

02.12.2015 - 10:45 Uhr

Quartalsergebnis: Allianz Suisse mit starkem Kundenwachstum in den ersten neun Monaten

Wallisellen (ots) -

- Allianz Suisse verzeichnet deutliches Netto-Kundenwachstum (+10'000 ggü. Vorjahreszeitraum)
- Operativer Gewinn im Sachgeschäft steigt um 2.1 Prozent auf CHF 183.8 Mio.
- Kosten-/Schadenquote auf stabilem Niveau
- Lebegeschäft bleibt unverändert herausfordernd

Die Allianz Suisse Gruppe hat trotz der negativen Auswirkungen nach der Aufhebung des Euro-Mindestkurses das Wachstum weiter vorangetrieben. Vor allem das deutliche Netto-Kundenwachstum von +10'000 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum sowie das Sachgeschäft mit einer starken Nachfrage im Motorfahrzeuggeschäft bestätigen den positiven Trend. Das Lebegeschäft hingegen ist weiterhin vom Niedrigzinsumfeld und der damit verbundenen Zurückhaltung beim Schreiben von Neugeschäft geprägt. Aus diesem Grund verzeichnet die Allianz Suisse Gruppe in den ersten neun Monaten insgesamt einen Rückgang der Brutto-Prämieneinnahmen um 1.4 Prozent auf CHF 3'350.1 Mio. (Vorjahr: CHF 3'397.3 Mio.) sowie in Folge der Stärkung der Zinsreserven einen Rückgang des operativen Gewinns um 2.4 Prozent auf CHF 248.3 Mio. (Vorjahr: CHF 254.5 Mio.).

"Das Ergebnis liegt in weiten Teilen leicht über unseren Erwartungen. Vor allem die Trendumkehr im Sachgeschäft mit dem deutlichen Kundenwachstum stimmt mich zuversichtlich. Unser Ziel ist es deshalb, bis Ende Jahr mit dem Schweizer Markt auch prämienseitig zu wachsen", kommentiert Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, das Quartalsergebnis. "Unsere Anfang des Jahres lancierten Wachstumsinitiativen entfalten immer deutlicher ihre Wirkung. Diesen Weg müssen wir nun konsequent weitergehen und gleichzeitig dem veränderten Kundenverhalten mit neuen digitalen Initiativen noch stärker Rechnung tragen. Die Investitionen in diesem Bereich werden wir in den kommenden Wochen und Monaten ausweiten, um neue Kundenerlebnisse zu schaffen", blickt Moser voraus.

Sachgeschäft auf Kurs

Dass die Wachstumsinitiativen der Allianz Suisse greifen, zeigt sich vor allem im Sachgeschäft. Sowohl die Nachfrage nach Motorfahrzeug- als auch Rechtsschutzversicherungen hat mit einem Prämienplus von jeweils 0.6 Prozent zugelegt. Allein das Neugeschäftsvolumen bei Motorfahrzeugversicherungen liegt rund 15 Prozent über dem Vorjahr. Auch das neue Produkt CombiRisk Business, bei dem Unternehmenskunden von mehr Serviceleistungen und weniger Komplexität bei den Verträgen und Deckungen profitieren, hat sich gut im Markt etabliert. Dementsprechend stiegen die Bruttoprämien um 0.3 Prozent auf CHF 1'659.8 Mio. (Vorjahr: CHF 1'655.0 Mio.) bzw. um 0.6 Prozent, wenn ein technischer Effekt, der sich bis Jahresende normalisiert, bereinigt wird. Gleichzeitig profitierte das Sachgeschäft im 3. Quartal von einem günstigen Schadenverlauf mit wenigen Naturkatastrophen. So betrug die Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) per 30. September 90.7 Prozent und blieb nahezu unverändert auf Vorjahresniveau (90.4 Prozent).

Der operative Gewinn im Sachgeschäft betrug für die ersten neun Monate CHF 183.3 Mio., was einem Plus von 2.1 Prozent entspricht (Vorjahr: CHF 180.1 Mio.). Aufgrund von Abschreibungen auf Emerging Market Bond Funds ging der Gewinn um 14.4 Prozent auf CHF 124.8 Mio. zurück (Vorjahr: CHF 145.9 Mio.).

"Für den Erfolg im Sachgeschäft ist es künftig entscheidend, die digitalen Zeichen der Zeit zu erkennen und den Kunden attraktive Services anzubieten. Hier erzielen wir fortlaufend Fortschritte. Mit unserer neuen Allianz App können Kunden beispielsweise unkompliziert per Smartphone einen Schaden melden, ihre Verträge verwalten oder ganz einfach Kontakt zu einem Berater in der Nähe aufsuchen. Die App ist ein wichtiger Baustein in unserer Digitalstrategie und wir arbeiten derzeit mit Hochdruck an weiteren digitalen Lösungen, mit denen wir die neuen Kundenbedürfnisse optimal abdecken können," skizziert Moser die künftige Marschrichtung.

Lebegeschäft unverändert herausfordernd

Im Lebegeschäft agiert die Allianz Suisse angesichts der unverändert schwierigen Marktbedingungen in der Zeichnungspolitik weiterhin zurückhaltend. So liegt der Fokus in Einzel- und Kollektivleben auf dem Schreiben von Neugeschäft, das auch im anhaltenden Negativzinsumfeld eine positive Marge gewährleistet. Zudem werden in Einzelleben derzeit keine traditionellen Einmaleinlage- und Rentenprodukte angeboten. Dementsprechend gingen die Prämieinnahmen in den ersten neun Monaten um 3.0 Prozent auf CHF 1'690.3 Mio. zurück (Vorjahr: CHF 1'742.3 Mio.).

Das Ergebnis ist nach wie vor geprägt von der Verstärkung der Zinsreserven Anfang des Jahres. So beträgt der operative Gewinn im Lebegeschäft nach neun Monaten CHF 64.5 Mio. (Vorjahr CHF 74.4 Mio.), was einem Minus von 13.3 Prozent entspricht.

"Wir gehen davon aus, dass sich das Zinsniveau mittelfristig nicht verändern wird - deshalb sind für uns Stabilität des Geschäfts und Sicherheit für den Kunden momentan oberstes Gebot. Wir halten im Einzelebengeschäft aktuell an einer begrenzten Produktpalette fest und konzentrieren uns vor allem auf kapitaleffiziente Produkte, die aus einer wählbaren Garantie und einem Renditeanteil bestehen, sowie auf fondsgebundene Lebensversicherungen", sagt Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse. So beträgt der Anteil des renditeorientierten Produkts Balance Invest bereits zwei Drittel am Neugeschäft im Einzeleben - ein Plus von 40 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

"Trotz der insgesamt herausfordernden Lage sehen wir künftig auch attraktive Chancen für das Lebegeschäft. Denn angesichts der tiefen Zinsen, durch die Sparer bestraft werden, steigt die Eigenverantwortung jedes Einzelnen, für das Rentenalter mehr vorzusorgen", bleibt Rapp optimistisch.

Kontakt:

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008591/100781304> abgerufen werden.