

24.08.2016 - 11:15 Uhr

Allianz Suisse setzt positiven Trend im ersten Halbjahr fort

Wallisellen (ots) -

- Im Sachgeschäft Prämienvolumen um 1,9 Prozent auf CHF 1'369,9 Mio. gesteigert
- Operatives Ergebnis der Allianz Suisse Gruppe steigt im ersten Halbjahr um 2,6 Prozent auf CHF 170,9 Mio.
- Halbjahresgewinn legt um 12,2 Prozent auf CHF 141,9 Mio. zu
- Erneut deutliches Nettokunden-Wachstum von +16'000 erzielt
- Neue Produkte und digitale Initiativen zeigen Wirkung

Die Allianz Suisse Gruppe hat in den ersten sechs Monaten den positiven Trend aus dem Vorjahr bestätigt. Das Nettokunden-Wachstum lag mit +16'000 bereits im ersten Halbjahr so hoch wie im gesamten vergangenen Jahr. Trotz des anhaltend schwierigen Marktumfelds steigerte die Allianz Suisse das operative Ergebnis im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 2,6 Prozent auf CHF 170,9 Mio. (Vorjahr: CHF 166,6 Mio.). Der Halbjahresgewinn legte aufgrund von Gewinnen aus Immobilienverkäufen und geringeren Abschreibungen auf Bond Funds um 12,2 Prozent auf CHF 141,9 Mio. (Vorjahr: CHF 126,5 Mio.) zu. Erfreulich entwickelte sich das Sachgeschäft mit einem Prämienplus von 1,9 Prozent auf CHF 1'369,9 Mio. (Vorjahr: CHF 1'343,9 Mio.). Im Lebensgeschäft sank das Prämienvolumen aufgrund der weiterhin selektiven Zeichnungspolitik um 13,2 Prozent auf CHF 1'268,1 Mio.

"Vor allem das starke Kundenwachstum und die Entwicklung im Sachgeschäft stimmen mich zuversichtlich, wir konnten nahtlos an die positiven Ergebnisse des Vorjahres anknüpfen", kommentiert Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, das Halbjahresergebnis. "Unsere strategische Ausrichtung hin zu einer konsequenten Kundenorientierung, die Lancierung neuer Produkte im Privat- und Unternehmenskundengeschäft sowie die Investitionen in digitale Initiativen zeigen Wirkung. Jetzt gilt es, diese Performance im weiteren Jahresverlauf zu bestätigen. Unser Ziel ist es, im Sachgeschäft über dem Markt zu wachsen und die Profitabilität zu festigen", sagt Moser.

Sachgeschäft bleibt in der Wachstumsspur

Mit einem Prämienplus von 1,9 Prozent auf CHF 1'369,9 Mio. bleibt das Sachgeschäft der Allianz Suisse auch in den ersten sechs Monaten 2016 in der Wachstumsspur. Dazu beigetragen haben vor allem eine gestiegene Nachfrage nach Motorfahrzeug-Kaskoversicherungen, das auf die Bedürfnisse von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zugeschnittene CombiRisk Business-Produkt sowie die Rechtsschutzversicherungen. Zudem hat sich die neue Onlinemarke ELVIA seit dem Start im Februar innert kürzester Zeit bereits fest im Markt etabliert. "Unsere Strategie, mit der Lancierung der neuen Direktmarke ELVIA eine klare Markentrennung herbeizuführen und damit flexibler auf die Bedürfnisse von reinen Onlinekunden reagieren zu können, hat sich als richtig erwiesen", ist Severin Moser überzeugt. "Die Wachstumszahlen in den ersten Monaten im Vergleich zur vorherigen Direktmarke Allianz24 bestätigen dies".

Die Schaden-/Kosten-Quote (Combined Ratio) sank dank strikter Kostendisziplin um 0,4 Prozentpunkte auf 90,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Das operative Ergebnis im Sachgeschäft betrug im ersten Halbjahr CHF 125,2 Mio., was einem Plus von 1,6 Prozent entspricht. Aufgrund der mehr verdienten Prämien und Realisaten im Rahmen des Immobilienportfoliomanagements legte der Halbjahresgewinn um 14,7 Prozent auf CHF 105,8 Mio. (Vorjahr: CHF 92,2 Mio.) zu.

Lebensgeschäft: Weniger Prämien, mehr Gewinn

Angesichts der anhaltend schwierigen Zinssituation in der Schweiz hat die Allianz Suisse ihre zurückhaltende Zeichnungspolitik im Lebensgeschäft auch im ersten Halbjahr 2016 beibehalten. Dementsprechend sanken die Prämieinnahmen um 13,2 Prozent auf CHF 1'268,1 Mio. (Vorjahr: 1'460,2 Mio.). Dieser Rückgang ist vor allem auf das Einmaleinlagengeschäft, sowohl in Einzel- als auch Kollektivleben zurückzuführen. Dazu Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse: "Wir haben bereits im vergangenen Jahr den Verkauf von traditionellen Einmaleinlage- und Rentenprodukten bis auf weiteres gestoppt. Für uns hat die Solidität des Geschäfts oberste Priorität".

Deshalb konzentriert sich die Allianz Suisse auf den Verkauf von Produkten, die den Kunden auch im Niedrigzinsumfeld Sicherheit und Rendite bieten. "Mit Balance Invest haben wir für die Privatkunden bereits eine sehr attraktive Lösung und arbeiten derzeit an weiteren Produktangeboten. Mit der Gründung einer teilautonomen Sammelstiftung haben wir darüber hinaus auch im BVG-Geschäft unser Produktportfolio erweitert. Der Kunde hat jetzt die Möglichkeit, zwischen der Vollversicherung und der teilautonomen Lösung zu wählen. Die teilautonome Lösung bietet den angeschlossenen Unternehmen langfristig höhere erwartete Renditen und ermöglicht niedrigere Kosten", so Rapp.

Trotz weiterer Verstärkungen der Rückstellungen nahm das operative Ergebnis um 5,3 Prozent auf CHF 45,7 Mio. (Vorjahr: CHF 43,4) zu, der Jahresgewinn lag bei CHF 36,1 Mio., was ebenfalls einer Steigerung um 5,3 Prozent entsprach (Vorjahr: CHF 34,2

Mio.).

Kontakt:

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

Bernd de Wall
Senior Spokesperson
Telefon: 058 358 84 14
E-Mail: bernd.dewall@allianz.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008591/100791837> abgerufen werden.