

Jahresbericht 2018: Zurich Gruppe Deutschland übertrifft ihre Ziele

Dr. Carsten Schildknecht

©

• Betriebsergebnis steigt deutlich um +9,1 Prozent auf 401 Millionen Euro • Schaden-/Kostenquote verbessert sich um rund 1,1%p auf 94,3 Prozent und ist damit besser als der Marktdurchschnitt • Versicherungsbeiträge steigen um +0,8 Prozent auf 5,548 Mrd. Euro • Solvenzquote in der Lebensversicherung von 276 Prozent (2017: 186 Prozent) • Prozess der Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie gestartet, Strategische Imperative definiert und erste Maßnahmen erfolgreich umgesetzt

Die Zurich Gruppe Deutschland hat im Jahr 2018 ihre finanziellen Kernziele übertroffen und blickt damit auf ein erfolgreiches Geschäftsergebnis für das Gesamtjahr zurück. Die vorläufigen Zahlen geben auch die ersten Erfolge wieder, die von Dr. Carsten Schildknecht, seit dem 1. Februar 2018 Vorstandsvorsitzender der Zurich Gruppe Deutschland, im Rahmen der Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie erreicht wurden. „Ich bin mit der Entwicklung im vergangenen Jahr sehr zufrieden. Wir haben einen riesigen Schritt nach vorne gemacht und konkrete Erfolge erzielt. Diese schlagen sich in den guten Geschäftsergebnissen 2018 nieder, die teils sogar über unseren Erwartungen liegen. Auf diesen Erfolgen werden wir weiter aufbauen“, so Carsten Schildknecht.

Operatives Ergebnis über Plan

Der Business Operating Profit (BOP, Zurich Kennzahl für das operative Betriebsergebnis) stieg im Vergleich zum Vorjahr um 33 Millionen Euro um 9,1 Prozent auf 401 Millionen Euro (2017: 368 Millionen Euro). Damit lag das Betriebsergebnis deutlich über Plan, was auf eine gute operative Entwicklung sowie positive Sonder- und Einmaleffekte, unter anderem eine günstige Schadenentwicklung, zurückzuführen ist. „Ich bin sehr zufrieden mit der positiven Ergebnisentwicklung der Zurich Gruppe Deutschland in 2018. Nicht nur in unserem Betriebsergebnis lagen wir deutlich über unserem Plan, vor allem haben wir in problematischen Bereichen eine substanzielle Trendumkehr erreicht. Dies ist auf erste erfolgreich umgesetzte Maßnahmen im Rahmen der Weiterentwicklung unserer Unternehmensstrategie zurückzuführen. Wir haben im vergangenen Jahr die richtigen Entscheidungen getroffen, setzen diese konsequent um und finden damit ins Wachstum zurück“, so Carsten Schildknecht.

Schaden-/Kostenquote deutlich besser als Marktdurchschnitt

Auch die Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) wurde im Geschäftsjahr 2018 weiter verbessert: Sie konnte um 1,1% Prozentpunkte von 95,4 Prozent (2017) auf 94,3 Prozent (2018) gesenkt werden, womit sie deutlich unter dem erwarteten Marktdurchschnitt (rund 96 Prozent) lag. „Die sehr gute Schaden-/Kostenquote hat unter anderem zu dem hervorragenden Betriebsergebnis (BOP) beigetragen. Erreicht haben wir dies, indem wir unser ertragsorientiertes Underwriting und effektives Schadenmanagement erfolgreich weiterentwickelt haben“, erläutert Torsten Utecht, Finanzvorstand der Zurich Gruppe Deutschland.

Positive Trendumkehr bei den Versicherungsbeiträgen

Die Versicherungsbeiträge (Gross Written Premium, GWP) stiegen insgesamt um 0,8 Prozent auf 5,548 Milliarden Euro (2017: 5,506 Milliarden Euro). Diese Entwicklung markiert eine Trendumkehr, nachdem die GWP in den beiden Vorjahren um jeweils rund sieben Prozent rückläufig waren. Insbesondere das gute Leben-Geschäft hat zu dieser positiven Entwicklung beigetragen: Die Versicherungsprämien stiegen hier um 1,9 Prozent von 3,229 Milliarden Euro auf 3,291 Milliarden Euro in 2018. Die Prämienentwicklung im Schaden- und Unfallgeschäft (Property & Casualty, P&C) war um 0,8 Prozent auf 2,257 Milliarden Euro (2017: 2,276) leicht rückläufig. Diese Entwicklung ist insbesondere auf geringere Prämieinnahmen im Motorgeschäft (2018: 953 Millionen Euro gegenüber 2017: 973 Millionen Euro) zurückzuführen. Das Non-Motorgeschäft lag dagegen mit 1,304 Milliarden Euro auf Vorjahresniveau (2017: 1,303 Milliarden Euro). „Die Rückgänge im Motorgeschäft sind insbesondere auf eine schwächere Entwicklung bei DA Direkt zurückzuführen. Um diesen Trend umzukehren und DA Direkt wieder auf Wachstum zu bringen, haben wir beschlossen, DA Direkt strategisch neu auszurichten, das Geschäftsmodell auszubauen und in einer eigenständigen Proposition nachhaltig zu stärken. Das Unternehmen wird sich künftig verstärkt an Kunden richten, die selbstgesteuert und preissensitiv agieren und Online-basierte Zugänge präferieren“, erläutert Carsten Schildknecht.

Eine positive Trendumkehr wurde im für Zurich wichtigen Banken Vertriebskanal erreicht. Hier wurde 2018 ein Plus im Neugeschäft von 8 Prozent in der Lebensversicherung erreicht, womit ein Turn-around gegenüber den Rückgängen aus den Vorjahren gelang.

Besonders erfolgreich schloss die Zurich Tochter RealGarant das Geschäftsjahr 2018 ab. Das im Segment der Garantiever sicherung tätige Unternehmen erwirtschaftete gegenüber dem Vorjahr ein sehr hohes Prämienplus von 15,8 Prozent.

Solvenzquote deutlich gesteigert

Die Solvenzquote der Zurich Deutscher Herold Lebensversicherungs AG (ZDHL) konnte gegenüber dem Vorjahr deutlich gesteigert werden und betrug zum 31.12.2018 solide 276 Prozent (Vorjahr: 186 Prozent; jeweils ohne Übergangsmaßnahmen / Transitional Measures). Die Summe der Kapitalanlagen lag im Geschäftsjahr 2018 bei 47,208 Milliarden Euro (2017: 48,062 Milliarden Euro). „Die gute Entwicklung der Solvenzquote ist wesentlich darauf zurückzuführen, dass wir die Eigenmittel der ZDHL weiter stärken konnten“, berichtet Torsten Utecht.

Strategie- und Kulturwandel auf Kurs

Die Zurich Gruppe Deutschland startete im Jahr 2018 einen umfassenden Prozess zum Strategie- und Kulturwandel. „Wir haben zunächst unsere Ausgangslage sehr offen und schonungslos analysiert. Dabei hat sich zügig herauskristallisiert, dass wir auch einen nachhaltigen, kulturellen Wandel benötigen, um die Herausforderungen unserer Industrie zu bewältigen“, so der Vorstandsvorsitzende der Zurich Gruppe Deutschland. „Wir haben unsere Mitarbeiter eingeladen diesen komplexen Prozess mitzugestalten und Herausforderungen, Stärken und Chancen herauszuarbeiten.“ In einem ersten Ergebnis wurden so neun Strategische Imperative definiert. Im Einklang mit der Gruppenstrategie der Zurich Insurance Group bilden Sie die strategischen Leitlinien der Zurich Gruppe Deutschland für die kommenden fünf Jahre. In den neun Strategischen Imperativen fokussiert Zurich auf:

- Kultur gestalten und Mitarbeiter mobilisieren
- IT modernisieren und Prozesse standardmäßig digitalisieren
- Innovation beschleunigen und Megatrends erfolgreich verwerten
- Zurich Beratungs-Positionen stärken und Geschäft mit kleinen und mittelständischen Unternehmen ausbauen
- DA Direkt Position schärfen und Geschäftsmodell ausbauen
- Kunden und Partner: Zufriedenheit und Erlebnisse verbessert
- Vertrieb: Partnerschaften und Kapazitäten ausbauen

- Schaden- und Unfall (P&C): Wachstumskurs stärken
- Leben: Neugeschäft revitalisieren

„Die Definition der Strategischen Imperative und der Zeithorizont von fünf Jahren machen deutlich, dass wir langfristig und konsistent denken und handeln, und uns auf dieser Basis stärker auf Wachstum ausrichten“, so Schildknecht.

Mit Innovationen und neuen Arbeitswelten auf Wachstumskurs

„Ich habe im letzten Jahr deutlich gemacht, dass es unser Ziel ist, den Wandel der Versicherungsbranche zum Angriff zu nutzen. Dieses Versprechen haben wir gehalten und uns entsprechend aufgestellt, um unterstützt durch Innovationen wieder zu signifikantem Wachstum zurückfinden und unseren Marktanteil in Deutschland steigern. Dazu haben wir unter anderem sechs Innovation Labs eingerichtet. Die drei Innovation Labs Mobility, Smart Home und New Life fokussieren auf konkrete Produktinnovationen in den jeweiligen Themenbereichen. Drei weitere Innovation Labs Analytics & Maschinelles Lernen, Prozessdigitalisierung & Lean sowie Digitale Schnittstellen & Innovation IT konzentrieren sich dagegen vor allem auf signifikante technische und prozessuale Fähigkeiten“, so Carsten Schildknecht. „Das Thema Innovation spiegelt sich auch in unseren bereits neu geschaffenen Arbeitswelten in Frankfurt und ab Herbst 2019 auch in Köln wieder. Moderne und offen gestaltete Büroflächen werden die Kommunikation untereinander sowie kreatives und agiles Arbeiten fördern und uns auf unserem strategischen Weg maßgeblich unterstützen.“

Terminhinweis:

Wir laden zum Medien-Chat mit Dr. Carsten Schildknecht und Torsten Utecht am Mittwoch, 13. März 2019 von 11:30 bis 12:00 Uhr auf unserem Twitter-Kanal: [zurich_de](#)

KONTAKT

Zurich Gruppe Deutschland
Unternehmenskommunikation
Bernd O. Engelen
Telefon +49 (0) 228 268 2725
Telefax +49 (0) 228 268 2809
bernd.engelen@zurich.com
<http://www.zurich-news.de>