

# Medienmitteilung

## Allianz Suisse erneut mit solidem Jahresergebnis

- **Gesamt-Prämienvolumen steigt um 4,3 Prozent auf CHF 3 884,9 Mio.**
- **Operativer Gewinn profitiert auch von geringerer Schadenbelastung aus Naturereignissen und legt um 5,2 Prozent auf CHF 360,3 Mio. zu**
- **Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) sinkt um 1,2 Prozentpunkte**
- **Prämienwachstum im Lebengeschäft von 8,8 Prozent auf CHF 1 873,5 Mio.**
- **Strategische Ausrichtung wird durch AA Rating bestätigt**
- **Kundenzufriedenheit weiter erhöht**

Wallisellen, 6. März 2020 – Die Allianz Suisse Gruppe zeigte sich auch im vergangenen Jahr robust und steigerte sowohl die Prämien und den Gewinn als auch die Kundenzufriedenheit. Das Gesamt-Prämienvolumen der Allianz Suisse Gruppe stieg um 4,3 Prozent auf CHF 3 884,9 Mio. (Vorjahr: CHF 3 723,3 Mio.). Zu diesem Prämienanstieg beigetragen hat vor allem das Kollektivlebensgeschäft. Mit CHF 2 011,4 Mio. wächst das Sachgeschäft um 0,5 Prozent und konsolidiert auf hohem Niveau (Vorjahr: 2 000,9 Mio.). Der Operative Gewinn profitierte von einem erneut schadenarmen Jahr mit wenig Naturereignissen und stieg um 5,2 Prozent auf CHF 360,3 Mio. (Vorjahr: CHF 342,6 Mio.). Der Jahresgewinn von CHF 294,4 Mio. legte mit 8,1 Prozent mehr als das operative Ergebnis zu aufgrund von Sondereffekten aus der Schweizer Steuerreform (Vorjahr: CHF 272,4 Mio.).

«Wir verzeichnen in einem herausfordernden Umfeld bereits seit Jahren kontinuierlich gute Ergebnisse. Das vergangene Jahr reiht sich da nahtlos ein, sowohl was das Wachstum als auch die Profitabilität anbelangt», kommentiert Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, das Jahresergebnis. «Was mich aber noch mehr freut: Unsere Strategie, die Kundenzufriedenheit nachhaltig in den Fokus zu rücken, zahlt sich aus. So belegen wir laut branchenweiten Umfragen (Net Promoter Score) im Lebengeschäft mittlerweile den 1. Rang, im Sachgeschäft einen hervorragenden zweiten Rang. Das ist für uns Motivation und Verpflichtung zugleich, unseren Kundinnen und Kunden auch künftig hervorragenden Service und moderne Produkte zu bieten. Alles in allem haben wir bei der Erreichung unserer strategischen Ziele wieder einen Schritt nach vorne gemacht.»

Das untermauert auch die Heraufstufung der internationalen Ratingagentur S&P Global Ratings um eine Stufe von AA- auf AA. Damit verfügt die Allianz Suisse derzeit über das beste Rating unter den Schweizer Erstversicherern. «Das ist ein starkes Signal an den Markt. Mit unserer soliden Kapitalausstattung bleiben wir auch in Zukunft sowohl für Privat- als auch für Unternehmenskunden eine verlässliche Partnerin, welche die Herausforderungen aktiv angeht», so Moser.

### **Sachgeschäft konsolidiert auf hohem Niveau**

Das Sachgeschäft hat mit einem Prämienplus von 0,5 Prozent auf CHF 2 011,4 Mio. (Vorjahr: 2 000,9 Mio.) auf hohem Niveau konsolidiert. Zu diesem Wachstum beigetragen hat vor allem das Geschäft mit Unternehmenskunden. Auch die Rechtsschutzversicherung ist gewachsen: Die Integration der 2018 erworbenen DAS Rechtsschutzversicherung Schweiz wurde erfolgreich abgeschlossen, das Tochterunternehmen CAP zählt damit zu den drei führenden Anbietern in der Schweiz.

Verbesserte Schadenprozesse und ein erneut schadenarmes Jahr mit wenig Naturereignissen hatten einen positiven Effekt auf die Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio), die um 1,2 Prozentpunkte auf nunmehr 90,5 Prozent sank. «Gerade im schwierigen Krankentaggeld-Geschäft ist es uns gelungen, auf den Weg zu Wachstum und Profitabilität zurückzukehren. Beim Prämienvolumen konnten wir deutlich zulegen», sagt Moser. «Auch die Combined Ratio bewegt sich nun seit zwei Jahren in die richtige Richtung.»

Aufgrund der verbesserten Schaden-/Kostenquote, zu der auch positive Effekte aus der DAS-Integration beitrugen, stieg der Operative Gewinn im Sachgeschäft deutlich um 8,5 Prozent auf CHF 245,9 Mio. (Vorjahr: CHF 226,6 Mio.).

### **Lebengeschäft mit Wachstumspotenzial**

Die Parameter im Lebengeschäft mit Tiefstzinsen und dem Reformstau in der 1. und 2. Säule blieben auch im vergangenen Jahr unverändert. In diesem Umfeld konnte die Allianz ihr Prämienvolumen um insgesamt 8,8 Prozent auf CHF 1 873,5 Mio. (Vorjahr: CHF 1 722,4 Mio.) steigern. Verantwortlich für diesen Prämienanstieg zeichnete vor allem das Neugeschäft in Kollektivleben, womit Vertragsabgänge kompensiert werden konnten. «Als einer der wenigen Anbieter im Schweizer Markt können wir den speziell für klein- und mittelgrosse Unternehmen wichtigen Vollversicherungsschutz anbieten», betont Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse.

Gute Wachstumschancen sieht der Finanzchef angesichts des demographischen Wandels und der weiterhin ungeklärten Situation in der Altersvorsorge auch im Einzellebengeschäft. So legten die Neugeschäftsprämien 2019 im zweistelligen Prozentbereich zu. «Unser Ziel ist, das Thema Altersvorsorge noch mehr in die Breite zu bringen und die Kompetenz auf den Generalagenturen für dieses beratungsintensive Geschäft zu stärken», blickt Rapp voraus.

Zudem setzt die Allianz Suisse für ihre Kundinnen und Kunden auf flexible, kapitaleffiziente Vorsorgeprodukte mit guten Renditechancen im Tiefstzinsumfeld. Rapp: «Die Nachfrage nach dem im vergangenen Jahr lancierten Produkt Flex Saving, das ungezwungenes Sparen mit dem Risikoschutz einer Lebensversicherung verbindet, hat unsere Erwartungen bei weitem übertroffen. Der Bedarf nach privater Vorsorge ist also offensichtlich gross, und wir wollen die sich bietenden Chancen nutzen.»

Die Allianz Suisse nahm im vergangenen Jahr angesichts der Verschlechterung des Zinsniveaus weitere Verstärkungen der Reserven für Zinsgarantien vor. Der Operative Gewinn im Lebengeschäft lag mit CHF 114,4 Mio. im Vorjahresbereich (CHF 116,0 Mio.).

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

Mio. CHF	2019	2018	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Prämieneinnahmen brutto Gruppe	3 884.9	3 723.3	4.3
Prämieneinnahmen brutto Nichtleben	2 011.4	2'000.9	0.5
Statutarische Prämieneinnahmen brutto Leben	1 873,5	1'722,4	8.8
Verdiente Prämien netto Nichtleben	1 925.3	1 918.2	0.4
Verdiente Prämien netto Leben	454.6	460.2	-1.2
Versicherungsleistung für eigene Rechnung	1 744.8	1 747.8	-0.2
Kosten für eigene Rechnung	571.6	599.0	-4.6
Investment Ergebnis	418.9	423.2	-1.0
Operatives Ergebnis	360.3	342.6	5.2
Jahresgewinn	294.4	272.4	8.1
Eigenkapital	2 385.5	2 135.2	11.7
Combined Ratio Nichtleben	90.5%	91,7%	-1,2%-Pt.

- 1) Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG, Allianz Lebensversicherungs-Gesellschaft AG, CAP Rechtsschutz-Versicherungsgesellschaft AG, Allianz Suisse Immobilien AG, Quality1 AG, ELVIA e-invest AG, Allianz Technology AG ab 2019

#### 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 3.8 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 3'600 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.