

München, 17.09.2013

## **Assekurata zeichnet den Lebensversicherer Swiss Life erneut mit dem Qualitätsurteil „A“ aus**

**Die Kölner Ratinggesellschaft Assekurata bewertet die Qualität von Versicherungsunternehmen aus Kundensicht. Wie das Ergebnis der aktuellen Untersuchung von Assekurata zeigt, ist Swiss Life Deutschland ein sicherer Anbieter mit hoher Kundenorientierung. In den Teilqualitäten „Kundenorientierung“ und „Sicherheit“ erreichte der Vorsorgespezialist jeweils die Bestnote („sehr gut“). Die Note „gut“ vergab die Ratingagentur in den Kategorien „Erfolg“ sowie „Wachstum/Attraktivität im Markt“, während die „Gewinnbeteiligung/Performance“ als „voll zufriedenstellend“ beurteilt wurde. Damit konnte der Lebensversicherer die gute Unternehmensbewertung aus dem Vorjahr bestätigen.**

### **Sehr gute finanzielle Ausstattung bei den Sicherheitsmitteln**

„Für die sehr gute Bewertung der Sicherheitslage sind unsere überdurchschnittliche Eigenkapitalausstattung sowie das effiziente Risikomanagement ausschlaggebend“, freut sich Manfred Behrens, CEO von Swiss Life Deutschland. „Im Hinblick auf die zukünftigen Vorgaben von Solvency II konnten wir uns ebenfalls exzellent positionieren. Auch die konsequente Vermeidung von Zinsgarantierisiken sowie die Steuerung der Laufzeit unserer Kapitalanlagen im Rahmen des Asset-Liability-Managements wurden positiv hervorgehoben. So stellen wir sicher, dass wir die langfristigen Verpflichtungen gegenüber den Versicherungsnehmern erfüllen können. Gerade bei der persönlichen Altersvorsorge suchen Versicherungskunden vor allem Sicherheit und Vertrauen. Sie wollen sicher gehen, dass ihr Geld in guten Händen ist.“

### **Hohe Kundenorientierung und -bindung**

Die Ergebnisse der Kundenbefragung fielen sehr positiv aus. Betrachtet werden dabei alle Erfahrungen bzw. Berührungspunkte des Kunden mit dem Versicherer – also von den Produkten und Preisen über den Schriftverkehr bis zum Verhalten der Mitarbeiter im Vertrieb und Innendienst.

„Nach Ansicht von Assekurata zeichnet sich Swiss Life durch eine sehr gute Kundenorientierung aus – ebenso hat die Bindung der Endkunden ans Unternehmen spürbar zugenommen“, erklärt

Dr. Tilo Finck, Head Insurance bei Swiss Life Deutschland. „Mit einer Vielzahl von Maßnahmen haben wir unsere Serviceorientierung gesteigert. Das ist sicher einer der Gründe, warum Kundenbindung in der Wahrnehmung von Assekurata inzwischen ein gelebtes Element bei Swiss Life ist.“

Nachdem Swiss Life Deutschland ihre Produkte nahezu ausschließlich über Makler und Mehrfachagenten vertreibt, führte die Ratingagentur eine ergänzende Vertriebspartnerbefragung durch. „Die Zufriedenheit ist groß, wobei unsere Leistungsregulierung von den Geschäftspartnern besonders gelobt wurde“, so Finck. „Weiterhin arbeiten wir intensiv daran, die positiven Serviceerlebnisse für unsere Partner zu steigern. Wir werden Entscheidungswege verkürzen um Geschäftsprozesse noch effizienter zu gestalten und die Durchlaufzeiten zu reduzieren.“

Der überdurchschnittliche Ausbildungsstand der Mitarbeiter und die umfangreichen Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen haben nach Meinung von Assekurata zur Steigerung der qualifizierten Beratung beigetragen und stehen im Einklang mit den hohen Servicezielen des Unternehmens. Dies unterstreichen auch die verbesserten Ergebnisse der aktuellen Kundenbefragung.

## **Erfolg**

Es überrascht nicht, wenn Assekurata die Erfolgsfaktoren im aktuellen Wettbewerbsumfeld zurückhaltender beurteilt als in der Vergangenheit. „Insbesondere die anhaltend niedrigen Zinsen am Kapitalmarkt machen es Lebensversicherern schwerer, mit ihren auf Sicherheit bedachten Kapitalanlagen eine attraktive Rendite zu erzielen“, erläutert Behrens. „Auch wenn dies bei Swiss Life trotzdem gelungen ist, zwingen das ökonomische Umfeld und die zunehmende Regulierung alle Versicherer zu einer extrem sicherheitsorientierten Überschusspolitik. Und die wirkt sich wiederum unmittelbar auf das Neugeschäft aus. Hinzu kommt, dass der Wettbewerb – beispielsweise bei Berufsunfähigkeitsversicherungen – sehr intensiv und preisgetrieben ist.“

Dauerhaft stuft Assekurata die Ertragslage von Swiss Life weiterhin als gut ein. Im Ergebnis verbesserte sich 2012 die Nettoverzinsung von 4,75 % auf 5,04 % und dürfte sich damit deutlich über dem Marktdurchschnitt bewegen, den Assekurata bei etwa 4,50 % erwartet. Aus der generellen Kapitalmarktentwicklung resultiert 2012 ein deutlicher Anstieg der gesamten stillen Reserven, insbesondere in den festverzinslichen Wertpapieren, was sich positiv auf die Gesamtperformance der Kapitalanlagen auswirkt.

## **Wachstum/Attraktivität im Markt**

Strategisch konzentriert sich Swiss Life vor allem auf moderne Garantieprodukte, betriebliche Altersversorgung sowie auf die Absicherung biometrischer Risiken wie Berufsunfähigkeit und Pflegebedürftigkeit. Gerade bei der Biometrie sieht Assekurata Wachstumspotenziale. „Bei der Berufsunfähigkeitsabsicherung konnten wir uns durch die frühzeitige Umstellung auf die Unisex-Tarifierung Mitte 2012 im Wettbewerb sehr gut platzieren“, erklärt Finck. „In einer alternden

Gesellschaft sind zudem Lösungen zur Absicherung im Pflegefall gefragt. Mit unserer Pflegeentenversicherung Swiss Life Pflege- & Vermögensschutz haben wir eine Mehrzwecklösung für ein drängendes gesellschaftliches Problem gefunden.“ Vor diesem Hintergrund entwickeln sich die Beitragseinnahmen nach laufenden Prämien weiterhin positiv.

### **Gewinnbeteiligung/Performance**

Bei diesem Punkt sieht Assekurata Verbesserungspotenzial, da die laufende deklarierte Verzinsung von 3,30 % unter dem Marktdurchschnitt liegt. „Allerdings nähern wir uns dieser Marke wieder an, nachdem die anderen Lebensversicherer ihre Überschussdeklaration 2013 in der Regel stärker senken mussten als Swiss Life“, erklärt Finck.

Damit hat sich Swiss Life dem kundenorientierten Ratingverfahren von Assekurata nun bereits zum 9. Mal in Folge freiwillig unterzogen.

### **Auskunft**

Swiss Life Deutschland  
Karin Stadler  
Berliner Str. 85, 80805 München  
Tel.: 089/3 81 09 - 13 43  
Fax: 089/3 81 09 - 44 74  
E-Mail: [pressestelle@swisslife.de](mailto:pressestelle@swisslife.de)

Fortis PR  
Andrea Melzer  
Robert-Koch-Str. 13, 80538 München  
Tel. 089/45 22 78 -10  
Fax 089/45 22 78 - 22  
E-Mail: [swisslife@fortispr.de](mailto:swisslife@fortispr.de)

### **Über Swiss Life Deutschland**

Swiss Life Deutschland ist ein führendes Finanzberatungs- und Versicherungsunternehmen. Mit unseren qualifizierten Beraterinnen und Beratern und unseren vielfach ausgezeichneten Produkten sind wir ein Qualitätsanbieter im deutschen Markt.

Unter der Marke Swiss Life stehen Privat- und Firmenkunden innovative Versicherungsprodukte und Dienstleistungen in den Bereichen Vorsorge und Sicherheit zur Verfügung. Kernkompetenzen sind dabei die Berufsunfähigkeitsabsicherung, die betriebliche Altersvorsorge und moderne Garantiekonzepte. Der Vertrieb erfolgt über die Zusammenarbeit mit Maklern, Mehrfachagenten, Finanzdienstleistern und Banken. Die 1866 gegründete deutsche Niederlassung von Swiss Life hat ihren Sitz in München und beschäftigt einschließlich Tochtergesellschaften rund 700 Mitarbeiter.

Die Marken Swiss Life Select, tecis, HORBACH und Proventus stehen für ganzheitliche und individuelle Finanzberatung. Kunden erhalten dank des Best-Select-Beratungsansatzes eine fundierte Auswahl passender Lösungen von ausgewählten Produktpartnern in den Bereichen Altersvorsorge, persönliche Absicherung, Vermögensplanung und Finanzierung. Für die Sicherheit und finanzielle Unabhängigkeit der Kunden engagieren sich deutschlandweit über 3.000 Berater. Hauptsitz für die Endkundenvertriebe ist Hannover mit rund 500 Mitarbeitern.

Swiss Life Deutschland ist Teil des Swiss Life Konzerns mit Sitz in Zürich, einem führenden europäischen Anbieter von umfassenden Vorsorge- und Finanzlösungen.