

RÜCKBLICK AUF DAS GESCHÄFTSJAHR 2024

Jahrespressegespräch ALH Gruppe 2025

Microsoft Teams, 27.03.2025

Agenda

1. Kennzahlen Alte Leipziger Lebensversicherung
2. Unsere Lösungen gegen Altersarmut
3. Kennzahlen Hallesche Krankenversicherung
4. Unsere Lösungen für die Pflege
5. Kennzahlen Alte Leipziger Versicherung (Sach)
6. Wie machen wir unseren Vertrieb zukunftsfest?
7. Geschäftsentwicklung ALH Gruppe
8. Offene Fragerunde



Teilnehmende Vorstände



Christoph Bohn
Vorstandsvorsitzender,
Personal, Unternehmensplanung



Dr. Jürgen Bierbaum
stv. Vorstandsvorsitzender,
Alte Leipziger Leben



Wiltrud Pekarek
Hallesche Kranken



Frank Kettner
Vertrieb, Marketing



Kai Waldmann
Alte Leipziger
Versicherung AG



Martin Rohm
Kapitalanlagen, Finanzen



Udo Wilcsek
Betriebsorganisation, IT



Dr. Jochen Kriegmeier
Digitalisierung, KI,
Serviceprozesse



Alte Leipziger Lebensversicherung



Hallesche Krankenversicherung



Tochter-Gesellschaften



Alte Leipziger Lebensversicherung

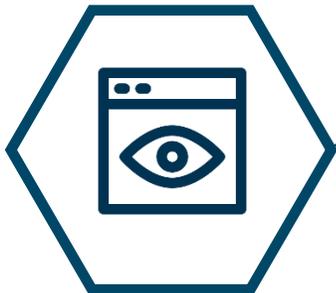


Alte Leipziger Lebensversicherung: Positionierung



5.-größte Lebensversicherung in Deutschland (gegründet 1830)

2.706 Mio. Euro Beitragseinnahmen (2024)
1.322 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (2024)



Kerngeschäftsfelder

bAV seit 75 Jahren
neben pAV und Arbeitskraft-Absicherung (BU)



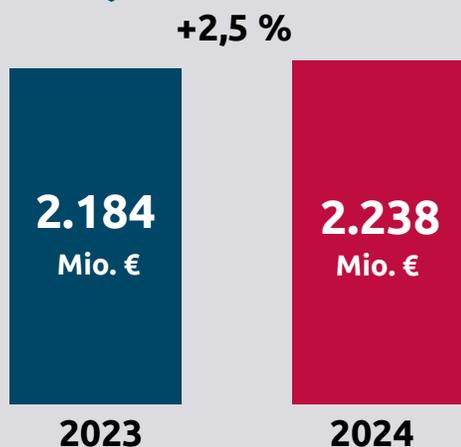
Vertriebskanal

unabhängige Makler
sind Hauptvertriebskanal



Alte Leipziger Lebensversicherung im Jahr 2024

Laufende Beitragseinnahmen



Laufendes Neugeschäft

2023: + 3,3 %
2024: + 3,5 %

Rohüberschuss

2023: 433 Mio. €
2024: 404 Mio. €

● Steigerung der
laufenden Beiträge
über Branche

● zweithöchster
Rohüberschuss im
5-Jahres-Vergleich

Gesamtbeitragseinnahmen 2024: 2.706 Mio. €
Unverändert hohe Finanzstabilität – Risikotragfähigkeit über 3 Mrd. €



„Schutz vor Altersarmut durch lebenslanges Einkommen kann mit wenigen, gezielten politischen Eingriffen erreicht werden.“



Unsere Lösungen gegen Altersarmut



Dr. Jürgen Bierbaum
Vorstand Alte Leipziger Lebensversicherung



bAV stärken und Durchdringung erhöhen

- **Geringverdienerförderung verbessern**
Einkommensgrenze dynamisieren
staatliche Förderung erhöhen
- **Opt-Out-Modelle**
auch in kleineren, nicht-tarifgebundenen Betrieben



pAV-Attraktivität erhöhen

- **Rentenphase modernisieren und flexibilisieren**
begrenzte Rentenschwankungen steuerlich akzeptieren
chancenreiche Kapitalanlage ermöglichen



Hallesche Krankenversicherung

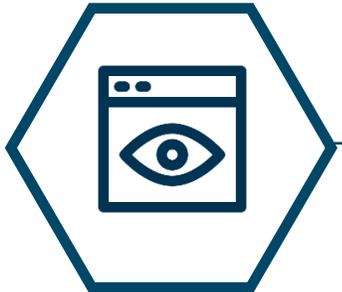


Hallesche Krankenversicherung: Positionierung



Platz 12 der PKV-Unternehmen

1.661 Mio. Euro Beitragseinnahmen (2024)
1.233 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (2024)



Kerngeschäftsfelder

Vollversicherung für Arbeitnehmer
und Selbständige
bKV – betriebl. Krankenversicherung



Vertriebskanal

unabhängige Makler
sind Hauptvertriebskanal



Hallesche Krankenversicherung im Jahr 2024

Gebuchte Bruttobeiträge



● Steigerung der
Beiträge + 7,6%

Neugeschäft

2023: 7,2 Mio. €
2024: 7,3 Mio. €
Monatssollbeitrag

● **Höchstes Neugeschäft
in der Unternehmens-
geschichte**

Bruttoüberschuss

2023: 179 Mio. €
2024: 202 Mio. €

Starkes Wachstum in der Vollversicherung und in der betrieblichen Krankenversicherung



„Die Pflegeversicherung kann schon heute durch den vorgelegten neuen Generationenvertrag zukunftsfest gemacht werden.“



Unsere Lösungen für Pflege und PKV-Zugang



Wiltrud Pekarek
Vorständin Hallesche Krankenversicherung



Neuen Generationenvertrag für die Pflege umsetzen

Die Pflegepflichtversicherung war nie
als Vollkasko-Versicherung gedacht



Betriebliche und private Pflegeversicherung fördern

Steuer- und Sozialabgabenfreiheit für
mehr private Vorsorge



Funktionierenden Wettbewerb erhalten

Keine weiteren Hürden für Wechsel in die PKV

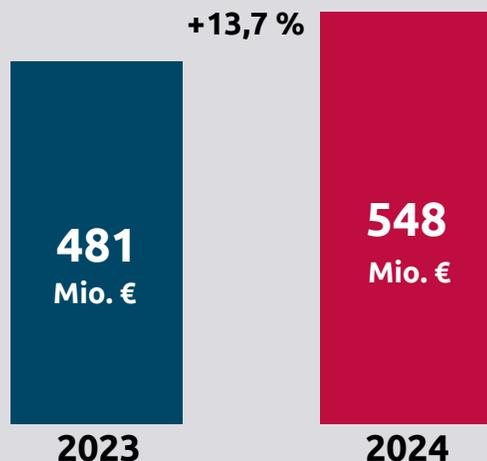


Alte Leipziger Versicherung AG



Alte Leipziger Versicherung AG im Jahr 2024

Beitragseinnahmen



● Beitragssteigerung fast doppelt so hoch wie die Branche

Neugeschäft

2023: 100 Mio. €
2024: 109 Mio. €

● Neugeschäft auf historisch höchstem Niveau

Jahresergebnis

2023: +1,1 Mio. €
2024: - 17,8 Mio. €

● Schadeninflation belastet Jahresergebnis

Beitragseinnahmen und Neugeschäft stark gewachsen,
Schadeninflation führt zu negativem Jahresergebnis



„Die gelungene Kombination aus Service, Prozessen und digitalen Schnittstellen ist Voraussetzung für den Vertriebsserfolg von morgen.“



Wie machen wir unseren Vertrieb zukunftsfit?



Frank Kettner
Vorstand Vertrieb & Marketing ALH Gruppe



Unabhängige Vermittlung steigert Kundennutzen

Wir überführen unsere Ausschließlichkeit in Mehrfachagenturen



Investitionen in Service, Prozesse & digitale Schnittstellen

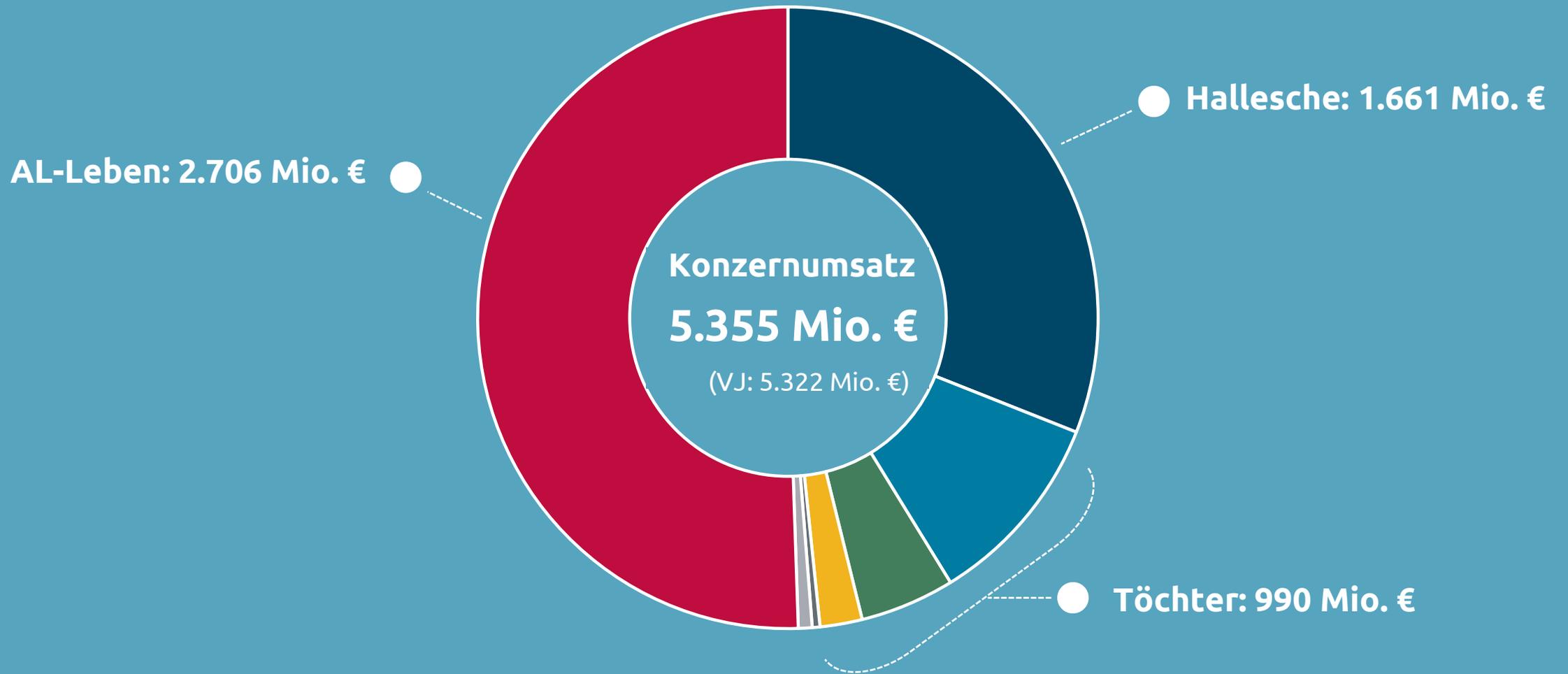


Wir setzen weiter auf Professionalität bei Geschäftspartnern und Mitarbeitern

Gesamtpaket ist entscheidend: Beratung, Produkte, Finanzstabilität, IT-Anbindung und Serviceprozesse



ALH Gruppe: Umsatz 2024



ALH Gruppe hat ihren Gesamtumsatz leicht gesteigert



Diskussionsrunde: Ihre Fragen an unsere Vorstände?



Christoph Bohn
Vorstandsvorsitzender,
Personal, Unternehmensplanung



Dr. Jürgen Bierbaum
stv. Vorstandsvorsitzender,
Alte Leipziger Leben



Wiltrud Pekarek
Hallesche Kranken



Frank Kettner
Vertrieb, Marketing



Kai Waldmann
Alte Leipziger
Versicherung AG



Martin Rohm
Kapitalanlagen, Finanzen



Udo Wilcsek
Betriebsorganisation, IT



Dr. Jochen Kriegmeier
Digitalisierung, KI,
Serviceprozesse



Rechtliche Hinweise

Gerne überlassen wir Ihnen diese Präsentation zu Informationszwecken. Bitte beachten Sie aber, dass die darin enthaltenen Informationen allgemeiner Natur sind und eine Beratung im konkreten Einzelfall nicht ersetzen können.

Diese Unterlage haben wir nach bestem Wissen erstellt und die Inhalte sorgfältig erarbeitet. Gleichwohl kann man Fehler nie ganz ausschließen. Bitte haben Sie deshalb Verständnis dafür, dass wir keine Garantie und Haftung für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit übernehmen. Infolgedessen haften wir nicht für direkte, indirekte, zufällige oder besondere Schäden, die Ihnen oder Dritten entstehen. Der Haftungsausschluss gilt nicht für vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln oder bei Nichtvorhandensein zugesicherter Eigenschaften.

In die Zukunft gerichtete Aussagen sind naturgemäß mit Ungewissheiten verbunden. Deshalb können die tatsächlichen Ergebnisse von diesen abweichen. Eine Verpflichtung zur Aktualisierung von Zukunftsaussagen wird nicht übernommen.

Bei Kapitalanlage-Produkten gilt zusätzlich: Die Präsentation stellt keine Anlageberatung dar und sollte auch nicht als Grundlage für eine Anlageentscheidung dienen. Aus den gegebenenfalls dargestellten Wertentwicklungen der Vergangenheit können keine Rückschlüsse auf zukünftige Wertsteigerungen gezogen werden.

Unsere Marken und Logos sind international markenrechtlich geschützt. Es ist nicht gestattet, diese Marken und Logos ohne unsere vorherige schriftliche Zustimmung zu nutzen.

Inhalt, Darstellung und Struktur dieser Unterlage sind urheberrechtlich geschützt und eine Nutzung, Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe an Dritte – ganz oder teilweise – ist nur mit unserer ausdrücklichen vorherigen schriftlichen Zustimmung zulässig. Alle Rechte sind vorbehalten.

© ALH Gruppe

