Prozent an unsere Versicherten ausgeschüttet haben. So erbrachten wir 93.2 Prozent der Bruttoeinnahmen direkt als Leistungen zugunsten unserer Versicherten. Details folgen im statutarischen Abschluss zum schweizerischen BVG-Geschäft, über den wir wie gewohnt separat orientieren werden.

Darstellung (27) Nicht-Lebengeschäft Schweiz

Widmen wir uns nun dem Nicht-Lebengeschäft, das gegenüber dem wachstumsstarken Vorjahr infolge des Weiterverkaufs des Kranken- und Unfallportfolios zwar einen marginalen Prämienrückgang von 0.8 Prozent verzeichnete, im fortgeführten Geschäft jedoch ein Wachstum von beinahe 3 Prozent erzielt hat. Dabei ist zu erwähnen, dass das Wachstum in allen fortgeführten Sparten des Nicht-Lebengeschäfts positiv ausgefallen ist. Der erwartete Prämienabrieb aus den Portfolios der Alba und Phenix blieb also praktisch vollständig aus, was die hohe Zufriedenheit mit der Helvetia seitens der neu gewonnenen Kunden unterstreicht. Überdies entfalten die neuerlichen Investitionen in die Ausbildung unserer Aussenorganisation und in zusätzliche Vertriebskanäle – Stichwort: Multi-Channelling – zunehmend ihre Wirkung. Die im April 2011 lancierte Helvetia-Jugendversicherung stiess im Jahr 2012 auf grosse Nachfrage und trug zur beabsichtigten Verjüngung unseres Kundenstamms bei.

Lassen Sie mich noch ein paar Worte zur Schadensituation 2012 sagen: Der Sturm «Andrea», die Frostschäden infolge der Kälteperiode in der ersten Hälfte Februar sowie verschiedene Hagelzüge im letzten Sommer gingen freilich nicht spurlos an der Helvetia vorüber. Dennoch hat sich der Schadensatz netto um 1.9 Prozentpunkte verbessert. Somit liegt die Combined Ratio für 2012 trotz eines leichten Anstiegs des Kostensatzes bei hervorragenden 85.0 Prozent. Dies bezeugt einmal mehr die hohe Qualität unseres Versicherungsportfolios.

Darstellung (28) Ambition Helvetia Schweiz auf Kurs

Abschliessend möchte ich kurz auf den Stand unserer Ambition Helvetia 2015+ «Spitze bei Wachstum, Rentabilität und Kundentreue» eingehen. Mit dem Kauf des Portfolios der SEV Versicherungen erzielten wir nicht nur einen Wachstumsschub im Einzel-Lebengeschäft, sondern erschliessen zugleich Zugang zu den 45'000 Mitgliedern der Gewerkschaft des Verkehrspersonals, die für uns eine interessante Affinity Group darstellen. Weiter arbeiten wir kontinuierlich daran, unsere Produktpalette sowohl im Leben- als auch im Nicht-Lebengeschäft zu erweitern, beispielsweise um die bereits erwähnte Jugendversicherung, das Tranchenprodukt Value Trend oder den Helvetia Garantieplan. Dabei behalten wir stets die Rentabilität im Auge, die aufgrund unseres risikogerechten Pricings, des ausgeglichenen Portfolio-Mix und des konsequenten Kostenmanagements nachhaltig erfreulich ist. Last but not least ergriffen wir jüngst ausgewählte Massnahmen zur weiteren Verbesserung der Kundentreue. Wir blicken im Ländermarkt Schweiz also auf ein erfolgreiches Jahr zurück und haben beste Voraussetzungen geschaffen, unseren Erfolgskurs fortzusetzen.

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