

# Medienmitteilung

## Halbjahresergebnis: Allianz Suisse mit stabiler Prämienentwicklung

- **Allianz Gruppe steigert Gesamt-Prämienvolumen um insgesamt 1,3 Prozent auf CHF 2 687,5 Mio.**
- **Solides Sachgeschäft mit Prämienplus von 0,5 Prozent**
- **Lebengeschäft legt um 2,4 Prozent zu**
- **Rekordunwetter belasten das Halbjahresergebnis**
- **Kundenzufriedenheit bleibt auf hohem Niveau**

**Wallisellen, 30. August 2021 – Trotz Pandemie, Negativzinsen und verheerender Unwetter blickt die Allianz Suisse Gruppe auf ein solides Halbjahresergebnis zurück. So stieg das Gesamt-Prämienvolumen im ersten Halbjahr um 1,3 Prozent auf CHF 2 687,5 Mio. (Vorjahr: CHF 2 651,7 Mio.). Zu diesem Wachstum beigetragen hat vor allem das Lebengeschäft mit einem Plus von 2,4 Prozent auf CHF 1 202,0 Mio. (Vorjahr: CHF 1 173,7 Mio.). Aber auch das Sachgeschäft zeigt sich mit einem Plus von 0,5 Prozent auf CHF 1 485,4 Mio. (Vorjahr: CHF 1 477,9 Mio.) solide. Die Schadenaufwände durch die Unwetterereignisse in der ersten Jahreshälfte belasteten den Halbjahresgewinn, der um 9,4 Prozent auf CHF 143,2 Mio. sank (Vorjahr: CHF 158,2 Mio.). Die Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) stieg um 2,7 Prozentpunkte auf 93,6 Prozent (Vorjahr: 90,9 Prozent).**

«Mit der weiter anhaltenden Coronakrise, den Negativzinsen und den Unwettern hatte sich ein im wahrsten Sinne des Wortes starker Sturm zusammengebraut, es war ein anspruchsvolles erstes Halbjahr. Allein bis Ende Juni verzeichneten wir schweizweit rund 25 000 Schadenfälle und rechnen für diesen Zeitraum mit einem Schadenaufwand von über CHF 90 Millionen. Aber wir sind sehr gut aufgestellt und konnten alle Schocks dank des grossen Einsatzes unserer Mitarbeitenden und unserer Kapitalstärke abfedern. Angesichts der Herausforderungen verzeichnen wir ein insgesamt solides Halbjahresergebnis», betont Severin Moser, CEO der Allianz Suisse. «Unsere Mitarbeitenden im Bereich Schaden haben in den vergangenen Wochen einen herausragenden Job gemacht, die Kundenzufriedenheit ist trotz der vielen Schadenmeldungen weiterhin auf einem hohen Niveau. Dafür sind wir als Versicherer schliesslich da, um unseren Kundinnen und Kunden im Schadenfall zur Seite zu stehen. Dieses Versprechen lösen wir ein. Dass wir die Herausforderungen gemeistert haben zeigt, dass wir auf einem starken Fundament stehen. Darauf wollen wir auch in den

kommenden Monaten aufbauen und den Fokus weiterhin auf profitables Wachstum richten», blickt Moser voraus.

### **Sachgeschäft auf stabilem Niveau**

Die Prämienentwicklung im Sachgeschäft blieb im ersten Halbjahr robust. So stieg das Prämienvolumen um 0,5 Prozent auf CHF 1 485,4 Mio., was vor allem aus dem Unternehmensgeschäft resultierte. Die zahlreichen Hagelstürme und Überschwemmungen in der ganzen Schweiz haben hingegen Spuren hinterlassen: Die Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) stieg um 2,7 Prozentpunkte auf 93,6 Prozent (Vorjahr: 90,9 Prozent).

Severin Moser: «Bis Ende Juni haben wir bereits rund CHF 70 Millionen mehr an Schäden aus Naturereignissen registriert als im Vorjahreszeitraum. Mit den Juli-Unwettern werden wir ein im negativen Sinne **absolutes Rekordjahr** verzeichnen. Aber darauf sind wir vorbereitet und richten den Blick jetzt wieder stärker auf das Geschäft.» Die neue, flexible Autoversicherung «Drive» wurde im Markt lanciert, womit die Allianz Suisse ihren Kundinnen und Kundinnen im Motorfahrzeuggeschäft künftig individuellere und attraktive Tarife bieten kann. Aber auch das Unternehmensgeschäft bleibt nach wie vor ein wichtiger strategischer Baustein.

Die Belastung durch die Unwetterschäden wurde durch die Rückversicherung gedämpft und der Rückgang des Halbjahresergebnisses beschränkte sich im Sachgeschäft auf 12,1 Prozent (CHF 96,5 Mio. vs. Vorjahr: CHF 109,8 Mio.).

### **Lebengeschäft: Nachfrage steigt**

Im Einzellebengeschäft konnte die Allianz Suisse die Notwendigkeit zur privaten Altersvorsorge erfolgreich bei ihren Kundinnen und Kunden adressieren: Das Prämienvolumen stieg um 1,3 Prozent auf CHF 182,3 Mio. (Vorjahr: CHF 180,0 Mio.). Sowohl fondsgebundene als auch hybride Produkte, die ungezwungenes Sparen mit dem Schutz einer Lebensversicherung kombinieren, wurden nachgefragt. Das Wachstum der Neugeschäfts mit periodischen Prämien lag über dem Markt. Auch das Kollektivlebensgeschäft weist mit einem Plus von 2,6 Prozent auf CHF 1 019,8 Mio. (Vorjahr: CHF 993,8 Mio.) eine positive Entwicklung auf. Dabei nahmen die periodischen Prämien, die den nachhaltigen Prämienteil abbilden, entgegen der Marktentwicklung leicht zu.

«Gerade im Bereich der Vollversicherungen zeigen wir uns dank unserer Finanzstärke, Risikotragfähigkeit und attraktiven Verzinsung der Altersguthaben als verlässliche Partnerin für kleine und mittlere Unternehmen, die Nachfrage ist auf einem konstant hohen Niveau», sagt Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse. «Im Einzellebengeschäft zieht die Nachfrage angesichts der weiterhin ungelösten Probleme in der 1. und 2. Säule spürbar an, und wir sind, wie es die Zahlen zeigen, sehr erfolgreich im Markt. Dieses starke Wachstum ist auf unsere kundenorientierte Beratung und unsere attraktive Produktpalette zurückzuführen, die einerseits hybride und flexible Produkte wie Flex Saving und andererseits fondsgebundene Versicherungen enthält. Das Einzellebengeschäft wollen wir weiter forcieren».

Der Halbjahresgewinn im Lebengeschäft betrug CHF 46,7 Mio. (Vorjahr CHF 48,4 Mio.).

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

Mio. CHF	06/2021	06/2020	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Prämieinnahmen brutto Gruppe	2 687.5	2 651.7	1.3
Prämieinnahmen brutto Nichtleben	1 485.4	1 477.9	0.5
Statutarische Prämieinnahmen brutto Leben	1 202.0	1 173.7	2.4
Verdiente Prämien Gruppe	1 256.8	1 259.4	-0.2
Versicherungsleistung für eigene Rechnung	-897.9	-903.6	-0.6
Kosten für eigene Rechnung	-283.7	-291.2	-2.6
Operatives Investment Ergebnis	205.4	177.0	16.0
Operatives Ergebnis	159.5	192.6	-17.1
Gewinn	143.2	158.2	-9.4
Combined Ratio Nichtleben	93.6 %	90.9 %	+2.7 %-Pt.

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

### 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.