

Solo gli stupidi investono ancora in polizze vita tradizionali

2 marzo 2016

Deutschlands größter Versicherer Allianz hat auf dem hart umkämpften Markt für Autoversicherungen zugelegt. Ende 2015 versicherte die Allianz Deutschland 8,3 Millionen Fahrzeuge und damit knapp 100.000 mehr als im Jahr zuvor. Rund die Hälfte davon sei in der Abwerberunde Ende des Jahres zu dem Unternehmen gewechselt, sagte Vorstand Alexander Vollert am Dienstag bei der Präsentation der Jahreszahlen im tief verschneiten Unterföhring bei München.

Vor allem durch Preis-Vergleichsportale hatte das Wechselfieber in der Kfz-Versicherung in den vergangenen Jahren an Fahrt gewonnen. Konkurrent Huk-Coburg hat seine Zahlen für 2015 noch nicht veröffentlicht, lag im Vorjahr aber mit mehr als zehn Millionen Verträgen deutlich vor der Allianz. Das fränkische Unternehmen hatte den Münchner Versicherungsriesen vor einigen Jahren nach der Zahl der Kfz-Verträge erstmals als Nummer eins überholt und den Abstand in der Folge ausgebaut.

In den kommenden Monaten wollen beide Versicherer mit neuen Telematik-Tarifen an den Start gehen, bei denen die persönliche Fahrweise in die Berechnung der Prämie einfließt. Dies dürfte den Preiskampf in der Kfz-Versicherung nach Einschätzung von Experten weiter anheizen.

Die Schaden- und Unfallversicherung, mit der das Unternehmen im vergangenen Jahr 9,6 Milliarden Euro einnahm und damit ein Prozent mehr als im Jahr zuvor, ist eine der Säulen der Allianz Deutschland. Im größten Geschäftsbereich, der Lebensversicherung, gingen die Umsätze hingegen im vergangenen Jahr zurück und führten auch insgesamt zu rückläufigen Einnahmen: Im Vergleich zum Rekordwert des Vorjahres sank der Umsatz um gut eine Milliarde Euro auf rund 31 Milliarden Euro, wie Vorstandschef Manfred Knof berichtete, der seit verganginem Jahr an der Spitze des Unternehmens steht. Den operativen Gewinn konnte die Allianz dank eines besseren Ergebnisses aus Kapitalanlagen um vier Prozent auf 2,7 Milliarden Euro steigern.

Einen konkreten Geschäftsausblick wollte die Allianz Deutschland nicht geben. Das seien Unternehmensinterna, erklärte Finanzvorstand Burkhard Keese auf Nachfrage. Grundsätzlich rechne man aber mit Wachstum „und weiterhin mit einem operativen Gewinn“.

Grund für den Umsatzrückgang im vergangenen Jahr waren vor allem geringere Einmalzahlungen in der Lebensversicherung als 2014. Die Beitragseinnahmen sanken entsprechend auf 17,7 Milliarden Euro, ein Minus von fast sieben Prozent. Das Neugeschäft entwickle sich hingegen weiterhin gut. Gerade die neuen Lebensversicherungen ohne den früher üblichen Garantiezins seien gefragt.

2013 hatte die Allianz erstmals eine Lebensversicherung auf den Markt gebracht, in der nur die eingezahlten Beiträge garantiert sind – der sonst übliche Garantiezins wird nicht versprochen. Dafür können die Kunden von höheren Gewinnen profitieren, wenn die Anlage gute Renditen abwirft. Inzwischen hat die Allianz fast 200.000 dieser Verträge verkauft. „Wir glauben, dass die klassische Lebens- und Rentenversicherung weiter zurückgehen wird“, sagte der Chef der Allianz Leben, Markus Faulhaber. Aus Kundensicht mache sie inzwischen zwar wenig Sinn, werde aber solange angeboten, wie es Nachfrage dafür gebe.

Im Vergleich zur Konkurrenz zeigt sich insgesamt ein ähnliches Bild. In der Schaden- und Unfallversicherung kletterten nach Informationen des Branchenverbands GDV die Einnahmen, in der Lebensversicherung gingen die Beiträge leicht zurück.

Fonte: