

Medienmitteilung

Jahresergebnis 2015: Allianz Suisse mit guter Performance

- Operativer Jahresgewinn beträgt CHF 341,9 Mio., ein Plus von 0,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr
- Sachgeschäft wächst um 1,2 Prozent und damit über Markt
- Deutliches Netto-Kundenwachstum von 16'000 erzielt
- Kosten-/Schadenquote mit 89,5 Prozent auf Zehnjahrestief
- Geschäftsmodell konsequent auf Kundenbedürfnisse ausgerichtet

Wallisellen, 18. März 2016 – Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen hat die Allianz Suisse Gruppe¹ im zweiten Halbjahr deutlich an Fahrt aufgenommen. Im Sachgeschäft haben die ergriffenen Wachstumsinitiativen Früchte getragen, wie die Steigerung der Prämieinnahmen um 1,2 Prozent auf CHF 1'837,4 Mio. und das Netto-Kundenwachstum von 16'000 unter Beweis stellen. Damit wurde der Rückgang der Prämieinnahmen aufgrund der fokussierten Zeichnung im Lebengeschäft weitestgehend ausgeglichen. Das Gesamt-Prämienvolumen der Allianz Suisse Gruppe blieb mit CHF 3'807,4 Mio. nahezu auf Vorjahresniveau (Vorjahr: CHF 3'831,5 Mio.). Der operative Gewinn stieg um 0,5 Prozent auf CHF 341,9 Mio. (Vorjahr: CHF 340,0 Mio.). Die Kosten-/Schadenquote (Combined Ratio) weist dank eines günstigen Schadenverlaufs mit 89,5 Prozent den niedrigsten Wert seit zehn Jahren auf.

"Mit dem Gesamtergebnis bin ich sehr zufrieden, wir haben eine gute Performance gezeigt", zieht Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, ein positives Fazit. "Unsere Wachstumsinitiativen im Sachgeschäft haben im Laufe des Jahres ihre Wirkung entfaltet und wir konnten unser Geschäftsmodell in einer zunehmend digitalen Welt noch konsequenter auf die Kundenbedürfnisse ausrichten. Jetzt gilt es, den Schwung mitzunehmen und die Kundenzufriedenheit stärker in den Fokus zu rücken – denn nur ein zufriedener Kunde empfiehlt unsere Produkte und Dienstleistungen auch in seinem Familien- oder Freundeskreis weiter. Wir wollen im Sachgeschäft prämienseitig auch in diesem Jahr wieder über dem Marktniveau wachsen, obwohl die Herausforderungen gross bleiben werden", blickt Moser voraus. Dies gilt nach den Entscheidungen der Schweizerischen Nationalbank (SNB), den Euro-Mindestkurs aufzuheben und Negativzinsen einzuführen, gerade für das Lebengeschäft. "Wir haben uns diesen Herausforderungen gestellt und unsere Hausaufgaben gemacht, indem wir die Zinsreserven gestärkt und unser Produktangebot dem neuen Umfeld angepasst haben", betont Moser.

Sachgeschäft wächst über Markt

Während das durchschnittliche Marktwachstum im Sachgeschäft in der Schweiz im vergangenen Jahr laut Hochrechnungen des Schweizerischen Versicherungsverbands (SVV) bei rund 0,5 Prozent lag, konnte die Allianz Suisse ihre Prämieinnahmen um 1,2 Prozent auf CHF 1'837,4 Mio. steigern (Vorjahr: CHF 1'814,9 Mio.). Zu diesem Wachstum beigetragen haben vor allem die Motorfahrzeugversicherungen, die auf Jahressicht um insgesamt 2,7 Prozent zulegen konnten. Zudem wurde das im Juni neu lancierte Produkt CombiRisk Business, bei dem Unternehmenskunden von mehr Serviceleistungen und weniger Komplexität bei den Verträgen und Deckungen profitieren, von den Unternehmenskunden sehr gut angenommen. Gleichzeitig profitierte die Allianz Suisse von einem positiven Schadenverlauf mit weniger Naturereignissen und Grossschäden. Dementsprechend sank die Kosten-/Schadenquote (Combined Ratio) um 1,5 Prozentpunkte auf nunmehr 89,5 Prozent und damit auf ein Zehnjahrestief (Vorjahr: 91,0 Prozent).

Die positive Entwicklung im Sachgeschäft drückt sich auch in einem deutlich gestiegenen operativen Gewinn aus: dieser betrug CHF 261,7 Mio., ein Plus von 9,3 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum (Vorjahr: CHF 239,4 Mio.). Aufgrund von Abschreibungen und Realisaten auf Kapitalanlagen ging der Jahresgewinn leicht um 1,3 Prozent auf CHF 192,1 Mio. zurück (Vorjahr: 194,6 Mio.).

"Im Sachgeschäft konnten wir im vergangenen Jahr grosse Fortschritte erzielen – sowohl was Produktinnovationen als auch digitale Initiativen angeht. Mit unserer neuen Online-Offensive, bei der nur fünf Angaben für ein erstes indikatives Angebot für die Motorfahrzeugversicherung ausreichen, nehmen wir eine führende Stellung im Markt ein und schaffen neue Kundenerlebnisse. Insgesamt sind wir auf einem guten Weg", ist Moser überzeugt.

Weiterhin Zurückhaltung im Lebensgeschäft

Angesichts der verschärften Zinssituation in der Schweiz ist für die Allianz Suisse im Lebensgeschäft weiterhin fokussiertes Schreiben von Neugeschäft oberstes Gebot. Dementsprechend sanken die Prämieinnahmen um 2,3 Prozent auf insgesamt CHF 1'970,0 Mio. (Vorjahr: CHF 2'016,5 Mio.). Der Rückgang verteilt sich fast gleichmässig auf das Einzelleben (-2,0%) und das Kollektivlebensgeschäft (-2,4%) und konzentriert sich auf das Einmaleinlangengeschäft. Das Hauptaugenmerk im Neugeschäft liegt auf Lebensprodukten, die aus einem wählbaren Garantie- und einem Renditeanteil bestehen und auch bei einem anhaltend tiefen Zinsniveau positive Margen gewährleisten. So lag der Anteil des renditeorientierten Produkts Balance Invest am Neugeschäft in Einzelleben Ende 2015 bereits bei über 66 Prozent.

Aufgrund der Verstärkung der Zinsreserven im Zuge des SNB-Entscheids sank der operative Gewinn im Lebensgeschäft um 20,3 Prozent auf CHF 80,1 Mio. (Vorjahr: CHF 100,6 Mio.) und der Jahresgewinn um 17,8 Prozent auf CHF 66,3 Mio. (Vorjahr: CHF 80,6 Mio.).

"Ein Ende des Tiefstzinsniveaus ist nicht abzusehen und die Volatilität an den Finanzmärkten setzt sich fort. Deshalb haben die Stabilität des Geschäfts und Sicherheit für unsere Kunden oberste Priorität", skizziert Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse, die Herausforderungen im Lebensgeschäft. Gleichzeitig sieht er aber auch Chancen: "Aufgrund der tieferen Zinsprognosen sind die erwarteten Altersguthaben geringer. Dies führt zu einem höheren Bedarf an Vorsorgeprodukten, um die entstandene Lücke zu füllen. Das ist für uns Ansporn, unseren Kunden attraktive Vorsorgelösungen bereitzustellen", betont Rapp. Die Allianz Suisse ruft beispielsweise eine teilautonome Sammelstiftung ins Leben, um vor allem kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Vorsorgelösungen zu günstigen Konditionen anzubieten.

Allianz Suisse Gruppe (Aggregierte Kennzahlen IFRS ¹⁾)

Mio. CHF	2015	2014	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Brutto Prämieinnahmen Gruppe	3'807.4	3'831.5	-0,6
Prämieinnahmen brutto Nichtleben	1'837.4	1'814.9	1.2
Statutarische Prämieinnahmen brutto Leben	1'970.0	2'016.5	-2.3
Verdiente Prämien netto Nichtleben	1'729.6	1'734.6	-0.3
Verdiente Prämien netto Leben ²⁾	535.5	632.2	-15.3
Versicherungsleistung für eigene Rechnung ³⁾	1'648.7	1'732.5	-4.8
Kosten für eigene Rechnung	545.7	535.6	1.9
Kapitalanlageergebnis	511.1	545.6	-6.3
Operatives Ergebnis	341.9	340.0	0.5
Gewinn	258.4	275.2	-6.1
Eigenkapital	2'272.7	2'445.0	-7.0
Combined Ratio Nichtleben	89.5%	91.0%	-1.5%-Pt.

1) Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG, Allianz Lebensversicherungs-Gesellschaft AG, CAP Rechtsschutz-Versicherungsgesellschaft AG, Allianz Suisse Immobilien AG, Quality1 AG, Euro Garantie AG

2) Nach Einlagen aus FAS-97-Produkten

3) Inkl. Veränderung der Schadenreserven

Diese Medienmitteilung sowie weitere **Presseinformationen der Allianz Suisse** finden Sie auf unserem Internetportal unter www.allianz.ch/news.

Für weitere Auskünfte

Kommunikation Allianz Suisse

Hans-Peter Nehmer, Telefon: 058 358 88 01; E-Mail: hanspeter.nehmer@allianz.ch

Bernd de Wall, Telefon: 058 358 84 14; E-Mail: bernd.dewall@allianz.ch

Über die Allianz Suisse Gruppe

Die Allianz Suisse Gruppe ist mit einem Prämienvolumen von über 3.8 Mrd. Franken eine der führenden Versicherungsgesellschaften der Schweiz. Zur Allianz Suisse Gruppe gehören unter anderem die Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG, die Allianz Suisse Lebensversicherungs-Gesellschaft AG, die CAP Rechtsschutz-Versicherungsgesellschaft AG und die Quality1 AG. Die Geschäftstätigkeit der Allianz Suisse Gruppe umfasst Versicherung, Vorsorge und Vermögen. Sie beschäftigt rund 3'500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ist Teil der internationalen Allianz Gruppe, die in über 70 Ländern auf allen Kontinenten präsent ist. 2013 wurde die Allianz Gruppe als Super Sector Leader des Dow Jones Sustainability Index (DJSI) ausgezeichnet. Seit dem Jahr 2000 ist das Unternehmen mit Spitzenpositionen in dem weltweit beachteten Nachhaltigkeitsindex vertreten.

In der Schweiz verlassen sich über 930'000 Privatpersonen und über 100'000 Unternehmen in allen Lebens- und Entwicklungsphasen auf die Beratung und den Versicherungs- und Vorsorgeschutz der Allianz Suisse. Ein dichtes Netz von 120 Geschäftsstellen sichert die Nähe zu den Kunden in allen Landesteilen.

Die Allianz Suisse ist offizieller Partner des Schweizerischen Roten Kreuzes, von Swiss Paralympic, und des Swiss Economic Forum (SEF). Seit der Saison 2012/13 unterstützt die Allianz Suisse als Sponsor die Swiss Football League.

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Soweit wir in diesem Dokument Prognosen oder Erwartungen äussern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von den geäusserten Erwartungen und Annahmen abweichen. Neben weiteren hier nicht aufgeführten Gründen können sich Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, aus Akquisitionen sowie der anschliessenden Integration von Unternehmen und aus Restrukturierungsmassnahmen ergeben. Abweichungen können ausserdem aus dem Ausmass oder der Häufigkeit von Versicherungsfällen, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise -tendenzen und, insbesondere im Bankbereich, aus der Ausfallrate von Kreditnehmern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte und der Wechselkurse sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können entsprechenden Einfluss haben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmass von Abweichungen erhöhen. Die hier dargestellten Sachverhalte können auch durch Risiken und Unsicherheiten beeinflusst werden, die in den jeweiligen Meldungen der Allianz SE an die US Securities and Exchange Commission beschrieben werden. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.