

Zürich, 14. März 2007

Medienmitteilung

Allianz Suisse – das beste Geschäftsjahr seit der Gründung

Die Allianz Suisse Gruppe blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2006 zurück. Mit einem Jahresgewinn von 282 Mio. Franken konnte sie das sehr gute Vorjahresergebnis nochmals um 9,0 Prozent übertreffen. Die Zahl der Mitarbeitenden nahm um 1,2 Prozent auf 3999 Personen zu.

Mit einem Ausbau ihrer Vertriebswege und neuen, wettbewerbsfähigen Lebensprodukten ist die Allianz Suisse in der Offensive. In der Kombi-Haushaltversicherung verzeichnet sie zurzeit einen grossen Zulauf; weil andere Versicherungen aber die Verträge nicht frei geben, unterstützt die Allianz Suisse wechselwillige Kunden juristisch.

„Die Allianz Suisse kann auf ein ausgezeichnetes Geschäftsjahr zurückblicken – ausgezeichnet für uns, für die Aktionäre, für die Kunden und die Mitarbeitenden.“ Mit diesen Worten charakterisierte Manfred Knof, CEO der Allianz Suisse den Geschäftsabschluss 2006 der Allianz Suisse Gruppe.

Die Allianz Suisse Gruppe erarbeitete im Berichtsjahr ein Prämienvolumen von insgesamt 3664 Mio. Franken. In der direkten Schaden- und Unfallversicherung erreichten die Prämien 1934 Mio. Franken. Die Steigerungsrate von 3,7 Prozent liegt deutlich über dem Marktwachstum von ca. 1,7 Prozent. Im Lebengeschäft sank das Geschäftsvolumen um 3,7 Prozent auf 1576 Mio. Franken. Die aktive Rückversicherung profitierte von einem günstigen Marktumfeld und steigerte die Prämieinnahmen um 18,1 Prozent auf 155 Mio. Franken.

2006 erbrachte die Allianz Suisse Versicherungsleistungen von insgesamt 3044 Mio. Franken. Dies entspricht einem Rückgang gegenüber dem Vorjahr von 2,9 Prozent. In der Schaden- und Unfallversicherung waren nur wenige Gross- und Elementarschäden zu registrieren. Der Nettoschadensatz verbesserte sich von 74,4 Prozent im Vorjahr auf 70,8 Prozent. In der Lebensversicherung gingen die Versicherungsleistungen um 5,4 Prozent zurück. Neben einem verbesserten Invaliditätsergebnis führte insbesondere die geringere Anzahl von Dienstaustritten in der Kollektivversicherung zu diesem Resultat.

Allianz Suisse Gruppe – Kennziffern 2006

Mio. CHF	2006	2005	%
Prämien brutto	3 663,6	3 631,5	0,9
Direkte Schaden- und Unfallversicherung	1 933,5	1 864,3	3,7
Direkte Lebensversicherung	1 575,5	1 636,3	-3,7
Indirektes Geschäft	154,6	130,9	18,1
Prämien für eigene Rechnung	3 545,0	3 500,9	1,3
Versicherungsleistungen für eigene Rechnung	3 044,0	3 134,1	-2,9
Kosten für eigene Rechnung	590,6	584,8	1,0
Finanzergebnis	646,5	625,8	3,3
Jahresergebnis	281,9	258,6	9,0
Kapitalanlagen	17 848,6	17 682,0	0,9
Versicherungstechnische Rückstellungen für eigene Rechnung	15 962,4	15 586,3	2,4
Eigenkapital nach Gewinnverwendung	1 508,4	1 500,2	0,5
Anzahl Mitarbeitende	3 999	3 953	1,2

Die Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb stiegen wegen einer Umlagerung der Schadenregulierungskosten um 1,0 Prozent auf 591 Mio. Franken. In Relation zu den Prämien für eigene Rechnung liegen die Kostensätze bei 23,6 Prozent für die Schaden-, Kranken- und Unfallversicherung (Vorjahr 23,4 Prozent) und bei 8,0 Prozent für das Lebengeschäft (Vorjahr 9,0 Prozent).

Aus dem Finanzgeschäft resultierte ein Gewinn von insgesamt 647 Mio. Franken (Vorjahr 626 Mio. Franken).

Das Ergebnis vor Steuern verbesserte sich deutlich um 22,6 Prozent auf 327 Mio. Franken. Nach Abzug des kräftig gestiegenen Steueraufwands von 45 Mio. Franken (Vorjahr 8 Mio.) – die Allianz Suisse Versicherungen haben im Jahr 2006 ihre steuerlichen Verlustvorträge vollständig aufgebraucht – erhöht sich das Jahresergebnis um 9 Prozent auf 282 Mio. Franken. Davon sollen 160 Mio. Franken als Dividende an die Aktionäre ausgeschüttet werden; der danach verbleibende Betrag dient der Stärkung des Eigenkapitals.

Die Allianz Suisse Versicherungen und die Allianz Suisse Lebensversicherung gehören mit ihren Ratings zur Spitzengruppe unter den schweizerischen Direktversicherern: Standard & Poor's bewertet die beiden Gesellschaften mit „A+“, A.M. Best mit „A“ und Moody's mit „A1“.

Dynamisches Wachstum und Kundenorientierung

Die Allianz Suisse hat sich für ihre weitere Entwicklung hohe Ziele gesetzt. Dazu CEO Manfred Knof: „Die Allianz Suisse will als Versicherung wahrgenommen werden, die sich konsequent an den Kundenbedürfnissen orientiert. Und sie will in Bezug auf Wachstum und Profi-

tabilität die Führungsposition übernehmen.“ Zu diesem Zweck soll der Erfolg der Allianz Suisse in der Motorfahrzeugversicherung, wo sie in den letzten Jahren ihren Marktanteil kontinuierlich steigern konnte, auch auf andere Geschäftsfelder übertragen werden. Massnahmen dazu sind neue, wettbewerbsfähige Produkte, verstärktes Cross-Selling und der Ausbau der Vertriebskanäle. Allein im eigenen Generalagentur-Aussendienst will die Allianz Suisse in diesem Jahr über 100 neue Stellen schaffen.

Als entscheidenden Hebel für den Erfolg betrachtet Knof eine konsequente Kundenorientierung, denn „zufriedene Kunden bleiben länger, kaufen mehr und empfehlen das Unternehmen weiter“. Zu diesem Zweck misst die Allianz Suisse regelmässig die Zufriedenheit der Kunden und ihre Bereitschaft zur Weiterempfehlung. Konkrete Verbesserungsvorschläge der Kunden werden an die Entwicklungsabteilungen weitergeleitet.

Kombi-Haushalt: Massnahmen gegen Blockaden der Konkurrenz

Spezielle Aufmerksamkeit richtet die Allianz derzeit auf das Segment der Kombi-Haushaltversicherungen, die aufgrund einer Änderung in der Elementarschadenversicherung in diesem Jahr kündbar sind. Dazu Gerhard Berchtold, Leiter Sach-/Vermögensversicherungen der Allianz Suisse: „Nach unserer Auffassung sind wegen der Änderungen in der Elementarschadenversicherung alle Haushaltversicherungen in diesem Jahr auf den Hauptverfall kündbar. Wir akzeptieren die Kündigung unserer Verträge auf diesen Zeitpunkt.“ Mit dieser Haltung steht die Allianz Suisse allerdings im Gegensatz zu vielen Mitbewerbern, die die Verträge ihrer Kunden blockieren. Dazu Berchtold: „Bereits jetzt haben wir eine Liste von 380 Neukunden, bei denen der bisherige Versicherer auf dem Vertrag beharrt. Wir gewähren diesen Kunden juristische Unterstützung in allen Schritten, die nötig sind, um einen Wechsel herbeizuführen.“

Lebensversicherungen sind Kerngeschäft

Das Lebengeschäft gehört für die Allianz Suisse ab diesem Jahr zum Kerngeschäft. Diese Aufwertung hat verschiedene Initiativen zur Folge, die derzeit umgesetzt werden. Im Zentrum stehen neue, wettbewerbsfähige Produkte in Einzel- und in Kollektivleben. Eine neue fondsgebundene Lebensversicherung wird in diesen Tagen lanciert. Ebenfalls im Kollektivlebensgeschäft (berufliche Vorsorge) sind neue Produktlinien in Vorbereitung; sie richten sich in erster Linie an Klein- und Kleinstunternehmen (z.B. Neugründungen) sowie an die Kategorie der KMU.

Für weitere Auskünfte

Unternehmenskommunikation Allianz Suisse, E-Mail: press@allianz-suisse.ch

Hansjörg Leibundgut, Telefon: 058 358 88 01; E-Mail: hansjoerg.leibundgut@allianz-suisse.ch

Barbara König, Telefon: 058 358 84 14; E-Mail: barbara.koenig@allianz-suisse.ch