02.12.2014 – 11:00 Uhr

Allianz Suisse Gruppe steigert operatives Ergebnis in den ersten neun Monaten

Wallisellen (ots) -

- 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 Lebengeschäft 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

Die Allianz Suisse Gruppe 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 Lebengeschäft 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 anbelangt. 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 betrugen 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 Kollektivlebengeschäft bieten. Diese Geschäftspolitik zahlt sich offensichtlich aus, denn das Lebengeschäft konnte die Prämieneinnahmen in den ersten neun Monaten um 4.7 Prozent auf CHF 1'742.3 Mio. steigern. Haupttreiber des Wachstums ist das Kollektivlebengeschäft, das um 5,8 Prozent auf CHF 1'467.5 Mio. zulegte.

Im Einzellebengeschäft sanken die Prämieneinnahmen 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 Lebengeschäft verzeichnete ein stabile Ertragslage: Das operative Ergebnis betrug CHF 74.4 Mio., ein Plus von 1.6 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Kontakt:

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

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100008591/100765456 abgerufen werden.