

# Medienmitteilung

## **Jahresergebnis 2016: Allianz Suisse gewinnt 27'000 Netto-Neukunden und legt im Sachgeschäft weiter zu**

- **Allianz Suisse Gruppe steigert Jahresgewinn um 1,5 Prozent auf CHF 262,4 Mio.**
- **Erneut kräftiges Netto-Kundenwachstum mit +27'000 neuen Kunden**
- **Sachgeschäft wächst 2,3 Prozent auf CHF 1'880,1 Mio. und deutlich über Markt**
- **Digitale Initiativen und konsequente Kundenorientierung zeigen Wirkung**

**Wallisellen, 30. März 2017 – Allen politischen und wirtschaftlichen Unsicherheiten zum Trotz: Die Allianz Suisse Gruppe ist im vergangenen Jahr in der Erfolgsspur geblieben. Das Sachgeschäft wuchs mit 2,3 Prozent mehr als doppelt so schnell wie der Markt. Das Netto-Kundenwachstum betrug +27'000 und wies damit bereits das zweite Jahr in Folge hohe Steigerungsraten auf (Vorjahr: +16'000). Das Prämienvolumen im Lebensgeschäft sank aufgrund der bewussten Zurückhaltung auf CHF 1'758,8 Mio. (Vorjahr CHF 1'970,0 Mio.), demgegenüber stieg der Jahresgewinn um 1,5 Prozent auf CHF 262,4 Mio.**

"Es war ein aufregendes Jahr – nicht nur in politischer Hinsicht. Wir haben uns in diesem von Unsicherheiten geprägten Umfeld sehr gut behauptet und konnten unsere Marktposition in der Schweiz im Sachgeschäft weiter stärken. Der Kunde hat unsere Angebote honoriert, wie das starke Kundenwachstum unter Beweis stellt. Dazu beigetragen hat, dass wir in allen Verkaufskanälen, Produktangeboten und Services grosse Fortschritte erzielen konnten. Beispielsweise durch den Ausbau des Aussendienstes, den innovativen Online-Prämienrechner oder der neu geschaffenen Chat-Funktion auf [www.allianz.ch](http://www.allianz.ch). Mit dem Jahresergebnis bin ich sehr zufrieden, es lag über unseren Erwartungen", lautet das Fazit von Severin Moser, CEO der Allianz Suisse. Und mit Blick auf die nähere Zukunft betont er: „Die Unsicherheiten werden in diesem Jahr angesichts wichtiger Wahlen in Europa und der damit verbundenen Auswirkungen auf die Kapitalmärkte gross bleiben. Aber für uns gilt: Wir wollen im Sachgeschäft weiterhin führende Leistungen für unsere Kunden sicherstellen und auf dieser Basis nachhaltig profitabel weiter wachsen. Auch im Lebensgeschäft liegt trotz der Herausforderungen durch die Negativzinsen noch viel Potenzial, gerade im Bereich der privaten Altersvorsorge. Dieses Potenzial werden wir mit neuem Fokus und bedarfsorientierten, kapitalschonenden Produkten noch zielgerichteter nutzen.“

## **Sachgeschäft wächst deutlich über Markt**

Dass der konsequente Kundenfokus Früchte trägt, zeigt sich vor allem im Sachgeschäft. Die Prämieinnahmen stiegen um 2,3 Prozent auf CHF 1'880,1 Mio. (Vorjahr: CHF 1'837,4 Mio.) – damit wuchs das Sachgeschäft doppelt so schnell wie der Markt, der laut Hochrechnungen des Schweizerischen Versicherungsverbands (SVV) im vergangenen Jahr um durchschnittlich 1,1 Prozent zulegen. Zu diesem Wachstum beigetragen hat vor allem das Motorfahrzeuggeschäft, das ein Plus von 2,5 Prozent verzeichnete.

„Der Trend im Sachgeschäft zeigt eindeutig in die richtige Richtung – vor allem dank unserer starken Vertriebskanäle wie Generalagenturen, Broker und Kooperationen sowie unserer neuen Digitalstrategie. So hat sich die neue Direktmarke ELVIA bereits im ersten Jahr fest im Markt etabliert und weist hohe Wachstumsraten auf. Gleichzeitig ist es uns gelungen, die neue Online-Welt mit der klassischen Beratung zu verknüpfen, die auch in Zukunft eine tragende Säule für unsere Dienstleistungen gegenüber den Kunden sein wird. Wir müssen für unsere Kunden auf allen Vertriebskanälen präsent sein und legen im digitalen Zeitalter ein noch stärkeres Augenmerk auf eine moderne und einfache Kundenkommunikation. Ein weiterer Schwerpunkt wird das Geschäft mit kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) sein“, blickt Severin Moser voraus.

Vor allem aufgrund von industriellen Grossschäden stieg die Schadenquote um 1,7 Prozentpunkte, während die Kostenquote unverändert blieb. Daraus resultierte eine Kosten-/Schadenquote (Combined Ratio) von 91,2 Prozent (Vorjahr: 89,5 Prozent) und damit eine Belastung des Operating Profit um 7,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Jahresgewinn im Sachgeschäft betrug CHF 189,0 Mio. und lag damit nur geringfügig unter dem Vorjahr (CHF 192,1 Mio.).

## **Lebengeschäft: Weniger Prämien, mehr Gewinn**

Da sich die Zinssituation in der Schweiz im vergangenen Jahr unverändert zeigte, standen für die Allianz Suisse im Lebengeschäft weiterhin die Stabilität des Geschäfts und die Sicherheit der Leistungen für die Kunden im Vordergrund. Dementsprechend hielt die Allianz Suisse an ihrer selektiven Zeichnungspolitik im Einzelleben- und Kollektivlebensgeschäft fest, woraus ein Rückgang bei den Prämieinnahmen um insgesamt 10,7 Prozent auf CHF 1'758,8 Mio. (Vorjahr: CHF 1'970,0 Mio.) resultierte. Im Einzellebensgeschäft gingen die Prämieinnahmen um 3,3 Prozent auf CHF 309,7 Mio. zurück. Während im Kollektivlebensgeschäft die Periodischen Prämieinnahmen mit CHF 163,5 Mio. (Vorjahr: CHF 163,8 Mio.) fast exakt auf dem Vorjahresniveau blieben, betrugen die Einmaleinlagen noch CHF 19,7 Mio. (Vorjahr: CHF 54,7 Mio.). Aufgrund dieser bewussten Zurückhaltung im BVG-Geschäft sanken die Prämieinnahmen im Kollektivlebensgeschäft gesamthaft um 16,1 Prozent auf CHF 183,2 Mio. (Vorjahr: CHF 218,5 Mio.).

Trotz weiterer Verstärkungen der Reserven für Zinsgarantien verbuchte das Lebengeschäft aufgrund eines höheren Kapitalanlageergebnisses einen Anstieg des Jahresgewinns auf CHF 73,4 Mio. (Vorjahr: CHF 66,3 Mio.).

„Die Situation ist angesichts der tiefen Zinsen nach wie vor nicht einfach“, betont Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse. „Gleichzeitig wollen wir aber auch die sich bietenden Chancen nutzen und den Kunden attraktive Produkte für ihre private Altersvorsorge bieten.“ Mit Comfort Saving und Comfort Saving Plus hat die Allianz Suisse Anfang 2017 eine neue Vorsorgelösung für sicherheitsorientierte Kunden lanciert, bei der die Sparprämien bei Ablauf zu 100 Prozent garantiert sind und die Kunden unmittelbar von steigenden Zinsen und dem Anlageergebnis der Allianz Suisse profitieren können. „Nichtklassische Produkte, die gleichzeitig kapitaleffizient und damit für den Kunden mehr Performance-Potential enthalten, machen mittlerweile über 80 Prozent unseres Einzelleben-Neugeschäfts aus. Diesen Business-Mix gilt es weiter auszubauen“, so Rapp.

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

Mio. CHF	2016	2015	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Prämieneinnahmen brutto Gruppe	3'638,8	3'807,4	-4,4
Prämieneinnahmen brutto Nichtleben	1'880,1	1'837,4	2,3
Statutarische Prämieneinnahmen brutto Leben	1'758,8	1'970,0	-10,7
Verdiente Prämien netto Nichtleben	1'791,1	1'729,6	3,6
Verdiente Prämien netto Leben <sup>2)</sup>	490,3	535,5	-8,4
Versicherungsleistung für eigene Rechnung <sup>3)</sup>	1'634,1	1'648,7	-0,9
Kosten für eigene Rechnung	575,0	545,7	5,4
Kapitalanlageergebnis	612,8	511,1	19,9
Operatives Ergebnis	316,4	341,9	-7,4
Gewinn	262,4	258,4	1,5
Eigenkapital	2'293,6	2'272,7	0,9
Combined Ratio Nichtleben	91,2%	89,5%	+1.7%-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

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 3.6 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 3'600 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 eine Million 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.