

MEDIENMITTEILUNG

Der weltweit führende Kreditversicherer Euler Hermes wird zu Allianz Trade

- Neues Kapitel: Neuer Markenname stärkt Position als Global Player
- Umbenennung ist Teil der ambitionierten, globalen Wachstumsstrategie

Wallisellen, 28. März 2022 – Der weltweit führende Kreditversicherer Euler Hermes, der seit 2018 vollständig zur Allianz Gruppe gehört und mit über 5500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in 52 Ländern aktiv ist, schlägt ein neues Kapitel in seiner Geschichte auf: Euler Hermes wird zu Allianz Trade. Mit der Änderung des Markennamens stärkt Allianz Trade ihre Position als Global Player und profitiert noch mehr von der Reputation und Stärke der Allianz Gruppe, die über ein globales Netzwerk an Expertise verfügt.

«Wir sind jetzt Allianz Trade. Für unser Unternehmen, für unsere Kunden und für unsere Mitarbeitenden bedeutet das ganz einfach: Mehr. Mehr globale Kompetenz. Mehr Vertrauen in die Zukunft. Mehr Wachstumsmöglichkeiten. Mehr Vorausplanung. Mehr massgeschneiderter Service. Mehr Innovationsfähigkeit. Mehr Entwicklungsmöglichkeiten für Talente. Wir beginnen jetzt erst, die zahlreichen Möglichkeiten zu erkunden, die sich uns als Allianz Trade bieten werden», sagt Clarisse Kopff, CEO von Allianz Trade.

Chris Townsend, Mitglied des Vorstandes der Allianz SE betont: «Wir freuen uns, dass Euler Hermes zu Allianz Trade wird. Wir sind überzeugt, dass die Umbenennung viele Vorteile in Bezug auf Bekanntheit, Geschäftsentwicklung, Wachstum und Innovation mit sich bringt. Allianz Trade ist ein einzigartiges, datengesteuertes und technologiegestütztes Unternehmen, auf das wir sehr stolz sind.»

Umbenennung in Allianz Trade: Teil der Strategie und Wachstumspläne

Die Umbenennung ist Teil der ambitionierten Wachstumspläne, die Allianz Trade bis 2025 in allen Geschäftsbereichen und Regionen erreichen will. Die Strategie basiert dabei auf drei Säulen: dem Ausbau des Kerngeschäfts, der Skalierung von Wachstumstreibern und der Vorbereitung auf die neue Welt, in der der digitalisierte B2B-Handel andere Anforderungen an Versicherer stellen wird.

- Ausbau des Kerngeschäfts: Allianz Trade will ihren Marktanteil im Bereich der Warenkreditversicherung weiter ausbauen. Dafür setzt Allianz Trade in allen Marktsegmenten auf erstklassigen Service, hervorragende Underwriting-Tools, Kompetenzen und Infrastrukturen sowie einen Multikanalvertrieb einschliesslich des Allianz Agentur-Netzwerks. Allianz Trade will zudem ihre Marktposition in den USA weiter ausbauen.
- Skalierung von Wachstumstreibern: Allianz Trade ist bereits Experte für Geschäftsbereiche wie Bürgschaften und Garantien sowie Speziallösungen (insbesondere Vertrauensschadenversicherung, Transactional Cover Unit & Excess of Loss). Allianz Trade investiert nun verstärkt in die Weiterentwicklung dieser schnellwachsenden Lösungen, um auch hier ihre Marktanteile auszubauen.
- Vorbereitung auf die neue Welt: Die dritte Strategiesäule setzt auf Digitalisierung. Sie ist längerfristig ausgerichtet und plant bereits heute die veränderten Anforderungen des digitalisierten Handels ein. Das neue Ökosystem, das im B2B-Handel in Zukunft entsteht, bietet viele Chancen. Diese will Allianz Trade nutzen und für sich und ihre Kunden frühzeitig erschliessen.

«Wachstum steht im Mittelpunkt unserer Strategie. Wir wollen Lösungen für Kunden bieten, die national und global tätig sind, denn unsere Lösungen gewährleisten die Legitimität und die erfolgreiche Durchführung von Geschäften. Unsere Mission ist es, zeitnahe und genaue Informationen sowie umsichtige, stabile und erfahrungsbasierte Dienstleistungen anzubieten. Wir treten in eine neue, aufregende Phase für unser Unternehmen ein, und ich freue mich sehr, diese Reise nun mit Allianz Trade zu beginnen», ergänzt Clarisse Kopff.

Seit mehr als 100 Jahren bietet Allianz Trade Unternehmen aller Grössenordnungen leistungsstarke Instrumente zur Ausweitung ihrer Geschäftstätigkeit und zum Schutz ihrer Vermögenswerte durch Warenkreditversicherungen, Bürgschaften und Garantien sowie Absicherung gegen Betrug. Das Ziel ist es, Risiken zu antizi-

pieren und zu mindern und Unternehmen zu helfen, mit Zuversicht zu handeln. Von unserem fundierten Wissen über Märkte und Wirtschaftszyklen sowie unserer vorausschauenden Analyse, die sich auf eine sehr grosse Anzahl von Unternehmensdaten stützt, profitieren alle Kundinnen und Kunden von Allianz Trade.

Medienkontakt:

Sylvie Ruppli

Communications

Tel. +41 44 283 65 14

sylvie.ruppli@allianz-trade.com

Allianz Trade ist weltweiter Marktführer im Kreditversicherungsbereich und anerkannter Spezialist in den Bereichen Kauti- on, Garantien sowie Vertrauensschadenversicherung inkl. E-Crime. Das firmeneigene Monitoring System analysiert täglich Veränderungen der Bonität von über 80 Millionen Unternehmen. Allianz Trade gibt Firmen Sicherheit für das Handelsgeschäft, indem Zahlungen abgesichert und Forderungsausfälle entschädigt werden. Zudem hilft Allianz Trade Forderungsausfälle zu vermeiden, indem bei jeder Warenkreditversicherung oder anderer Finanzierungslösung der vorausschauende Schutz im Vordergrund steht. Im Schadenfall verfügt das Unternehmen dank einem AA-Kreditrating über genügend Ressourcen – unterstützt von Allianz –, um Forderungsausfälle zu ersetzen und das Weiterbestehen der geschädigten Firma zu gewährleisten. Allianz Trade mit Hauptsitz in Paris ist in 52 Ländern vertreten und beschäftigt 5500 Mitarbeitende. Im Jahr 2021 belief sich der konsolidierte Umsatz auf 2,9 Milliarden Euro und die versicherten weltweiten Geschäftstransaktionen auf 931 Milliarden Euro.

In der Schweiz arbeiten rund 50 Personen am Hauptsitz in Wallisellen und den weiteren Standorten in Lausanne und Lugano.

Weitere Informationen auf www.allianz-trade.ch, [LinkedIn](#) oder Twitter [@allianztrade](#)

Hinweis bezüglich zukunftsgerichteter Aussagen

Die in dieser Meldung enthaltenen Informationen können Aussagen über zukünftige Erwartungen und andere zukunftsgerichtete Aussagen enthalten, die auf aktuellen Einschätzungen und Annahmen der Geschäftsführung basieren, und bekannte und unbekannt Risiken sowie Unsicherheiten beinhalten, aufgrund derer die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse von den hier gemachten Aussagen wesentlich abweichen können. Neben zukunftsgerichteten Aussagen im jeweiligen Kontext spiegelt die Verwendung von Wörtern wie „kann“, „wird“, „sollte“, „erwartet“, „plant“, „beabsichtigt“, „glaubt“, „schätzt“, „prognostiziert“, „potenziell“ oder „weiterhin“ ebenfalls eine zukunftsgerichtete Aussage wider. Die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse können aufgrund verschiedener Faktoren von solchen zukunftsgerichteten Aussagen beträchtlich abweichen. Zu solchen Faktoren gehören u.a.: (i) die allgemeine konjunkturelle Lage einschliesslich der branchenspezifischen Lage für das Kerngeschäft bzw. die Kernmärkte der Allianz-Gruppe, (ii) die Entwicklung der Finanzmärkte einschliesslich der „Emerging Markets“ einschliesslich Marktvolatilität, Liquidität und Kreditereignisse, (iii) die Häufigkeit und das Ausmass der versicherten Schadenereignisse einschliesslich solcher, die sich aus Naturkatastrophen ergeben; daneben auch die Schadenkostenentwicklung, (iv) Stornoraten, (v) Ausmass der Kreditausfälle, (vi) Zinsniveau, (vii) Wechselkursentwicklungen einschliesslich des Wechselkurses EUR-USD, (viii) Entwicklung der Wettbewerbsintensität, (ix) gesetzliche und aufsichtsrechtliche Änderungen einschliesslich solcher bezüglich der Währungsunion und der Europäischen Währungsunion, (x) Änderungen der Geldpolitik der Zentralbanken bzw. ausländischer Regierungen, (xi) Auswirkungen von Akquisitionen, einschliesslich der damit verbundenen Integrationsthemen, (xii) Umstrukturierungsmassnahmen, sowie (xiii) allgemeine Wettbewerbsfaktoren jeweils in einem örtlichen, regionalen, nationalen oder internationalen Rahmen. Die Eintrittswahrscheinlichkeit vieler dieser Faktoren kann durch Terroranschläge und deren Folgen noch weiter steigen. Das Unternehmen übernimmt keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren.