

Medienmitteilung

Quartalsergebnis: Allianz Suisse mit starkem Kundenwachstum in den ersten neun Monaten

- Allianz Suisse verzeichnet deutliches Netto-Kundenwachstum (+10'000 ggü. Vorjahreszeitraum)
- Operativer Gewinn im Sachgeschäft steigt um 2.1 Prozent auf CHF 183.8 Mio.
- Kosten-/Schadenquote auf stabilem Niveau
- Lebengeschäft bleibt unverändert herausfordernd

Wallisellen, 2. Dezember 2015 – Die Allianz Suisse Gruppe hat trotz der negativen Auswirkungen nach der Aufhebung des Euro-Mindestkurses das Wachstum weiter vorangetrieben. Vor allem das deutliche Netto-Kundenwachstum von +10'000 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum sowie das Sachgeschäft mit einer starken Nachfrage im Motorfahrzeuggeschäft bestätigen den positiven Trend. Das Lebengeschäft hingegen ist weiterhin vom Niedrigzinsumfeld und der damit verbundenen Zurückhaltung beim Schreiben von Neugeschäft geprägt. Aus diesem Grund verzeichnet die Allianz Suisse Gruppe in den ersten neun Monaten insgesamt einen Rückgang der Brutto-Prämieneinnahmen um 1.4 Prozent auf CHF 3'350.1 Mio. (Vorjahr: CHF 3'397.3 Mio.) sowie in Folge der Stärkung der Zinsreserven einen Rückgang des operativen Gewinns um 2.4 Prozent auf CHF 248.3 Mio. (Vorjahr: CHF 254.5 Mio.).

„Das Ergebnis liegt in weiten Teilen leicht über unseren Erwartungen. Vor allem die Trendumkehr im Sachgeschäft mit dem deutlichen Kundenwachstum stimmt mich zuversichtlich. Unser Ziel ist es deshalb, bis Ende Jahr mit dem Schweizer Markt auch prämienseitig zu wachsen“, kommentiert Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, das Quartalsergebnis. „Unsere Anfang des Jahres lancierten Wachstumsinitiativen entfalten immer deutlicher ihre Wirkung. Diesen Weg müssen wir nun konsequent weitergehen und gleichzeitig dem veränderten Kundenverhalten mit neuen digitalen Initiativen noch stärker Rechnung tragen. Die Investitionen in diesem Bereich werden wir in den kommenden Wochen und Monaten ausweiten, um neue Kundenerlebnisse zu schaffen“, blickt Moser voraus.

Sachgeschäft auf Kurs

Dass die Wachstumsinitiativen der Allianz Suisse greifen, zeigt sich vor allem im Sachgeschäft. Sowohl die Nachfrage nach Motorfahrzeug- als auch Rechtsschutzversicherungen

hat mit einem Prämienplus von jeweils 0.6 Prozent zugelegt. Allein das Neugeschäftsvolumen bei Motorfahrzeugversicherungen liegt rund 15 Prozent über dem Vorjahr. Auch das neue Produkt CombiRisk Business, bei dem Unternehmenskunden von mehr Serviceleistungen und weniger Komplexität bei den Verträgen und Deckungen profitieren, hat sich gut im Markt etabliert. Dementsprechend stiegen die Bruttoprämien um 0.3 Prozent auf CHF 1'659.8 Mio. (Vorjahr: CHF 1'655.0 Mio.) bzw. um 0.6 Prozent, wenn ein technischer Effekt, der sich bis Jahresende normalisiert, bereinigt wird. Gleichzeitig profitierte das Sachgeschäft im 3. Quartal von einem günstigen Schadenverlauf mit wenigen Naturkatastrophen. So betrug die Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) per 30. September 90.7 Prozent und blieb nahezu unverändert auf Vorjahresniveau (90.4 Prozent).

Der operative Gewinn im Sachgeschäft betrug für die ersten neun Monate CHF 183.3 Mio., was einem Plus von 2.1 Prozent entspricht (Vorjahr: CHF 180.1 Mio.). Aufgrund von Abschreibungen auf Emerging Market Bond Funds ging der Gewinn um 14.4 Prozent auf CHF 124.8 Mio. zurück (Vorjahr: CHF 145.9 Mio.).

"Für den Erfolg im Sachgeschäft ist es künftig entscheidend, die digitalen Zeichen der Zeit zu erkennen und den Kunden attraktive Services anzubieten. Hier erzielen wir fortlaufend Fortschritte. Mit unserer neuen Allianz App können Kunden beispielsweise unkompliziert per Smartphone einen Schaden melden, ihre Verträge verwalten oder ganz einfach Kontakt zu einem Berater in der Nähe aufsuchen. Die App ist ein wichtiger Baustein in unserer Digitalstrategie und wir arbeiten derzeit mit Hochdruck an weiteren digitalen Lösungen, mit denen wir die neuen Kundenbedürfnisse optimal abdecken können," skizziert Moser die künftige Marschrichtung.

Lebengeschäft unverändert herausfordernd

Im Lebengeschäft agiert die Allianz Suisse angesichts der unverändert schwierigen Marktbedingungen in der Zeichnungspolitik weiterhin zurückhaltend. So liegt der Fokus in Einzel- und Kollektivleben auf dem Schreiben von Neugeschäft, das auch im anhaltenden Negativzinsumfeld eine positive Marge gewährleistet. Zudem werden in Einzelleben derzeit keine traditionellen Einmaleinlage- und Rentenprodukte angeboten. Dementsprechend gingen die Prämieinnahmen in den ersten neun Monaten um 3.0 Prozent auf CHF 1'690.3 Mio. zurück (Vorjahr: CHF 1'742.3 Mio.).

Das Ergebnis ist nach wie vor geprägt von der Verstärkung der Zinsreserven Anfang des Jahres. So beträgt der operative Gewinn im Lebengeschäft nach neun Monaten CHF 64.5 Mio. (Vorjahr CHF 74.4 Mio.), was einem Minus von 13.3 Prozent entspricht.

"Wir gehen davon aus, dass sich das Zinsniveau mittelfristig nicht verändern wird – deshalb sind für uns Stabilität des Geschäfts und Sicherheit für den Kunden momentan oberstes Gebot. Wir halten im Einzellebengeschäft aktuell an einer begrenzten Produktpalette fest und konzentrieren uns vor allem auf kapitaleffiziente Produkte, die aus einer wählbaren Garantie und einem Renditeanteil bestehen, sowie auf fondsgebundene Lebensversicherungen", sagt Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse. So beträgt der Anteil des renditeorientierten Produkts Balance Invest bereits zwei Drittel am Neugeschäft im Einzelleben – ein Plus von 40 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

"Trotz der insgesamt herausfordernden Lage sehen wir künftig auch attraktive Chancen für das Lebengeschäft. Denn angesichts der tiefen Zinsen, durch die Sparer bestraft werden,

steigt die Eigenverantwortung jedes Einzelnen, für das Rentenalter mehr vorzusorgen", bleibt Rapp optimistisch.

Allianz Suisse Gruppe (Aggregierte Kennzahlen IFRS ¹⁾)

Mio. CHF	09/2015	09/2014	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Prämieneinnahmen brutto Nichtleben	1'659.8	1'655.0	0.3
Statutarische Prämieneinnahmen brutto Leben	1'690.3	1'742.3	-3.0
Verdiente Prämien netto Nichtleben	1'307.0	1'306.9	0.0
Verdiente Prämien netto Leben ²⁾	433.3	521.6	-16.9
Versicherungsleistung für eigene Rechnung ³⁾	1'227.4	1'313.7	-6.6
Kosten für eigene Rechnung	410.3	399.1	2.8
Kapitalanlageergebnis	362.8	409.0	-11.3
Operatives Ergebnis	248.3	254.5	-2.4
Gewinn	175.8	204.5	-14.0
Eigenkapital	2'204.3	2'322.5	-5.1
Combined Ratio Nichtleben	90.7%	90.4%	+0.3%-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

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.