

24.03.2014 - 11:00 Uhr

**Allianz Suisse Gruppe: Ergebnis 2013 gesteigert, Kundenbasis ausgebaut
(Bild/Dokument)**



Wallisellen (ots) -

- Operatives Ergebnis der Allianz Suisse Gruppe¹ legt um 1.1 Prozent auf CHF 334.7 Mio. zu
- Gute Kosten-/Schadenquote (Combined Ratio): mit 91 Prozent tiefster Stand seit Bestehen der Allianz Suisse
- Allianz Suisse erhöht 2014 Gesamtverzinsung im BVG
- Kundenzufriedenheit erhöht, Kundenbasis weiter gestärkt

Die Allianz Suisse Gruppe schliesst das Geschäftsjahr 2013 mit guten Ergebnissen ab. Der operative Gewinn der Gruppe legt um 1.1 Prozent zu und erreicht einen Wert von CHF 334.7 Mio. Gleichzeitig konnte die Kosten-/Schadenquote auf den besten Stand seit dem Bestehen der Allianz Suisse reduziert werden. Die hohe Zufriedenheit mit den Angeboten des Unternehmens findet ihren Niederschlag in einer gegenüber dem Vorjahr weiter gestiegenen Kundenzahl.

Das operative Ergebnis der Allianz Suisse Gruppe nahm 2013 von CHF 331.2 Mio. auf CHF 334.7 Mio. zu. Dies entspricht einem Zuwachs von 1.1 Prozent. Im gleichen Zeitraum sanken die aggregierten Bruttoprämieeinnahmen der beiden Kerngesellschaften Allianz Suisse Versicherungen und Allianz Suisse Leben um insgesamt 7.6 Prozent auf CHF 3'737 Mio. Während das Sachversicherungsgeschäft ein Prämienwachstum von 1.1 Prozent auf CHF 1'831 Mio. verzeichnete, ging das Prämienvolumen im Lebensgeschäft um 14.2 Prozent auf CHF 1'970 Mio. zurück. Das operative Ergebnis im Lebensgeschäft ist mit CHF 96 Mio. von hoher Stabilität geprägt (2012: CHF 94 Mio.).

Resultate für den Kunden

Severin Moser, seit 1. Januar 2014 CEO der Allianz Suisse, über das Geschäftsjahr: "Das solide Jahresergebnis zeigt, dass die Allianz Suisse gut aufgestellt ist. Unser oberstes Ziel ist es, auch in Zukunft für unsere Kunden der bevorzugte Partner für sämtliche Versicherungs-lösungen zu sein." Und weiter: "Wir investieren ganz gezielt in die Beratungsqualität und den Ausbau der Vertriebskapazitäten. Der Kundenzuwachs zeigt, dass unsere Angebote bei den Kunden sehr gut ankommen."

In über 30'000 Feedbacks geben Kunden insbesondere der professionellen Beratung und der Servicequalität der Allianz Suisse sehr gute Noten. Severin Moser: "Wir arbeiten stetig an innovativen Services. So können unsere Kunden beispielsweise seit letztem Jahr Termine in unserem Hagel Drive-in in Real-Time elektronisch über das Portal myAllianz buchen. Dadurch verringern wir in der Schadenbearbeitung die Wartezeiten für unsere Kunden beträchtlich."

Die Kundenfeedbacks wurden im Bericht "Resultate für den Kunden" im Januar 2014 veröffentlicht und stehen auf www.allianz.ch zum Download zur Verfügung.

Allianz Suisse Versicherung: Operatives Ergebnis leicht gesteigert

Die Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG verzeichnete im abgelaufenen Jahr ein ansehnliches Wachstum. Die Bruttoprämien legten um 1.1 Prozent auf CHF 1'766 Mio. zu (2012: CHF 1.747 Mio.). Haupttreiber des Prämienanstiegs war insbesondere das dynamische Geschäft mit Motorfahrzeugversicherungen, das um 2.5 Prozent zunahm. Auch im Sach- und Haftgeschäft ist die Allianz Suisse Versicherung gewachsen. Der operative Gewinn der Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG stieg mit 1.0 Prozent leicht. Das Jahresergebnis verzeichnete einen deutlichen Gewinnzuwachs um 11.2 Prozent auf CHF 176 Mio., wobei das Vorjahr durch Beteiligungseffekte belastet war.

Die Leistungen an Kunden im Zusammenhang mit Hagel- und Unwetterschäden stiegen 2013 um 4.4 Prozent. Trotzdem konnte die Allianz Suisse Versicherung die Schaden-/Kostenquote auf einen historisch tiefen Wert von 90.9 Prozent (Vorjahr: 91.9 Prozent) absenken. Das ist erneut eine Bestmarke seit dem Bestehen der Allianz Suisse. Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse: "Wir arbeiten systematisch an unserer Effektivität, sei es im Underwriting, bei der Schadenbearbeitung oder bei den administrativen Prozessen. Dadurch konnten wir die Combined Ratio über die letzten Jahre hinweg kontinuierlich verbessern. 2013 waren wir aufgrund der verbesserten Versicherungstechnik zudem in der Lage, die Belastungen aus den Niedrigzinsen im operativen Ergebnis mehr als zu kompensieren."

Das Eigenkapital der Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG reduzierte sich um 133.3 Mio. Die Veränderung des Eigenkapitals begründet sich aus einem technischen Effekt, nämlich dem Rückgang der unrealisierten Gewinne auf festverzinslichen Wertpapieren als Folge des Zinsanstieges. In Bezug auf die Kapitalausstattung steht die Allianz Suisse sehr solide da. Die Ratingagentur Standard & Poor's bewertet den Versicherer mit dem Rating AA- (Ausblick stabil). Neu beurteilt Standard & Poor's die Allianz Suisse als wesentlichen Bestandteil der Allianz Gruppe (Kategorie "Highly Strategic").

Allianz Suisse Leben: Prämienportfolio gestrafft

Das Geschäft der Allianz Suisse Lebensversicherungs-Gesellschaft AG stand ganz im Zeichen einer Straffung des Prämienportfolios und einer verstärkten Fokussierung im Kollektiv-leben auf das KMU-Segment. In der Folge reduzierte sich das Prämienvolumen 2013 um 14.2 Prozent. Trotz weniger Prämieinnahmen lag das Jahresergebnis mit CHF 77.0 Mio. auf Vorjahresniveau (2012: CHF 75.6 Mio.). "Wir haben 2013 das Prämienportfolio im Lebengeschäft gestrafft und noch konsequenter ausgerichtet. Das ist die Grundlage für Wachstum in den kommenden Jahren", so das Fazit Severin Mosers, CEO der Allianz Suisse.

Während im Einzelleben Einmaleinlageangebote vor dem Hintergrund tiefer Zinsen wenig nachgefragt wurden, hat das Geschäft mit den periodischen Prämien zugelegt. Dort stiegen die Bruttoprämieinnahmen um 0.6 Prozent auf CHF 374.2 Mio. und entwickelten sich damit erfolgreicher als der Markt. Getragen wurde die positive Entwicklung durch das 2012 lancierte Vorsorgeprodukt "Balance Invest". Bereits heute mache dieses innovative Produkt mehr als ein Drittel des Neugeschäftes im Einzelleben aus, so Severin Moser. "Das Produkt entwickelt sich zu einem starken Wachstumstreiber und zeigt, dass die Nachfrage nach Alternativen zu herkömmlichen Vorsorgelösungen, speziell im aktuellen Niedrigzinsumfeld, weiter zunimmt." Vor dem Hintergrund der weiterhin anhaltenden Niedrigzinsen gehe der Trend klar in Richtung hybride Vorsorgeprodukte, die Sicherheit und Renditechancen verknüpfen, wie dies bei Balance Invest der Fall sei, so Moser.

Die Ergebnis- und Kapitalbasis der Allianz Suisse Lebensversicherungs-Gesellschaft AG ist sehr solide. Dies drückt sich in einem leicht über Vorjahr liegenden Gewinn sowie in einem SST-Wert (Swiss Solvency Test 2013 basierend auf Jahreszahlen 2012) aus, der wie in den Vorjahren nach FINMA-Prüfung bei über 100 Prozent liegt. CFO Stefan Rapp: "Unsere Kapitalstärke ist ein klarer Mehrwert für den Kunden, denn damit verbunden ist ein hohes Mass an Sicherheit. Diese starke Position macht es auch möglich, dass wir für das Geschäftsjahr 2014 die Gesamtverzinsung im Kollektivleben von 1.8 Prozent auf 2.0 Prozent im Obligatorium und von 2.2 Prozent auf 2.4 Prozent im Überobligatorium erhöhen."

Bildmaterial der Pressekonferenz und ein Video-Interview mit Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, finden Sie ab 13:30 Uhr zum Download unter dem Link: www.photopress.ch/image/Aktuell/Maerz+14/Allianz+Suisse+BMK

Diese Medienmitteilung sowie weitere Presseinformationen der Allianz Suisse finden Sie auf unserem Internetportal unter: www.allianz.ch/news

Kontakt:

Kommunikation Allianz Suisse
Hans-Peter Nehmer
Telefon: 058 358 88 01
E-Mail: hanspeter.nehmer@allianz.ch

Harry H. Meier
Telefon: 058 358 84 14
E-Mail: harry.meier@allianz.ch

Medieninhalte



Allianz Suisse. Weiterer Text ueber OTS und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veroeffentlichung unter Quellenangabe: "OTS.Bild/Allianz Suisse".

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008591/100753374> abgerufen werden.