

Medienmitteilung

Quartalsergebnis: Allianz Suisse weiterhin auf solidem Fundament

- **Allianz Suisse Gruppe nimmt frühzeitig Herausforderungen nach SNB-Entscheid an und verstärkt die Zinsreserven**
- **Brutto-Prämieneinnahmen steigen im 1. Quartal 2015 um 0.7 Prozent auf CHF 2'334.3 Mio.**
- **Sachgeschäft mit solider Profitabilität**
- **Schaden-/Kosten-Quote auf konstant niedrigem Niveau**

Wallisellen, 28. Mai 2015 – Die Allianz Suisse Gruppe* nimmt die Herausforderungen nach dem Entscheid der Schweizerischen Nationalbank (SNB) und den damit verbundenen rekordtiefen Zinsen an und hat im 1. Quartal 2015 die Zinsreserven verstärkt. Damit sieht sie sich und ihre Kunden gut gewappnet, um den Unwägbarkeiten eines langfristigen Zinstiefs jederzeit und nachhaltig begegnen zu können. In der Folge sinkt der Quartalsgewinn der Allianz Suisse Gruppe um 3.9 Prozent auf CHF 75.6 Mio. (Vorjahr: 78.7 Mio.). Die Brutto-Prämieneinnahmen hingegen steigen auf CHF 2334.3 Mio., ein Plus von 0.7 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum (CHF 2'318.2 Mio.).

„Wir setzen mit der Stärkung der Zinsreserven ein deutliches Zeichen für mehr Sicherheit. Denn das Vertrauen unserer Kunden ist für uns angesichts der neuen Realitäten nach den geldpolitischen Entscheidungen in Europa und der Schweiz oberstes Gut“, betont Severin Moser, CEO der Allianz Suisse. „Wir stehen auf einem sehr soliden finanziellen Fundament und sind auch langfristig in der Lage, unsere Garantieverprechen an die Kunden jederzeit zu erfüllen.“ Das spiegelt auch das Standard&Poor's-Rating von AA- wider, das eines der besten in der Schweiz sei. Moser: „Gleichzeitig wollen wir in diesem Jahr gezielt die Chance nutzen, um vor allem im Sachgeschäft weitere Wachstumspotenziale zu nutzen.“ Aus diesem Grund habe die Allianz Suisse Wachstumsinitiativen gestartet, um im Bereich Motorfahrzeugversicherungen und im Unternehmenskundengeschäft zuzulegen. „Diese Wachstumsinitiativen werden im Laufe des Jahres ihre Wirkung entfalten“, ist Moser überzeugt.

Sachgeschäft mit solider Profitabilität

Das Sachgeschäft konnte an seine solide Profitabilität der Vorquartale anknüpfen. Die Schaden-/Kosten-Quote (Combined Ratio) blieb trotz des Sturms "Niklas", der Ende März über Europa und die Schweiz hinwegfegte, nahezu unverändert bei 89.3 Prozent (Vorjahr: 89.1 Prozent). Die Prämieneinnahmen im Sachgeschäft beliefen sich im 1. Quartal 2015 auf CHF

1'146.9 Mio. (Vorjahr: CHF 1'154.8 Mio.). Der Rückgang um 0.7 Prozent ist vor allem auf temporäre technische Effekte im ersten Halbjahr zurückzuführen. Besonders erfreulich entwickelte sich die Nachfrage nach Rechtsschutzprodukten. Entsprechend stiegen die Prämieneinnahmen der CAP Rechtsschutz-Versicherungsgesellschaft AG, einer Einheit der Allianz Suisse Gruppe, um 4 Prozent auf nunmehr CHF 25.5 Mio. (Vorjahr: CHF 24.6 Mio.). „Im Sachgeschäft erwarte ich in den kommenden Monaten weitere positive Wachstumsimpulse. Diese werden wir auch durch unser neues Produkt CombiRisk Business erzielen, das wir Anfang Juni für Unternehmenskunden lancieren. Die Kunden profitieren unter anderem von neuartigen Deckungsbausteinen, die alle Risiken mit nur einem Vertrag abdecken, sowie zusätzlichen Serviceleistungen wie der kostenlosen telefonischen Rechtsauskunft. Damit werden wir für Unternehmen eine der besten Lösungen im Schweizer Markt haben“, ist Moser überzeugt.

Die solide Profitabilität im Sachgeschäft zeigt sich beim Gewinn, der im 1. Quartal 2015 gegenüber der Vorjahresperiode um 3.4 Prozent auf CHF 60.9 Mio. stieg (Vorjahr: CHF 58.9 Mio.).

Fokussiertes Schreiben von Geschäft in der Lebensversicherung

Das Lebengeschäft der Allianz Suisse stand im 1. Quartal 2015 ganz im Zeichen des SNB-Entscheids, der vor allem die Lebensversicherer aufgrund des anhaltenden Zinstiefs vor grosse Herausforderungen stellt. Die Allianz Suisse hat sofort auf den Entscheid reagiert und traditionelle Einmaleinlagen-Produkte sowie Rentenprodukte temporär geschlossen, die Kontoverzinsungen dem Marktniveau angepasst und die Zinsreserven verstärkt. Das Wachstum des Prämienvolumens im Lebengeschäft um 2.1 Prozent auf CHF 1'187.4 Mio. (Vorjahr: CHF 1'163.5 Mio.) fusste wie bereits in den Vorquartalen auf dem Kollektivlebensgeschäft, das um 2.3 Prozent auf CHF 1'092.1 Mio. stieg (Vorjahr: CHF 1'068.0 Mio.). „Der Trend nach Sicherheit über eine Vollversicherungslösung in der beruflichen Vorsorge ist bei den kleinen und mittleren Unternehmen ungebrochen. Das Wachstum resultiert aber auch aus dem Bestand heraus“, sagt Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse.

Das Einzellebensgeschäft konnte bislang das Niveau des Vorjahres halten und verzeichnet ein im Vergleich nahezu identisches Prämienvolumen von CHF 95.3 Mio. (Vorjahr: CHF 95.4 Mio.). „Es ist unser Anspruch, für unsere Kunden langfristig ein verlässlicher Partner für private Vorsorgelösungen zu bleiben. Und ich bin davon überzeugt, dass uns dies auch unter diesen veränderten Vorzeichen gelingt. Das zeigt die starke Nachfrage unserer Kunden nach fondsgebundenen Garantieelementen. Hier sind wir mit unserer Produktfamilie Balance Invest hervorragend aufgestellt und liegen über unseren Erwartungen. Zudem bietet die Allianz Suisse fondsgebundene Versicherungen an“, so Rapp. Dennoch sei das Marktumfeld vor allem im Lebengeschäft sehr herausfordernd und Prognosen über die künftige Zinsentwicklung fast unmöglich. Stefan Rapp: „Deshalb werden wir unsere Strategie sowohl im Einzelleben- als auch im Kollektivlebensgeschäft konsequent weiterverfolgen, indem wir nur nachhaltige Lösungen anbieten, d.h. die Produkte müssen sowohl einen Mehrwert für den Kunden bieten als auch für uns finanzierbar sein. Auf der Anlagenseite liegt unser Augenmerk unverändert auf Sicherheit, Nachhaltigkeit und Diversifikation.“

Aufgrund der Verstärkung der Zinsreserven sank der Gewinn der Allianz Suisse Lebensversicherungs-Gesellschaft um 25 Prozent auf CHF 14.8 Mio. (Vorjahr 19.8 Mio.).

Allianz Suisse Gruppe (Aggregierte Kennzahlen IFRS ¹⁾)

Mio. CHF	03/2015	03/2014	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Prämieneinnahmen brutto Nichtleben	1'146.9	1'154.8	-0.7
Statutarische Prämieneinnahmen brutto Leben	1'187.4	1'163.5	2.1
Verdiente Prämien netto Nichtleben	452.8	451.9	0.2
Verdiente Prämien netto Leben ²⁾	256.8	286.3	-10.3
Versicherungsleistung für eigene Rechnung ³⁾	436.5	450.4	-3.1
Kosten für eigene Rechnung	137.0	128.4	6.7
Kapitalanlageergebnis	136.2	132.1	3.1
Operatives Ergebnis	93.0	99.0	-6.1
Gewinn	75.6	78.7	-3.9
Eigenkapital	2'575.4	2'464.1	4.5
Combined Ratio Nichtleben	89.3%	89.1%	+0.2%-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 130 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.