

22.08.2017 - 10:45 Uhr

Halbjahresergebnis Allianz Suisse: Starkes Kundenwachstum hält an

Wallisellen (ots) -

- Erneut deutliches Nettokunden-Wachstum von +15'000
- Im Sachgeschäft steigt Prämienvolumen um 2,9 Prozent auf CHF 1'409,2 Mio.
- Operatives Ergebnis der Allianz Suisse Gruppe praktisch unverändert bei CHF 170,4 Mio.

Die Allianz Suisse Gruppe bleibt auf Erfolgskurs und konnte in den ersten sechs Monaten an die positiven Ergebnisse des Vorjahres anknüpfen: So liegt das Netto-Kundenwachstum mit +15'000 im ersten Halbjahr auf einem hohen Niveau. Die Prämieinnahmen im Sachgeschäft stiegen in einem gesättigten Marktumfeld auf CHF 1'409,2 Mio., was einem deutlichen Plus von 2,9 Prozent entspricht. Das Prämienvolumen der Allianz Suisse Gruppe legte um 1,1 Prozent auf insgesamt CHF 2'666,0 Mio. zu, der Operating Profit blieb mit CHF 170,4 Mio. (Vorjahr: 170,9 Mio.) praktisch unverändert. Im Lebegeschäft verlangsamte sich der Rückgang der Prämien und das Prämienvolumen lag bei CHF 1'256,8 Mio. (-0.9 Prozent ggü. Vorjahreszeitraum); an der selektiven Zeichnungspolitik hält die Allianz Suisse weiterhin fest.

"Wir konnten bereits das dritte Jahr in Folge ein starkes Kundenwachstum verzeichnen - und im Sachgeschäft haben wir unsere Wachstumsambitionen untermauert. Unser Ziel ist es, auch in der Gesamtjahressicht den Markt zu übertrumpfen. Das Ergebnis zeigt, dass wir auf einem guten Weg sind", kommentiert Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, die Halbjahreszahlen. "Das Wachstum ist vor allem breit abgestützt und kommt sowohl aus dem Privatkunden- wie auch dem Unternehmensgeschäft. Unsere innovativen Produkte und Dienstleistungen werden von den Kunden positiv aufgenommen. Die innovative Produktpalette werden wir auf der Grundlage unserer neuen Unternehmensstrategie, die wir im Frühjahr lanciert haben, weiter ausbauen. Aber auch im Lebegeschäft sehe ich gerade im Bereich der privaten Altersvorsorge noch viel Potenzial, das wir zielgerichtet durch das neue Ressort Leben sowie mit neuen Produkten und digitalen Services nutzen wollen."

Cyber-Versicherungen haben grosses Potenzial

Das Prämienvolumen im Sachgeschäft stieg deutlich um 2,9 Prozent auf CHF 1'409,2 Mio. (Vorjahr: CHF 1'369,9 Mio.). Zu diesem erfreulichen Wachstum beigetragen haben vor allem das Motorfahrzeug- und das Unternehmensversicherungsgeschäft. "Mit unserer neuen Cyber-Versicherung für KMU haben wir darüber hinaus eine weitere attraktive Lösung, die den Nerv der Zeit trifft. Nach den jüngsten weltweiten Cyber-Attacken sind die Unternehmen bei diesem Thema wesentlich sensibler geworden. Das Interesse ist bereits kurze Zeit nach dem Start sehr gross und ich gehe davon aus, dass Cyber-Versicherungen in wenigen Jahren genauso selbstverständlich sein werden wie eine Hausrat- oder Motorfahrzeugversicherung. Aus diesem Grund haben wir auch die Online-Deckung für Privatkunden um attraktive Bausteine wie beispielsweise Rechtsschutz erweitert, die bei Fällen von Cyber-Mobbing oder Identitätsmissbrauch im Internet Unterstützung bietet", so Moser.

Die Schaden-/Kosten-Quote (Combined Ratio) im Sachgeschäft stieg aufgrund von wachstumsorientierten Investitionen um 0,8 Prozentpunkte auf 91,7 Prozent. Der Gewinn nach Steuern sank im ersten Halbjahr aufgrund von Sondereffekten ausserhalb des operativen Ergebnisses im Vorjahr (Realisate auf Immobilien) um 3,5 Prozent auf CHF 120,8 Mio. (Vorjahr: CHF 125,2 Mio.).

Verlangsamter Rückgang im Lebegeschäft

Angesichts des anhaltenden Tiefzinsniveaus hat die Allianz Suisse im ersten Halbjahr an ihrer selektiven Zeichnungspolitik im Lebegeschäft festgehalten. Dennoch schwächte sich der Prämienrückgang im ersten Halbjahr ab: Das Prämienvolumen sank um nur noch 0,9 Prozent auf CHF 1'256,8 Mio. (Vorjahr: CHF 1'268,1 Mio.). "Die Zinssignale aus den USA und im Euroraum sind derzeit nicht mehr als ein Hoffnungsschimmer; in der Schweiz wird das Niveau trotz leichter Verbesserungen mittelfristig tief bleiben", erwartet Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse. "Unabhängig davon haben wir unseren Produktemix erweitert und mit Comfort Saving ein neues Lebenprodukt lanciert, mit dem wir uns vor allem an sicherheitsorientierte Kunden richten, die im Niedrigzinsumfeld langfristig finanzielle Sicherheit anstreben und gleichzeitig von unserem Anlage-Know how profitieren wollen. Die private Vorsorge wird für unsere Kunden immer wichtiger, diesen Trend werden wir künftig noch stärker aufgreifen."

Da die Allianz Suisse geringere Verstärkungen der Reserven für Zinsgarantien vornahm als im Vorjahreszeitraum, stieg der operative Gewinn im Lebegeschäft um 8,4 Prozent auf CHF 49,5 Mio. (Vorjahr: CHF 45,6 Mio.).

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/100008591/100805840> abgerufen werden.