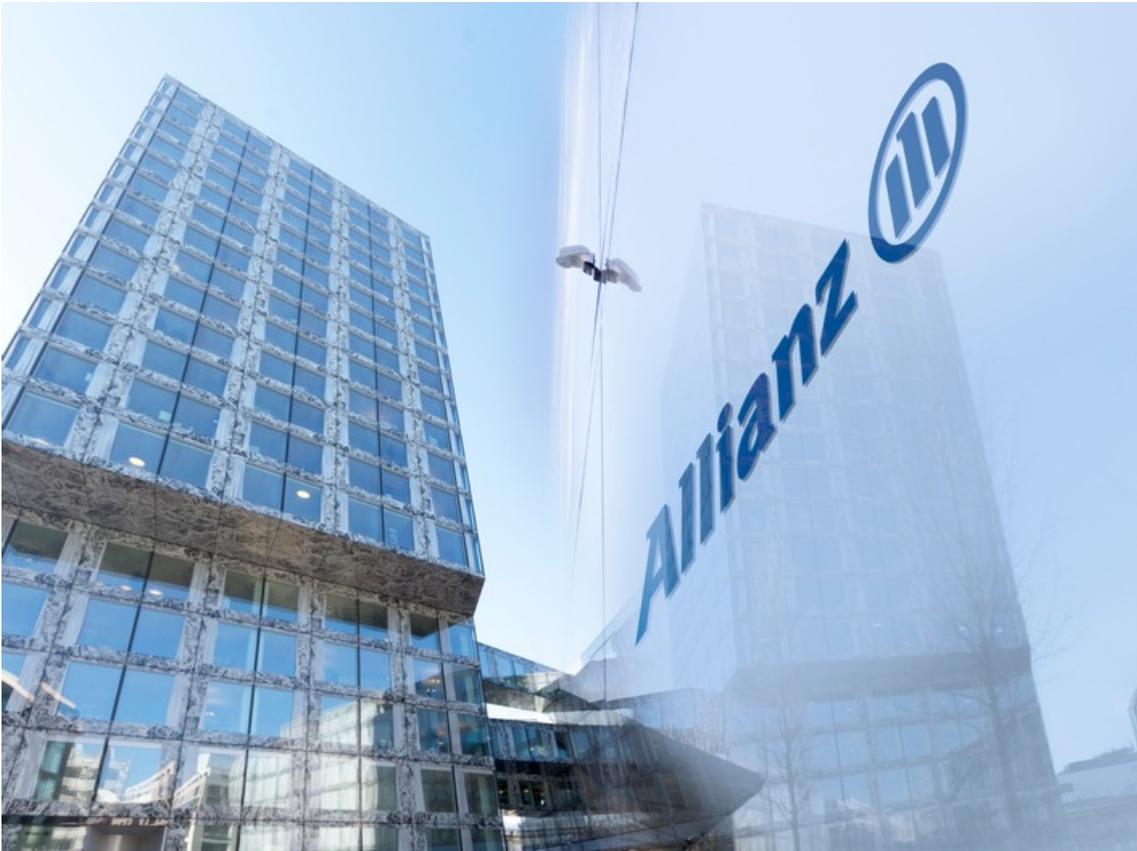


31.03.2022 - 10:00 Uhr

Solides Jahresergebnis: Allianz Suisse trotz den Rekordunwettern



Wallisellen (ots) -

- Allianz Suisse Gruppe steigert Prämienvolumen um 1% auf CHF 3 727,3 Mio.
- Lebegeschäft legt um 1,7% zu, Sachgeschäft um 0,4%
- Operativer Gewinn liegt mit CHF 359,2 Mio. leicht unter Vorjahr; Jahresgewinn steigt nach Verkauf von Liegenschaften um 33,4% auf CHF 406 Mio.
- Trotz Rekordschäden aus Unwettern sinkt Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) um 0,6 Prozentpunkte auf 90,5%
- Kundenzufriedenheit bleibt auf hohem Niveau

Die Allianz Suisse Gruppe hat bei herausfordernden Rahmenbedingungen mit anhaltenden Niedrigzinsen, Pandemie und Rekordunwettern erneut ein solides Geschäftsergebnis erreicht. Das Gesamt-Prämienvolumen legte um 1,0 Prozent auf CHF 3 727,3 Mio. zu, wozu vor allem das Lebegeschäft sowie die Unternehmens- und Personenversicherungen beitrugen. Obwohl die Allianz Suisse hohe Schadenbelastungen durch die Unwetter zu tragen hatte, sank die Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) um 0,6 Prozentpunkte auf 90,5%. Durch abgegebenes Geschäft im Rahmen einer Rückversicherungslösung im Einzellebengeschäft sank der Operative Gewinn leicht um 2,0% auf CHF 359,2 Mio., der Jahresgewinn stieg durch den Verkauf von Liegenschaften hingegen um 33,4% auf CHF 406 Mio.

"Wir waren im vergangenen Jahr extrem stark gefordert. Neben der Pandemie haben vor allem die Rekordunwetter in der Schweiz unser Geschäft geprägt. Aber wir haben auch diese Herausforderungen bewältigt und blicken auf ein insgesamt solides Jahr zurück, in dem wir unsere Stabilität und Leistungsfähigkeit unter Beweis gestellt haben", lautet die Bilanz von Ruedi Kubat, neuer CEO der Allianz Suisse. "Unsere Mitarbeitenden im Schadenbereich und auf den Generalagenturen haben allein nach den schweizweiten Hagelzügen und Überschwemmungen mehr als 35'000 zusätzliche Schadenfälle bearbeitet. Dabei blieb die Kundenzufriedenheit auf einem sehr hohen Niveau - das freut mich besonders. Gleichzeitig können wir auf einen starken Aussendienst und finanzielle Solidität bauen. Angesichts der Situation in der Ukraine sind allerdings dunkle Wolken aufgezogen, die Volatilität an den Finanzmärkten ist gestiegen. Dank unseres umsichtigen Risikomanagements sind und bleiben wir auch unter diesen Voraussetzungen ein verlässlicher Partner für unsere Kundinnen und Kunden. Ich bin zuversichtlich, dass wir unsere Erfolgsgeschichte im Jahr unseres 20jährigen Bestehens fortsetzen werden", so Kubat.

Sachgeschäft mit stabilem Trend

Das Sachgeschäft ist im vergangenen Geschäftsjahr mit einem Prämienplus von 0,4 Prozent auf CHF 2 027.0 Mio. (Vorjahr: 2

019.1 Mio.) leicht gewachsen. Dazu beigetragen haben vor allem das Unternehmens- und das Personenversicherungsgeschäft. Im Motorfahrzeugversicherungsgeschäft hat die Allianz Suisse ein neues Produkt, das individuellere Produkte und attraktive Tarife ermöglicht, im Markt ausgerollt. "Hier wollen wir im wahrsten Sinne des Wortes in diesem Jahr Gas geben. Das gilt auch für das Leben- und Unternehmensgeschäft", blickt Kubat voraus. Unverändert wichtig war, eine gute Balance zwischen Wachstum und Profitabilität zu haben.

Das unterstreicht die Entwicklung der Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio), die trotz der Belastungen aus den Unwettern um rund 0,6 Prozentpunkte auf 90,5% (Vorjahr 91,1%) sank. Die Unwetterereignisse des Sommers schlugen mit rund CHF 165 Mio. zu Buche, wobei ein gewichtiger Anteil davon über Rückversicherungslösungen gedämpft werden konnte. So betrug die Schadenquote im vergangenen Jahr rund 67,3% (Vorjahr: 67,6%). Um fast den gleichen Wert sank auch die Kostenquote durch den Wegfall von Corona-Unterstützungsmassnahmen, die im ersten Pandemiejahr anfielen, auf rund 23,2% (Vorjahr: 23,5%). "Diese Kostenposition werden wir durch konsequentes Kostenmanagement weiter festigen", sagt Kubat.

Positiv entwickelte sich auch der operative Gewinn, der um 1,4% auf CHF 254,7 Mio. stieg. Aufgrund eines Sondereffekts durch den Verkauf von Liegenschaften legte der Jahresgewinn im Sachgeschäft um 55,6% auf CHF 316.5 Mio. (Vorjahr: CHF 203,4 Mio.) zu.

Erfreuliches Wachstum im Lebengeschäft

Die Allianz Suisse hat das Lebengeschäft mit Erfolg weiter vorangetrieben: So stieg das Prämienvolumen im Einzel- und Kollektivlebensgeschäft um insgesamt 1,7 Prozent auf CHF 1 700,3 Mio. (Vorjahr: 1 671,2Mio.). Im Neugeschäft Einzelleben konnte die Allianz Suisse das Kundeninteresse mit fondsgebundenen und hybriden Produkten, welche Sparen mit der Sicherheit einer Lebensversicherung verbinden, bedienen und einen zweistelligen Zuwachs erzielen. Offensichtlich dringt die Notwendigkeit zur privaten Altersvorsorge angesichts der ungelösten Probleme in der 1. und 2. Säule immer stärker in die Köpfe. "Auf die steigende Nachfrage nach zeitgemässen Versicherungsprodukten im Einzellebensgeschäft antworten wir und haben vor wenigen Tagen mit Smart Invest ein neues, einzigartiges Angebot lanciert. Das Produkt richtet sich am Leben unserer Kundinnen und Kunden aus und bietet maximale Flexibilität - so können sie je nach Risikofähigkeit und -neigung beispielsweise jederzeit selbst bestimmen, in welchem Verhältnis sie auf Sicherheit oder Renditechancen setzen. Wir sind am Puls der Zeit und wollen die sich bietenden Chancen nutzen. Ohnehin sehen wir grosses Potential im Einzellebensgeschäft und dies umso mehr, als wir unsere Wettbewerbs- und Kapitalposition durch eine innovative Rückversicherungslösung zur Absicherung von Zinsversprechen gestärkt haben. Damit kann sich der Kunde bei der Allianz Suisse noch sicherer fühlen und wir haben Freiraum für Wachstum mit der aktuellen Produktpalette geschaffen", sagt Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse.

Im Bereich Kollektivleben verzeichnete die Allianz Suisse eine stabile Entwicklung. Das Prämienvolumen stieg um 1,6% auf CHF 1 314,3 Mio. (Vorjahr: CHF 1 293,2 Mio.), wobei vor allem die periodischen Prämien, welche den nachhaltigen Prämienteil abbilden, zulegten. Die Nachfrage nach der Sicherheit und den Garantien einer Vollversicherungslösung ist bei den kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), welche die Risiken nicht selbst tragen können oder wollen, ungebrochen. Stefan Rapp: "Gerade in der aktuellen Situation mit extrem volatilen Finanzmärkten kann die Vollversicherung ihre Stärken ausspielen, was vielen Unternehmen und ihren Beschäftigten ein beruhigendes Gefühl gibt. Wir werden an unserem Angebot in der beruflichen Vorsorge festhalten und stehen unseren Firmenkunden als verlässliche und finanzstarke Partnerin zur Seite."

Aufgrund des abgegebenen Geschäfts im Rahmen einer Rückversicherungslösung sank der Operative Gewinn im Lebengeschäft um 9,4% auf CHF 104,6 Mio. (Vorjahr: CHF 115,4 Mio.), der Jahresgewinn ging aus den gleichen Gründen um 11,3% auf CHF 89,5 Mio. (Vorjahr: CHF 101,0 Mio.) zurück. Nachhaltig und langfristig gestärkt wird aufgrund der Rückversicherungslösung die Solvabilität, welche per Ende 2021 im Lebengeschäft nochmals deutlich gegenüber derjenigen per Ende 2020 gestiegen ist.

Pressekontakt:

Hans-Peter Nehmer, Leiter Kommunikation & Nachhaltigkeit
hanspeter.nehmer@allianz.ch, Tel. 058 358 88 01

Bernd de Wall, Mediensprecher
bernd.dewall@allianz.ch, Tel.:058 358 84 14

Medieninhalte



Allianz Suisse / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100008591 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Allianz Suisse/Frank Schwarzbach"