

Hauptversammlung der Allianz SE am 8. Mai 2024

Bericht des Vorstandsvorsitzenden

Oliver Bäte,
Vorsitzender des Vorstands der Allianz SE

Redemanuskript vorab veröffentlicht am 6. Mai 2024.

Der während der Hauptversammlung erstattete Bericht kann von dieser Vorabfassung gegebenenfalls abweichen, insbesondere um aktuelle Entwicklungen zu reflektieren. Es gilt das gesprochene Wort.

Gliederung

Willkommen & Rückblick 2023.....	3
Wirtschaftliche Entwicklung	3
Krisenherde.....	4
Klimawandel & technologische Revolution.....	4
„Hoffentlich Allianz“	4
Ergebnisse 2023	5
Aktienkurs & Dividendenpolitik.....	6
Kunden, Mitarbeiter & Gesellschaft.....	7
Ausblick.....	8
Durchgängige Digitalisierung	8
Technische Exzellenz.....	9
Neue Wachstumsfelder	10
Resümee.....	10

Willkommen & Rückblick 2023

Guten Morgen, meine Damen und Herren, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Ich möchte heute mit Ihnen über zwei Themen sprechen: Wie hat sich unsere Allianz im vergangenen Jahr entwickelt? Und wie sieht unser Weg in die Zukunft aus?

Doch bevor wir uns diesen Fragen widmen, möchte ich mit Ihnen einen Blick zurück auf das Jahr 2023 werfen. Denn es gilt, das Erreichte vor dem Hintergrund des Weges zu bewerten, den wir zurückgelegt haben. Die Herausforderungen des vergangenen Jahres waren enorm: Wir haben erlebt, wie die großen Volkswirtschaften noch immer von den Krisen der vergangenen Jahre gezeichnet waren. Wir erlebten Kriege, mitten in Europa und im Nahen Osten. Wir haben eines der wärmsten Jahre aller Zeiten erlebt. Und eine technologische Revolution. Lassen Sie mich dazu einen Moment ausholen:

Wirtschaftliche Entwicklung

In **Deutschland** und den **USA** war die Inflation das Thema, das die Kapitalmärkte, die Unternehmen und jeden Einzelnen von uns beschäftigte. Niemand blieb von steigenden Kosten verschont. In einem beispiellosen Wettlauf erhöhten die Notenbanken in den USA und Europa die Zinsen. Auf bis zu 5 Prozent in nur 6 Monaten. Ein Niveau, das wir zuletzt Anfang der 2000er Jahre gesehen haben. Die Inflation konnte damit eingedämmt werden. Trotzdem litt die deutsche Wirtschaft: Zum Jahresende 2023 befand sich Deutschland in einer Rezession. Anders die USA. Sie beschloss schon im Jahr zuvor Investitionen über rund 370 Milliarden Euro und konnte so an das Wachstum vor der Corona-Pandemie anknüpfen. Am anderen Ende der Welt, in **China**, erlebten wir eine gegensätzliche Entwicklung. Die Inflation war so niedrig wie seit zehn Jahren nicht mehr. Ein wesentlicher Treiber: die anhaltende Krise im Immobiliensektor. Unzählige Familien verloren große Teile ihrer Ersparnisse. Und der mit rund 300 Milliarden Euro hoch verschuldete Baukonzern Evergrande wurde zum Symbol dafür, wie das Vertrauen in eine ganze Branche verloren ging. Eine Branche, die jahrelang das chinesische Wachstum beflügelte hatte. Der Kontrast zum Höhenflug **Indiens** konnte in diesen Tagen kaum größer sein: Dort verzeichnete man die höchsten Wachstumsraten unter den zehn größten Volkswirtschaften der Welt. Schon in wenigen Jahren wird Indien Deutschland und Japan als drittgrößte Volkswirtschaft der Welt ablösen. Der Schlüssel dazu: Indien investiert massiv in Bildung, Digitalisierung und Infrastruktur.

Krisenherde

Gleichzeitig haben sich die Krisen in der Welt verschärft. Der Krieg in der Ukraine jährte sich zum zweiten Mal, ein Ende ist nicht in Sicht. Und die westlichen Unterstützer sind sich zunehmend uneins über weitere Hilfen. In der zweiten Jahreshälfte eskalierte der schwelende Konflikt zwischen Israel und der Hamas. Das hat die Region weiter destabilisiert. Mehr als 1 Million Menschen im Gazastreifen und in Israel wurden so zu Flüchtlingen. Sie leben unter unwürdigen Bedingungen.

Klimawandel & technologische Revolution

All dies geschah im wärmsten Jahr seit Beginn der Aufzeichnungen. Der **Klimawandel** schreitet voran. Er bedroht unsere Lebensgrundlagen, die Heimat und die Gesundheit aller Menschen. Und so verursachten Naturkatastrophen allein im vergangenen Jahr Schäden in Höhe von rund 280 Milliarden US-Dollar.

Meine Damen und Herren, wir wurden im vergangenen Jahr auch Zeugen einer **technologischen Revolution**. Mit sogenannten „großen Sprachmodellen“ stand uns erstmals eine künstliche Intelligenz zur Verfügung, mit der wir in unserer eigenen Sprache kommunizieren können. Sie kann zum Beispiel Fragen sinnvoll beantworten. Sie kann Texte schreiben und Übersetzungen anfertigen. Für Unternehmen eröffnet sie neue Potenziale in der Automatisierung und Innovation. Sie ist ein Gleichmacher in der Gesellschaft. Denn sie macht Fähigkeiten, die bisher in der Ausbildung erworben wurden, allen zugänglich.

Also: Inflation und Stagnation in den westlichen Industrieländern. Der Boom Indiens. Kriege vor unserer Haustüre. Naturkatastrophen. Eine technologische Revolution. Das vergangene Jahr hat uns einmal mehr vor Augen geführt, wie stark und vor allem wie schnell sich unsere Lebenswelt verändert. Dinge, die gestern noch sicher schienen, sind heute schon im Umbruch. Diese Dynamik verunsichert jeden Einzelnen von uns. Sie macht vielen Menschen **Angst vor dem Verlust von Arbeitsplatz und Wohlstand**. Vor der Zukunft.

Genau für dieses Umfeld wurde unsere Allianz vor 134 Jahren gegründet. Um Sicherheit zu geben in unsicheren Zeiten. Um Vertrauen und Hoffnung zu stiften. Und um das zu schützen, was unseren Kunden am wichtigsten ist. Unser Werbeslogan **„Hoffentlich Allianz“** ist damit heute aktueller denn je.

„Hoffentlich Allianz“

Doch was bedeutet das ganz konkret? Und für jeden und jede Einzelne von uns? Ich möchte mit Ihnen gerne die Geschichte unserer Kundin Elfriede Carrell teilen. Eine

Geschichte darüber, wie in der schönsten Zeit des Jahres das Schlimmste über sie hereinbrach. Und wie wir alles daran gesetzt haben, sie wieder sicher nach Hause zu bringen.

Frau Carrell und ihr Mann haben sich nach einem langen Arbeitsleben den Traum erfüllt, einen Teil des Jahres im warmen Florida zu verbringen. So auch im letzten Frühjahr, als sie dort von einem Insekt gestochen wurde. Keine große Sache, dachte sie. Was sie nicht wusste: Von diesem Moment an begann ein Wettlauf gegen die Zeit. Ein Wettlauf um ihr Leben. Denn der Stich übertrug ein Bakterium, das die Haut und das umliegende Gewebe zerstört. Die Krankheit verläuft rasend schnell. Unbehandelt kann sie innerhalb weniger Tage tödlich verlaufen. Der Zustand von Frau Carrell verschlechterte sich rapide und noch am selben Abend brachte ihr Mann sie in die Notaufnahme. Die Ärzte erkannten die Dramatik der Situation sofort. Sie entfernten noch in der Nacht das erkrankte Gewebe und amputierten eine Brust.

Übermüdet und verunsichert meldete sich der Ehemann unserer Kundin am nächsten Morgen bei uns. Er suchte Rat und wollte so schnell wie möglich mit seiner Frau nach Hause – zu seiner Familie. Unsere Notärztin Julia Greipel nahm sofort Kontakt auf. Sie besprach sich mit den Ärzten in den USA und vereinbarte eine Weiterbehandlung in einer Spezialklinik in Heidelberg. Dort, in der Nähe ihrer Familie, sollte sich Frau Carrell von ihrer Krankheit erholen. Frau Greipel reiste daraufhin selbst in die USA und begleitete das Ehepaar Carrell auf der Heimreise. Inzwischen hat Frau Carrell die Strapazen hinter sich gelassen. Und sie ist unendlich dankbar für die Unterstützung, die sie von ihrer Allianz erfahren hat.

Warum erzähle ich Ihnen das, meine Damen und Herren? Weil es genau diese Momente sind, die zählen: Wir waren für unsere Kundin da, als das Schlimmste über sie hereinbrach. Wir haben ihr und ihrer Familie beigestanden. Wir haben Zuversicht gestiftet und sie sicher nach Hause gebracht. In diesen Momenten wird unser Anspruch erlebbar, das zu schützen, was unseren Kunden am wichtigsten ist.

Ergebnisse 2023

Meine Damen und Herren, eine Hauptversammlung ist ein Moment, um Rechenschaft abzulegen. Und in dem wir zeigen dürfen, dass Sie Ihr Vertrauen zu Recht in uns gesetzt haben. Ich freue mich sehr, dass ich an dieser Stelle erneut viel Gutes zu berichten habe:

Wir haben im vergangenen Jahr unsere Position als einer der weltweit führenden **Versicherer und Asset Manager** ausgebaut. Unser Umsatz erreichte 162 Milliarden Euro, ein Anstieg um 5,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das operative Ergebnis erhöhte sich um 6,7 Prozent auf 14,7 Milliarden Euro. Unsere bereinigte Eigenkapitalrendite stieg auf

starke 16 Prozent. Der bereinigte Überschuss für die Anteilseigner belief sich auf 9,1 Milliarden Euro, ein Plus von rund 30 Prozent.

In der **Schaden- und Unfallversicherung** haben wir unseren Umsatz um 8,4 Prozent gesteigert. Wir erzielten rund 77 Milliarden Euro. Das operative Ergebnis lag zum ersten Mal über 6,9 Milliarden Euro.

Auch in der **Lebens- und Krankenversicherung** sind wir gewachsen: Der Wert des Neugeschäfts stieg um 2,2 Prozent auf 4 Milliarden Euro. Das operative Ergebnis von 5,2 Milliarden Euro zeigt unsere hohe Ertragskraft.

Und im **Asset Management** haben wir uns wieder in einem schwierigen Markt behauptet. Wir erzielten ein operatives Ergebnis von 3,1 Milliarden Euro. Das für Dritte verwaltete Vermögen haben wir um rund 77 Milliarden Euro auf 1,7 Billionen Euro gesteigert.

Diese soliden Ergebnisse sind uns gelungen, obwohl uns das letzte Jahr vor enorme Hürden gestellt hat. In der **Sachversicherung** schlug sich die Inflation deutlich in den Reparaturkosten nieder. Der Treiber dieser Entwicklung waren insbesondere höhere Stundensätze, auch durch mehr Reparaturen von Elektroautos. Und wir mussten wieder höhere Schäden aus häufigeren und schwereren Naturkatastrophen bewältigen.

Auch die **Kapitalmärkte** waren im letzten Jahr angespannt wie selten zuvor: Einerseits legten Aktien und Anleihen im Jahresverlauf deutlich zu. Besonders zum Jahresende kam es zu einer Rallye an den Börsen weltweit. Andererseits erschütterte der Zusammenbruch von drei Banken in den USA das Vertrauen in den Sektor. Die Situation verschärfte sich durch die Übernahme der Credit Suisse durch die UBS in der Schweiz. Viele befürchteten eine Ansteckung wie zuletzt in der Bankenkrise 2008.

Aktienkurs & Dividendenpolitik

Mit unserer **Finanzkraft** können wir uns in diesem Umfeld behaupten: Die führenden Rating-Agenturen zählen uns zur Spitzengruppe. Meine Damen und Herren, deshalb verstetigen wir unsere Ausschüttung an Sie. Sie profitieren künftig von einer **Dividende** in Höhe von 60 Prozent unseres Überschusses. Das ist eine Steigerung um 10 Prozentpunkte gegenüber unserer bisherigen Ausschüttungsquote. Dabei wollen wir weiterhin mindestens die Dividende des letzten Jahres ausschütten. Bereits in diesem Jahr wollen wir 13,80 Euro je Aktie ausschütten. Das ist ein beachtliches Plus um 21 Prozent gegenüber dem letzten Jahr. Und damit erhöhen wir unsere Dividende zum siebten Mal in acht Jahren.

Wir haben im letzten Jahr Aktien für rund 2 Milliarden Euro zurückgekauft. Dadurch haben Sie eine hervorragende Gesamtrendite von 27 Prozent erzielt. Das ist einer der besten Werte unserer Branche in Europa. Und auch für das laufende Jahr haben wir bereits **Aktienrückkäufe** über 1 Milliarde Euro angekündigt.

Meine Damen und Herren, auch deshalb ist Ihre Allianz die **beliebteste Aktie** bei Privatanlegern in Deutschland. Und: Mehr als 112.000 Allianzler sind heute auch Aktionäre. Das sind 70 Prozent unserer Belegschaft. 2018 waren es noch nicht einmal 10 Prozent.

Unsere Allianz ist widerstandsfähig. Und sie ist bereit, auch in einem herausfordernden Umfeld weiter zu wachsen. Deshalb haben wir uns auch für das laufende Geschäftsjahr ein **ehrgeiziges Ziel** gesetzt: Wir planen ein operatives Ergebnis von 14,8 Milliarden Euro. Mit einer Bandbreite von plus oder minus 1 Milliarde Euro. Das sind 4 Prozent mehr als im vergangenen Jahr.

Kunden, Mitarbeiter & Gesellschaft

All das wäre ohne zufriedene Kunden nicht möglich. Deshalb erheben wir seit 2016 jährlich den **Net Promoter Score** – ein Maß für ihre Loyalität. Die aktuellen Ergebnisse zeigen eindrucksvoll, dass drei Viertel unserer Gesellschaften besser abschneiden als ihre Wettbewerber. Das ist ein beachtlicher Sprung von 11 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Zudem haben inzwischen 59 Prozent unserer Unternehmen die treuesten Kunden in ihrem Markt.

Unser Einsatz für unsere Kunden ist der Motor für diese hervorragenden Ergebnisse. So wie auch im Fall von Frau Carrell. Das spiegelt sich auch in unserer Marke wider: Im letzten **Interbrand-Markenranking** wurden wir zum fünften Mal in Folge zur weltweiten Nummer 1 unter den Versicherern gekürt. Der Wert unserer Marke liegt erstmals über 20 Milliarden US-Dollar.

Meine Damen und Herren, diese Ergebnisse wären ohne eine engagierte und motivierte **Belegschaft** nicht möglich. Ihre Leidenschaft ist der Schlüssel zu einem erstklassigen Kundenerlebnis. Deshalb wollen wir zu einem der besten Arbeitgeber weltweit werden.

Ein zentraler Baustein dafür ist das Thema **Gehalt**: Wir honorieren Leistung. Aber darüber hinaus gilt: Gleicher Lohn für gleiche Arbeit. Unabhängig vom Geschlecht. Das sollte selbstverständlich sein. Heute arbeiten rund drei Viertel unserer Belegschaft in einer dafür zertifizierten Gesellschaft. Das macht mich stolz.

Daneben nimmt das Thema **Weiterbildung** einen besonderen Stellenwert ein. Denn nur wer sich ständig weiterbildet, kann im technologischen Wandel bestehen. Deshalb haben wir im vergangenen Jahr mehr als 100 Millionen Euro und 50 Stunden pro Mitarbeiter in Weiterbildung investiert. Das ist fast doppelt so viel wie unsere Wettbewerber. Die Schwerpunkte ihres Lernens bestimmen unsere Beschäftigten selbst. Die einen wollen komplexe Sachverhalte einfach erklären. Andere wollen künstliche Intelligenz besser nutzen. Das alles macht uns produktiver. Und so haben wir mehr Zeit für das, worauf es ankommt: die Nähe zu unseren Kunden.

Angesichts dieser Investitionen ist es kein Zufall, dass wir bei unserer letzten **Mitarbeiterumfrage** Rekordergebnisse erzielt haben. Zum fünften Mal in sechs Jahren. In zwei der wichtigsten Indizes liegen wir nun auf Weltklassenniveau. Und damit ist die Allianz auf dem besten Weg, im nächsten Jahr als **Great Place to Work** zertifiziert zu werden. Wir wären damit einer der besten Arbeitgeber weltweit. Schon heute arbeitet jeder zweite Allianzler in einem so zertifizierten Unternehmen, darunter unsere Sach-, Lebens- und Krankenversicherung in Deutschland.

Unsere Allianz hat aufgrund ihrer Größe eine gesellschaftliche Verantwortung. Deshalb haben wir uns der Nachhaltigkeit in all ihren Facetten verschrieben: Wir unterstützen die grüne Transformation der Weltwirtschaft. Und wir arbeiten gemeinsam mit unseren Partnern weltweit daran, ein verwaltetes Vermögen von 9,5 Billionen US-Dollar CO₂-neutral zu stellen. Auch unser eigenes. Doch das allein reicht nicht. Wir spüren den Klimawandel. Tag für Tag und hier vor Ort. Egal ob Sturm, Hagel oder Hochwasser.

Meine Damen und Herren, deshalb müssen wir uns auch an den Klimawandel anpassen. Wir müssen Vorsorge betreiben und zum Beispiel Deiche erneuern. Wir werden anders bauen müssen. Und wir dürfen nicht länger in Gebieten bauen, die von Hochwasser bedroht sind. Auch müssen wir unsere Kunden darauf aufmerksam machen, wenn sie sich gegen Naturgefahren versichern können. So möchten wir sicherstellen, dass unsere Welt auch morgen noch versicherbar ist. Und daran arbeiten wir mit der ganzen Branche.

Ausblick

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, ich habe Ihnen geschildert, in welchem anspruchsvollen Umfeld sich unsere Allianz im vergangenen Jahr behaupten musste. Und ich durfte Ihnen erneut ein Rekordergebnis präsentieren. Diese Ergebnisse sind kein Zufall. Sie sind das Ergebnis einer gut funktionierenden Strategie. Unserer Erneuerungsagenda. Über zwei ihrer Hebel, die „Kundenzentrierung“ und unsere „Leistungskultur“, habe ich bereits gesprochen. Mit Blick auf die kommenden Jahre möchte ich Ihnen erläutern, wie wir mit den Elementen „**Durchgängige Digitalisierung**“, „**Technische Exzellenz**“ und „**Neue Wachstumsfelder**“ produktiver werden, um weiter zu wachsen.

Durchgängige Digitalisierung

Sprechen wir zunächst zum Thema **Digitalisierung**. Seit 2016 konnten wir unsere Kostenquote in der Sachversicherung kontinuierlich senken: von anfangs 28 Prozent auf 24,6 Prozent am Ende des letzten Jahres. Das gelang uns auch, indem wir unsere Produkte harmonisiert haben. Zum Beispiel im Privatschutz in Deutschland. Im Jahr 2019 haben wir uns auf den Weg gemacht, aus elf Produkten ein umfassendes Konzept zu entwickeln. Wir haben Lücken im Zusammenspiel der Produkte geschlossen. Und wir haben die

Definitionen der mitversicherten Personen und Gegenstände vereinheitlicht. „Keine bösen Überraschungen“ war unser Motto bei der Neuentwicklung. Dadurch konnten wir auch unsere Prozesse standardisieren. Und wir konnten unsere Dunkelverarbeitung steigern: von bisher 75 auf bis zu 95 Prozent. Das bedeutet: Kauft eine Kundin bei uns, erhält sie ihre Unterlagen sofort in ein elektronisches Postfach. Und das, noch während sie mit unserem Vermittler spricht. Dass wir damit auf dem richtigen Weg sind, zeigt auch das Feedback unserer Kunden: Auf einer 5-Sterne-Skala bewerten sie unseren Service bereits heute mit einer 4,7. Zu Beginn unserer Reise waren es noch 4,4 Sterne.

Übrigens: Wir haben auch die digitale Infrastruktur unserer Produkte vereinheitlicht. Egal ob unsere Kunden einen Schaden bei ihrem „Privatschutz“ in Deutschland oder bei „Allianz Ultra“ in Italien melden: Die Technik dahinter ist die gleiche. Dadurch spielen wir die Vorteile unseres globalen Geschäftsmodells voll aus. Und wir stehen hier erst am Anfang.

Technische Exzellenz

Eine hohe Datenqualität ist für uns enorm wichtig. Sie ist die Grundlage für die Berechnung fairer Prämien. Und sie bestimmt unsere Position im Wettbewerb. Wir sprechen dann von **technischer Exzellenz**. Ich möchte mit Ihnen dazu ein Beispiel aus unserer Krankenversicherung teilen. Bei kleinen Anbietern oder seltenen Krankheiten reicht die Datenqualität oft nicht aus, um eine risikogerechte Prämie zu ermitteln. Teilweise fehlen Daten ganz. Wir haben daher im Jahr 2022 begonnen, unser Wissen über Krankheiten weltweit in einer Datenbank zusammenzuführen. Den Datenschutz stellen wir dabei natürlich sicher. So profitieren wir in Kolumbien von Daten aus Deutschland zu Asthma. Und in Deutschland nutzen wir unser Wissen über die Folgen von Malaria. In Zukunft wollen wir diese Daten nutzen, um unsere Kunden noch besser bei einer Krankheit zu begleiten. Unser Ziel: So schnell wie möglich die richtige Behandlung zu finden. Damit sie so schnell wie möglich wieder gesund werden. Davon profitieren unsere Kunden doppelt: Sie ersparen sich lange Arzt-Odysseen und unnötige Kosten. Wie wirkungsvoll dieser Effekt sein kann, sehen wir schon heute in der Kfz-Versicherung: Dort helfen wir unseren Kunden, eine Reparatur zum besten Preis zu bekommen. So sparen sie bis zu 1.000 Euro pro Schaden.

Neue Wachstumsfelder

Wir wollen stärker wachsen. Auch mit unseren Firmenkunden. Egal ob Mittelstand oder Großkonzern. Deshalb haben wir im Juli 2023 unsere neue Marke Allianz Commercial eingeführt. Hier bieten wir unter einem Dach die gesamte Palette unserer Sach-Produkte an. Unsere Kunden und Vertriebspartner profitieren von einem breiteren Lösungsangebot. Und sie profitieren von einer umfassenden Beratung durch nur einen Ansprechpartner bei ihrer Allianz. Das kommt gut an: Wir konnten den Net Promoter Score unter unseren Vermittlern im letzten Jahr um 16 Prozent steigern: auf 35,1 Punkte. Und auch das operative Ergebnis von Allianz Commercial ist im Vergleich zum bisherigen Geschäftsmodell um beachtliche 16 Prozent gestiegen. Das zeigt eindrucksvoll: Allianz Commercial ist mehr als die Summe seiner Teile.

Wie wichtig die Schnittstelle zum Kunden für unser Wachstum ist, haben auch unsere Kollegen in Frankreich gezeigt. Sie haben vor rund 3 Jahren damit begonnen, attraktive Kundenkontakte über Suchmaschinen zu generieren. Und sie haben dieses Marketing mit unserer Expertise kombiniert. Denn wir wissen, wann Kunden ein Produkt kaufen wollen. So bewerben wir das, was aus Käufersicht relevant ist. Diese Kundenkontakte teilt eine künstliche Intelligenz dann mit dem Vermittler, der den Kunden am besten für die Allianz gewinnen kann. Das Ergebnis ist beachtlich: Wir haben die Zahl der digitalen Kundenkontakte um 40 Prozent gesteigert. Und die Kosten dafür fast halbiert. Heute führt jeder dritte Online-Kontakt zu einem neuen Kunden für unsere Allianz. Unsere Vermittler entscheiden selbst, ob sie dieses Angebot nutzen möchten. Wenn ja, dann bezahlen sie für diese Kundenkontakte. Und so finanzieren sie diese Lösung gemeinsam.

Diesen Weg werden wir auch in Zukunft weitergehen. Wir werden durch den Einsatz neuer Technologien und unserer Expertise Kunden für die Allianz gewinnen.

Resümee

Meine Damen und Herren, wir möchten unsere Allianz zu noch mehr Wachstum führen. Dafür werden wir stärker als bisher neue Technologien einsetzen. Kapazitäten, die dadurch frei werden, investieren wir an der Schnittstelle zu unseren Kunden. Wir wollen sie künftig noch besser beraten und an unsere Allianz binden. Eine besondere Rolle kommt dabei dem Ausbau und der Aktivierung unserer Vertriebe zu.

Am 10. Dezember findet unser Kapitalmarkttag statt. Dort werden wir Ihnen einen umfassenden Einblick in die Weiterentwicklung unserer Strategie geben. Denn gerade in Zeiten der Unsicherheit und des Wandels möchten wir unseren Kunden zur Seite stehen. Wir möchten der Partner ihres Vertrauens werden. Das gilt auch für unsere Beschäftigten und für Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre. Hier in Deutschland und weltweit.



Wir danken Ihnen für Ihr Vertrauen in die Allianz. Es gibt uns unternehmerische Freiheit. Es spornt uns an, für unsere Kunden jeden Tag unser Bestes zu geben.

Liebe Kolleginnen und Kollegen, ich danke Ihnen für Ihren Einsatz und Ihr Engagement. Mein Dank gilt auch im Namen des gesamten Vorstands.

Es ist mir eine große Freude, Teil dieser Gemeinschaft zu sein. Und es ist mir eine große Ehre, unsere Allianz weiter in die Zukunft zu führen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Haftungsausschluss

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Dieses Dokument enthält zukunftsgerichtete Aussagen wie Prognosen oder Erwartungen, die auf den gegenwärtigen Ansichten und Annahmen des Managements beruhen und bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten unterliegen. Die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungsdaten oder Ereignisse können erheblich von den in diesen zukunftsgerichteten Aussagen ausgedrückten oder implizierten Ergebnissen abweichen. Abweichungen können sich aus Änderungen der Faktoren ergeben, einschließlich der folgenden, aber nicht beschränkt auf: (i) die allgemeine wirtschaftliche Lage und Wettbewerbssituation in den Kerngeschäftsfeldern und -märkten der Allianz, (ii) die Entwicklung der Finanzmärkte (insbesondere Marktvolatilität, Liquidität und Kreditereignisse), (iii) negative Publizität, aufsichtsrechtliche Maßnahmen oder Rechtsstreitigkeiten in Bezug auf die Allianz Gruppe, andere Finanzdienstleister und die Finanzdienstleistungsbranche im Allgemeinen, (iv) Häufigkeit und Schwere der versicherten Schadenereignisse, einschließlich solcher, die sich aus Naturkatastrophen ergeben, und die Entwicklung der Schadenaufwendungen, (v) Sterblichkeits- und Krankheitsraten bzw. -tendenzen, (vi) Stornoraten, (vii) die Ausfallrate von Kreditnehmern, (viii) Änderungen des Zinsniveaus, (ix) Wechselkurse, insbesondere des Euro/US-Dollar-Wechselkurses, (x) Gesetzes- und sonstige Rechtsänderungen einschließlich steuerlicher Regelungen, (xi) die Auswirkungen von Akquisitionen einschließlich damit zusammenhängender Integrations- und Restrukturierungsmaßnahmen sowie (xii) die allgemeinen Wettbewerbsfaktoren, die in jedem Einzelfall auf lokaler, regionaler, nationaler und/oder globaler Ebene gelten. Viele dieser Veränderungen können durch Terroranschläge und deren Folgen verstärkt werden.

Keine Pflicht zur Aktualisierung

Die Allianz übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Informationen und Zukunftsaussagen zu aktualisieren, soweit keine gesetzliche Veröffentlichungspflicht besteht.