

06.03.2020 - 09:00 Uhr

Allianz Suisse erneut mit solidem Jahresergebnis

Wallisellen (ots) -

- Gesamt-Prämienvolumen steigt um 4,3 Prozent auf CHF 3 884,9 Mio.
- Operativer Gewinn profitiert auch von geringerer Schadenbelastung aus Naturereignissen und legt um 5,2 Prozent auf CHF 360,3 Mio. zu
- Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) sinkt um 1,2 Prozentpunkte
- Prämienwachstum im Lebegeschäft von 8,8 Prozent auf CHF 1 873,5 Mio.
- Strategische Ausrichtung wird durch AA Rating bestätigt
- Kundenzufriedenheit weiter erhöht

Die Allianz Suisse Gruppe zeigte sich auch im vergangenen Jahr robust und steigerte sowohl die Prämien und den Gewinn als auch die Kundenzufriedenheit. Das Gesamt-Prämienvolumen der Allianz Suisse Gruppe stieg um 4,3 Prozent auf CHF 3 884,9 Mio. (Vorjahr: CHF 3 723,3 Mio.). Zu diesem Prämienanstieg beigetragen hat vor allem das Kollektivlebensgeschäft. Mit CHF 2 011,4 Mio. wächst das Sachgeschäft um 0,5 Prozent und konsolidiert auf hohem Niveau (Vorjahr: 2 000,9 Mio.). Der Operative Gewinn profitierte von einem erneut schadenarmen Jahr mit wenig Naturereignissen und stieg um 5,2 Prozent auf CHF 360,3 Mio. (Vorjahr: CHF 342,6 Mio.). Der Jahresgewinn von CHF 294,4 Mio. legte mit 8,1 Prozent mehr als das operative Ergebnis zu aufgrund von Sondereffekten aus der Schweizer Steuerreform (Vorjahr: CHF 272,4 Mio.).

«Wir verzeichnen in einem herausfordernden Umfeld bereits seit Jahren kontinuierlich gute Ergebnisse. Das vergangene Jahr reiht sich da nahtlos ein, sowohl was das Wachstum als auch die Profitabilität anbelangt», kommentiert Severin Moser, CEO der Allianz Suisse, das Jahresergebnis. «Was mich aber noch mehr freut: Unsere Strategie, die Kundenzufriedenheit nachhaltig in den Fokus zu rücken, zahlt sich aus. So belegen wir laut branchenweiten Umfragen (Net Promoter Score) im Lebegeschäft mittlerweile den 1. Rang, im Sachgeschäft einen hervorragenden zweiten Rang. Das ist für uns Motivation und Verpflichtung zugleich, unseren Kundinnen und Kunden auch künftig hervorragenden Service und moderne Produkte zu bieten. Alles in allem haben wir bei der Erreichung unserer strategischen Ziele wieder einen Schritt nach vorne gemacht.»

Das untermauert auch die Heraufstufung der internationalen Ratingagentur S&P Global Ratings um eine Stufe von AA- auf AA. Damit verfügt die Allianz Suisse derzeit über das beste Rating unter den Schweizer Erstversicherern. «Das ist ein starkes Signal an den Markt. Mit unserer soliden Kapitalausstattung bleiben wir auch in Zukunft sowohl für Privat- als auch für Unternehmenskunden eine verlässliche Partnerin, welche die Herausforderungen aktiv angeht», so Moser.

Sachgeschäft konsolidiert auf hohem Niveau

Das Sachgeschäft hat mit einem Prämienplus von 0,5 Prozent auf CHF 2 011,4 Mio. (Vorjahr: 2 000,9 Mio.) auf hohem Niveau konsolidiert. Zu diesem Wachstum beigetragen hat vor allem das Geschäft mit Unternehmenskunden. Auch die Rechtsschutzversicherung ist gewachsen: Die Integration der 2018 erworbenen DAS Rechtsschutzversicherung Schweiz wurde erfolgreich abgeschlossen, das Tochterunternehmen CAP zählt damit zu den drei führenden Anbietern in der Schweiz.

Verbesserte Schadenprozesse und ein erneut schadenarmes Jahr mit wenig Naturereignissen hatten einen positiven Effekt auf die Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio), die um 1,2 Prozentpunkte auf nunmehr 90,5 Prozent sank. «Gerade im schwierigen Krankentaggeld-Geschäft ist es uns gelungen, auf den Weg zu Wachstum und Profitabilität zurückzukehren. Beim Prämienvolumen konnten wir deutlich zulegen», sagt Moser. «Auch die Combined Ratio bewegt sich nun seit zwei Jahren in die richtige Richtung.»

Aufgrund der verbesserten Schaden-/Kostenquote, zu der auch positive Effekte aus der DAS-Integration beitrugen, stieg der Operative Gewinn im Sachgeschäft deutlich um 8,5 Prozent auf CHF 245,9 Mio. (Vorjahr: CHF 226,6 Mio.).

Lebegeschäft mit Wachstumspotenzial

Die Parameter im Lebegeschäft mit Tiefstzinsen und dem Reformstau in der 1. und 2. Säule blieben auch im vergangenen Jahr unverändert. In diesem Umfeld konnte die Allianz ihr Prämienvolumen um insgesamt 8,8 Prozent auf CHF 1 873,5 Mio. (Vorjahr: CHF 1 722,4 Mio.) steigern. Verantwortlich für diesen Prämienanstieg zeichnete vor allem das Neugeschäft in Kollektivleben, womit Vertragsabgänge kompensiert werden konnten. «Als einer der wenigen Anbieter im Schweizer Markt können wir den speziell für klein- und mittelgrosse Unternehmen wichtigen Vollversicherungsschutz anbieten», betont Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse.

Gute Wachstumschancen sieht der Finanzchef angesichts des demographischen Wandels und der weiterhin ungeklärten Situation in der Altersvorsorge auch im Einzellebensgeschäft. So legten die Neugeschäftsprämien 2019 im zweistelligen Prozentbereich zu. «Unser Ziel ist, das Thema Altersvorsorge noch mehr in die Breite zu bringen und die Kompetenz auf den Generalagenturen für

dieses beratungsintensive Geschäft zu stärken», blickt Rapp voraus. Zudem setzt die Allianz Suisse für ihre Kundinnen und Kunden auf flexible, kapitaleffiziente Vorsorgeprodukte mit guten Renditechancen im Tiefstzinsumfeld. Rapp: «Die Nachfrage nach dem im vergangenen Jahr lancierten Produkt Flex Saving, das ungewungenes Sparen mit dem Risikoschutz einer Lebensversicherung verbindet, hat unsere Erwartungen bei weitem übertroffen. Der Bedarf nach privater Vorsorge ist also offensichtlich gross, und wir wollen die sich bietenden Chancen nutzen.»

Die Allianz Suisse nahm im vergangenen Jahr angesichts der Verschlechterung des Zinsniveaus weitere Verstärkungen der Reserven für Zinsgarantien vor. Der Operative Gewinn im Lebegeschäft lag mit CHF 114,4 Mio. im Vorjahresbereich (CHF 116,0 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/100008591/100843238> abgerufen werden.