

# Medienmitteilung

## Allianz Suisse Jahresergebnis 2018: Erneutes Kundenwachstum und gutes Resultat

- **Gesamtprämienvolumen legt um 1,6 Prozent auf CHF 3'723.3 Mio. zu**
- **Erneutes Netto-Kundenwachstum von 15 Tsd.**
- **Jahresgewinn steigt aufgrund geringerer Schadenbelastung aus Naturereignissen und Grossschäden um 9,4 Prozent auf CHF 272.4 Mio.**
- **Sachgeschäft wächst im vierten Jahr in Folge deutlich über Markt**
- **Fokus auf flexible Produkte im Einzellebengeschäft**
- **Fokus auf Vollversicherungen im Kollektivlebensgeschäft**

Wallisellen, 20. März 2019 – Die Allianz Suisse Gruppe hat ihre gute Marktposition in der Schweiz im Geschäftsjahr 2018 in einem weiterhin herausfordernden Marktumfeld behauptet. Das Gesamt-Prämienvolumen der Allianz Suisse Gruppe stieg um 1,6 Prozent auf CHF 3'723.3 Mio. (Vorjahr: CHF 3'664.7 Mio.). Zu diesem Prämienanstieg beigetragen hat vor allem das Sachgeschäft mit einem Plus von 4,1% auf CHF 2'000.9 Mio. (Vorjahr: CHF 1921.6 Mio.). Auch das Nettokunden-Wachstum blieb mit rund 15 Tsd. auf einem hohen Niveau. Der Jahresgewinn konnte um 9,4 Prozent zulegen, wobei die Allianz Suisse dabei von einem aussergewöhnlich guten Schadenjahr mit wenig Naturereignissen und Grossschäden profitiert hat.

"Wir haben im vergangenen Jahr auf dem Weg zu unseren strategischen Zielen auf allen Ebenen sehr gute Fortschritte gemacht", zieht Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, eine positive Bilanz. „Was mich besonders freut: In Bezug auf die Kundenzufriedenheit zählen wir laut branchenweiten Kundenumfragen zu den drei führenden Anbietern in der Schweiz. Das ist ein toller Erfolg. Unsere Anstrengungen, das Kundenerlebnis mit neuen Produkten wie Splitsurance oder der Homesharing-Versicherung sowie digitalen Services zu erhöhen, zahlen sich aus. Für uns gilt es, auch in diesem Jahr am Ball zu bleiben und unsere Marktposition im Sach- und Lebensgeschäft auszubauen.“

## **Sachgeschäft bleibt auf dem Wachstumspfad**

Das Sachgeschäft wuchs bereits das vierte Jahr in Folge deutlich über dem Marktdurchschnitt. So übersprangen die Prämieinnahmen die Marke von 2 Milliarden Franken und stiegen um 4,1 Prozent auf insgesamt CHF 2'000.9 Mio. (Vorjahr: CHF 1'921.6 Mio.). Zu den Haupttreibern dieser Entwicklung gehörten vor allem das Motorfahrzeuggeschäft und die Rechtsschutzversicherung. „Mit der Übernahme der DAS Rechtsschutzversicherung Schweiz haben wir unsere Wettbewerbsposition in diesem Wachstumsmarkt noch einmal deutlich verbessert und zählen jetzt zu den Top3-Anbietern. Die Integration in unsere Tochtergesellschaft CAP schreitet sehr gut voran“, so Moser. Weitere attraktive Wachstumsperspektiven sieht Moser in diesem Jahr im Unternehmensgeschäft vor allem bei kleinen und mittleren Unternehmen. Dort will die Allianz Suisse die Beratung auf den Generalagenturen stärken und die Komplexität bei bestehenden Produkten reduzieren. Zudem wurde die Allianz Cyber Versicherung für KMU um die Zusatzdeckung «Cyber Crime - Social Engineering» erweitert, welche Schäden durch Betrug gefälschter Anweisungen und Rechnungen umfasst.

Der Gewinn im Sachgeschäft profitierte 2018 von wenig Naturereignissen und Grossschäden. So sank die Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) um 1 Prozentpunkt auf 91,7 Prozent (Vorjahr: 92,7 Prozent). Dank der geringeren Schadenbelastung und eines höheren Prämienvolumens stieg der Jahresgewinn im Sachgeschäft um 5,6 Prozent auf CHF 176.3 Mio. (Vorjahr: CHF 166.9 Mio.).

## **Lebengeschäft: Potenziale nutzen**

Im Lebengeschäft blieben die Vorzeichen angesichts der Herausforderungen im anhaltenden Tiefzinsumfeld unverändert. So hielt die Allianz Suisse auch im vergangenen Jahr an ihrer fokussierten Zeichnungspolitik im Kollektivlebensgeschäft fest. Dementsprechend sanken die Prämieinnahmen um 1,2 Prozent auf CHF 1'722.4 Mio. (Vorjahr: CHF 1'743.1 Mio.).

Doch wo Herausforderungen sind, sieht die Allianz Suisse auch zahlreiche Chancen: „Die Probleme sind nach der Ablehnung des Reformvorhabens Altersvorsorge 2020 ungelöst, gleichzeitig steigt die Vorsorgelücke in der 1. und 2. Säule. Hinzu kommt, dass nur etwa 50 Prozent der Schweizer Bevölkerung die Möglichkeiten zum Vorsorgesparen in der Säule 3a nutzen – das Wachstumspotenzial ist also gross. Vor diesem Hintergrund sind die zweistellige Steigerung im Einzelleben-Neugeschäft gegen periodische Prämien und die damit verbundenen Gewinn- und Marktchancen erfreulich. Unsere Position wollen wir mit neuen, kapitaleffizienten Produkten, bei denen die Kunden in der dritten Säule flexibel für die Altersvorsorge sparen und dabei gleichzeitig von einer attraktiven Gesamtverzinsung profitieren können, weiter stärken. Wir versprechen uns viel von dieser neuen Produktgeneration“, sagt Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse.

Was die berufliche Altersvorsorge anbelangt, zählt die Allianz Suisse mit rund 13'600 angeschlossenen Betrieben und rund 147'000 Versicherten zu den führenden Anbietern im Kollektivlebensgeschäft. „Wir werden auch zukünftig ein verlässlicher Partner für unsere Kunden

bleiben. Wir weisen eine hohe Kapitalstärke auf, die ausschliesslich auf qualitativ hochwertigem Kernkapital aufbaut. Gerade kleine und mittlere Unternehmen wollen und können die Risiken in der beruflichen Altersvorsorge häufig nicht selbst tragen“, unterstreicht Rapp die Bedeutung.

Da die Allianz Suisse im vergangenen Jahr weniger Verstärkungen der Reserven für Zinsgarantien vornehmen musste, stieg der Jahresgewinn im Lebengeschäft um 17 Prozent auf CHF 96.1 Mio. (Vorjahr: CHF 82.1 Mio.).

### Allianz Suisse Gruppe (Aggregierte Kennzahlen IFRS <sup>1)</sup>)

Mio. CHF	2018	2017	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Prämieneinnahmen brutto Gruppe	3'723.3	3'664.7	1.6
Prämieneinnahmen brutto Nichtleben	2'000.9	1'921.6	4.1
Statutarische Prämieneinnahmen brutto Leben	1'722.4	1'743.1	-1.2
Verdiente Prämien netto Nichtleben	1'918.2	1'843.1	4.1
Verdiente Prämien netto Leben	460.2	475.5	-3.2
Versicherungsleistung für eigene Rechnung	1'747.8	1'673.2	4.5
Kosten für eigene Rechnung	599.0	605.4	-1.1
Kapitalanlageergebnis	441.0	547.2	-19.4
Operatives Ergebnis	342.6	303.7	12.8
Jahresgewinn	272.4	249.0	9.4
Eigenkapital	2'135.2	2'291.4	-6.8
Combined Ratio Nichtleben	91,7%	92,7%	1%-Pt.

- 1) Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG, Allianz Lebensversicherungs-Gesellschaft AG, CAP Rechtsschutz-Versicherungsgesellschaft AG, Allianz Suisse Immobilien AG, Quality1 AG, Elvia eInvest AG

Diese Medienmitteilung sowie weitere **Presseinformationen der Allianz Suisse** finden Sie auf unserem Internetportal unter [www.allianz.ch/news](http://www.allianz.ch/news).

#### Für weitere Auskünfte

Kommunikation Allianz Suisse

Hans-Peter Nehmer, Telefon: 058 358 88 01; E-Mail: [hanspeter.nehmer@allianz.ch](mailto:hanspeter.nehmer@allianz.ch)

Bernd de Wall, Telefon: 058 358 84 14; E-Mail: [bernd.dewall@allianz.ch](mailto: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 Genf.

## **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.