

Medienmitteilung

Halbjahresergebnis Allianz Suisse: Starkes Kundenwachstum hält an

- Erneut deutliches Nettokunden-Wachstum von +15'000
- Im Sachgeschäft steigt Prämienvolumen um 2,9 Prozent auf CHF 1'409,2 Mio.
- Operatives Ergebnis der Allianz Suisse Gruppe praktisch unverändert bei CHF 170,4 Mio.

Wallisellen, 22. August 2017 – Die Allianz Suisse Gruppe bleibt auf Erfolgskurs und konnte in den ersten sechs Monaten an die positiven Ergebnisse des Vorjahres anknüpfen: So liegt das Netto-Kundenwachstum mit +15'000 im ersten Halbjahr auf einem hohen Niveau. Die Prämieinnahmen im Sachgeschäft stiegen in einem gesättigten Marktumfeld auf CHF 1'409,2 Mio., was einem deutlichen Plus von 2,9 Prozent entspricht. Das Prämienvolumen der Allianz Suisse Gruppe legte um 1,1 Prozent auf insgesamt CHF 2'666,0 Mio. zu, der Operating Profit blieb mit CHF 170,4 Mio. (Vorjahr: 170,9 Mio.) praktisch unverändert. Im Lebensgeschäft verlangsamte sich der Rückgang der Prämien und das Prämienvolumen lag bei CHF 1'256,8 Mio. (-0.9 Prozent ggü. Vorjahreszeitraum); an der selektiven Zeichnungspolitik hält die Allianz Suisse weiterhin fest.

„Wir konnten bereits das dritte Jahr in Folge ein starkes Kundenwachstum verzeichnen – und im Sachgeschäft haben wir unsere Wachstumsambitionen untermauert. Unser Ziel ist es, auch in der Gesamtjahressicht den Markt zu übertrumpfen. Das Ergebnis zeigt, dass wir auf einem guten Weg sind“, kommentiert Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, die Halbjahreszahlen. „Das Wachstum ist vor allem breit abgestützt und kommt sowohl aus dem Privatkunden- wie auch dem Unternehmensgeschäft. Unsere innovativen Produkte und Dienstleistungen werden von den Kunden positiv aufgenommen. Die innovative Produktpalette werden wir auf der Grundlage unserer neuen Unternehmensstrategie, die wir im Frühjahr lanciert haben, weiter ausbauen. Aber auch im Lebensgeschäft sehe ich gerade im Bereich der privaten Altersvorsorge noch viel Potenzial, das wir zielgerichtet durch das neue Ressort Leben sowie mit neuen Produkten und digitalen Services nutzen wollen.“

Cyber-Versicherungen haben grosses Potenzial

Das Prämienvolumen im Sachgeschäft stieg deutlich um 2,9 Prozent auf CHF 1'409,2 Mio. (Vorjahr: CHF 1'369,9 Mio.). Zu diesem erfreulichen Wachstum beigetragen haben vor allem das Motorfahrzeug- und das Unternehmensversicherungsgeschäft. „Mit unserer neuen Cyber-Versicherung für KMU haben wir darüber hinaus eine weitere attraktive Lösung, die den Nerv der Zeit trifft. Nach den jüngsten weltweiten Cyber-Attacken sind die Unternehmen bei

diesem Thema wesentlich sensibler geworden. Das Interesse ist bereits kurze Zeit nach dem Start sehr gross und ich gehe davon aus, dass Cyber-Versicherungen in wenigen Jahren genauso selbstverständlich sein werden wie eine Hausrat- oder Motorfahrzeugversicherung. Aus diesem Grund haben wir auch die Online-Dekung für Privatkunden um attraktive Bausteine wie beispielsweise Rechtsschutz erweitert, die bei Fällen von Cyber-Mobbing oder Identitätsmissbrauch im Internet Unterstützung bietet“, so Moser.

Die Schaden-/Kosten-Quote (Combined Ratio) im Sachgeschäft stieg aufgrund von wachstumsorientierten Investitionen um 0,8 Prozentpunkte auf 91,7 Prozent. Der Gewinn nach Steuern sank im ersten Halbjahr aufgrund von Sondereffekten ausserhalb des operativen Ergebnisses im Vorjahr (Realisate auf Immobilien) um 3,5 Prozent auf CHF 120,8 Mio. (Vorjahr: CHF 125,2 Mio.).

Verlangsamter Rückgang im Lebengeschäft

Angesichts des anhaltenden Tiefzinsniveaus hat die Allianz Suisse im ersten Halbjahr an ihrer selektiven Zeichnungspolitik im Lebengeschäft festgehalten. Dennoch schwächte sich der Prämienrückgang im ersten Halbjahr ab: Das Prämienvolumen sank um nur noch 0,9 Prozent auf CHF 1'256,8 Mio. (Vorjahr: CHF 1'268,1 Mio.). „Die Zinssignale aus den USA und im Euroraum sind derzeit nicht mehr als ein Hoffnungsschimmer; in der Schweiz wird das Niveau trotz leichter Verbesserungen mittelfristig tief bleiben“, erwartet Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse. „Unabhängig davon haben wir unseren Produktemix erweitert und mit Comfort Saving ein neues Lebenprodukt lanciert, mit dem wir uns vor allem an sicherheitsorientierte Kunden richten, die im Niedrigzinsumfeld langfristig finanzielle Sicherheit anstreben und gleichzeitig von unserem Anlage-Know how profitieren wollen. Die private Vorsorge wird für unsere Kunden immer wichtiger, diesen Trend werden wir künftig noch stärker aufgreifen.“

Da die Allianz Suisse geringere Verstärkungen der Reserven für Zinsgarantien vornahm als im Vorjahreszeitraum, stieg der operative Gewinn im Lebengeschäft um 8,4 Prozent auf CHF 49,5 Mio. (Vorjahr: CHF 45,6 Mio.).

Allianz Suisse Gruppe (Aggregierte Kennzahlen IFRS ¹⁾)

Mio. CHF	06/2017	06/2016	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Prämieneinnahmen brutto Nichtleben	1'409.2	1'369.9	2.9
Statutarische Prämieneinnahmen brutto Leben	1'256.8	1'268.1	-0.9
Verdiente Prämien netto Nichtleben	918.6	898.0	2.3
Verdiente Prämien netto Leben ²⁾	303.9	316.4	-3.9
Versicherungsleistung für eigene Rechnung ³⁾	870.3	816.0	6.7
Kosten für eigene Rechnung	286.1	277.3	3.2
Kapitalanlageergebnis	258.3	260.7	-0.9
Operatives Ergebnis	170.4	170.9	-0.3
Gewinn	134.5	141.9	-5.2
Eigenkapital	2'105.8	2'326.4	-9.5
Schaden-Kosten-Quote (Combined Ratio) Nichtleben (in %)	91.7%	90.9%	+0.8%-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 3.6 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 1 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 rund 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). Darüber hinaus ist die Allianz Suisse Titelsponsorin des schweizweiten „Allianz Tag des Kinos“ und Namensgeberin der Allianz Cinemas in Zürich, Basel und Lausanne.

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.