

Medienmitteilung

Jahresergebnis Allianz Suisse: Stabiles Geschäft und hohe Kundenzufriedenheit

- Im Sachgeschäft erhöhen sich trotz coronabedingt schwieriger Rahmenbedingungen die Prämien um 0,4 %
- Einzellebengeschäft wächst entgegen dem Markttrend um 0,6%; Prämienvolumen im Kollektivlebensgeschäft sinkt aufgrund des Wegfalls des Sondereffekts im Vorjahr um 13,7 Prozent
- Operativer Gewinn steigt um 1,7 Prozent auf CHF 366,6 Mio.
- Positive und negative Coroneffekte halten sich schadenseitig die Waage
- Spitzenränge bei Kundenzufriedenheit im Sach- und Lebensgeschäft trotz Arbeit aus dem Home Office verteidigt

Wallisellen, 17. März 2021 – Die Allianz Suisse Gruppe hat die Coronakrise dank eines gut diversifizierten Geschäftsportfolios, starken Vertriebskanälen und eines umsichtigen Risiko- und Investmentmanagements bislang gut gemeistert und blickt auf ein solides Geschäftsjahr zurück. Das Gesamt-Prämienvolumen ging insgesamt um 5,0 Prozent auf CHF 3 690.3 Mio. zurück, was aber vor allem auf den Wegfall der Sondereffekte im Vorjahr im Kollektivlebensgeschäft zurückzuführen ist. In den beiden Sparten Sach- und Einzellebensversicherung konnte die Allianz Suisse trotz des Lockdowns im Frühling und der vorübergehenden Schliessung der Agenturen für den Kundenverkehr den Rückstand wieder aufholen und das Prämienvolumen im Jahresverlauf sogar leicht steigern. Aufgrund von coronabedingten Belastungen stieg die Schaden-/Kostenquote um 0,6 Prozentpunkte auf 91,1 Prozent. Den operativen Gewinn konnte die Allianz Suisse mit CHF 366,3 Mio. (+1.7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) auf robustem Niveau halten.

Severin Moser, CEO der Allianz Suisse: «Das vergangene Jahr stand ganz im Zeichen von Corona und war sowohl für unsere Kunden als auch unsere Mitarbeitenden eine grosse Belastung. Unter diesen extrem schwierigen Rahmenbedingungen bin ich mit dem Erreichten sehr zufrieden, wir haben die Krise dank unseres gut diversifizierten Geschäftsportfolios, starken Vertriebskanälen, eines umsichtigen Risiko- und Investmentmanagements und unserer finanziellen Solidität bislang gut gemeistert. Mit grosser Motivation und Leidenschaft hat unser Aussendienst beispielsweise den Rückstand nach dem Lockdown wieder aufgeholt

und gerade zum Jahresende attraktives Neugeschäft bei Privat- und Unternehmenskunden geschrieben. Was mich besonders freut: Trotz der weitestgehenden Arbeit aus dem Home Office konnten wir unsere Spitzenplätze in Bezug auf die Kundenzufriedenheit in branchenweiten Umfragen (Net Promoter Score) konsolidieren. Auf dieser Grundlage bin ich zuversichtlich, dass wir gestärkt aus der Krise hervorgehen werden. Nun bleibt zu hoffen, dass mit den flächendeckenden Impfungen in der Schweiz eine schnelle wirtschaftliche Erholung einhergeht.»

Sachgeschäft: Positive und negative Schadeneffekte halten sich die Waage

Das Sachgeschäft hat im vergangenen Geschäftsjahr mit einem Prämienplus von 0,4 Prozent auf CHF 2 019,1 Mio. (Vorjahr: 2 011,4 Mio.) trotz der coronabedingt schwierigen Bedingungen leicht zugelegt. Zu diesem Wachstum beigetragen hat vor allem das Unternehmensgeschäft. Die Prämien in der volumenstarken Motorfahrzeugversicherung konnten auf hohem Niveau stabil gehalten werden. «Gerade in diesem für uns so wichtigen Geschäft werden wir in diesem Jahr unsere neue Fahrzeugversicherung "Drive", die im Mai 2020 bei unserem Direktversicherer ELVIA lanciert wurde, in der Breite in den Markt bringen. Das flexible Produkt ermöglicht individuellere Angebote und wird über attraktive Tarife verfügen. Aber auch das Unternehmensgeschäft bleibt ein wichtiger strategischer Fokus», blickt Moser voraus.

Was die coronabedingten Schadenbelastungen anbelangt, hielten sich diese für die Allianz Suisse in Grenzen, da sie keine Epidemie- oder Pandemieversicherung anbietet. Demgegenüber standen höhere Leistungen vor allem in der Krankentaggeldversicherung. Insgesamt haben sich die positiven und die negativen Corona-Effekte die Waage gehalten, die Schadenquote lag mit 67,6 Prozent nahezu auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums (+0,3 Prozentpunkte). Um den gleichen Wert ist die Kostenquote aufgrund coronabedingter Aufwände auf 23,5 Prozent gestiegen. Insgesamt resultierte eine Schaden-/Kostenquote (Combined Ratio) von 91,1 Prozent (Vorjahr: 90,5 Prozent). Dank eines guten Kapitalanlageergebnisses in einem volatilen Finanzmarktumfeld konnten auch diese Effekte wieder ausgeglichen werden und es resultierte eine Steigerung des Operativen Gewinns um 2,1 Prozent auf CHF 251,1 Mio. (Vorjahr: CHF 245,9 Mio.).

Potentiale im Lebengeschäft nutzen

Auch das Lebengeschäft hat die Zurückhaltung der Kundinnen und Kunden während des Lockdowns gespürt. Aber angesichts der Coronakrise und der weiterhin ungelösten Probleme in der 1. und 2. Säule konnte die Notwendigkeit, privat für das Alter vorzusorgen, dennoch erfolgreich adressiert werden. Dementsprechend legte der Bereich Einzelleben entgegen dem Markttrend (gemäss SVV -3.5 Prozent) leicht um 0,6 Prozent auf CHF 378,1 Mio. zu (Vorjahr: CHF 375,8 Mio.). «Das zukünftige Potential, Kunden mit unseren Vorsorgelösungen zu unterstützen, wird immer grösser. Dabei legen wir Wert auf flexible und auf den Kundenbedarf anpassbare Produkte.», sagt Stefan Rapp, CFO der Allianz Suisse.

Das Kollektivlebensgeschäft verzeichnete nach dem Wegfall des Sondereffekts im Vorjahr einen Rückgang der Prämien um 13,7 Prozent auf CHF 1 293,2 Mio. (Vorjahr: CHF 1497,8 Mio.), was den Erwartungen entsprach. Dennoch wurde deutlich, dass die Unternehmenskunden gerade in der Krise die Sicherheit und die Garantien der Vollversicherung zu schätzen wissen – die Nachfrage bleibt gerade bei KMU unverändert hoch. Stefan Rapp: «Wir stehen hinter dem Vollversicherungsangebot und profilieren uns dank unserer Finanzstärke als vertrauensvolle Partnerin.»

Zusammen betrachtet betrug das Prämienvolumen im Lebensgeschäft CHF 1 671,2 Mio., was aufgrund des Wegfalls der Sondereffekte einem Rückgang von 10,8 Prozent entsprach (Vorjahr: CHF 1 873,5 Mio.). Der Operative Gewinn lag mit CHF 115,4 Mio. um 0,9% über dem Vorjahreszeitraum (Vorjahr: CHF 114,4 Mio.).

Allianz Suisse Gruppe (Aggregierte Kennzahlen IFRS ¹⁾)

Mio. CHF	2020	2019	Veränderung ggü. Vorjahr in %
Prämieneinnahmen brutto Gruppe	3 690.3	3 884.9	-5.0
Prämieneinnahmen brutto Nichtleben	2 019.1	2 011.4	0.4
Statutarische Prämieinnahmen brutto Leben	1 671.2	1 873.5	-10.8
Verdiente Prämien Gruppe	2 385.5	2 379.9	0.2
Versicherungstechnische Leistungen und Rückstellungen & Sonstiges	1 819.5	1 866.3	-2.5
Kosten	592.6	571.6	3.7
Operatives Investment Ergebnis	393.2	418.3	-6.0
Operatives Ergebnis	366.6	360.3	1.7
Jahresgewinn	304.4	294.4	3.4
Combined Ratio Nichtleben	91.1%	90.5%	+0,6%-Pt.

1) Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG, Allianz Lebensversicherungs-Gesellschaft AG, CAP Rechtsschutz-Versicherungsgesellschaft AG, Allianz Suisse Immobilien AG, Quality1 AG, ELVIA e-invest AG, Allianz Technology AG

Für weitere Auskünfte

Kommunikation Allianz Suisse

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

Über die Allianz Suisse Gruppe

Die Allianz Suisse Gruppe ist mit einem Prämienvolumen von über 3.6 Mrd. Franken eine der führenden Versicherungsgesellschaften der Schweiz. Zur Allianz Suisse Gruppe gehören unter anderem die Allianz Suisse Versicherungs-Gesellschaft AG, die Allianz Suisse Lebensversicherungs-Gesellschaft AG, die CAP Rechtsschutz-Versicherungsgesellschaft AG und die Quality1 AG. Die Geschäftstätigkeit der Allianz Suisse Gruppe umfasst Versicherung, Vorsorge und Vermögen. Sie beschäftigt rund 3'600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ist Teil der internationalen Allianz Gruppe, die in über 70 Ländern auf allen Kontinenten präsent ist. 2013 wurde die Allianz Gruppe als Super Sector Leader des Dow Jones Sustainability Index (DJSI) ausgezeichnet. Seit dem Jahr 2000 ist das Unternehmen mit Spitzenpositionen in dem weltweit beachteten Nachhaltigkeitsindex vertreten.

In der Schweiz verlassen sich über 1 Million Privatpersonen und über 100'000 Unternehmen in allen Lebens- und Entwicklungsphasen auf die Beratung und den Versicherungs- und Vorsorgeschutz der Allianz Suisse. Ein dichtes Netz von rund 120 Geschäftsstellen sichert die Nähe zu den Kunden in allen Landesteilen.

Die Allianz Suisse ist offizieller Partner des Schweizerischen Roten Kreuzes, von Swiss Paralympic, und des Swiss Economic Forum (SEF). Darüber hinaus ist die Allianz Suisse Titelsponsorin des schweizweiten „Allianz Tag des Kinos“ und Namensgeberin der Allianz Cinemas in Zürich, Basel und Genf.

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Soweit wir in diesem Dokument Prognosen oder Erwartungen äussern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von den geäusserten Erwartungen und Annahmen abweichen. Neben weiteren hier nicht aufgeführten Gründen können sich Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, aus Akquisitionen sowie der anschliessenden Integration von Unternehmen und aus Restrukturierungsmassnahmen ergeben. Abweichungen können ausserdem aus dem Ausmass oder der Häufigkeit von Versicherungsfällen, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise -tendenzen und, insbesondere im Bankbereich, aus der Ausfallrate von Kreditnehmern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte und der Wechselkurse sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können entsprechenden Einfluss haben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmass von Abweichungen erhöhen. Die hier dargestellten Sachverhalte können auch durch Risiken und Unsicherheiten beeinflusst werden, die in den jeweiligen Meldungen der Allianz SE an die US Securities and Exchange Commission beschrieben werden. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.