

18.03.2016 - 10:30 Uhr

Jahresergebnis 2015: Allianz Suisse mit guter Performance

Wallisellen (ots) -

- Operativer Jahresgewinn beträgt CHF 341,9 Mio., ein Plus von 0,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr
- Sachgeschäft wächst um 1,2 Prozent und damit über Markt
- Deutliches Netto-Kundenwachstum von 16'000 erzielt
- Kosten-/Schadenquote mit 89,5 Prozent auf Zehnjahrestief
- Geschäftsmodell konsequent auf Kundenbedürfnisse ausgerichtet

Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen hat die Allianz Suisse Gruppe im zweiten Halbjahr deutlich an Fahrt aufgenommen. Im Sachgeschäft haben die ergriffenen Wachstumsinitiativen Früchte getragen, wie die Steigerung der Prämieinnahmen um 1,2 Prozent auf CHF 1'837,4 Mio. und das Netto-Kundenwachstum von 16'000 unter Beweis stellen. Damit wurde der Rückgang der Prämieinnahmen aufgrund der fokussierten Zeichnung im Lebegeschäft weitestgehend ausgeglichen. Das Gesamt-Prämienvolumen der Allianz Suisse Gruppe blieb mit CHF 3'807,4 Mio. nahezu auf Vorjahresniveau (Vorjahr: CHF 3'831,5 Mio.). Der operative Gewinn stieg um 0,5 Prozent auf CHF 341,9 Mio. (Vorjahr: CHF 340,0 Mio.). Die Kosten-/Schadenquote (Combined Ratio) weist dank eines günstigen Schadenverlaufs mit 89,5 Prozent den niedrigsten Wert seit zehn Jahren auf.

"Mit dem Gesamtergebnis bin ich sehr zufrieden, wir haben eine gute Performance gezeigt", zieht Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, ein positives Fazit. "Unsere Wachstumsinitiativen im Sachgeschäft haben im Laufe des Jahres ihre Wirkung entfaltet und wir konnten unser Geschäftsmodell in einer zunehmend digitalen Welt noch konsequenter auf die Kundenbedürfnisse ausrichten. Jetzt gilt es, den Schwung mitzunehmen und die Kundenzufriedenheit stärker in den Fokus zu rücken - denn nur ein zufriedener Kunde empfiehlt unsere Produkte und Dienstleistungen auch in seinem Familien- oder Freundeskreis weiter. Wir wollen im Sachgeschäft prämienseitig auch in diesem Jahr wieder über dem Marktniveau wachsen, obwohl die Herausforderungen gross bleiben werden", blickt Moser voraus. Dies gilt nach den Entscheidungen der Schweizerischen Nationalbank (SNB), den Euro-Mindestkurs aufzuheben und Negativzinsen einzuführen, gerade für das Lebegeschäft. "Wir haben uns diesen Herausforderungen gestellt und unsere Hausaufgaben gemacht, indem wir die Zinsreserven gestärkt und unser Produktangebot dem neuen Umfeld angepasst haben", betont Moser.

Sachgeschäft wächst über Markt

Während das durchschnittliche Marktwachstum im Sachgeschäft in der Schweiz im vergangenen Jahr laut Hochrechnungen des Schweizerischen Versicherungsverbands (SVV) bei rund 0,5 Prozent lag, konnte die Allianz Suisse ihre Prämieinnahmen um 1,2 Prozent auf CHF 1'837,4 Mio. steigern (Vorjahr: CHF 1'814,9 Mio.). Zu diesem Wachstum beigetragen haben vor allem die Motorfahrzeugversicherungen, die auf Jahressicht um insgesamt 2,7 Prozent zulegen konnten. Zudem wurde das im Juni neu lancierte Produkt CombiRisk Business, bei dem Unternehmenskunden von mehr Serviceleistungen und weniger Komplexität bei den Verträgen und Deckungen profitieren, von den Unternehmenskunden sehr gut angenommen. Gleichzeitig profitierte die Allianz Suisse von einem positiven Schadenverlauf mit weniger Naturereignissen und Grossschäden. Dementsprechend sank die Kosten-/Schadenquote (Combined Ratio) um 1,5 Prozentpunkte auf nunmehr 89,5 Prozent und damit auf ein Zehnjahrestief (Vorjahr: 91,0 Prozent).

Die positive Entwicklung im Sachgeschäft drückt sich auch in einem deutlich gestiegenen operativen Gewinn aus: dieser betrug CHF 261,7 Mio., ein Plus von 9,3 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum (Vorjahr: CHF 239,4 Mio.). Aufgrund von Abschreibungen und Realisaten auf Kapitalanlagen ging der Jahresgewinn leicht um 1,3 Prozent auf CHF 192,1 Mio. zurück (Vorjahr: 194,6 Mio.).

"Im Sachgeschäft konnten wir im vergangenen Jahr grosse Fortschritte erzielen - sowohl was Produktinnovationen als auch digitale Initiativen anbelangt. Mit unserer neuen Online-Offensive, bei der nur fünf Angaben für ein erstes indikatives Angebot für die Motorfahrzeugversicherung ausreichen, nehmen wir eine führende Stellung im Markt ein und schaffen neue Kundenerlebnisse. Insgesamt sind wir auf einem guten Weg", ist Moser überzeugt.

Weiterhin Zurückhaltung im Lebegeschäft

Angesichts der verschärften Zinssituation in der Schweiz ist für die Allianz Suisse im Lebegeschäft weiterhin fokussiertes Schreiben von Neugeschäft oberstes Gebot. Dementsprechend sanken die Prämieinnahmen um 2,3 Prozent auf insgesamt CHF 1'970,0 Mio. (Vorjahr: CHF 2'016,5 Mio.). Der Rückgang verteilt sich fast gleichmässig auf das Einzelleben- (-2,0%) und das Kollektivlebegeschäft (-2,4%) und konzentriert sich auf das Einmaleinlagengeschäft. Das Hauptaugenmerk im Neugeschäft liegt auf Lebensprodukten, die aus einem wählbaren Garantie- und einem Renditeanteil bestehen und auch bei einem anhaltend tiefen Zinsniveau positive Margen gewährleisten. So lag der Anteil des renditeorientierten Produkts Balance Invest am Neugeschäft in Einzelleben Ende 2015 bereits bei über 66 Prozent.

Aufgrund der Verstärkung der Zinsreserven im Zuge des SNB-Entscheids sank der operative Gewinn im Lebensgeschäft um 20,3 Prozent auf CHF 80,1 Mio. (Vorjahr: CHF 100,6 Mio.) und der Jahresgewinn um 17,8 Prozent auf CHF 66,3 Mio. (Vorjahr: CHF 80,6 Mio.).

"Ein Ende des Tiefstzinsniveaus ist nicht abzusehen und die Volatilität an den Finanzmärkten setzt sich fort. Deshalb haben die Stabilität des Geschäfts und Sicherheit für unsere Kunden oberste Priorität", skizziert Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse, die Herausforderungen im Lebensgeschäft. Gleichzeitig sieht er aber auch Chancen: "Aufgrund der tieferen Zinsprognosen sind die erwarteten Altersguthaben geringer. Dies führt zu einem höheren Bedarf an Vorsorgeprodukten, um die entstandene Lücke zu füllen. Das ist für uns Ansporn, unseren Kunden attraktive Vorsorgelösungen bereitzustellen", betont Rapp. Die Allianz Suisse ruft beispielsweise eine teilautonome Sammelstiftung ins Leben, um vor allem kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Vorsorgelösungen zu günstigen Konditionen anzubieten.

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/100008591/100785565> abgerufen werden.