

# Medienmitteilung

## Allianz Suisse Gruppe steigert operatives Ergebnis in den ersten neun Monaten

- Allianz Suisse Gruppe erzielt ein operatives Ergebnis von CHF 254.5 Mio., ein Plus von 3.8 Prozent gegenüber dem Vorjahr
- Die Bruttoprämieneinnahmen steigen um 1.7 Prozent auf CHF 3'397.3 Mio.
- Im Lebensgeschäft weiterhin solides Wachstum der Prämien von 4.7 Prozent
- Schaden-/ Kostenquote im Sachgeschäft um 1.2 Prozentpunkte auf 90.4 Prozentpunkte verbessert
- Erhöhter Kundenfokus durch Einführung eines Bonusprogramms und Erweiterung von Balance Invest auf jüngere Kundengruppen

Wallisellen, 02. Dezember 2014 – Die Allianz Suisse Gruppe<sup>1</sup> hat in den ersten neun Monaten 2014 an ihre soliden Ergebnisse angeknüpft. Trotz eines nach wie vor herausfordernden Wettbewerbsumfelds stiegen die Bruttoprämieneinnahmen um 1.7 Prozent auf CHF 3'397.3 Mio. im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Das Fundament für das Prämienwachstum legte erneut das Lebensgeschäft mit einem Wachstum um 4.7 Prozent. Während die Prämien im Sachversicherungsgeschäft auch aufgrund von Sondereffekten um 1.3 Prozent zurückgingen, konnte die Schaden-/Kostenquote weiter verbessert werden. Insgesamt resultierte für die Allianz Suisse Gruppe nach neun Monaten ein operatives Ergebnis von CHF 254.5 Mio., was einem Plus von 3.8 Prozent entspricht.

"Unsere Strategie, auf profitables Wachstum, finanzielle Sicherheit und konsequente Kundenorientierung zu setzen, zahlt sich aus. Wir haben trotz eines intensiven Wettbewerbs und des Niedrigzinsumfelds erneut ein solides Ergebnis erzielt. Darüber hinaus konnten wir dank effizienter Prozesse unsere Kostenführerschaft in der Schweiz verteidigen. Das kommt unseren Kunden zugute, da wir die Produkte mit weniger Kosten belasten müssen", bilanziert Severin Moser, CEO der Allianz Suisse. "Die Herausforderungen bleiben gesamtwirtschaftlich gesehen aber gross, sowohl was die Zinsentwicklung als auch den Preiswettbewerb angeht. Deshalb werden wir unseren Privat- und Unternehmenskunden im nächsten Jahr attraktive Leistungs- und Servicepakete schnüren, die unsere Wettbewerbsposition weiter stärken", blickt Moser voraus.

## **Sachgeschäft: Positiver Trend bei der Schaden-/Kostenquote setzt sich fort**

Die Bruttoprämieneinnahmen des Sachgeschäfts der Allianz Suisse betragen für die ersten drei Quartale 2014 CHF 1'655.0 Mio. (- 1.3% ggü. Vorjahr), unter anderem aufgrund einer selektiven Zeichnungspolitik. Auf der anderen Seite profitierte das Sachgeschäft bislang von einem günstigen Schadenverlauf mit wenig Naturschadenereignissen. Dementsprechend sank die Schaden-/Kostenquote um 1.2 Prozentpunkte auf nunmehr 90.4 Prozent.

"Besonders erfreulich ist die Tatsache, dass unsere digitalen Initiativen wie das Kundenportal my.Allianz oder unser neues Bonusprogramm "AllPoints", das wir im Herbst als erste Versicherungsgesellschaft in der Schweiz lanciert haben, sich bereits nach kürzester Zeit grosser Beliebtheit bei den Kunden erfreuen. Wir werden auch in Zukunft den Blick auf Innovation - sei es bei Produkten oder Dienstleistungen - richten, denn das Kundenverhalten verändert sich rasant", ist Moser überzeugt. "Der Schlüssel zu mehr Wachstum liegt neben attraktiven Preisen, Services und Produkten vor allem in der Kundenbindung über alle Vertriebskanäle hinweg. Daran werden wir weiter arbeiten."

Unter dem Strich steht im Sachgeschäft eine Steigerung des operativen Ergebnisses in den ersten neun Monaten um 4.7 Prozent auf CHF 180.1 Mio..

## **Stabile Ertragslage im Lebengeschäft**

Das Zinsniveau wird nach Einschätzung der Allianz Suisse auch im kommenden Jahr auf einem tiefen Niveau verharren. Dessen ungeachtet will sie ihren Kunden dank ihrer soliden Kapitalposition, der nachhaltigen Anlagestrategie und wettbewerbsfähigen Produkten auch weiterhin eine attraktive Gesamtverzinsung im Einzel- und Kollektivlebensgeschäft bieten. Diese Geschäftspolitik zahlt sich offensichtlich aus, denn das Lebensgeschäft konnte die Prämieinnahmen in den ersten neun Monaten um 4.7 Prozent auf CHF 1'742.3 Mio. steigern. Haupttreiber des Wachstums ist das Kollektivlebensgeschäft, das um 5,8 Prozent auf CHF 1'467.5 Mio. zulegen konnte.

Im Einzellebensgeschäft sanken die Prämieinnahmen um 0.7 Prozent auf CHF 274.7 Mio., was laut Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse, angesichts des Niedrigzinsumfelds im Rahmen der Erwartungen liege: "Wir konzentrieren uns auf Policen, die sowohl einen hohen Kundennutzen haben als auch auskömmlich für uns sind." Die Kunden greifen verstärkt auf Produkte wie Balance Invest zurück, die Sicherheit und Renditechancen kombinieren. Mittlerweile liegt der Anteil von Balance Invest am Neugeschäft bereits bei über 50 Prozent. Auf diesem Erfolg setzt auch das neue Produkt "Balance Invest Youngster" auf, das sich vor allem an die Kundengruppe bis und mit 30 Jahre richtet. "Der privaten Vorsorge kommt eine immer grösser werdende Bedeutung zu – besonders auch in jungen Jahren. Hier sehen wir vielversprechendes Potential", sagt Rapp.

Das Lebensgeschäft verzeichnete eine stabile Ertragslage: Das operative Ergebnis betrug CHF 74.4 Mio., ein Plus von 1.6 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

## Allianz Suisse Gruppe (Aggregierte Kennzahlen IFRS <sup>1)</sup>)

Mio. CHF	09/2014	09/2013	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Prämieneinnahmen brutto Nichtleben	1'655.0	1'677.3	-1.3
Statutarische Prämieneinnahmen brutto Leben	1'742.3	1'664.0	4.7
Verdiente Prämien netto Nichtleben	1'306.9	1'311.9	-0.4
Verdiente Prämien netto Leben <sup>2</sup>	521.6	485.5	7.4
Versicherungsleistung für eigene Rechnung <sup>3</sup>	1'313.7	1'327.6	-1.0
Kosten für eigene Rechnung	399.1	401.4	-0.6
Kapitalanlageergebnis	409.0	415.0	-1.4
Operatives Ergebnis	254.5	245.1	3.8
Gewinn	204.5	195.4	4.6
Eigenkapital	2'322.5	2'285.4	1.6
Combined Ratio Nichtleben	90.4%	91.6%	-1.2%-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](http://www.allianz.ch/news).

### Für weitere Auskünfte

Kommunikation Allianz Suisse

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

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