

Medienmitteilung

Allianz Suisse setzt positiven Trend im ersten Halbjahr fort

- **Im Sachgeschäft Prämienvolumen um 1,9 Prozent auf CHF 1'369,9 Mio. gesteigert**
- **Operatives Ergebnis der Allianz Suisse Gruppe steigt im ersten Halbjahr um 2,6 Prozent auf CHF 170,9 Mio.**
- **Halbjahresgewinn legt um 12,2 Prozent auf CHF 141,9 Mio. zu**
- **Erneut deutliches Nettokunden-Wachstum von +16'000 erzielt**
- **Neue Produkte und digitale Initiativen zeigen Wirkung**

Wallisellen, 24. August 2016 – Die Allianz Suisse Gruppe hat in den ersten sechs Monaten den positiven Trend aus dem Vorjahr bestätigt. Das Nettokunden-Wachstum lag mit +16'000 bereits im ersten Halbjahr so hoch wie im gesamten vergangenen Jahr. Trotz des anhaltend schwierigen Marktumfelds steigerte die Allianz Suisse das operative Ergebnis im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 2,6 Prozent auf CHF 170,9 Mio. (Vorjahr: CHF 166,6 Mio.). Der Halbjahresgewinn legte aufgrund von Gewinnen aus Immobilienverkäufen und geringeren Abschreibungen auf Bond Funds um 12,2 Prozent auf CHF 141,9 Mio. (Vorjahr: CHF 126,5 Mio.) zu. Erfreulich entwickelte sich das Sachgeschäft mit einem Prämienplus von 1,9 Prozent auf CHF 1'369,9 Mio. (Vorjahr: CHF 1343,9 Mio.). Im Lebegeschäft sank das Prämienvolumen aufgrund der weiterhin selektiven Zeichnungspolitik um 13,2 Prozent auf CHF 1'268,1 Mio.

„Vor allem das starke Kundenwachstum und die Entwicklung im Sachgeschäft stimmen mich zuversichtlich, wir konnten nahtlos an die positiven Ergebnisse des Vorjahres anknüpfen“, kommentiert Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, das Halbjahresergebnis. „Unsere strategische Ausrichtung hin zu einer konsequenten Kundenorientierung, die Lancierung neuer Produkte im Privat- und Unternehmenskundengeschäft sowie die Investitionen in digitale Initiativen zeigen Wirkung. Jetzt gilt es, diese Performance im weiteren Jahresverlauf zu bestätigen. Unser Ziel ist es, im Sachgeschäft über dem Markt zu wachsen und die Profitabilität zu festigen“, sagt Moser.

Sachgeschäft bleibt in der Wachstumsspur

Mit einem Prämienplus von 1,9 Prozent auf CHF 1'369,9 Mio. bleibt das Sachgeschäft der Allianz Suisse auch in den ersten sechs Monaten 2016 in der Wachstumsspur. Dazu beigetragen haben vor allem eine gestiegene Nachfrage nach Motorfahrzeug-Kaskoversicherungen, das auf die Bedürfnisse von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zugeschnittene CombiRisk Business-Produkt sowie die Rechtsschutzversicherungen. Zudem hat sich die neue Onlinemarke ELVIA seit dem Start im Februar innert kürzester Zeit bereits fest im Markt etabliert. „Unsere Strategie, mit der Lancierung der neuen Direktmarke ELVIA eine klare Markentrennung herbeizuführen und damit flexibler auf die Bedürfnisse von reinen On-linekunden reagieren zu können, hat sich als richtig erwiesen“, ist Severin Moser überzeugt. „Die Wachstumszahlen in den ersten Monaten im Vergleich zur vorherigen Direktmarke Allianz24 bestätigen dies“.

Die Schaden-/Kosten-Quote (Combined Ratio) sank dank strikter Kostendisziplin um 0,4 Prozentpunkte auf 90,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Das operative Ergebnis im Sachgeschäft betrug im ersten Halbjahr CHF 125,2 Mio., was einem Plus von 1,6 Prozent entspricht. Aufgrund der mehr verdienten Prämien und Realisaten im Rahmen des Immobilienportfoliomanagements legte der Halbjahresgewinn um 14,7 Prozent auf CHF 105,8 Mio. (Vorjahr: CHF 92,2 Mio.) zu.

Lebengeschäft: Weniger Prämien, mehr Gewinn

Angesichts der anhaltend schwierigen Zinssituation in der Schweiz hat die Allianz Suisse ihre zurückhaltende Zeichnungspolitik im Lebengeschäft auch im ersten Halbjahr 2016 beibehalten. Dementsprechend sanken die Prämieinnahmen um 13,2 Prozent auf CHF 1'268,1 Mio. (Vorjahr: 1'460,2 Mio.). Dieser Rückgang ist vor allem auf das Einmaleinlagengeschäft, sowohl in Einzel- als auch Kollektivleben zurückzuführen. Dazu Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse: „Wir haben bereits im vergangenen Jahr den Verkauf von traditionellen Einmaleinlage- und Rentenprodukten bis auf weiteres gestoppt. Für uns hat die Solidität des Geschäfts oberste Priorität“.

Deshalb konzentriert sich die Allianz Suisse auf den Verkauf von Produkten, die den Kunden auch im Niedrigzinsumfeld Sicherheit und Rendite bieten. „Mit Balance Invest haben wir für die Privatkunden bereits eine sehr attraktive Lösung und arbeiten derzeit an weiteren Produktangeboten. Mit der Gründung einer teilautonomen Sammelstiftung haben wir darüber hinaus auch im BVG-Geschäft unser Produktportfolio erweitert. Der Kunde hat jetzt die Möglichkeit, zwischen der Vollversicherung und der teilautonomen Lösung zu wählen. Die teilautonome Lösung bietet den angeschlossenen Unternehmen langfristig höhere erwartete Renditen und ermöglicht niedrigere Kosten“, so Rapp.

Trotz weiterer Verstärkungen der Rückstellungen nahm das operative Ergebnis um 5,3 Prozent auf CHF 45,7 Mio. (Vorjahr: CHF 43,4) zu, der Jahresgewinn lag bei CHF 36,1 Mio., was ebenfalls einer Steigerung um 5,3 Prozent entsprach (Vorjahr: CHF 34,2 Mio.).

Allianz Suisse Gruppe (Aggregierte Kennzahlen IFRS ¹⁾)

Mio. CHF	06/2016	06/2015	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Prämieneinnahmen brutto Nichtleben	1'369.9	1'343.9	1.9
Statutarische Prämieinnahmen brutto Leben	1'268.1	1'460.2	-13.2
Verdiente Prämien netto Nichtleben	898.0	881.0	1.9
Verdiente Prämien netto Leben ²⁾	316.4	347.5	-9.0
Versicherungsleistung für eigene Rechnung ³⁾	816.0	834.6	-2.2
Kosten für eigene Rechnung	277.3	280.2	-1.0
Kapitalanlageergebnis	260.7	247.7	5.3
Operatives Ergebnis	170.9	166.6	2.6
Gewinn	141.9	126.5	12.2
Eigenkapital	2'326.4	2'144.8	8.5
Schaden-Kosten-Quote (Combined Ratio) Nichtleben (in %)	90.9%	91.3%	-0.4%-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

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 3.8 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 130 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.