

Medienmitteilung /

Media Relations
communication@axa-winterthur.ch

Winterthur, 18. Februar 2010

AXA Winterthur 2009: gutes Ergebnis in schwierigem Umfeld

In einem herausfordernden Marktumfeld hat die AXA Winterthur 2009 ein gutes Geschäftsergebnis erwirtschaftet. Der operative Gewinn stieg gegenüber dem Vorjahr um 1,1 Prozent auf 737 Millionen Franken. Das Geschäftsvolumen sank nur leicht um 1,1 Prozent auf 10,233 Milliarden Franken. Der konjunkturell bedingte Rückgang betraf insbesondere den Bereich Kollektivleben. Die Geschäftsvolumen in den Bereichen Schadenversicherung und Einzelleben konnten hingegen über dem Markttrend gesteigert werden. Die AXA Bank blickt auf ein erfolgreiches erstes Geschäftsjahr zurück und gewinnt kontinuierlich Kunden.

«Die AXA Winterthur hat die Krise bisher erfolgreich gemeistert und kann in einem konjunkturell schwierigen Umfeld ein gutes Geschäftsergebnis vorweisen», sagt Philippe Egger, CEO der AXA Winterthur. «Dies zeigt, dass unsere Strategie richtig ist und sich unser konsequentes Risikomanagement bewährt hat. Auf diesem erfolgreichen Weg werden wir weitergehen.» 2009 ist der operative Gewinn (Underlying Earnings) der AXA Winterthur gegenüber dem Vorjahr um 1,1 Prozent auf 737 Millionen Franken gestiegen. Nach Abzug von Abschreibungen und Wertberichtigungen konnte dieser dank der im Vergleich zum Vorjahr positiven Entwicklung der Kapitalmärkte in einen Unternehmensgewinn (Adjusted Earnings) von 716 Millionen Franken überführt werden. Der Reingewinn (Net Income) der AXA Winterthur für das Geschäftsjahr 2009 beläuft sich auf 624 Millionen Franken.

«Die Kapitalbasis der AXA Winterthur ist 2009 weiter gestärkt worden», freut sich Christoph Jurecka, CFO der AXA Winterthur. «Im Bereich Leben konnten wir die Solvenz I, die per Ende 2008 auf 184 Prozent lag, noch einmal markant auf rund 200 Prozent steigern.» Das Rating «AA-» von Standard&Poor's ist ein weiterer Beleg für die Kapitalstärke der AXA Winterthur.

Überdurchschnittliches Wachstum im Nichtleben

Im weitgehend gesättigten Nichtleben-Markt hat die AXA Winterthur die Bruttoprämien um 1,6 Prozent gesteigert und liegt damit deutlich über dem durchschnittlichen Wachstum der Branche. Trotz weniger Neuzulassungen von Motorfahrzeugen (-8,5 Prozent gegenüber 2008) hat die AXA Winterthur im Motorfahrzeug- und Hausrat-Geschäft den Bestand an Verträgen um rund 29'000 erhöht. Die Combined Ratio ist um 0,4 Prozentpunkte gestiegen und liegt per Ende Jahr auf dem tiefen Wert von 94,0 Prozent. Dies, obwohl die AXA Winterthur 2009 mit den sommerlichen Hagelzügen ein Rekord-Schadeneignis im Motorfahrzeugbereich zu bewältigen hatte.

Einzelleben wächst dank «TwinStar Income»

Im Einzelleben sind die im Mai 2009 neu lancierten «TwinStar Income»-Produkte bei den Kunden von Anfang an auf grosses Interesse gestossen. Mit einem Geschäftsvolumen von 278 Millionen Franken sind sie in kurzer Zeit zu einem wichtigen Pfeiler im Lebensversicherungsgeschäft der AXA Winterthur geworden. Das Neugeschäft (APE) im Einzelleben hat dank der «TwinStar Income»-Produkte um 13,8 Prozent auf 124 Millionen Franken zugelegt. Für Philippe Egger zeigt der Erfolg der «TwinStar Income»-Produkte beispielhaft, wie die AXA Winterthur auch von der Innovationskraft der AXA Gruppe profitieren und schnell neue Produkte im Schweizer Markt lancieren kann. Die Auszahlungspläne «TwinStar Income» und «TwinStar Income Plus» verbinden die Sicherheit einer Versicherungslösung mit einem hohen Ertragspotenzial und grosser Flexibilität beim Kapitalbezug. Massgeschneidert für die Generation «50 plus» stellen sie eine Ergänzung zu den traditionellen Vorsorgelösungen dar.

Konjunktur bremst Kollektivleben

Stark betroffen von der konjunkturellen Baisse war 2009 das Geschäftsfeld Kollektivleben. Das Geschäftsvolumen ist in diesem Bereich um 4,7 Prozent zurückgegangen, das Neugeschäft hat sich gegenüber dem Vorjahr um 22,2 Prozent reduziert. Die Zahlen widerspiegeln zwei Tendenzen: Einerseits ist die Zahl der Firmengründungen rückläufig und jene der Konkurse stark gestiegen. Andererseits hat die hohe Zahl von Vorsorgewerken in Unterdeckung die Konkurrenz zwischen autonomen und teilautonomen Pensionskassen und den vollständig rückgedeckten Sammelstiftungen der Lebensversicherer praktisch zum Erliegen gebracht. «Das Vollversicherungsmodell hat sich in der Krise für Arbeitnehmer und KMU bewährt, aber der Markt in diesem Bereich ist praktisch eingefroren», sagt Philippe Egger.

Die AXA Bank ist auf Erfolgskurs

Ende Januar 2009 erfolgte der Markteintritt der AXA Bank. Die Direkt-Bank ist nach dem ersten operativen Geschäftsjahr auf Kurs und betreut bereits über 290 Millionen Spargelder von über 13'700 Kunden. «Mitten in der Finanz- und Wirtschaftskrise eine Bank zu lancieren, war herausfordernd. Die Zahlen zeigen, dass es uns gelungen ist, das Vertrauen der Kunden zu gewinnen», sagt AXA Bank-CEO Urs Widmer. «Unsere einfachen Sparprodukte mit attraktiven Zinsen und gebührenfreien Basisdienstleistungen entsprechen offensichtlich einem Kundenbedürfnis.» Mit dem Assurbanking-Modell, dem Vertrieb von Bankprodukten über den Versicherungskanal, kommt die AXA Winterthur in Zusammenarbeit mit der AXA Bank einem weiteren Kundenwunsch nach: finanzielle Sicherheit aus einer Hand. «Mehr als die Hälfte unserer Kunden haben sich nach einem Gespräch mit einem AXA Winterthur-Berater für ein AXA Bank-Produkt entschieden. Unsere Strategie, mit Bankprodukten das bestehende Versicherungs- und Vorsorgeangebot zu ergänzen, bewährt sich», so Urs Widmer. Nach dem ersten Geschäftsjahr bietet die AXA Bank ein Sparkonto Plus (1,4% Zins), ein Festgeldkonto (0,7% Zins) sowie ein Vorsorgekonto 3a (2,3% Zins).

Mit «Route 2012» weiterhin auf Kurs

Neben der gelungenen Lancierung der AXA Bank und von «TwinStar Income» ist die AXA Winterthur bei der Umsetzung ihrer Fünfjahresstrategie «Route 2012» auch in anderen Bereichen einen grossen Schritt vorangekommen. So hat sie erfolgreich das «Pension Solutions Center» lanciert, welches eine breite Palette an Dienstleistungen für autonome und halbautonome Pensionskassen anbietet. Im Bereich Nichtleben sind mit «Mobil in einer Stunde» und «Produktersatz in 48 Stunden» zwei bindende Serviceversprechen für Privatkunden eingeführt worden. Für AXA Winterthur-CEO Philippe Egger war das Jahr 2009 auch deshalb erfreulich, weil trotz Krise keine Kündigungen aus wirtschaftlichen Gründen ausgesprochen werden mussten. «Einmal mehr ist die AXA Winterthur ihrem Ruf als verantwortungsvoller Arbeitgeber gerecht geworden, der zu seinen Mitarbeitern steht und mit ihnen in die Zukunft geht», sagt Philippe Egger. Jenseits aller Zahlen sei dies der Erfolg, der ihn am meisten freue. Auch 2010 wird die AXA Winterthur wieder einen hohen zweistelligen Millionenbetrag in zukunftsweisende Projekte investieren. Ziel ist es, den grössten Schweizer Versicherer für seine 1,6 Millionen Kundinnen und Kunden noch attraktiver zu machen, als er es heute schon ist.

Weitere Informationen

AXA Winterthur, Media Relations, +41 52 261 77 44

Diese Medienmitteilung ist im Internet verfügbar: www.axa-winterthur.ch

AXA Winterthur

Die zur AXA Gruppe gehörende AXA Winterthur ist der führende Allbranchenversicherer der Schweiz. Sie bietet ihren Kunden finanzielle Sicherheit mit einer breiten Palette von Personen-, Sach- und Haftpflichtversicherungslösungen, massgeschneiderten Lebensversicherungs- und Pensionskassenlösungen sowie Anlageprodukten für Privat- und Unternehmenskunden. Die AXA Winterthur beschäftigt rund 4300 Mitarbeitende. Im Vertriebsnetz mit über 300 selbständigen Generalagenturen und Agenturen sind zudem rund 2900 Mitarbeitende exklusiv für die AXA Winterthur tätig.

AXA Bank

Die AXA Bank gehört, wie die AXA Winterthur, zur AXA Gruppe, einem der grössten Vermögensverwalter der Welt. Die AXA Gruppe bietet Kunden in mehreren europäischen Ländern Bankprodukte zu attraktiven Konditionen an. Die AXA Bank in der Schweiz ist eine Zweigniederlassung der AXA Bank Europe mit über 100 Jahren Erfahrung und Sitz in Belgien. Die AXA Bank ist eine Direkt-Bank für Privatkunden. Sie untersteht der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht (FINMA).

Kennzahlen AXA Winterthur, in Millionen Franken, auf vergleichbarer Basis

	2008	2009	Veränderung
AXA Winterthur kumuliert			
Geschäftsvolumen	10'344	10'233	-1,1%
davon Bruttoprämien Direktgeschäft	10'344	9'968	-3,6%
davon Investment Contracts	0	265	n/a
Operativer Gewinn (Underlying Earnings)	729	737	+1,1%
Unternehmensgewinn (Adjusted Earnings)	69	716	+938%
Reingewinn (Net Income)	-169	624	n/a
Schadenversicherung (Nicht-Leben)			
Bruttoprämien	3'211	3'263	+1,6%
Neugeschäft Motorfahrzeug/Hausrat netto (in Anzahl Verträgen)	39'841	28'821	-27,7%
Schaden-/Kostensatz (Combined Ratio) in %	93,6%	94,0%	+40 bps
Leben kumuliert			
Geschäftsvolumen (inkl. Investment Contracts)	7'133	6'970	-2,4%
davon Bruttoprämien Direktgeschäft	7'133	6'705	-6,0%
davon Investment Contracts	0	265	n/a
Neugeschäft (APE)	444	385	-13,4%
Kollektivleben			
Bruttoprämien	5'996	5'717	-4,7%
Neugeschäft (APE)	335	261	-22,2%
Einzelleben			
Bruttoprämien	1'137	1'253	+10,2%
davon Bruttoprämien Direktgeschäft	1'137	988	-13,1%
davon Investment Contracts	0	265	n/a
Neugeschäft (APE)	109	124	+13,8
Mitarbeiter (Vollzeitstellen FTE)			
Mitarbeiter AXA Winterthur	4'075	4'006	-1,7%
Mitarbeiter selbständige Generalagenturen/Agenturen	2'700	2'700	0,0%
davon Mitarbeiter im Aussendienst	1'900	2'000	+5,3%
AXA Bank (per 23. Januar 2010)			
Netto Neugeldzufluss	-	296	
Kunden	-	13'700	
Mitarbeiter	25	30	20%

Glossar

Investment Contracts

Investment Contracts sind Sparanlagen, welche keine Versicherungsrisiken abdecken und daher gemäss IFRS 39 analog Bankprodukten bilanziert werden, d.h. die Prämie wird in einen Spar- und einen Kostenteil aufgeteilt. Der Sparteil wird direkt als finanzielle Verbindlichkeit passiviert und nicht als Umsatz über die Erfolgsrechnung verbucht. Das geschriebene Neugeschäft darf als Teil des APE angerechnet werden.

Jahresprämienäquivalent (APE)

Das Jahresprämienäquivalent (Annual Premium Equivalent) ist die Standardmessgrösse für das Neugeschäftsvolumen in der Lebensversicherung während einer Berichtsperiode. Sie errechnet sich aus der Summe von 100 Prozent der Jahresprämien aus dem Neugeschäft und 10 Prozent der Einmalprämien.

Schaden-Kosten-Satz (Combined Ratio)

Die Combined Ratio ist die Kennzahl zur Beurteilung der Rentabilität im Nichtleben-Geschäft. Mit dem Schaden-Kosten-Satz wird das Verhältnis von Schadenaufwand (Schadensatz), Kosten (Kostensatz) und Gewinnbeteiligungen (Gewinnbeteiligungssatz) zu den Prämien ausgedrückt.

Operativer Gewinn (Underlying Earnings)

Die Underlying Earnings (operativer Gewinn) geben Auskunft über das versicherungstechnische Ergebnis, inklusive Ertrag aus Kapitalanlagen und abzüglich der darauf entrichteten Steuern.

Unternehmensgewinn (Adjusted Earnings)

Die Adjusted Earnings (Unternehmensgewinn) zeigen das Ergebnis aus operativem Gewinn (Underlying Earnings) inklusive realisierter Gewinne sowie Wertberichtigungen und Abschreibungen aus den Kapitalanlagen, abzüglich der darauf entrichteten Steuern.

Reingewinn (Net Income)

Die Kennzahl Net Income entspricht dem Jahresergebnis der Gewinn- und Verlustrechnung für die laufende Periode. Sie errechnet sich aus den Adjusted Earnings plus Erfolg aus Marktschwankungen, Währungseffekten sowie Abschreibungen von immateriellen Vermögenswerten, abzüglich der darauf entrichteten Steuern.