

Zürich, 07. August 2007

Mediendokumentation

Allianz Suisse startet Online-Direktvertrieb

Konsequente Multikanalstrategie mit Allianz24.ch

Marktforschungen der Allianz Suisse bei ihren Kunden haben es deutlich aufgezeigt: Das Bedürfnis, Versicherungen über verschiedene Kanäle einzukaufen, ist deutlich gewachsen. Während für komplexere Versicherungen eine Beratung gewünscht wird, setzen viele Kunden bei einfachen Versicherungsprodukten mittlerweile auf den Direktkanal. Der Kunden will den Vertriebsweg benutzen, der ihm im konkreten Fall am einfachsten erscheint. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern kaufen die Schweizer aber immer noch seltener über das Internet ein; die Tendenz ist allerdings stark steigend.

Nebst dem Volls-service bei den Produkten ist die Allianz Suisse mit ihrem Direktangebot künftig in allen wichtigen Kanälen präsent und schliesst damit eine Lücke. Eine konsequente Multikanalstrategie entscheidet heute in einem umkämpften Versicherungsmarkt über den Erfolg. Darüber hinaus spricht die Allianz Suisse über Allianz24.ch gezielt neue Kundengruppen an.

Schwerpunkt bleibt für die Allianz Suisse aber weiterhin der Vertrieb über die Generalagenturen und Versicherungsberater. Der Direktvertrieb ergänzt die klassischen Vertriebswege, aber ersetzen kann er diese nicht. Denn kompetente, individuelle Beratung vor Ort ist nach wie vor bei vielen Versicherungsgeschäften ein entscheidender Erfolgsfaktor in einem umkämpften Markt.

Versicherungsleistungen rund um die Uhr

Die neue Internetplattform www.allianz24.ch bietet Informations- und Abschlussmöglichkeiten in Kombination mit telefonischer Auskunft rund um die Uhr – und das zu attraktiven Konditionen. Das Angebot der Allianz Suisse im Internet startet mit Motorfahrzeugversicherungen für Autos und Motorräder und Rechtsschutzversicherungen. Im kommenden Jahr soll das Angebot noch um Kombihaushalt und Reiseversicherungen erweitert werden. In ihrer Preisgestal-

tung will die Allianz Suisse zu den führenden Anbietern gehören; ein Preiskampf im Direktvertrieb soll aber nicht geführt werden.

Die Motorfahrzeugversicherungen für Autos und Motorräder lehnen sich an die bestehenden Produkte an. Wahlweise kann das Grundangebot mit weiteren Deckungsbausteinen ergänzt werden. Die Rechtsschutzversicherung ist ein neues Produkt auf Basis existierender Bausteine. Es bietet Verkehrs- und Privatrechtsschutz für Einzelpersonen und Familien. Risikoträger ist der Rechtsschutzversicherer CAP, eine Tochtergesellschaft der Allianz Suisse .

Hervorragende Wachstumsperspektiven

Derzeit sind nur wenige Anbieter im Direktmarkt tätig – und dies mit unterschiedlichem Geschäftsmodellen. Die Allianz Suisse ist erst die zweite grosse Versicherungsgesellschaft, die einen reinen Direktkanal lanciert.

Der Direktmarkt für Versicherungsprodukte in der Schweiz wird derzeit auf rund 300 Mio. Franken geschätzt und ist damit noch relativ klein. Rund fünf Prozent der Kunden tätigen heute ihre Versicherungsabschlüsse online oder über Telefon. Das derzeitige Potenzial liegt Umfragen zufolge allerdings bei schätzungsweise 10 -12 Prozent. Der Direktmarkt konnte in den vergangenen Jahren denn auch überdurchschnittliche jährliche Wachstumsraten von ca. 16 Prozent verzeichnen. Die Allianz Suisse hält heute in der Motorfahrzeugversicherung einen Marktanteil von 16 Prozent. Diese Quote strebt sie für die Startphase auch im Direktkanal an.

Start am 08.08.2008

www.allianz24.ch und das Allianz24-Telefon sind ab dem 08.08.2008 in Betrieb.

Die Kunden finden auf dem Webportal www.allianz24.ch ausführliche Informationen und einen Tarifrechner zu den Motorfahrzeug- und Rechtsschutzprodukten. Grundlage für den Webauftritt bildet das erprobte Informatiksystem der Allianz Suisse, das sämtliche Transaktionen von der Offertstellung über den Vertragsabschluss bis zur Schadenerledigung unterstützt.

Der Online-Auftritt ist modern und einfach zu bedienen. Wer trotzdem noch Fragen hat, erhält unter der Rufnummer 0800 055 088 rund um die Uhr und an 365 Tagen im Jahr telefonische Auskunft in allen Landessprachen. Der Abschluss der Versicherung kann direkt über das Internet oder über das Telefon erfolgen.

„Open 24 hours“

Die Allianz Suisse wird in den kommenden Wochen unter dem Motto „Open 24 hours“ eine landesweite Werbekampagne starten, um den Bekanntheitsgrad von www.allianz24.ch zu erhöhen und die neue Marke zu positionieren. Die Online-Kommunikationsmassnahmen rund um ein interaktives Gewinnspiel konzentrieren sich auf die führenden Internetportale. Darüber hinaus pflegt Allianz24 eine enge Zusammenarbeit mit dem Internet-Vergleichsdienst Comparis.

Vorteile von www.allianz24.ch für den Kunden

- Reaktion auf ein erkanntes Kundenbedürfnis
- Attraktive Produkte zu günstigen Preisen
- Präsenz bei internetorientierten Kundengruppen
- Präsenz auf allen Vertriebskanälen
- Rasche Anpassung an neue Kundenbedürfnisse

Für weitere Auskünfte

Unternehmenskommunikation Allianz Suisse, E-Mail: press@allianz-suisse.ch

Hansjörg Leibundgut, Telefon: 079 300 71 52, E-Mail: hansjoerg.leibundgut@allianz-suisse.ch

Bernd de Wall, Telefon: 058 358 84 14; E-Mail: bernd.dewall@allianz-suisse.ch

Über Allianz Suisse

Die Allianz Suisse ist mit einem Prämienvolumen von 3,7 Mrd. Franken eine der bedeutenden Versicherungsgesellschaften der Schweiz. Ihre Geschäftstätigkeit umfasst Versicherung, Vorsorge und Vermögen. Sie beschäftigt rund 4000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ist Teil der internationalen Allianz Gruppe, die in über 70 Ländern auf allen Kontinenten präsent ist.

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

Die Allianz Suisse verwaltet Kapitalanlagen von insgesamt 18,5 Mrd. Franken. Mit über 19'000 Mietobjekten und einem Immobilienportfolio von rund 3 Mrd. Franken gehört die Allianz Suisse zu den grössten Immobilieninvestoren des Landes.

Die Allianz Suisse ist offizieller Partner des Schweizerischen Roten Kreuzes.

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, Zukunftsaussagen zu aktualisieren.

Keine Pflicht zur Aktualisierung

Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.