

AXA Winterthur im 3. Quartal 2012: Wachstum setzt sich fort

In den ersten neun Monaten 2012 ist das Geschäftsvolumen der AXA Winterthur gegenüber der Vorjahresperiode um 1,1 Prozent auf 10,034 Milliarden Franken angestiegen. Dazu haben sowohl die Schadenversicherung (+1,3 %) als auch das Lebengeschäft (+1,1 %) beigetragen. Das Neugeschäft mit Lebensversicherungen für Privatkunden steigerte sich um 1,4 Prozent, das Neugeschäft in der 2. Säule (Kollektivleben) verringerte sich gegenüber den ersten neun Monaten des Rekordjahres 2011 um 13,9 Prozent von 331 Millionen auf 284 Millionen Franken.

Im Geschäft mit der 2. Säule (Kollektivleben) stiegen die eingenommenen Bruttoprämien um 1,5 Prozent auf 5,991 Milliarden Franken. Das Neugeschäft (APE) ging im Vergleich zur Vorjahresperiode um 13,9 Prozent zurück, was nach dem Neugeschäfts-Rekordjahr 2011 einem erwarteten Rückgang entspricht. «In Anbetracht des schwierigen Marktumfeldes liegt das Neugeschäft mit 284 Millionen Franken weiterhin auf einem guten Niveau und zudem über einem durchschnittlichen Jahr», sagt Philippe Egger, CEO der AXA Winterthur.

Das Neugeschäft mit Lebensversicherungen für Privatpersonen (Einzelleben) erhöhte sich gegenüber der Vorjahresperiode um weitere 1,4 Prozent auf 88 Millionen Franken. «Mit den Produkten Protect Invest und Protect Plan, die Kapitalschutz mit Renditepotenzial, einer jährlichen Gewinnabsicherung und einer hohen Flexibilität verbinden, entsprechen wir den Bedürfnissen unserer Kunden», stellt Fabrizio Petrillo, Finanzchef der AXA Winterthur, fest.

Online-Abschlüsse tragen zum Wachstum bei

Im Bereich der Schadenversicherung erzielte die AXA Winterthur in den ersten neun Monaten 2012 gegenüber der Vorjahresperiode eine Erhöhung der Prämieinnahmen um 1,3 Prozent auf 3,147 Milliarden Franken – dies in einem kompetitiven und bereits stark gesättigten Markt. Einer der Treiber für das Wachstum sind die zunehmenden Online-Abschlüsse über den eigenen Internetauftritt AXA.ch. Das zeigt, dass das «Multi-Access-Modell» der AXA Winterthur den unterschiedlichen Bedürfnissen ihrer Kunden entgegenkommt: Ob jemand die Webseite AXA.ch besucht, in einer Agentur vorbeigeht, die 0800er-Nummer anruft oder eine Facebook-Nachricht hinterlässt, er gelangt sofort an die richtige Stelle und profitiert von gleichen Produkten, innovativen Dienstleistungen und attraktiven Preisen. Ein weiterer Beleg für die grosse Präsenz im Netz ist auch die stark wachsende digitale Fangemeinde: Vor kurzem verzeichnete die AXA Winterthur den 12'000-sten «Liker» auf Facebook.

AXA ist die wertvollste Versicherungsmarke

Im soeben veröffentlichten internationalen Marken-Ranking der Firma Interbrand belegt die AXA den 58. Platz und ist damit bereits zum vierten Mal in Folge die wertvollste Versicherungsmarke der Welt. Gemäss Interbrand, welche die Markenwertmessungen jährlich durchführt und die Liste der wertvollsten Marken veröffentlicht, beläuft sich der Markenwert der AXA auf rund 6,75 Milliarden Euro und ist damit gegenüber dem Vorjahr um 1 Prozent gewachsen.

Kennzahlen AXA Winterthur (in Millionen Franken, auf vergleichbarer Basis)

	Q3 2011	Q3 2012	Veränderung
AXA Winterthur kumuliert			
Geschäftsvolumen	9'920	10'034	1,1 %
▪ davon Bruttoprämien Direktgeschäft	9'743	9'888	1,5 %
▪ davon Investment Contracts	177	146	-17,6 %
Schadenversicherung (Nicht-Leben)			
Bruttoprämien	3'107	3'147	1,3 %
Leben kumuliert			
Geschäftsvolumen (inkl. Investment Contracts)	6'813	6'887	1,1 %
▪ davon Bruttoprämien Direktgeschäft	6'636	6'742	1,6 %
▪ davon Investment Contracts	177	146	-17,6 %
Neugeschäft (APE)	417	372	-10,8 %
Kollektivleben			
Bruttoprämien	5'902	5'991	1,5 %
Neugeschäft (APE)	331	284	-13,9 %
Einzelleben			
Geschäftsvolumen	911	897	-1,6 %
▪ davon Bruttoprämien Direktgeschäft	734	751	2,3 %
▪ davon Investment Contracts	177	146	-17,6 %
Neugeschäft (APE)	87	88	1,4 %

Glossar

Investment Contracts

Investment Contracts sind Sparanlagen, welche keine Versicherungsrisiken abdecken und daher gemäss IAS 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 dem 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.

Weitere Informationen

Die Medienmitteilung ist im Internet verfügbar: [AXA.ch](http://www.axa.ch)

Online finden Sie uns auf folgenden Kanälen

http://www.twitter.com/AXA_Schweiz

<http://www.xing.com/companies/AXAWINTERTHUR>

<http://www.facebook.com/AXACH>

http://www.flickr.com/photos/AXA_CH

<http://www.youtube.com/axaschweiz>

http://www.slideshare.net/AXA_CH

Kontakt

AXA Winterthur, [Media Relations, +41 52 261 77 44, media@axa.ch](mailto:media@axa.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 Bankprodukten mit Bankpartnern. Die AXA Winterthur beschäftigt über 4'000 Mitarbeitende. Im Vertriebsnetz mit 280 selbständigen Generalagenturen und Agenturen sind zudem rund 2'750 Mitarbeitende exklusiv für die AXA Winterthur tätig. Im Jahr 2011 erzielte die AXA Winterthur ein Geschäftsvolumen von 11,1 Milliarden Franken.