

# Presse | service

Der Informationsdienst für Journalisten



Herausgeber: Unternehmenskommunikation Allianz Deutschland AG (ADAG) Ausgabe 1/2007



## Editorial

**Sehr geehrte Damen und Herren**, die Allianz Deutschland AG hat ihr erstes Jahr als operative Holdinggesellschaft erfolgreich abgeschlossen – und auch unseren Presseservice bieten wir Ihnen nun im zweiten Jahr an. Es ist also Zeit, Sie nach Ihrer Meinung zu fragen. Indem Sie den beigefügten Fragebogen ausfüllen, können Sie uns helfen, besser zu werden – für Sie. Dafür schon im Voraus vielen Dank. In der aktuellen Ausgabe des Presseservice informieren wir Sie unter anderem über neue Produkte bei der Allianz und stellen Ihnen zwei interessante Umfrage-Ergebnisse vor. Beachten Sie auch den Hinweis auf Seite 6 zu unserer erstmalig aufgelegten Unternehmensbroschüre. Darin werden, neben einem Produkt- und Leistungsspektrum, vor allem die Ziele und die vier Handlungsfelder der Neuordnung der Allianz beschrieben.

Ihr  **Lothar Landgraf**,  
Leiter Unternehmenskommunikation Allianz Deutschland AG

## Produktwelt Generation 55+



Im Jahr 2050 werden in Deutschland mindestens 45 Prozent der Bevölkerung 55 Jahre und älter sein. Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung ist die Generation ab 55 die einzige wachsende Altersgruppe. Dabei verfügen die „Best Ager“ über eine überdurchschnittliche Finanzkraft, können

rund 10 Prozent ihres Einkommens auf die hohe Kante legen und sind Vorsorgethemen gegenüber sehr aufgeschlossen. Das Angebot an geeigneten Vorsorgelösungen für ältere Menschen ist allerdings noch unzureichend. Deshalb startet die Allianz Deutschland AG in diesem Jahr die Produktwelt 55Plus mit spartenübergreifenden Lösungen für Kunden in der zweiten Lebenshälfte. Ab April können Großeltern mit der „EnkelPolice“ für ihr Enkelkind sinnvoll vorsorgen: Die Police bietet Kindern einen sofortigen Versicherungsschutz bei Krankheit, im Pflegefall und nach einem Unfall. Gleichzeitig wird ein Startkapital für die spätere Ausbildung oder die Altersvorsorge des Kindes angespart. Ab Juli bieten wir den „Schutzbrief 55Plus“ an – insbesondere mit umfangreichen Hilfs- und Pflegeleistungen für ältere Menschen, die im Falle eines Unfalls, bei Krankheit oder bei Beantragung der gesetzlichen Pflegestufe von Fachpersonal zu Hause versorgt werden wollen.

Weitere Informationen zu Produkten finden Sie auf den Seiten 3 und 4.  
\_Christian Weishuber, 089.3800-18169, christian.weishuber@allianz.de

### Produkte Seite 1

#### **Produktwelt Generation 55+**

Spartenübergreifende Lösungen für Kunden in der zweiten Lebenshälfte

### Standpunkte Seite 2

#### **Gesundheitsreform**

Wechsel in die Private Krankenversicherung lohnt sich nach wie vor

#### **Demographischer Wandel**

Neue Wachstumsdynamik

#### **Zitate**

...mehr!  
Bitte klicken  
Sie auf die [Links](#)

### Nachrichten Seite 3-4

#### **Tipp aus dem Verkauf**

Vorher schon an nachher denken – die Allianz Bestattungsvorsorge

**AktiMed**® Preisgünstigere Tarife in der Krankenvollversicherung

**Umfrage** Drei von vier Deutschen fürchten sich vor Krebs

**Nachgefragt** Ehrenamt: Wer haftet, wenn etwas passiert?

#### **Betriebliche Altersvorsorge**

Erstmalig länderübergreifende europäische Betriebsrente

#### **Berufsausbildung in der Allianz**

Servicefachkraft für Dialogmarketing

### Hintergrund Seite 5-6

#### **Eröffnung von Bankagenturen**

Allianz und Dresdner Bank starten in Deutschland neuartiges Vertriebsmodell

#### **Gentests in der Versicherung**

Ethikrat nimmt Stellung

### Quicklinks Seite 6

#### **Publikationen**

#### **Pressemitteilungen**

#### **Alle Ansprechpartner**

#### **Impressum**

## Standpunkte



**In der Diskussion:** Lohnt sich aufgrund der Gesundheitsreform überhaupt noch der Wechsel in die Private Krankenversicherung?

**Unser Standpunkt:** Gerade weil die Gesundheitsreform das Finanzierungsproblem der Gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) nicht löst, lohnt sich auch künftig ein Wechsel in die Private Krankenversicherung (PKV). Es kommt beim Vergleich der PKV mit der GKV nicht allein auf das aktuelle Preis-Leistungs-Verhältnis an. Entscheidend ist, wie sich dieses Verhältnis ent-

wickelt. Im Prinzip sollte sich jeder, der in die Vollversicherung wechseln kann, für die PKV entscheiden. Denn ohne Lösung des Finanzierungsproblems der gesetzlichen Kassen, das sich aus der Verbindung von demografischem Wandel mit dem medizinischen Fortschritt ergibt, liegen die Beitragssätze in der GKV nach langfristigen Prognosen bei 30 Prozentpunkten. Nachdem Beitragssätze dieser Größenordnung tatsächlich nicht finanzierbar sind, ist vorher mit der Rationierung von Leistungen und Leistungskürzungen für gesetzlich Versicherte zu rechnen. Zwar führt der medizinische Fortschritt auch in der PKV zu Prämien erhöhungen, doch die vertraglich vereinbarten Leistungen der Privaten Krankenversicherung können – anders als dies bei Kostendämpfungsge-setzen bei den gesetzlichen Kassen der Fall ist – nicht einseitig beschnitten werden.

*Dr. Michael Albert, Vorstand der Privaten Krankenversicherung der Allianz, verantwortlich für Maklervertrieb, Marketing und Gesundheitspolitik.*

**Kontakt:** Ulrich Hartmann, 089.3800-12943, [ulrich.hartmann@allianz.de](mailto:ulrich.hartmann@allianz.de)



**In der Diskussion:** Durch den demografischen Wandel drohen ein sinkender Lebensstandard im Alter und wirtschaftliche Stagnation. **Unser Standpunkt:** Die Solidargemeinschaft wird zunehmend nur mehr die Grundbedürfnisse absichern können. Deshalb müssen wir alle mehr private Verantwortung übernehmen und selbst vorsorgen. Diese Botschaft ist bei den meisten Menschen schon angekommen, auch bei der heutigen älteren

Generation – das sehen wir als Versicherer daran, dass unsere Produkte speziell für diese Zielgruppe sehr gut angenommen werden. So hat sich zum Beispiel die Unfallversicherung mit Beitragsrückzahlung (UBR) für ältere Kunden im vergangenen Jahr sehr positiv entwickelt, vor allem die Abschlüsse gegen Einmalbeitrag. Denn viele Kunden im Alter von über 50 Jahren wollen auch ihr Pflegerisiko absichern und entscheiden sich für die Allianz PflegePlus. Damit lassen sich Unfallschutz, Pflegevorsorge und sichere Kapitalanlage verbinden. Große Erfolge haben wir mit dem Produkt Unfall 60 Aktiv erzielt, wo wir Hilfs- und Pflegeleistungen mit Geldleistungen verbinden. Rund 300.000 Kunden haben sich in zwei Jahren für das Produkt entschieden. Die Alterung der Bevölkerung erfordert von Produktgebern – ob sie nun Versicherungen oder Konsumgüter entwickeln – ein Umdenken, denn die ältere Generation wird auch Trends setzen. Gerade durch den demografischen Wandel entstehen neue Märkte und eine neue Wachstumsdynamik. Diese Chance nutzen wir als Versicherer, indem wir auch in diesem Jahr neue Lösungen für die Generation 55+ anbieten und einen Wachstumsmarkt gestalten.

*Thomas Pleines, Vorsitzender des Vorstands Allianz Versicherungs-AG.*

**Kontakt:** Martin Bendrich, 089.3800-7466, [martin.bendrich@allianz.de](mailto:martin.bendrich@allianz.de)

## Zitate

*Dr. Michael Hessling, Vorstand der Allianz Lebensversicherung, über die Möglichkeiten der betrieblichen Altersversorgung:*

„Die Deutschen sparen zu wenig fürs Alter. Es liegt viel Geld auf Girokonten und Sparbüchern. Die Sparquote in Deutschland ist eigentlich nicht das Problem. Das Sparen muss aber langfristig sein und der Altersvorsorge zugute kommen. Denn wer nicht privat vorsorgt, wird in Zukunft seinen Lebensstandard im Alter nicht halten können.“

*Dr. Gerhard Rupprecht, Vorstandsvorsitzender der Allianz Deutschland AG, auf der Jahrespressekonferenz:*

„Ich meine, es ist ein Zeichen der Stärke, dass die Allianz Deutschland AG, ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Vertreterinnen und Vertreter, trotz der hohen Belastungen ein so gutes Ergebnis erwirtschaftet haben.“

*Dr. Gerhard Rupprecht, Vorstandsvorsitzender der Allianz Deutschland AG, über Assistance-Leistungen, ein wesentliches Kennzeichen neuer Allianz Produkte:*

„Mit der reinen Kostenerstattung im Schaden- oder Leistungsfall ist dem Kunden nur zum Teil gedient. Seine erste Sorge gilt der Beseitigung des Schadens, der bei einem Unfall, einem Brand oder Rohrbruch entsteht, und der Hilfe, die er bei Verletzungen, bei Krankheit oder im Rechtsstreit benötigt.“

*Dr. Ulrich Rumm, Vorstandsvorsitzender der Privaten Krankenversicherung der Allianz über die Gesundheitsreform:*

„Durch eine Preisregulierung, wie sie die gesetzlichen Bestimmungen zum Höchstbeitrag im Basistarif vorschreiben, hat sich noch kein Markt gut entwickelt. Ich bin daher überzeugt, dass die „Normaltarife“ in der Privaten Krankenversicherung noch über Jahrzehnte das wichtigste Produkt bleiben werden.“

# Nachrichten



## AktiMed®: Preisgünstigere Tarife in der Krankenvollversicherung

Für Angestellte und Selbständige, die Gesundheit zur Privatsache machen wollen, bietet die Private Krankenversicherung der Allianz seit 1. März 2007 neue, deutlich preisgünstigere Tarife in der Krankenvollversicherung: Die neu entwickelte Produktlinie AktiMed® steht für ein übersichtliches Tarifsysteem, das den Kunden mit fünf Kompaktтарifen auf den unter-

schiedlichen Leistungsniveaus Start, Plus und Best die Wahl zwischen sehr preiswertem Einstiegerschutz bis hin zu besonders leistungsfähigen Produkten lässt. Neue Services, zum Beispiel eine hohe Beitragsrückerstattung, ein attraktives Krankenhaustagegeld bei Verzicht auf Wahlleistungen in den Tarifkategorien Plus und Best, und nicht zuletzt Rabatte in Fitnessstudios und Wellnesshotels, runden das Angebot ab. [Katrin Schaller, 089.3800-12946, katrin.schaller@allianz.de](mailto:katrin.schaller@allianz.de)

**Rund drei von vier Deutschen fürchten sich vor Krebs** Der durchschnittliche Deutsche fürchtet sich vor drei der schweren bzw. chronischen Krankheiten Krebs, Schlaganfall, Herzinfarkt, Rückenschmerzen, Diabetes und Asthma. Dies ist ein Ergebnis des aktuellen Gesundheitsindex' der Allianz Privaten Krankenversicherung. Etwa drei von vier Deutschen (73%) fürchten sich zum Beispiel vor Krebserkrankungen. Nur 14 Prozent haben keine Angst vor diesen weit verbreiteten Krankheiten. Dabei sind große regionale Unterschiede festzustellen: Die größte Frucht herrscht mit Abstand im Raum Kassel (84%). Aber auch in Niederbayern (72%), im Regierungsbezirk Magdeburg (71%) und in Rheinhessen-Pfalz (70%) sind die Menschen überdurchschnittlich ängstlich. In Chemnitz und Umgebung fürchten sich hingegen nur knapp die Hälfte der Menschen vor drei oder mehr der genannten Krankheiten. Mit der Umfrage wollte die Allianz darüber hinaus erfahren, an welchen Krankheiten die Deutschen leiden und was sie zum Erhalt ihrer Gesundheit tun.

[Ulrich Hartmann, 089.3800-12943, ulrich.hartmann@allianz.de](mailto:ulrich.hartmann@allianz.de)

## Wo besteht die größte Furcht vor Krankheiten

Ranking nach Bezirken mit höchsten Werten

Anteil der Befragten, die sich vor min. 3 Krankheiten fürchten:

- 49-55%
- 55-60%
- 60-70%
- 70-85%



# Tipp aus dem Verkauf



Claus-Jürgen Hegemann

## Vorher schon an nachher denken.

Im Schmerz um einen Verstorbenen notwendige Formalitäten zu erledigen, die Form der Beisetzung zu klären und die Trauerfeier zu organisieren, überfordert viele Verwandte und Vertrauenspersonen. „Gut, wenn ein Mensch klare Vorstellungen über seine Bestattung hat und diese schriftlich hinterlässt. Noch besser ist allerdings, wenn er bereits zu Lebzeiten auch finanziell vorsorgt“, so Claus-Jürgen Hegemann, Gründer der Allianz Agentur Hegemann oHG in Bad Driburg. Denn die Dienstleistungen von Bestattungsinstituten verschlingen beträchtliche Summen. Selbst eine schlichte Beerdigungsvariante, wie etwa eine Erdbestattung im Reihengrab, kostet bereits um die 3.000 Euro. Die Allianz Bestattungsvorsorge verbindet die Übernahme der Beerdigungskosten mit umfangreichen Service- und Beratungsleistungen zur Unterstützung der Angehörigen. Das kann zum Beispiel die Gestaltung der Trauerfeier, die Grabpflege oder die Übernahme von Behördengängen sein. „Die meisten meiner Kunden wollen ihre Angehörigen im Falle ihres Todes sowohl seelisch als auch finanziell nicht belasten“, erläutert Hegemann das Hauptmotiv für den Abschluss der Allianz Bestattungsvorsorge. Außerdem kann der Versicherte über eine Servicehotline alle Fragen im Zusammenhang mit den Bestattungsvorstellungen klären und sich telefonisch in wichtigen Testaments- und Nachlassfragen durch einen Rechtsanwalt beraten lassen. Über 60-Jährige, deren Lebensversicherung kurz vor dem Ablauf steht, seien laut Hegemann besonders daran interessiert, einen Teil des Auszahlungsbetrages für ihren letzten Gang zurückzulegen. Gerade ledigen, geschiedenen oder verwitweten Menschen liege viel daran, die späteren Bestattungsfomalitäten bereits jetzt geregelt zu wissen.

[Udo Rössler, 0711.663-2220, udo.roessler@allianz.de](mailto:udo.roessler@allianz.de)

## Nachrichten



### Erstmalig länderübergreifende europäische Betriebsrente

Im Rahmen der Durchführungswege Pensionskasse und Direktversicherung bietet Allianz Leben seit kurzem mit der Allianz European CompPension europaweit tätigen Unternehmen die Möglichkeit, wesentliche Elemente ihrer betrieblichen Altersversorgung zu harmonisieren. Kern der europäischen Produktlinie ist ein einheitliches, speziell auf die Belange der betrieblichen Altersversorgung abgestimmtes Kapitalanlagekonzept, das flexibel in vorwiegend europäische Aktien und Renten investiert. Der Vorteil: In Aufwärtsmärkten wird das Renditepotenzial weitgehend ausgeschöpft, Kursverluste in fallenden Märkten werden abgemildert.

Bisher bieten die Experten des internationalen Netzwerkes der Allianz, All Net, in rund 70 Ländern weltweit umfangreiche Serviceleistungen an. Darunter fallen Lösungen wie Expatriates-Programme für vorübergehend im Ausland lebende Mitarbeiter, maßgeschneiderte Rückversicherungs- und Risikomanagementlösungen sowie Beratung und Unterstützung multinationaler Unternehmen bei der Entwicklung, Einrichtung und Neuordnung ihrer lokalen Versicherungs- und Versorgungspläne. Europaweit tätige Unternehmen können durch die neue Betriebsrente in den einzelnen Ländern eine vergleichbare Vorsorge gewährleisten.

[Katrin Wahl](mailto:katrin.wahl@allianz.de), 071.633-1132, [katrin.wahl@allianz.de](mailto:katrin.wahl@allianz.de)

### Ausbildung zur Servicefachkraft Dialogmarketing

Es gibt viele Anlässe, seine Versicherung anzurufen. Einer der häufigsten ist der Schadenfall. Gerade dann erwartet der Kunden einen Gesprächspartner, der ihm zum einen schnell und unkompliziert hilft, ihm aber in dieser schwierigen Situation



auch mit Einfühlungsvermögen begegnet. Ab September 2007 bildet die Allianz daher junge Berufsanfänger zur Servicefachkraft für Dialogmarketing aus – ein Berufsbild, das genau dort ansetzt. Ein Schwerpunkt sind die fachlichen Grundlagen, um die Fragen des Kunden möglichst sofort beantworten zu können. Zum anderen geht es aber auch um das Trainieren der Kommunikationsfähigkeit, um dem Kunden in jeder Situation als Partner zur Seite stehen zu können. Die Ausbildung richtet sich an Schulabgänger ab Mittlerer Reife. Sie dauert zwei Jahre und findet in den Kundenbetreuungseinheiten der Allianz statt. Die Übernahme nach der Ausbildung richtet sich nach dem Bedarf. Es ist geplant, 2007 zunächst zehn Ausbildungsplätze am Standort Nürnberg anzubieten. Mehr Infos zur Berufsausbildung bei der Allianz unter [www.ausbildung.allianz.de](http://www.ausbildung.allianz.de).

[Viktoria Kranz](mailto:viktoria.kranz@allianz.de), 089.3800-7665, [viktoria.kranz@allianz.de](mailto:viktoria.kranz@allianz.de)

## Nachgefragt

*Die Bundesregierung stimmte kürzlich einem Gesetzentwurf zu, der ehrenamtliches Engagement besser unterstützen soll. Eine gute Nachricht für die rund 23 Millionen Deutschen, die sich freiwillig in Vereinen oder Stiftungen engagieren. Doch das Ehrenamt birgt auch Risiken: Wer haftet, wenn etwas passiert?*



Drei Fragen an Dieter Schimmer, Firmen Haftpflicht der Allianz

**Angenommen, man verletzt bei Ausübung**

**eines Ehrenamtes einen anderen oder fügt ihm einen Sachschaden zu. Wer kommt dafür auf?**

Schimmer: Freiwillige sind in der Regel auch im Ehrenamt über ihre Privat-Haftpflichtversicherung geschützt, sofern sie kein leitendes Amt bekleiden. Anders sieht es bei offiziellen Vertretern des Vereins oder in verantwortlichen Positionen aus, etwa als Kassenwart. Für diesen Personenkreis ist unbedingt eine Betriebs- oder Vereinshaftpflichtversicherung, gegebenenfalls auch eine Vermögensschadenhaftpflicht-Versicherung erforderlich.

### Worin liegt der Unterschied?

Schimmer: Was viele nicht wissen: auch ehrenamtliche Vertreter eines Vereins oder Verbandes können für Vermögensschäden haftbar gemacht werden. Dabei haften Vereinsvorstände grundsätzlich unbeschränkt und somit auch mit ihrem Privatvermögen. Der Abschluss einer Vermögensschadenhaftpflicht-Versicherung fängt die wirtschaftlichen Folgen von Versehen im Rahmen der Tätigkeit für den Verein oder Verband auf. Die Vereinshaftpflichtversicherung dagegen leistet zum Beispiel, wenn ein Besucher auf einer schlecht gesicherten Treppe stürzt und sich verletzt.

### Was raten Sie Ehrenamtlichen in punkto Versicherungsschutz?

Wer sich freiwillig engagieren will, sollte seine Haftungsrisiken kennen und mit dem Verein besprechen, ob in Haftpflichtversicherungen auch die Ehrenamtlichen abgesichert sind.

[Kirsten Becker](mailto:kirsten.becker@allianz.de), 089.3800-18170, [kirsten.becker@allianz.de](mailto:kirsten.becker@allianz.de)

## Hintergrund: „Wir sind eine vollwertige Bankfiliale“

*Im Februar starteten Allianz und Dresdner Bank mit der Eröffnung von „Bankagenturen“ ein in Deutschland völlig neuartiges Vertriebsmodell. In der Pilotphase werden zunächst 100 Agenturen zu Bankagenturen ausgebaut. Mittelfristig sollen es deutschlandweit etwa 1.000 werden.*



Mit dem neuen Vertriebsmodell will die Allianz den bisher schon erfolgreichen Verkauf von Bankprodukten über den Außendienst weiter verstärken. Auch im letzten Jahr haben Allianz Vertreter weit über 300.000 neue Kunden für die Dresdner Bank hinzugewonnen.

In Agenturen, die den Verkauf von Bankprodukten schon forciert haben, gehören heute rund 10 bis 20 Prozent der Versicherungskunden auch zur Gruppe der Bankkunden. „Allein in den beiden zurückliegenden Jahren haben wir rund 700.000 neue Kunden für die Dresdner Bank gewonnen“, sagt Hansjörg Cramer, Vertriebsvorstand der Allianz Deutschland AG. „Fast alle unsere Vertreter sind an diesem Erfolg beteiligt.“ Während vor fünf Jahren gut die Hälfte von ihnen Fonds verkauft habe, machten dies inzwischen neun von zehn Vertretern. „Jetzt wollen wir das Geschäft mit Bankprodukten und Fonds noch weiter ausbauen,“ so Cramer.

Mit den Bankagenturen wird auch nach außen sichtbar, dass die Kunden in den Allianz Agenturen die gesamte Palette der Finanzdienstleistungen erhalten können. An den Fassaden der Bankagenturen ist

sowohl das Logo der Allianz als auch das der Dresdner Bank sichtbar. In jeder dieser Agenturen sitzt künftig auch ein Bankmitarbeiter. „Wir haben nun einen kompetenten und gut ausgebildeten Ansprechpartner zu allen Bankprodukten dauerhaft bei uns im Haus“, erläutert Burkhard Below das Konzept. Die Generalvertretung Below & Rogowski in Duisburg ging als eine der ersten Bankagenturen an den Start. „Für unsere Kunden bedeutet das noch mehr Service und Beratung“, meint er. „Bisher mussten wir beispielsweise im Kreditgeschäft extra einen Spezialisten anfordern, um das Geschäft zu machen. Jetzt haben wir den Bankmitarbeiter stets vor Ort.“ Die Duisburger Agentur, in der bisher bei den Bankprodukten vor allem Sparkonten „gut gelaufen“ sind, will vor allem das Kreditgeschäft mit Privatkunden ausbauen und mehr Depots eröffnen. „Wir wollen natürlich auch Kunden, die ihr Depot bisher bei einer anderen Bank haben, für uns gewinnen“, erklärt Below. „Mit einer Bankfiliale haben wir dafür eine bessere Ausgangsposition.“

---

**„Für unsere Kunden bedeutet das noch mehr Service und Beratung.“**

---

Der Bankmitarbeiter, der an einem grün hervorgehobenen Arbeitsplatz sitzt, verfügt über die volle technische Anbindung an die Systeme der Dresdner Bank – genauso wie jede andere Filiale der Bank auch. Darüber hinaus können die Kunden

an einem Serviceterminal Kontoauszüge ausdrucken oder Überweisungen tätigen. „Kunden die bei uns ihre Kontoauszüge holen, werden wir natürlich auch auf ihre Versicherungen ansprechen“, sagt Below. Einen Geldautomaten hat die Agentur noch nicht. Der Grund: Nur 80 Meter entfernt steht ein Geldautomat der Postbank, die wie die Dresdner Bank zur Cash-Group gehört. Kostenlose Geldauszahlungen sind dort also möglich. „Zu einem späteren Zeitpunkt, wenn wir die Zahl unserer Kunden mit Girokonten deutlich erhöht haben, werden wir über die Anschaffung eines Geldautomaten neu nachdenken“, so der Generalvertreter. Das müsse sich aber lohnen, da die laufenden Kosten zur Hälfte von der Agentur bezahlt würden.

Langfristig, meint Below, werde der Kunde seine Agentur mit anderen Augen sehen. „Wir sind nicht mehr nur Versicherungsfachgeschäft, sondern auch vollwertige Bankfiliale.“ Das sei eine Chance auf die er sich freue. „Denn die Bankagentur“, davon ist er überzeugt, „ist die Zukunft.“ Und auch der Vorstand der Allianz blickt optimistisch über die Pilotphase mit den ersten 100 Agenturen hinaus. „Der weitere Ausbau gehört zu unserer langfristigen Strategie und ist nicht nach ein paar Monaten abgeschlossen“, betont Vertriebsvorstand Cramer. „Wenn das Konzept erfolgreich läuft, werden wir einen Großteil der Agenturen mit Bankmitarbeitern besetzen.“

*—Timo Scheil, 089.3800-2320,  
timo.scheil@allianz.de*



## Hintergrund: Nationaler Ethikrat nimmt zu Gentests Stellung

**Was dürfen private Kranken-, Lebens- oder Berufsunfähigkeitsversicherungen beim Abschluss eines Vertrages über die Gesundheit ihrer potenziellen Kunden wissen? Wie weit dürfen sie gehen, wenn sie ihr mit einem Vertrag eventuell verbundenes finanzielle Risiko kalkulieren wollen?**

Mit diesen Fragen hat sich zu Jahresbeginn der Nationale Ethikrat beschäftigt. Ergebnis: Zwingende Gründe für ein Gentest-Gesetz sieht der Ethikrat nicht. Wohl aber den Bedarf, die Persönlichkeitsrechte und das informationelle Selbstbestimmungsrecht der Antragsteller stärker zu schützen. Konkret lautet die Empfehlung: Was der Antragsteller über seine Krankheiten weiß, muss er bei Vertragsabschluss bekannt geben. Was nicht bekannt ist, hat auch den Versicherer nicht zu interessieren. Untersuchungen oder Gentests etwa, die ohne vorliegende Auffälligkeiten Rückschlüsse auf verborgene Krankheiten oder die gesundheitliche Zukunft eines Versicherungsnehmers zulassen, darf das Versicherungsunternehmen also nicht einfordern.

„Wir kommen derzeit ganz gut ohne Gentests aus“, sagt dazu Dr. Volker Marko, Leiter Versicherungsrecht der Allianz Privaten Krankenversicherung. „Sie sind für uns im Prinzip ein Problem von Übermorgen. Denn bisher lassen sich damit ohnehin nur wenige Krankheiten oder Krankheitsverläufe verlässlich vorhersagen.“ Wie viele andere haben die betroffenen Allianz Gesellschaften im Jahr 2001 die Selbstverpflichtungserklärung der Versicherungswirtschaft mitunterschieden, in der sie bis 2011 darauf verzichten, prädikative Gentests zur Voraussetzung für einen Vertragsabschluss zu machen. Auch müssen Versicherungsnehmer ihnen bekannte Ergebnisse prädikativer Gentests laut Selbstverpflichtung nicht offen legen.

„Sollten in fernerer Zukunft Gentests in der medizinischen Praxis andere Untersuchungs- oder Diagnoseformen verdrängen beziehungsweise die praktische Bedeutung solcher Tests zunehmen, müssen Versicherer die Durchführung von Gentest verlangen können“, so Marko. „Denn um risikoadäquat kalkulieren zu können und damit sicherzustellen, dass wir zugesagte Leistungen auch erbringen können, brauchen wir einfach ein Informationsgleichgewicht zwischen Versicherer und Versichertem.“ Dass die vorvertraglichen Anzeigepflicht – nicht zuletzt auch zum Schutz der Versichertengemeinschaft – berechtigt und notwendig ist, hat der Ethikrat mit seiner Stellungnahme anerkannt.

[Katrin Schaller](mailto:katrin.schaller@allianz.de), 089.3800-12946, [katrin.schaller@allianz.de](mailto:katrin.schaller@allianz.de)



## Publikationen

### Unternehmensbroschüre der Allianz Deutschland AG

Die Neuordnung der deutschen Versicherungsaktivitäten schafft die Voraussetzungen dafür, dass die Allianz in Deutschland und in ihrem Heimatmarkt Europa auch in Zukunft die Nummer eins bleibt. Die erstmalig aufgelegte Unternehmensbroschüre beschreibt die Notwendigkeit und die Ziele des Vorhabens. Außerdem werden das Produkt- und Leistungsspektrum der Allianz vorgestellt.

[Ulrike Strauß](mailto:ulrike.strauss@allianz.de), 089.3800-12944, [ulrike.strauss@allianz.de](mailto:ulrike.strauss@allianz.de)



## Pressemitteilungen

[Allianz Deutschland AG startet erfolgreich](#)

[Allianz Deutschland AG: Der Kunde steht im Mittelpunkt](#)

[Allianz Leben begrüßt Erwerbsangebot an die Aktionäre](#)

[Generationendialog über den Gartenzaun](#)

[Auf alle Fälle eigenständig - auch nach einem Klinikaufenthalt](#)

Weitere Informationen und Pressemitteilungen finden Sie im Internet unter: [www.allianz.com/aktuell](http://www.allianz.com/aktuell)

## Ansprechpartner

Die Ansprechpartner der Unternehmenskommunikation der Allianz Deutschland AG finden Sie im Internet unter [Pressekontakte](#).

## Impressum

Presseservice 01/07, März 2007

ADAG-Presseservice für Journalisten

Herausgeber: Allianz Deutschland AG,

Königinstraße 28, 80802 München

Verantwortlich für den Herausgeber: Lothar Landgraf

Redaktion: Ulrike Strauß (Projektleitung),

Claudia Herrmann, Ulrich Hartmann, Udo Rössler

Layout: Thomas Heckmeier, Fotos: Eigenes Archiv

Briefanschrift: Königinstraße 28, 80802 München.

Erscheinungsweise: 4x jährlich