

PRESSEMITTEILUNG

Financials
Halbjahresergebnis 2020

Allianz Österreich im ersten Halbjahr 2020: Gutes Finanzergebnis in schwierigen Zeiten bestätigt Transformationskurs

- Rückgang im Neugeschäft
- Prämienplus im 1. Quartal, Rückgang im 2. Quartal – Prämien in Summe um 1,9 Prozent auf 845,1 Millionen Euro gestiegen
- Operatives Ergebnis um 25,5 Prozent auf 107,6 Millionen Euro zugelegt
- Niedrige Schadenfrequenzen insbesondere in der Kfz-Versicherung
- Combined Ratio auf 84,3 Prozent gesunken
- Fokus weiter stark auf Digitalisierung und Nachhaltigkeit

„Das erste Halbjahr war aufgrund der Coronakrise von außerordentlichen Turbulenzen geprägt, was insbesondere im zweiten Quartal zu einem sehr starken Rückgang im Neugeschäft und einer niedrigen Schadenfrequenz führte. Unser starkes finanzielles Ergebnis zeigt aber, dass wir mit der konsequenten Kostendisziplin, den Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und der Digitalisierungsoffensive in den letzten Jahren die richtigen Schritte gesetzt haben, um uns krisenfest aufzustellen. Wir haben uns damit eine höhere Widerstandsfähigkeit aufgebaut als viele andere Branchen. Das ist eine gute Botschaft für unsere Kundinnen und Kunden, die uns tagtäglich ihr Geld anvertrauen“, erklärt Rémi Vrignaud, CEO der Allianz Gruppe in Österreich zum Halbjahresergebnis.

Belastbares Ergebnis in herausforderndem Umfeld

Das **operative Ergebnis** der Allianz Österreich ist im ersten Halbjahr 2020 über alle Geschäftsbereiche um 25,5 Prozent auf 107,6 Millionen Euro gestiegen. Das Ergebnis ist auf Maßnahmen zur Kostenreduktion und auf die außergewöhnlich niedrige Schadenfrequenz zurückzuführen, vorrangig im Bereich der Kfz-Versicherung. Zusätzlich sind die Aufwendungen aus Naturkatastrophen unter dem Vorjahr geblieben, wodurch COVID-19 bedingte Schaden aufwendungen etwa aus der Betriebsunterbrechung insgesamt überkompensiert werden. Diese Effekte spiegeln sich auch in einer niedrigen **Combined Ratio** (Schaden-Kosten-Quote) von 84,3 Prozent wider. Beeinflusst wird das Ergebnis aber auch von der Volatilität der Kapitalmärkte in den letzten Monaten. Die **Prämieneinnahmen** sind nach einem starken Wachstum im ersten Quartal 2020 aufgrund des Rückgangs im Neugeschäft im zweiten Quartal gegenüber dem Vorjahr gesunken.

Plus bei Prämieinnahmen

Die verrechneten **Gesamt-Bruttoprämien** aller Geschäftsbereiche belaufen sich im ersten Halbjahr 2020 auf 845,1 Millionen Euro. Das entspricht einem Wachstum von 1,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (1. Halbjahr 2019: 829,3 Millionen Euro).

In der **Schaden/Unfall- und Krankenversicherung** konnte ein Anstieg von 637,7 Millionen Euro um 1,7 Prozent auf 648,6 Millionen Euro erzielt werden. Dies ist vor allem auf die Krankenversicherung zurückzuführen, die von 42,9 Millionen Euro um 7,7 Prozent auf 46,2 Millionen Euro gewachsen ist. Die Prämieinnahmen für die **Kfz-Versicherung** stiegen von 262,3 Millionen Euro um 1,6 Prozent auf 266,4 Millionen Euro. Die **Elementarsparten** verzeichneten einen Zuwachs von 141,0 Millionen Euro um 2,6 Prozent auf 144,3 Millionen Euro. Das Wachstum im Kfz-Bereich und in den Elementarsparten basiert vorrangig auf den im Jahr 2019 eingeführten neuen Produkten „Mein Kfz“ und „Mein Zuhause“, die von den Kundinnen und Kunden sehr gut angenommen werden.

In der **Lebensversicherung** sind die verrechneten Prämien trotz des kompetitiven Marktumfeldes und der aktuellen Umstände von 191,6 Millionen Euro um 2,6 Prozent auf 196,5 Millionen Euro gestiegen.

Digitalisierung weiter stark im Fokus

Die Allianz hat in den letzten Jahren die digitale Transformation stark vorangetrieben. Die Digitalisierung hat die Ansprüche der Kundinnen und Kunden an Versicherungsprodukte und -prozesse verändert – diese verlangen heute moderne, schnelle, transparente und einfache Produkte und Services. Deshalb hat die Allianz Österreich in den letzten Jahren viel in die Digitalisierung des Unternehmens investiert und arbeitet laufend an innovativen Lösungen, um das Produktportfolio sukzessive zu erweitern und zu optimieren. So werden heute Versicherungsfälle vermehrt einfach und rasch elektronisch abgewickelt und Versicherungen via SMS-Service digital abgeschlossen. Der Schadenstatus-Tracker für Kfz-Versicherungen beispielsweise liefert auf moderne Art und Weise unter anderem Echtzeit-Informationen zum Status der Schadensmeldung. Über die „Meine Gesundheit“ App werden bereits mehr als 70 Prozent aller Einreichungen zum ambulanten Tarif digital abgewickelt, im Hintergrund erfolgt eine automatische Schadenerledigung. Auch zukünftig will die Allianz ihre Digitalisierungsoffensive weiter vorantreiben.

COVID-19: Unterstützung, Erfahrungen, Chancen

Der breiten Palette an digitalen Services ist zu verdanken, dass das hohe Servicelevel der Allianz auch in Krisenzeiten aufrechterhalten werden konnte. So konnten gleich zu Beginn der COVID-19-Krise binnen nur weniger Tage fast 100 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vom Homeoffice aus arbeiten. „Wir konnten unsere Kundinnen und Kunden in der Krisensituation mit unseren digitalen Services schnell und unbürokratisch servicieren. Gleichzeitig haben wir gelernt, die Vorteile der digitalen Arbeitswelt auch für uns selbst zu nutzen“, so Vrignaud, der ergänzt: „Fest steht: Homeoffice wird sich stärker etablieren. Wir befinden uns bei der Allianz Österreich jetzt in einer hybriden Arbeitswelt – zwischen Homeoffice und Büro.“ Um ihren Kundinnen und Kunden präventive Hilfestellung zu bieten, hat die Allianz während des Ausbruchs der COVID-19-Krise eine Partnerschaft mit Instahelp – einer Plattform für psychologische Online-Beratung – gestartet, die zukünftig weiter forciert wird. Außerdem unterstützt die Allianz gemeinsam mit dem Versicherungsverband und den österreichischen Versicherern KMU und Einzelunternehmer auf freiwilliger Basis.

Investments in eine nachhaltige Zukunft

Der Ausbruch der COVID-19-Krise hat unter anderem auch deutlich gemacht, wie wichtig es ist, sich als Gesellschaft nachhaltig und robust aufzustellen. Die Allianz Österreich hat daher im Juni 2020 eine Nachhaltigkeitskampagne gestartet um darauf aufmerksam zu machen, dass die Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz auch in Zeiten von Corona eine hohe Bedeutung haben. Bereits 2014 hat die Allianz ihre Investmentstrategie neu ausgerichtet und mit dem WWF Österreich vertraglich vereinbart, die gesamten in Österreich gemanagten Kapitalanlagen schrittweise in Richtung Nachhaltigkeit zu lenken. Der Nachhaltigkeitsgrad der 5,8 Milliarden Euro umfassenden Kapitalanlagen konnte von 83 Prozent auf bereits 88 Prozent gesteigert werden – bis 2030 werden alle Kundengelder nachhaltig investiert.

Ausblick

Obwohl sich die Finanzmärkte wieder erholt haben, bleibt die Situation äußerst volatil und die Wirtschaft fragil. Oberste Priorität bleibt für die Allianz Österreich im zweiten Halbjahr weiterhin gut durch die Krise zu steuern. „Wir wollen unsere Kundinnen und Kunden in diesen schweren und turbulenten Zeiten weiterhin als solides Versicherungs- und Finanzunternehmen so gut wie möglich unterstützen, damit sie uns auch weiterhin ihr Vertrauen schenken“, so Vrignaud. In dem Sinne wird weiter an der Effizienz der Leistungsbereiche gearbeitet, die digitale Transformation vorangetrieben sowie Prozesse und Strukturen vereinfacht. Damit möchte die Allianz ihre Strategie konsequent fortsetzen, das Unternehmen weiter in allen Geschäftsbereichen für eine moderne und sichere Zukunft ausrichten und schließlich gestärkt aus der Krise hervorgehen.

Wien, am 20. August 2020

Allianz Gruppe in Österreich – Eckdaten für das Halbjahresergebnis 2020

| | 1. HJ 2020 | 1. HJ 2019 | Delta |
|----------------------------------|-------------|-------------|---------|
| Verrechnete Bruttoprämien | 845,1 Mio € | 829,3 Mio € | +1,9% |
| Schaden-Unfall & Kranken | 648,6 Mio € | 637,7 Mio € | +1,7% |
| Leben | 196,5 Mio € | 191,6 Mio € | +2,6% |
| davon Einmalerlag | 20,5 Mio € | 9,4 Mio € | +118,1% |
| davon laufende Prämien | 176,0 Mio € | 182,2 Mio € | -3,4% |
| Combined Ratio | 84,3% | 89,3% | -5,0 PP |
| Operatives Ergebnis | 107,6 Mio € | 85,9 Mio € | +25,5% |

Downloads im [Allianz Media Newsroom](#)

- Im Bild: Rémi Vrignaud (Abdruck honorarfrei unter Angabe des Copyright-Vermerks ©Allianz)
- Pressemitteilung als PDF

Pressekontakte

Patricia Strampfer
 Head of Corporate Communications
 Allianz Gruppe in Österreich
 Tel: +43 5 9009 80690
 E-Mail: patricia.strampfer@allianz.at

David Weichselbaum
 Corporate Communications
 Allianz Gruppe in Österreich
 Tel: +43 5 9009 80690
 E-Mail: david.weichselbaum@allianz.at

Social media

-  Follow us on LinkedIn [@Allianz Österreich](#)
-  Follow us on Facebook [@allianzoesterreich](#)
-  Follow us on Facebook [@allianzkarriereinoesterreich](#)
-  Follow us on Twitter [@AllianzAustria](#)
-  Follow us on Instagram [@allianz_oesterreich](#)

Disclaimer

Die Allianz Gruppe Österreich übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der enthaltenen Aussagen und Informationen. Aus dieser Pressemitteilung erwachsen keine Rechtsansprüche - gleichgültig welcher Art. Irrtümer und Tippfehler sind vorbehalten.

Die Allianz Gruppe Österreich übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Aussagen und Informationen zu aktualisieren, soweit keine gesetzliche Veröffentlichungspflicht besteht