

Lebens- und Krankenversicherung

		2002	2001	2000
Gesamter Umsatz	Mio €	40 066	33 687	31 025
Bruttobeiträge	Mio €	20 663	20 145	20 239
Kostenquote	%	19,3	20,2	17,4
Ergebnis aus Kapitalanlagen	Mio €	7 445	8 565	14 044
Jahresüberschuss	Mio €	19	229	625
Kapitalanlagen	Mio €	221 313	212 757	211 798
Versicherungstechnische Rückstellungen	Mio €	224 673	215 217	208 829

Gesamter Umsatz¹⁾

	2002 Mio €	2001 Mio €	2000 Mio €
Deutschland	12 565	11 672	11 681
Italien	7 717	5 944	4 490
Frankreich	4 238	4 864	5 558
Schweiz	1 197	1 174	1 053
Spanien	551	940	767
Übriges Europa	1 635	1 871	1 612
USA	9 530	4 982	3 681
Asien-Pazifik	2 298	1 817	1 733
Südamerika	237	356	469

¹⁾Vor länderübergreifenden Konsolidierungen

- _ Der Gesamtumsatz erhöhte sich um 18,9 Prozent auf 40,1 Milliarden Euro.
- _ Die darin enthaltenen Umsätze aus anlageorientierten Lebensversicherungsprodukten nahmen um 43,3 Prozent auf 19,4 Milliarden Euro zu. Damit erreichte ihr Anteil am Gesamtumsatz 48,5 Prozent.
- _ Das Ergebnis aus den Kapitalanlagen verringerte sich um 13,1 Prozent auf 7,4 Milliarden Euro.
- _ Der ausgewiesene Jahresüberschuss nahm trotz erheblicher Verbesserungen im operativen Geschäft auf 19 (229) Millionen Euro ab.

Ergebnis nach Steuern²⁾

	2002 Mio €	2001 Mio €	2000 Mio €
Deutschland	137	127	514
Italien	289	261	281
Frankreich	- 223	97	400
Schweiz	- 80	- 17	43
Spanien	30	28	51
Übriges Europa	- 77	12	97
USA	- 18	- 24	133
Asien-Pazifik	- 9	- 5	- 66
Südamerika	5	- 20	- 30

²⁾ Um steuerliche Sondereinflüsse im Jahr 2000 bereinigtes Ergebnis nach Steuern vor Goodwill-Abschreibungen und Anteilen Dritter.

Kapitalanlagen³⁾

	2002 Mio €	2001 Mio €	2000 Mio €
Deutschland	119 786	117 199	121 260
Italien	17 413	15 122	14 977
Frankreich	40 256	43 313	43 625
Schweiz	8 819	8 066	8 213
Spanien	3 956	3 564	2 776
Übriges Europa	10 080	9 335	9 278
USA	15 903	11 825	8 179
Asien-Pazifik	4 675	3 945	3 241
Südamerika	352	389	424

³⁾ Ab 2001 ohne eigengenutztes Grundvermögen

In der Lebens- und Krankenversicherung erhöhte sich der Gesamtumsatz um 18,9 Prozent auf 40,1 Milliarden Euro. Fast die Hälfte dieser Beiträge stammte aus anlageorientierten Produkten. Es handelt sich dabei im Wesentlichen um fondsgebundene Lebensversicherungen. Trotz der schlechten Kapitalmarktverfassung konnten wir den Verkauf dieser Produkte um 43,3 Prozent auf 19,4 Milliarden Euro steigern. Wir verbesserten die Kostenquote, doch das Ergebnis aus den Kapitalanlagen minderte sich deutlich auf 7,4 Milliarden Euro. Damit verschlechterte sich auch der Jahresüberschuss auf 19 (229) Millionen Euro.

In vielen Ländern, insbesondere in den USA, Italien und Frankreich, übertrifft das anlageorientierte Geschäft den Verkauf traditioneller Lebensversicherungsprodukte. Das überrascht, denn allgemein wird erwartet, dass die Skepsis gegenüber Investmentprodukten in der Baisse eher steige. Tatsächlich sind die Verbraucher auch vorsichtiger. Doch sie entscheiden sich nicht gegen anlageorientierte Produkte, sondern fragen vermehrt Lösungen mit Bestandsgarantielelementen nach.

Die nachfolgende Tabelle zeigt, welche Umsätze wir mit anlageorientierten Produkten in einzelnen Ländern erzielten:

Umsätze aus anlageorientierten Lebensversicherungsprodukten

	2002 Mio €	2001 Mio €	2000 Mio €
USA	8 119	3 504	2 216
Italien	6 419	4 608	3 036
Frankreich	2 790	3 308	3 261
Südkorea	652	583	759
Schweiz	546	590	529
Deutschland	331	12	0
Niederlande	103	252	194
Belgien	100	105	115
Spanien	49	61	235
Übrige Länder	294	519	441
Gesamt	19 403	13 542	10 786

In der IFRS-Rechnung, die Umsätze aus anlageorientierten Produkten nur mit ihrem Risiko- und Kostenanteil erfasst, stiegen die **Beitragseinnahmen** um 2,6 Prozent auf 20,7 Milliarden Euro.

Die **Kostenquote** – bezogen auf den gesamten Umsatz, also einschließlich der anlageorientierten Produkte – verbesserte sich von 12,1 auf 10,0 Prozent. Auch in der IFRS-Rechnung nahm sie von 20,2 auf 19,3 Prozent ab.

Das **Ergebnis aus Kapitalanlagen** stand im Zeichen äußerst schwacher Kapitalmärkte. Es minderte sich deutlich um 1,1 auf 7,4 Milliarden Euro. Dadurch fiel auch die Gewinnbeteiligung erheblich geringer aus als im Vorjahr. Per Saldo gingen die Leistungen für unsere Kunden von 22,0 Milliarden Euro auf

21,3 Milliarden Euro zurück, obwohl in mehreren Ländern höhere Zahlungen für Abläufe, Rückkäufe und Renten anfielen. Damit wirkte sich das Ergebnis aus Kapitalanlagen, das ja gesunken war, abgeschwächt auf den Überschuss aus.

Das **Ergebnis vor Steuern** und Abschreibungen auf den Goodwill sackte von 558 Millionen Euro auf 83 Millionen Euro ab. Nach Goodwill-Abschreibungen, Steuern und Anteilen Dritter ergab sich ein Jahresüberschuss von 19 (229) Millionen Euro.

DEUTSCHLAND

- _ In diesem Markt bieten wir Lebensversicherungsprodukte über unsere Gesellschaften Allianz Lebensversicherungs-AG und Deutsche Lebensversicherungs-AG an.
- _ Im November 2002 wurde die Vereinte Leben rückwirkend zum 1. Januar 2002 mit der Allianz Lebensversicherungs-AG verschmolzen.
- _ Unser Krankenversicherer ist die Allianz Private Krankenversicherungs-AG (vormals Vereinte Krankenversicherung AG).
- _ Wir sind die Nummer 1 im Lebensversicherungsgeschäft und in der Krankenversicherung die Nummer 3.

Die Summe der gesamten Beitragseinnahmen setzt sich folgendermaßen zusammen: 9,7 Milliarden Euro oder 77,2 Prozent stammen aus dem Lebensversicherungsgeschäft, 2,9 Milliarden Euro oder 22,8 Prozent aus dem Verkauf von Krankenversicherungsprodukten. Der Umsatz des Gesamtsegments stieg um 893 Millionen Euro oder 7,7 Prozent auf 12,6 Milliarden Euro.

Lebensversicherung

Nach einer Minderung der **Beitragseinnahmen** im Vorjahr nahmen unsere deutschen Lebensversicherer 2002 wieder den Wachstumskurs auf. Die Umsatzsteigerungen machten 719 Millionen Euro oder 8 Prozent aus und führten zu einem Prämienaufkommen von 9,7 Milliarden Euro.

Mit einem Plus von 30 Prozent bei den Beiträgen aus neu abgeschlossenen Verträgen ist Allianz Leben deutlich stärker gewachsen als der Markt. Der Marktanteil im Neugeschäft konnte von 15,1 auf 18,3 Prozent gesteigert werden. Der starke Zuwachs unseres Neugeschäfts zeigt, dass die Kunden gerade in Zeiten unsicherer Kapitalmärkte die Nachhaltigkeit und Sicherheit eines finanzstarken Lebensversicherers besonders schätzen. Zum anderen stützt sich das gute Neugeschäft auf die Effektivität aller unserer Vertriebswege; es sind dies Ausschließlichkeitsorganisationen, Makler, Sonder- und Direktvertrieb sowie die Banken. So ist zum Beispiel der Anteil der Dresdner Bank am Neugeschäft markant von 7,8 auf 11,6 Prozent gestiegen. Die Vorjahreszahl enthält bis zur Beendigung der Kooperation mit der HypoVereinsbank auch das von ihr vermittelte Geschäft.

Seit dem 1. Januar 2002 werden bestimmte Altersvorsorgeverträge teils durch Zulagen, teils durch einen steuerlichen Sonderausgabenabzug staatlich gefördert („Riester-Verträge“). Die in diesen Markt gesetzten Wachstumserwartungen blieben noch weitgehend unerfüllt. Dennoch behaupteten sich unsere Lebensversicherer gut. Sie verkauften bis zum Jahresende 2002 rund 600 000 Riester-Policen und errangen damit einen Marktanteil von 20 Prozent.

Unser Geschäft in der betrieblichen Altersversorgung nimmt einen dynamischen Verlauf. Wir waren 2002 der erste Versicherer, der seinen Kunden alle Durchführungswege der betrieblichen Altersversorgung anbieten konnte. Besonders erfolgreich startete die Allianz Pensionskasse: Über 2 000 Arbeitgeber als Kunden und mehr als 150 000 Einzelverträge – das spricht für ein robustes Wachstum auch in den kommenden Jahren. Rund 10 000 Arbeitgeber schlossen mit uns einen Altersvorsorge-Rahmenvertrag ab. Ein Jahr nach Inkrafttreten der Reform der privaten und betrieblichen Altersvorsorge bieten drei Viertel der DAX-30-Unternehmen ihren Arbeitnehmern eine Allianz Altersvorsorge an.

Die Stornoquote blieb mit 3,7 (3,6) Prozent auf einem sehr niedrigen Niveau.

Die **Kostenquote** verbesserte sich von 13,7 auf 9,7 Prozent. Dabei hielten wir den Verwaltungskostensatz mit 2,4 Prozent auf dem Niveau des Vorjahres; damit liegt er weiterhin deutlich unter dem Marktdurchschnitt.

Die lang anhaltende Kapitalmarktschwäche hat uns dazu bewogen, die Überschussbeteiligung unserer Lebensversicherungskunden für das Jahr 2003 um 1,5 Prozentpunkte auf 5,3 Prozent zu senken. Unsere Wettbewerbsposition blieb von diesem Schritt unberührt, denn auch die übrigen Marktteilnehmer mussten ihre Überschussbeteiligung verringern.

Unsere **Kapitalanlagen** beliefen sich auf 107,9 (106,4) Milliarden Euro. Das daraus erwirtschaftete Ergebnis verschlechterte sich um 11,0 Prozent oder 0,5 Milliarden Euro auf 4,0 Milliarden Euro.

Das **Ergebnis** nach Steuern stieg auf 80 (65) Millionen Euro.

Allianz Lebensversicherungs-AG, Deutsche Lebensversicherungs-AG^{*)}

		2002	2001	2000
Gesamter Umsatz	Mio €	9 700	8 981	9 094
Bruttobeiträge	Mio €	9 369	8 969	9 094
Kostenquote	%	9,7	13,7	11,1
Ergebnis nach Steuern	Mio €	80,0	64,7	466,6
Kapitalanlagen	Mio €	107 887	106 425	111 805
Mitarbeiter		5 736	6 440	6 159

^{*)} Im Jahr 2002 auf die Allianz Lebensversicherungs-AG verschmolzen

Die Defizite der gesetzlichen Rentenversicherung werden immer augenscheinlicher, und die Bevölkerung ist sich bewusst, dass sie für das Alter privat und betrieblich vorsorgen muss. Wir erwarten deshalb für das **laufende Jahr** ein weiteres Wachstum der Beitragseinnahmen. Aufgrund unserer kompletten Produktpalette in der privaten und betrieblichen Altersvorsorge sowie unserer Vielzahl an Vertriebswegen dürfte es kräftiger ausfallen als im Wettbewerberdurchschnitt. Besonders groß ist das Geschäftspotenzial bei der betrieblichen Altersvorsorge.

Krankenversicherung

Die **Beitragseinnahmen** der Allianz Private Krankenversicherungs-AG stiegen um 6,5 Prozent auf 2,9 Milliarden Euro. Das Prämienwachstum im Hauptgeschäftsfeld mit Krankenversicherungen resultierte aus dem Neugeschäft, dem gesetzlichen Beitragszuschlag und aus Beitragsanpassungen an die gestiegenen Kosten im Gesundheitswesen.

Der Umsatz in der Pflegeversicherung, für die im gesamten Markt die gleichen Konditionen gelten, verharrete mit 230 Millionen Euro auf Vorjahresniveau.

Die Anzahl der versicherten Personen stieg leicht um 0,2 Prozent auf 2,27 Millionen.

Die **Schadenquote** verbesserte sich auf 71,0 (73,1) Prozent, ein Zeichen dafür, dass unser Leistungs- und Gesundheitsmanagement greift.

Die **Kostenquote** stieg leicht um 0,7 Prozentpunkte auf 10,6 Prozent, da die Entlastung aus den aktivierten Abschlusskosten geringer als im Vorjahr ausfiel.

Das Ergebnis aus den **Kapitalanlagen** erholte sich deutlich. Nach dem kräftigen Rückgang im Vorjahr stieg es auf 421 (275) Millionen Euro. Dadurch verbesserte sich auch das **Ergebnis** nach Steuern auf 64 (48) Millionen Euro.

Allianz Private Krankenversicherungs-AG

		2002	2001	2000
Bruttobeiträge	Mio €	2 865	2 691	2 587
Schadenquote	%	71,0	73,1	71,6
Kostenquote	%	10,6	9,9	9,4
Ergebnis nach Steuern	Mio €	63,6	48,0	34,1
Kapitalanlagen	Mio €	12 132	10 940	10 549
Mitarbeiter		3 947	3 926	3 836

Die Geschäftsentwicklung im **laufenden Jahr** wird in hohem Maße von den gesundheitspolitischen Entscheidungen der deutschen Bundesregierung abhängen. Lässt man diesen Effekt außer Acht, rechnen wir mit einem höheren Neugeschäft und entsprechendem Umsatzwachstum. Dabei setzen wir auf die Stärke unserer Marke und auf die unserer Ausschließlichkeitsorganisationen. Die Schadenquote dürfte weiter sinken, denn wir bauen unser Leistungs- und Gesundheitsmanagement weiter

aus. Eine effizientere Vertriebsstruktur wird voraussichtlich die Kostenquote senken. Insgesamt rechnen wir 2003 mit einem verbesserten Ergebnis.

ITALIEN

- _ Im italienischen Lebensversicherungsmarkt sind wir mit der RAS Gruppe und dem Lloyd Adriatico sehr gut positioniert.
- _ Zusammengefasst erhöhten sie ihren gesamten Umsatz auf 7,7 Milliarden Euro.
- _ Damit belegen sie in Italien den 2. Rang.

Das außerordentlich dynamische Wachstum der gesamten **Beitragseinnahmen** um stattliche 1,8 Milliarden Euro oder 29,8 Prozent war stärker als im Marktdurchschnitt. 6,5 Milliarden Euro Umsatz gingen in die Bücher der RAS Gruppe ein, 1,2 Milliarden Euro weist der Lloyd Adriatico aus. Die Nachfrage nach den herkömmlichen fondsgebundenen Lebensversicherungen ließ zwar etwas nach, doch dieser Rückgang wurde durch den Absatz von Fondsprodukten mit Garantiebestandteilen mehr als ausgeglichen. In der IFRS-Rechnung, in der die Umsätze aus anlageorientierten Lebensversicherungsprodukten nur mit einem geringen Anteil unter den Beitragseinnahmen ausgewiesen werden, ergab sich ein Prämienvolumen von 1,3 Milliarden Euro. Der Vertriebs Erfolg unserer Gesellschaften erhöhte deren Anteil am italienischen Lebensversicherungsmarkt von 12,8 auf 13,7 Prozent.

Das Wachstum stammte überwiegend aus dem Bankenvertrieb. Besonders unser Bancassurance-Partner Unicredito Gruppe trug zum Verkaufserfolg bei. Über seine Schalter wurden 4,4 Milliarden Euro an Beitragseinnahmen erlöst. Die Antoniana Veneta Popolare Vita, ein vollkonsolidiertes Joint Venture des Lloyd Adriatico, steigerte den Umsatz nochmals um 49 Prozent auf 808 Millionen Euro.

Die **Kostenquote** nahm auf 31,3 (22,5) Prozent zu. Die Hauptursache sind die kräftigen Neugeschäftserfolge unserer Gesellschaften, deren Kosten vollumfänglich in die IFRS-Rechnung eingehen, deren Beiträge dagegen kaum. Gleichzeitig wirkten sich die Anstrengungen der RAS, ihre Marke neu zu positionieren, auf die Kostenquote aus.

Das Ergebnis aus den **Kapitalanlagen** stieg auf 868 (842) Millionen Euro, hauptsächlich weil die RAS Gruppe den Großteil ihres Immobilienbesitzes veräußerte.

Das **Ergebnis** nach Steuern verbesserte sich auf 289 (261) Millionen Euro.

Italien

		2002	2001	2000
Gesamter Umsatz	Mio €	7 717	5 944	4 490
Bruttobeiträge	Mio €	1 298	1 336	1 454
Kostenquote	%	31,3	22,5	14,8
Ergebnis nach Steuern	Mio €	288,6	260,7	281,4
Kapitalanlagen	Mio €	17 413	15 122	14 977

Wir sind zuversichtlich, dass im **laufenden Geschäftsjahr** der Absatz fondsgebundener Lebensversicherungen weiter anziehen wird, sofern sich die Kapitalmärkte erholen. Die erfolgreiche Vertriebskooperation mit der Unicredito Gruppe und die stürmische Geschäftsentwicklung der Antoniana Veneta Popolare Vita werden unsere Position in diesem Wachstumsmarkt weiter festigen. Ein Wermutstropfen sind die angekündigten neuen Steuer-

regelungen, Lebensversicherungen betreffend; sie dürften das Branchenwachstum belasten. Dennoch scheint uns die Annahme berechtigt, dass uns 2003 ein nochmals verbessertes Ergebnis gelingen wird.

FRANKREICH

- _ Im französischen Lebensversicherungsmarkt ist die AGF Gruppe vom 6. auf den 8. Platz zurückgefallen.
- _ In der Krankenversicherung sind wir in Frankreich die Nummer 2.
- _ Der Gesamtumsatz in der Lebensversicherung erreichte 4,3 Milliarden Euro.

Damit sanken die **Beitragseinnahmen** der AGF um 11,9 Prozent, und zwar aus folgenden Gründen:

Erstens ließ im Privatkundengeschäft der Zuspruch zu fondsgebundenen Lebensversicherungen um 36 Prozent spürbar nach, eine Folge der Kapitalmarktentwicklung. Der Verkauf von anlageorientierten Produkten mit Garantiezins schuf zwar einen gewissen Ausgleich, reichte zur Kompensation aber nicht aus. Das Wachstum in dieser Produktkategorie betrug 2 Prozent. Die Stornoquote sank weiter auf 3,25 Prozentpunkte und liegt unter dem Marktdurchschnitt.

Zweitens sank das Beitragsaufkommen im Gruppengeschäft um 26 Prozent, weil eine große Gruppenversicherung bei einem Industrieunternehmen im Vorjahr eine weitere Einmalprämie in Höhe von 416 Millionen Euro erbracht hatte (nach 800 Millionen Euro im Jahr 2000). Dieser Betrag fehlte 2002 in unseren Büchern. Um diesen Sondereffekt bereinigt, wuchs der Umsatz im Gruppenversicherungsgeschäft um 8 Prozent.

Der Umsatzrückgang des Gesamtsegments erhöhte die **Kostenquote** um 0,5 Prozentpunkte auf 52,5 Prozent. Die relativ hohe Kostenquote erklärt sich dadurch, dass in ihre Berechnung nicht der gesamte Umsatz, sondern nur die deutlich geringeren IFRS-Beitragseinnahmen eingehen.

Das Ergebnis aus **Kapitalanlagen** verringerte sich wegen hoher Abschreibungen und Veräußerungsverluste auf 0,7 (1,3) Milliarden Euro.

Dieses Resultat und die angespannte Wettbewerbssituation führten die Gesellschaft nach Steuern in den **Verlust**. Er machte 223 Millionen Euro aus, nach einem Gewinn im Vorjahr von 97 Millionen Euro.

Frankreich

		2002	2001	2000
Gesamter Umsatz	Mio €	4 283	4 864	5 558
Bruttobeiträge	Mio €	1 493	1 556	2 297
Kostenquote	%	52,5	52,0	27,6
Ergebnis nach Steuern	Mio €	- 223,1	97,4	399,7
Kapitalanlagen	Mio €	40 256	43 313	43 625

Wir rechnen für das **laufende Geschäftsjahr** mit einem stagnierenden Lebensversicherungsmarkt. In der Krankenversicherung stehen weitere Tarifanpassungen und steigende Gesundheitskosten an. Das dürfte zu einem leichten Umsatzplus des gesamten Segments beitragen. Effizientere IT-Systeme und geringere Verwaltungskosten lassen eine günstigere Kostenquote erwarten. Das Ergebnis wird sich voraussichtlich verbessern.

SCHWEIZ

– Die Allianz Suisse Lebensversicherungsgesellschaft erzielte einen Umsatz in Höhe von 1,2 Milliarden Euro.

– Damit ist sie die Nummer 6 im Schweizer Markt.

Der Gesamtumsatz stieg um 2,0 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro. In der IFRS-Rechnung, in der die Umsätze aus anlageorientierten Lebensversicherungsprodukten nur mit einem geringen Anteil unter den Beitragseinnahmen ausgewiesen werden, ergab sich ein Beitragsaufkommen von 651 Millionen Euro. Das Wachstum stammt vornehmlich aus dem Einzelebengeschäft mit einem hohen Anteil an Einmalbeiträgen. Das Bruttobeitragsaufkommen dieses Geschäftsbereichs wuchs um 12,2 Prozent auf 412 Millionen Euro. Im Kollektivlebensgeschäft entwickelten sich vor allem die Folgeprämien positiv, das gesamte Prämienaufkommen wuchs um 3,2 Prozent auf 239 Millionen Euro.

Die **Kostenquote** erhöhte sich leicht um 0,5 Prozentpunkte auf 23,1 Prozent, namentlich infolge höherer Projektkosten.

Das Ergebnis aus **Kapitalanlagen** reduzierte sich auf 31 (220) Millionen Euro, weitestgehend aufgrund von Abschreibungen und Realisierungsverlusten, vor allem auf Aktien.

Unser Schweizer Lebensversicherer wies 2002 nach Steuern einen **Verlust** von 80 (17) Millionen Euro aus. Das ist die Folge eines Garantiezinses im Schweizer Lebensversicherungs-Gruppengeschäft von 4,0 Prozent. Er ist seit Jahren überhöht und unter den gegenwärtigen Kapitalmarktbedingungen nicht mehr zu erwirtschaften. Zum Vergleich: Die Verzinsung Schweizer Obligationen lag 2002 bei etwa 2,75 Prozent.

Allianz Suisse

		2002	2001	2000
Gesamter Umsatz	Mio €	1 197	1 174	1 053
Bruttobeiträge	Mio €	651	584	524
Kostenquote	%	23,1	22,6	9,9
Ergebnis nach Steuern	Mio €	– 79,6	– 17,1	42,6
Kapitalanlagen	Mio €	8 819	8 066	8 213

Das Problem einer überhöhten Garantieverzinsung glimmt vorerst weiter, auch wenn der Garantiezins im Gruppengeschäft auf 3,25 Prozent reduziert wurde. Mit einem einheitlichen und modernisierten Produktportfolio wollen wir diese Schwierigkeit im **laufenden Jahr** überwinden. Insgesamt rechnen wir damit, trotz eines belasteten Marktes 2003 das Ergebnis zu verbessern.

SPANIEN

– Unsere Lebensversicherungsaktivitäten sind in Spanien in der Allianz Seguros und dem Bancassurance-Joint-Venture Eurovida zusammengefasst.

– Sie nahmen gemeinsam Prämien im Wert von 551 Millionen Euro ein.

– Damit belegen sie den 14. Platz in diesem Markt.

Die gesamten **Beitragseinnahmen** minderten sich drastisch um 41,4 Prozent auf 551 (940) Millionen Euro. Dieser Einbruch ist darauf zurückzuführen, dass im Vorjahr unsere Geschäftskunden ihre Mitarbeiterpensionsfonds ausgliederten und auf uns übertrugen. Dadurch akquirierten wir außergewöhnlich hohe Einmaleinlagen. Da diese Umsätze 2002 naturgemäß entfielen, musste auch der Gesamtumsatz kräftig sinken. Im übrigen Gruppen- und im Privatkundengeschäft stemmten sich unsere Gesellschaften erfolgreich

gegen den Markttrend – der nach unten zeigt – und erhöhten die Beitragseinnahmen. Das Wachstum betrug jeweils 26 Prozent und 13 Prozent.

Die Mehrbeiträge gehen auf Neuerungen in Vertriebsstruktur und -organisation zurück. Diese erhöhten spürbar die Produktivität unserer Vertreter. Auch in Spanien war die klassische, fondsgebundene Lebensversicherung – das Kerngeschäft von Eurovida – 2002 weniger gefragt. Stattdessen entschieden sich viele Kunden für Produkte mit Garantiebestandteilen. Daraufhin weiteten wir das Produktangebot erheblich aus. Dennoch verlangsamte sich das hohe Wachstumstempo von Eurovida. Die Gesellschaft erzielte einen Gesamtumsatz in Höhe von 127 Millionen Euro.

Die **Kostenquote** stieg auf 7,3 (4,2) Prozent. 2001 hatte der hohe Einmalumsatz die Kostenquote ungewöhnlich stark entlastet.

Das **Ergebnis** nach Steuern verbesserte sich leicht auf 30 (28) Millionen Euro.

Spanien

		2002	2001	2000
Gesamter Umsatz	Mio €	551	940	767
Bruttobeiträge	Mio €	502	879	532
Kostenquote	%	7,3	4,2	8,9
Ergebnis nach Steuern	Mio €	29,5	27,5	50,7
Kapitalanlagen	Mio €	3 956	3 564	2 776

Für das **laufende Jahr** werden keine marktweiten Wachstumsimpulse erwartet. Große Hoffnungen knüpfen sich an eine Gesetzesänderung, die nicht nur Pensionssparpläne und Fondsanlagen steuerlich begünstigt, sondern auch die herkömmliche Lebensversicherung. Unsere attraktiven Produkte in diesem Bereich und die neue Gesetzeslage dürften dazu beitragen, diesem marktweit vernachlässigten Geschäftsbereich neues Leben und

Wachstum einzuhauchen. Auch aus diesem Grund rechnen wir damit, 2003 ein verbessertes Ergebnis vorlegen zu können.

ÜBRIGES EUROPA

Übriges Europa

Gesamter Umsatz nach Ländern

	2002 Mio €	2001 Mio €	2000 Mio €
Belgien	413	421	414
Österreich	303	282	268
Niederlande	247	409	270
Großbritannien	153	337	344
Luxemburg	125	129	100
Griechenland	80	71	74
Portugal	74	69	65
Zwischensumme West- und Südeuropa	1 395	1 718	1 535
Slowakei	73	16	–
Ungarn	66	53	52
Polen	45	38	24
Tschechien	36	35	–
Kroatien	14	8	–
Bulgarien	6	3	1
Zwischensumme Mittel- und Osteuropa	240	153	77
Gesamt	1 635	1 871	1 612

Der gesamte **Umsatz** aus dem Lebens- und Krankenversicherungsgeschäft in den übrigen europäischen Märkten betrug 1,6 (1,9) Milliarden Euro. Infolge des Niedergangs an den Kapitalmärkten wandten sich viele Kunden von fondsgebundenen Produkten ab, vor allem in den Niederlanden. In Großbritannien zogen wir uns aus dem anlageorientierten Geschäft zurück und konzentrieren uns auf Risikolebensversicherungen. In vielen Ländern stieg die Nachfrage nach traditionellen Lebensversicherungen. In der IFRS-Rechnung erhöhten sich die Beitragseinnahmen auf 1,3 (1,1) Millionen Euro.

Unsere Gesellschaften in Mittel- und Osteuropa befanden sich 2002 in einer Phase des Bestandsaufbaus. Die damit verbundenen Aufwendungen belasteten das Ergebnis. In Belgien, den Niederlanden und Großbritannien führten die Belastungen aus der Kapitalmarktentwicklung zu negativen Ergebnissen.

Nach Steuern erzielten wir in den Ländern des „übrigen Europas“ einen **Verlust** in Höhe von 77 Millionen Euro nach einem Gewinn von 12 Millionen Euro im Vorjahr.

Wir rechnen für das **laufende Jahr** mit steigenden Beitragseinnahmen und verbesserten Ergebnissen. Die Tatsache, dass privates Vorsorgesparen in Mittel- und Osteuropa zusehends staatlich gefördert wird, stimmt uns zuversichtlich. In diesen Ländern dürften höhere Bestände unsere Kostenquote entlasten, so dass die Profitabilität in den übrigen europäischen Märkten insgesamt voraussichtlich wieder steigt.

USA

– Unser Lebensversicherer in den Vereinigten Staaten von Amerika ist Allianz Life of North America.

– Der starke Ausbau unseres Vertriebsnetzes erlaubte uns, das gesamte Prämienaufkommen um 91,3 Prozent auf 9,5 Milliarden Euro zu steigern.

In Originalwährung betrug der Anstieg 103,9 Prozent. Hauptwachstumsträger war das Geschäft mit Rentenversicherungen, traditionell eine Domäne von Allianz Life. Unsere Gesellschaft behauptete sich in diesem dynamisch wachsenden Markt mit überdurchschnittlichen Zuwachsraten. Dies ist zum einen auf unseren zügigen Vertriebsausbau zurückzuführen. Zum anderen stieg in der gegenwärtigen Lage an den Finanzmärkten die Nachfrage nach Rentenversicherungen kräftig an, bei denen die zugehörigen Kapitalanlagen zum größten Teil in festverzinslichen Wertpapieren angelegt sind.

Das dynamische Wachstum zog hohe Abschlusskosten nach sich. Diese werden in der IFRS-Rechnung jedoch aktiviert und über die voraussichtliche Lebensdauer der Verträge abgeschrieben. Somit verbesserte sich die **Kostenquote** im Berichtsjahr auf 47,0 (49,2) Prozent.

Das Ergebnis aus den **Kapitalanlagen** stieg auf 561 (468) Millionen Euro.

Die Finanzierung des erheblichen Neugeschäfts belastete die Erfolgsrechnung. Das **Ergebnis** nach Steuern verbesserte sich zwar etwas, es ergab sich aber nochmals ein Verlust von 18 (24) Millionen Euro.

Allianz Life

		2002	2001	2000
Gesamter Umsatz	Mio €	9 530	4 982	3 681
Bruttobeiträge	Mio €	1 411	1 478	1 465
Kostenquote	%	47,0	49,2	48,2
Ergebnis nach Steuern	Mio €	– 17,7	– 23,7	132,6
Kapitalanlagen	Mio €	15 903	11 825	8 179
Mitarbeiter		1 997	1 750	1 435

Die gesetzliche Mindestverzinsung unserer Lebensversicherungsprodukte liegt größtenteils bei 3,0 Prozent. Wir verfolgen die Entwicklung an den Kapitalmärkten intensiv und zeitnah und sind in der Lage, die darüber hinausgehenden Zinsgutschriften an unsere Kunden schnell und variabel anzupassen.

Für das **laufende Geschäftsjahr** streben wir ein Prämienvolumen auf dem Niveau des Berichtsjahrs an. Weitere Kostensenkungen und ein stabiles Kapitalanlageergebnis lassen ein positives Ergebnis erwarten.

ASIEN-PAZIFIK

– Wir treten auch in Asien als Lebens- und Krankenversicherer auf und bauen in diesen aufstrebenden Märkten unser Geschäft kontinuierlich aus.

– Das gesamte Beitragsaufkommen aus dieser Region summierte sich auf 2,3 Milliarden Euro.

Mit einem gesamten Prämienvolumen von 1,9 Milliarden Euro ist unsere größte Gesellschaft in dieser Region die Allianz Life Insurance Korea (vormals Allianz First Life). Sie ist die Nummer 4 im südkoreanischen Lebensversicherungsmarkt. Die gängigen Angebote in diesem Land sind Garantiezinsprodukte, die Lebensversicherer in Jahren mit rückläufigen Zinsen wie 2002 auf eine harte Probe stellen. Nach Steuern schloss die Gesellschaft ihre Bücher mit einem Gewinn von 3,2 (26) Millionen Euro.

Unsere indonesische Gesellschaft, PT Asuransi Allianz Life Indonesia, bietet Lebens- und Krankenversicherungen an. Beide Geschäftszweige erlebten 2002 ein stürmisches Wachstum, nämlich um 87 Prozent auf 47 Millionen Euro, was auf den Ausbau der Vertriebskapazität zurückzuführen ist. Wir verfügen im indonesischen Lebensversicherungsmarkt über das größte Distributionsnetz und zählen dabei auf 5 400 Vertreter. Der Verlust nach Steuern in Indonesien belief sich auf 2,5 (8,5) Millionen Euro.

Auch in weiteren Ländern Asiens standen unsere Aktivitäten im Zeichen des Vertriebsausbaues, so in China und in Indien. Inzwischen verkaufen auf dem indischen Subkontinent 9 000 Vertreter die Produkte unseres dortigen Joint Ventures.

In Malaysia vermarkten wir Lebensversicherungen über unsere Tochtergesellschaft Allianz Life Insurance Malaysia Berhad. Auch in Taiwan sind wir als Lebensversicherer vertreten. In Singapur und in Pakistan zeichnen wir nun Krankenversicherungen. Im thailändischen Markt sind wir mit unserer Beteiligung an der Allianz CP Life präsent.

Zusammengefasst wuchs der **Gesamtumsatz** in Asien-Pazifik um 26,5 Prozent auf 2,3 Milliarden Euro.

Nach Steuern weist diese Region einen **Verlust** von 9 Millionen Euro aus, nach 5 Millionen Euro im Vorjahr.

Asien-Pazifik

Gesamter Umsatz nach Ländern

	2002 Mio €	2001 Mio €	2000 Mio €
Korea	1 894	1 642	1 614
Taiwan	277	127	103
Malaysia	54	13	–
Indonesien	47	25	16
China	16	8	–
Philippinen	8	–	–
Pakistan	2	2	–
Gesamt	2 298	1 817	1 733

Im **laufenden Jahr** werden wir das Lebensversicherungsgeschäft in China weiter ausbauen. In Südkorea planen wir gemeinsam mit unserem Kooperationspartner, der Hana Bank, das Bancassurancegeschäft aufzunehmen.

Mit Wirkung vom 14. Januar dieses Jahres haben wir unsere 50-prozentige Beteiligung an der Pioneer Allianz Life Assurance Company (PALAC) an unseren Joint-Venture-Partner Pioneer verkauft. Er wird als alleiniger Eigentümer die Geschäfte weiterführen. Damit zogen wir uns vollständig aus dem philippinischen Versicherungsmarkt zurück, den wir seit 1997 bearbeitet hatten, dessen Geschäftspotenzial heute aber zu geringfügig ist.

Insgesamt rechnen wir mit weiter steigenden Beitragseinnahmen in der Region Asien-Pazifik und mit einem verbesserten Ergebnis.

SÜDAMERIKA

Außerdem bieten wir in Brasilien, Kolumbien, Chile, Argentinien und Venezuela Lebensversicherungen an. Der gesamte **Umsatz** erreichte in diesen Ländern 237 Millionen Euro.

Südamerika

Gesamter Umsatz nach Ländern

	2002 Mio €	2001 Mio €	2000 Mio €
Brasilien	122	178	208
Kolumbien	73	107	195
Chile	39	1	–
Argentinien	2	61	59
Venezuela	1	9	7
Gesamt	237	356	469