Allianz

Allianz Suisse

21.08.2019 – 11:00 Uhr

Halbjahresergebnis: Allianz Suisse steigert Prämien und Gewinn

Wallisellen (ots) -

- Gesamtprämienvolumen steigt um 5,4 Prozent auf CHF 2 821,7 Mio.
- Gewinn legt vor allem aufgrund des günstigen Schadenverlaufs im 1. Halbjahr um 15,1 Prozent auf CHF 148,1 Mio. zu
- Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) sinkt aufgrund geringerer Schadenbelastungen und optimierter Schadenprozesse auf 89,9 Prozent
- Nachfrage nach Vollversicherungen ist ungebrochen, Kollektivlebengeschäft wächst um 13,3 Prozent
- Bei Produkten und Services stehen Einfachheit und Flexibilität im Fokus

Die Allianz Suisse Gruppe bleibt auch im 1. Halbjahr 2019 in der Spur und blickt auf ein solides Halbjahresergebnis zurück: Das Gesamt-Prämienvolumen der Allianz Suisse Gruppe stieg um 5,4 Prozent auf CHF 2 821,7 Mio. Zu diesem Prämienanstieg beigetragen hat vor allem das Kollektivlebengeschäft mit einem Plus von 13,3 Prozent auf CHF 1 178,5 Mio. Das Sachgeschäft legte um 0,5 Prozent auf 1 463,9 Mio. zu. Der Gewinn stieg vor allem aufgrund eines schadenarmen Halbjahres mit wenig Naturereignissen und verbesserter Basisschadenquote um 15,1 Prozent auf CHF 148,1 Mio.

«Wir sind gut aus den Startlöchern gekommen, obwohl die Herausforderungen mit weiter sinkenden Zinsen und einem zunehmend weichen Markt in der Schweiz nicht kleiner geworden sind», lautet das Fazit von Severin Moser, CEO der Allianz Suisse. «Zudem trüben sich die Konjunkturerwartungen zunehmend ein. Wir haben unsere Hausaufgaben gemacht und werden unseren Fokus auf Kundenzufriedenheit sowie die Verbesserung unserer Produkte und Prozesse in diesem Jahr weiter schärfen», blickt Moser voraus.

Sachgeschäft: Konsolidierung auf hohem Niveau

Nach vier Jahren mit überdurchschnittlichem Wachstum hat sich das Sachgeschäft in den ersten sechs Monaten 2019 mit einem Plus von 0,5 Prozent auf CHF 1 463,9 Mio. auf hohem Niveau konsolidiert (Vorjahr: CHF 1 457,3 Mio.). Zu diesem Prämienplus beigetragen haben vor allem das Unternehmensgeschäft sowie die Rechtsschutzversicherungen. Die Integration der Anfang 2018 erworbenen DAS Rechtsschutzversicherung Schweiz in die CAP Rechtsschutzversicherung ist weitestgehend abgeschlossen. Damit zählt die Tochtergesellschaft CAP nun landesweit zu den führenden Anbietern mit entsprechend guten Wachstumsperspektiven. Zudem investierte die Allianz Suisse in diesem Jahr in ihre digitalen Prozesse und die Verbesserung des Kundenerlebnisses. So wurde der Webauftritt unter allianz.ch und cap.ch komplett neu gestaltet und die User Experience damit erhöht. Die im Frühjahr lancierte Online-Schadenmeldung erleichtert für die Kunden zudem die Schadenprozesse. «Das Vertrauen unserer Kunden ist unser höchstes Gut. Nach dem Motto «Simplicity wins» setzen wir im Sinne unserer Kunden bei Produkten und Services auf Einfachheit», so Moser.

Was die Schadenbelastung aus Naturereignissen und die Basisschadenquote anbelangt, verlief das erste Halbjahr positiv: So stieg der Gewinn im Sachgeschäft im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 22,5 Prozent auf CHF 102,6 Mio. (Vorjahr: CHF 83,7 Mio.). Die Schaden/-Kostenquote (Combined Ratio) verbesserte sich aufgrund der geringeren Schadenbelastungen sowie optimierter Schadenprozesse deutlich um 2,8 Prozentpunkte und lag nach den ersten sechs Monaten bei 89,9 Prozent (Vorjahr: 92,7 Prozent).

Lebengeschäft: Vollversicherung stark nachgefragt

Das Lebengeschäft profitierte im ersten Semester von der unverändert starken Nachfrage nach Vollversicherungen. So steigerte die Allianz Suisse das Prämienvolumen im Kollektivlebengeschäft um 13,3 Prozent auf 1 178,5 Mio. (Vorjahr: CHF 1 040,4 Mio.). «Wir wollen die KMU mit unseren Produkten aus einer Hand versorgen. Und wir sehen bei den Unternehmen ein weiterhin grosses Interesse an Vollversicherungen», betont Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse.

Im Einzellebengeschäft bietet die Allianz Suisse seit dem Frühjahr mit Flex Saving ein neues Vorsorgeprodukt, das ungezwungenes Sparen mit dem Risikoschutz einer Lebensversicherung verbindet. «Die Reform der Altersvorsorge kommt nicht wirklich vom Fleck und an der privaten Altersvorsorge führt deshalb kein Weg vorbei. Mit Flex Saving ergänzen wir unser Produktportfolio optimal und sprechen breite Kundengruppen an, für die Altersvorsorge aber auch volle Flexibilität eine wichtige Rolle spielen. Mit dem im Markt bislang einzigartigen Produkt treffen wir den Puls der Zeit, die Nachfrage liegt über unseren Erwartungen», ist Rapp vom Potenzial überzeugt.

Insgesamt betrug das Prämienvolumen im Einzel- und Kollektivlebengeschäft im ersten Halbjahr CHF 1 357,8 Mio., was einem Plus von 11,3 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht (Vorjahr: CHF 1 220,0 Mio.). Der Gewinn stieg um 1,3 Prozent auf CHF 45,5 Mio. (Vorjahr: CHF 44,9 Mio.).

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/100008591/100831276 abgerufen werden.