

Medienmitteilung

Allianz Suisse Gruppe: Ergebnis 2013 gesteigert, Kundenbasis ausgebaut

- Operatives Ergebnis der Allianz Suisse Gruppe¹ legt um 1.1 Prozent auf CHF 334.7 Mio. zu
- Gute Kosten-/Schadenquote (Combined Ratio): mit 91 Prozent tiefster Stand seit Bestehen der Allianz Suisse
- Allianz Suisse erhöht 2014 Gesamtverzinsung im BVG
- Kundenzufriedenheit erhöht, Kundenbasis weiter gestärkt

Wallisellen, 24. März 2014 – Die Allianz Suisse Gruppe schliesst das Geschäftsjahr 2013 mit guten Ergebnissen ab. Der operative Gewinn der Gruppe legt um 1.1 Prozent zu und erreicht einen Wert von CHF 334.7 Mio. Gleichzeitig konnte die Kosten-/Schadenquote auf den besten Stand seit dem Bestehen der Allianz Suisse reduziert werden. Die hohe Zufriedenheit mit den Angeboten des Unternehmens findet ihren Niederschlag in einer gegenüber dem Vorjahr weiter gestiegenen Kundenzahl.

Das operative Ergebnis der Allianz Suisse Gruppe nahm 2013 von CHF 331.2 Mio. auf CHF 334.7 Mio. zu. Dies entspricht einem Zuwachs von 1.1 Prozent. Im gleichen Zeitraum sanken die aggregierten Bruttoprämieinnahmen der beiden Kerngesellschaften Allianz Suisse Versicherungen und Allianz Suisse Leben um insgesamt 7.6 Prozent auf CHF 3'737 Mio. Während das Sachversicherungsgeschäft ein Prämienwachstum von 1.1 Prozent auf CHF 1'831 Mio. verzeichnete, ging das Prämienvolumen im Lebengeschäft um 14.2 Prozent auf CHF 1'970 Mio. zurück. Das operative Ergebnis im Lebengeschäft ist mit CHF 96 Mio. von hoher Stabilität geprägt (2012: CHF 94 Mio.).

Resultate für den Kunden

Severin Moser, seit 1. Januar 2014 CEO der Allianz Suisse, über das Geschäftsjahr: "Das solide Jahresergebnis zeigt, dass die Allianz Suisse gut aufgestellt ist. Unser oberstes Ziel ist es, auch in Zukunft für unsere Kunden der bevorzugte Partner für sämtliche Versicherungslösungen zu sein." Und weiter: "Wir investieren ganz gezielt in die Beratungsqualität und den Ausbau der Vertriebskapazitäten. Der Kundenzuwachs zeigt, dass unsere Angebote bei den Kunden sehr gut ankommen."

In über 30'000 Feedbacks geben Kunden insbesondere der professionellen Beratung und der Servicequalität der Allianz Suisse sehr gute Noten. Severin Moser: "Wir arbeiten stetig an innovativen Services. So können unsere Kunden beispielsweise seit letztem Jahr Termine in unserem Hagel Drive-in in Real-Time elektronisch über das Portal myAllianz buchen. Dadurch verringern wir in der Schadenbearbeitung die Wartezeiten für unsere Kunden beträchtlich."

Die Kundenfeedbacks wurden im Bericht "Resultate für den Kunden" im Januar 2014 veröffentlicht und stehen auf www.allianz.ch zum Download zur Verfügung.

Allianz Suisse Versicherung: Operatives Ergebnis leicht gesteigert

Die Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG verzeichnete im abgelaufenen Jahr ein ansehnliches Wachstum. Die Bruttoprämien legten um 1.1 Prozent auf CHF 1'766 Mio. zu (2012: CHF 1.747 Mio.). Haupttreiber des Prämienanstiegs war insbesondere das dynamische Geschäft mit Motorfahrzeugversicherungen, das um 2.5 Prozent zunahm. Auch im Sach- und Haftgeschäft ist die Allianz Suisse Versicherung gewachsen. Der operative Gewinn der Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG stieg mit 1.0 Prozent leicht. Das Jahresergebnis verzeichnete einen deutlichen Gewinnzuwachs um 11.2 Prozent auf CHF 176 Mio., wobei das Vorjahr durch Beteiligungseffekte belastet war.

Die Leistungen an Kunden im Zusammenhang mit Hagel- und Unwetterschäden stiegen 2013 um 4.4 Prozent. Trotzdem konnte die Allianz Suisse Versicherung die Schaden-/Kostenquote auf einen historisch tiefen Wert von 90.9 Prozent (Vorjahr: 91.9 Prozent) absenken. Das ist erneut eine Bestmarke seit dem Bestehen der Allianz Suisse. Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse: "Wir arbeiten systematisch an unserer Effektivität, sei es im Underwriting, bei der Schadenbearbeitung oder bei den administrativen Prozessen. Dadurch konnten wir die Combined Ratio über die letzten Jahre hinweg kontinuierlich verbessern. 2013 waren wir aufgrund der verbesserten Versicherungstechnik zudem in der Lage, die Belastungen aus den Niedrigzinsen im operativen Ergebnis mehr als zu kompensieren."

Das Eigenkapital der Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG reduzierte sich um 133.3 Mio. Die Veränderung des Eigenkapitals begründet sich aus einem technischen Effekt, nämlich dem Rückgang der unrealisierten Gewinne auf festverzinslichen Wertpapieren als Folge des Zinsanstieges. In Bezug auf die Kapitalausstattung steht die Allianz Suisse sehr solide da. Die Ratingagentur Standard & Poor's bewertet den Versicherer mit dem Rating AA- (Ausblick stabil). Neu beurteilt Standard & Poor's die Allianz Suisse als wesentlichen Bestandteil der Allianz Gruppe (Kategorie "Highly Strategic").

Kennziffern Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG (IFRS)

Mio. CHF	2013	2012	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Bruttoprämieeinnahmen	1'766.3	1'747.3	+1.1
Verdiente Nettoprämieeinnahmen	1'686.1	1'684.0	+0.1
Operatives Ergebnis	227.6	225.5	+1.0
Jahresgewinn	176.2	158.6	+11.2
Kapitalanlagen	5'121.4	4'899.4	+4.5
Eigenkapital	1'162.3	1'295.6	-10.3
Combined Ratio	90.9%	91.9%	-1.0

Allianz Suisse Leben: Prämienportfolio gestrafft

Das Geschäft der Allianz Suisse Lebensversicherungs-Gesellschaft AG stand ganz im Zeichen einer Straffung des Prämienportfolios und einer verstärkten Fokussierung im Kollektivleben auf das KMU-Segment. In der Folge reduzierte sich das Prämienvolumen 2013 um 14.2 Prozent. Trotz weniger Prämieeinnahmen lag das Jahresergebnis mit CHF 77.0 Mio. auf Vorjahresniveau (2012: CHF 75.6 Mio.). "Wir haben 2013 das Prämienportfolio im Lebensgeschäft gestrafft und noch konsequenter ausgerichtet. Das ist die Grundlage für Wachstum in den kommenden Jahren", so das Fazit Severin Mosers, CEO der Allianz Suisse.

Während im Einzelleben Einmaleinlageangebote vor dem Hintergrund tiefer Zinsen wenig nachgefragt wurden, hat das Geschäft mit den periodischen Prämien zugelegt. Dort stiegen die Bruttoprämieeinnahmen um 0.6 Prozent auf CHF 374.2 Mio. und entwickelten sich damit erfolgreicher als der Markt. Getragen wurde die positive Entwicklung durch das 2012 lancierte Vorsorgeprodukt „Balance Invest“. Bereits heute mache dieses innovative Produkt mehr als einen Drittel des Neugeschäftes im Einzelleben aus, so Severin Moser. "Das Produkt entwickelt sich zu einem starken Wachstumstreiber und zeigt, dass die Nachfrage nach Alternativen zu herkömmlichen Vorsorgelösungen, speziell im aktuellen Niedrigzinsumfeld, weiter zunimmt." Vor dem Hintergrund der weiterhin anhaltenden Niedrigzinsen gehe der Trend klar in Richtung hybride Vorsorgeprodukte, die Sicherheit und Renditechancen verknüpfen, wie dies bei Balance Invest der Fall sei, so Moser.

Die Ergebnis- und Kapitalbasis der Allianz Suisse Lebensversicherungs-Gesellschaft AG ist sehr solide. Dies drückt sich in einem leicht über Vorjahr liegenden Gewinn sowie in einem

SST-Wert (Swiss Solvency Test 2013 basierend auf Jahreszahlen 2012) aus, der wie in den Vorjahren nach FINMA-Prüfung bei über 100 Prozent liegt. CFO Stefan Rapp: "Unsere Kapitalstärke ist ein klarer Mehrwert für den Kunden, denn damit verbunden ist ein hohes Mass an Sicherheit. Diese starke Position macht es auch möglich, dass wir für das Geschäftsjahr 2014 die Gesamtverzinsung im Kollektivleben von 1.8 Prozent auf 2.0 Prozent im Obligatorium und von 2.2 Prozent auf 2.4 Prozent im Überobligatorium erhöhen."

Kennziffern Allianz Suisse Lebensversicherungs-Gesellschaft AG (IFRS)

Mio. CHF	2013	2012	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Statuarische Prämieinnahmen gesamt	1'970.3	2'294.8	-14.1
Statuarische Prämieinnahmen Einzelleben	390.5	410.8	-4.9
Statuarische Prämieinnahmen Kollektivleben	1'579.7	1'884.0	-16.2
Operatives Ergebnis	95.9	94.1	+2.0
Jahresgewinn	77.0	75.6	+1.9
Kapitalanlagen	16'702.1	16'835.8	-0.8
Eigenkapital	1'102.5	1'125.8	-2.1

Bildmaterial der Pressekonferenz und ein Video-Interview mit Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, finden Sie ab 13:30 Uhr zum Download unter dem Link www.photopress.ch/image/Aktuell/Maerz+14/Allianz+Suisse+BMK

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

Harry H. Meier, Telefon: 058 358 84 14; E-Mail: harry.meier@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.