

25.08.2020 - 10:00 Uhr

Halbjahresergebnis: Allianz Suisse zeigt sich in der Coronakrise robust

Wallisellen (ots) -

- Prämie Sachgeschäft legt trotz der coronabedingt schwierigen Rahmenbedingungen um 1,0 Prozent zu; Einzelleben wächst leicht, Kollektivleben rückläufig als Folge des Sondereffekts im Vorjahr
- Operativer Gewinn mit CHF 192,6 Mio. auf Vorjahresniveau
- Halbjahresgewinn steigt aufgrund nicht mehr anfallender Kosten aus der abgeschlossenen Integration der DAS und positiver Steuereffekte um 5,3 Prozent auf CHF 158,2 Mio.
- Servicelevel und Kundenzufriedenheit bleiben trotz Arbeit aus dem Home Office hoch

Trotz der schwierigen Bedingungen in der Coronakrise konnte die Allianz Suisse Gruppe ihre Leistungsfähigkeit unter Beweis stellen und blickt auf ein robustes Halbjahresergebnis zurück: So blieb der Operative Gewinn mit CHF 192,6 auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums (Vorjahr: CHF 192,5 Mio.). Der Halbjahresgewinn legte aufgrund nicht mehr anfallender Kosten aus der abgeschlossenen Integration der DAS und positiver Steuereffekte um 5,3 Prozent auf CHF 158,2 Mio. (Vorjahr: CHF 150,2 Mio.) zu. Das Gesamtprämienvolumen sank vor allem bedingt durch den Wegfall der Sondereffekte im Kollektivlebensgeschäft um 6 Prozent auf CHF 2 651,7 Mio., das Sachgeschäft verzeichnete hingegen ein Plus von 1,0 Prozent auf CHF 1 477,9 Mio. Die Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) stieg auch aufgrund coronabedingt höherer Kosten auf 90,9 Prozent (Vorjahr: 89,9 Prozent).

"Die Coronakrise hat uns alle extrem gefordert und wird uns auch weiterhin stark beschäftigen. Vor diesem Hintergrund können wir mit diesem Halbjahresergebnis zufrieden sein, auch wenn es nur eine Momentaufnahme ist und die Lage fragil bleibt. Was mich besonders freut: Obwohl noch weit mehr als die Hälfte unserer Mitarbeitenden vom Home Office aus arbeitet, konnten wir unsere Servicelevel und die Kundenzufriedenheit auf einem konstant hohen Niveau halten. Zudem verfügen wir nach wie vor über eine sehr solide Finanzkraft, die auf einem vorausschauenden Risikomanagement aufsetzt. Damit sind wir auch unter den aktuellen Rahmenbedingungen eine verlässliche Partnerin für Privat- und Unternehmenskunden. Das ist eine gute Basis, um gestärkt aus dieser Krise hervorgehen zu können", betont Severin Moser, CEO der Allianz Suisse.

Sachgeschäft: Wachstum trotz Krise

Im Sachgeschäft konnte das Prämienvolumen trotz der Coronakrise um 1,0 Prozent auf CHF 1 477,9 Mio. gesteigert werden, wofür vor allem das Unternehmensgeschäft verantwortlich zeichnete. Hingegen hinterliessen die Zeitperiode des Lockdowns und die damit verbundene vorübergehende Schliessung der rund 130 Geschäftsstellen Spuren im Neugeschäft. Auch der vermehrte Einsatz von Video- und Telefonberatung konnte den Rückgang der Abschlüsse nicht verhindern. Die tiefere Produktion war nicht nur im Generalagenturkanal, sondern in allen Vertriebskanälen zu beobachten. Seit den Lockerungsmassnahmen des Bundes und der Rückkehr zur persönlichen Beratung haben sich die Neugeschäftszahlen deutlich erholt. Positive Resonanz hat zudem das im Mai unter der Direktmarke ELVIA eingeführte Produkt "Drive" hervorgerufen. Drive ist eine neue Autoversicherung, die auf Einfachheit und Flexibilität setzt.

Was die Schadenbelastung aus Covid-19 anbelangt, hält sich diese für die Allianz Suisse in Grenzen. "Wir bieten keine Epidemie- oder Pandemieversicherungen an, in diesem Geschäftsfeld sind wir nicht aktiv. Wir haben uns mit den KMU in dieser schwierigen Situation solidarisch gezeigt und weitreichende Zahlungserleichterungen sowie Mietzinsstundungen oder -reduktionen gewährt", hebt Moser hervor. Zudem sind grosse Naturereignisse bislang ausgeblieben. "Die durch Covid-19 verursachten positiven und negativen Effekte im Schadenaufwand werden sich in der Gesamtjahressicht die Waage halten, vorausgesetzt wir erleben keine zweite Pandemiewelle", ist Moser überzeugt. Im Motorfahrzeuggeschäft waren während des Lockdowns weniger Schäden angefallen, jedoch hat sich dieser Trend mit dem veränderten Mobilitätsverhalten bereits wieder umgekehrt. Insgesamt stieg die Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) um einen Prozentpunkt auf 90,9 Prozent. Der operative Gewinn im Sachgeschäft lag mit CHF 134,9 Mio. exakt auf Vorjahresniveau.

Lebensgeschäft: Rückkehr zur Normalität bei Vollversicherungen

Das Kollektivlebensgeschäft profitierte im vergangenen Jahr vom Rückzug eines Mitbewerbers und einer damit verbundenen erhöhten Nachfrage nach Vollversicherungen. Nach dem Wegfall dieses Sondereffekts sank das Gesamt-Prämienvolumen im Lebensgeschäft im ersten Halbjahr um 13,6 Prozent auf CHF 1 173,7 Mio. (Vorjahr: CHF 1 357,8 Mio.). Das Interesse an der Vollversicherung vor allem bei KMU ist unverändert hoch: "Gerade in solch unsicheren Zeiten mit volatilen Finanzmärkten setzen die Unternehmen auf finanzielle Sicherheit. Hier kann die Vollversicherung ihre Stärken ausspielen, denn die Risiken übernehmen wir", betont Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse. Das Potenzial bleibe also weiterhin gross.

Das gilt auch für das Einzellebensgeschäft, das mit einem Prämienplus von 0,3 Prozent CHF 180,0 Mio. Prämien erreicht. "Die derzeitige Krise verbunden mit den ungelösten Fragen bei der Reform der Altersvorsorge führt uns allen die Notwendigkeit, privat vorzusorgen, noch einmal ganz deutlich vor Augen. Hier haben wir für unsere Kundinnen und Kunden attraktive und flexible Produkte, die ihre Zukunftssorgen mildern können. Gerade das im vergangenen Jahr lancierte Produkt Flex Saving, das

ungezwungenes Sparen mit dem Schutz einer Lebensversicherung verbindet, ist in puncto Flexibilität noch immer einzigartig im Schweizer Markt", sagt Rapp.

Der operative Gewinn im Lebengeschäft betrug CHF 57,7 Mio. und lag damit ebenfalls auf Vorjahresniveau (CHF 57,6 Mio.).

Pressekontakt:

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/100008591/100854171> abgerufen werden.