

Medienmitteilung

Jahresergebnis 2014: Allianz Suisse Gruppe zeigt Kontinuität in schwierigem Marktumfeld

- **Allianz Suisse Gruppe erzielt einen Jahresgewinn von CHF 275.2 Mio., ein Plus von 4.9 Prozent gegenüber dem Vorjahr**
- **Bruttoprämieinnahmen steigen um 0.8 Prozent auf CHF 3'831.5 Mio.**
- **Im Lebensgeschäft weiterhin solides Wachstum der Prämien um 2.3 Prozent**
- **Schaden-/ Kostenquote im Sachgeschäft stabil auf niedrigem Niveau**
- **Allianz Suisse behält Kundenfokus bei und treibt Digitalisierung voran**

Wallisellen, 23. März 2015 – Die Allianz Suisse Gruppe¹ zeigt in einem von Volatilität geprägten Marktumfeld weiterhin Kontinuität und verzeichnete auch 2014 ein solides Geschäftsergebnis. So erzielte die Allianz Suisse Gruppe im vergangenen Jahr ein operatives Ergebnis von CHF 340.0 Mio., was einem Plus von 1.6 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der Jahresgewinn legte um insgesamt 4.9 Prozent auf nunmehr CHF 275.2 Mio. zu. Auch die Bruttoprämieinnahmen der Allianz Suisse Gruppe stiegen um 0.8 Prozent auf CHF 3'831.5 Mio..

"Angesichts der Tatsache, dass die Unsicherheiten gesamtwirtschaftlich auf vielen Ebenen weiter zugenommen haben, können wir mit diesem Ergebnis zufrieden sein. Wir haben auch im vergangenen Jahr unsere Solidität und Leistungsfähigkeit gegenüber den Kunden unter Beweis gestellt", kommentiert Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, das Jahresergebnis. "Unsere Strategie, auf Sicherheit und profitables Wachstum zu setzen, hat sich in diesem seit geraumer Zeit schwierigen Umfeld als erfolgreich erwiesen. Allerdings haben sich die Marktbedingungen durch die jüngsten geldpolitischen Entscheidungen in Europa und der Schweiz und den damit verbundenen Niedrigstzinsen noch einmal verschärft. Deshalb erwarten wir für dieses Jahr ein anhaltend schwieriges Marktumfeld und behalten den Profitabilitätsfokus im Leben- und Sachgeschäft bei. Gleichzeitig werden wir aber in Wachstum und kundenorientierte Initiativen investieren, um unsere Wettbewerbsposition im Privat- und Unternehmenskundengeschäft weiter auszubauen. Ich bin zuversichtlich, dass uns dies auf der Grundlage innovativer und bedarfsgerechter Produkte und Services auch gelingen wird", so Moser.

Sachgeschäft mit solider Profitabilität

Die Bruttoprämieeinnahmen des Sachgeschäfts der Allianz Suisse betrugen im vergangenen Jahr insgesamt CHF 1'814.9 Mio. (- 0.9 Prozent). Der Rückgang ist unter anderem auf eine selektive Zeichnungspolitik sowie Sondereffekte zurückzuführen. Gleichzeitig konnte die Allianz Suisse die Schaden-/Kostenquote mit 91.0 Prozent auch aufgrund eines schadenarmen Jahres mit wenigen Naturschadenereignissen auf einem konstant niedrigen Niveau halten (Vorjahr: 91.0 Prozent).

Die solide Profitabilität im Sachgeschäft zeigt sich am Jahresgewinn, der um 5.1 Prozent auf CHF 194.6 Mio. (Vorjahr: CHF 185.2 Mio.) zulegen konnte.

"Wir haben unsere Kosten im Griff und sind deshalb in der Lage, weiter in moderne Produkte, Servicelösungen und Digitalisierung zu investieren, um dem veränderten Kundenverhalten Rechnung zu tragen", sagt Moser. "Wir werden in Kürze eine Allianz Portal App lancieren, mit der wir unseren Kunden beispielsweise die Möglichkeit bieten, schnell und unkompliziert über das Smartphone Kontakt zu einem Berater aufzunehmen, einen Schaden zu melden oder die eigenen Versicherungspolicen zu verwalten. Mit dieser umfassenden Lösung werden wir auf dem Schweizer Versicherungsmarkt führend sein. Für uns ist die App ein echter Meilenstein, denn wir nehmen den Kunden mit auf dem Weg in die digitale Zukunft."

Lebengeschäft: Frühzeitig auf gesunden Produktmix gesetzt

Auf einem guten Weg war im Berichtsjahr auch das Lebengeschäft der Allianz Suisse, das sich trotz des anhaltenden Tiefzinsniveaus robust zeigte: Die Prämieeinnahmen stiegen um 2.3 Prozent auf insgesamt CHF 2'016.5 Mio. (Vorjahr: CHF 1'970.3 Mio.). Vor allem die Nachfrage nach der Vollversicherungslösung durch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in der beruflichen Vorsorge war unverändert hoch. Dementsprechend resultierte daraus ein solides Prämienwachstum im Kollektivlebensgeschäft um 3.2 Prozent auf CHF 1'629.8 Mio. (Vorjahr: CHF 1'579.7 Mio.).

Im Einzellebensgeschäft sanken die Prämieeinnahmen um 1.0 Prozent auf CHF 386.7 Mio. (Vorjahr: CHF 390.6 Mio.). "Gerade im Bereich Einzelleben lag unser Hauptfokus angesichts der widrigen Marktbedingungen auf einem gesunden Produktmix. Mit unserer Produktfamilie Balance Invest haben wir bereits frühzeitig die richtige Antwort auf das Niedrigzinsumfeld gefunden, indem wir unseren Kunden auf der einen Seite Sicherheit, auf der anderen Seite aber auch attraktive Renditechancen bieten. Der Anteil dieser Produktfamilie beträgt mittlerweile über 55 Prozent am Neugeschäft – das ist ein grosser Erfolg", meint Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse.

Die solide Performance im Lebengeschäft spiegelt sich auch im Jahresgewinn wider, der um 4.6 Prozent auf CHF 80.6 Mio. (Vorjahr: CHF 77.0 Mio.) anstieg.

Für das laufende Jahr sieht Rapp allerdings grosse Herausforderungen auf die gesamte Versicherungswirtschaft zukommen: "Nach den geldpolitischen Entscheidungen Anfang des Jahres kennt die Zinskurve scheinbar nur eine Richtung – weiter nach unten. Das macht es für uns als langfristig orientierter Investor herausfordernder, eine ansprechende Rendite auf unsere Kapitalanlagen zu erzielen. Es bleibt noch abzuwarten, wie sich die neue Wechselkursituation auf die Schweizer Wirtschaft auswirken wird. Andererseits sind wir für die Herausforderungen vorbereitet, stellen uns auf verschiedene Szenarien ein und richten unsere Anlagestrategie nach den Prinzipien Sicherheit, Nachhaltigkeit und Diversifikation aus", betont Rapp. "Damit sind wir auch künftig jederzeit in der Lage, unsere gegenüber den Kunden abgegebenen Garantien einzuhalten."

Allianz Suisse Gruppe (Aggregierte Kennzahlen IFRS ¹⁾)

| Mio. CHF | 2014 | 2013 | Veränderung ggü. Vorjahr in % |
|---|---------|---------|-------------------------------------|
| Prämieinnahmen brutto Nichtleben | 1'814.9 | 1'831.1 | -0.9 |
| Statutarische Prämieinnahmen brutto Leben | 2'016.5 | 1'970.3 | 2.3 |
| Verdiente Prämien netto Nichtleben | 1'734.6 | 1'750.6 | -0.9 |
| Verdiente Prämien netto Leben ²⁾ | 632.2 | 600.4 | 5.3 |
| Versicherungsleistung für eigene Rechnung ³⁾ | 1'732.5 | 1'718.8 | 0.8 |
| Kosten für eigene Rechnung | 535.6 | 551.9 | -3.0 |
| Kapitalanlageergebnis | 545.6 | 511.7 | 6.6 |
| Operatives Ergebnis | 340.0 | 334.7 | 1.6 |
| | | | |
| Gewinn | 275.2 | 262.2 | 4.9 |
| Eigenkapital | 2'445.0 | 2'319.2 | 5.4 |
| Combined Ratio Nichtleben | 91.0% | 91.0% | +0.0%-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

Bildmaterial der Pressekonferenz und ein Video-Interview mit Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, finden Sie ab 13:30 Uhr zum Download unter dem Link www.photopress.ch/image/Aktuell/Maerz+15/Allianz+Suisse+BMK

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.