

MICHAEL DIEKMANN

Rede zur Bilanzpressekonferenz

Am 21. Februar 2008 in München

Es gilt das gesprochene Wort

Guten Morgen, meine Damen und Herren,

ich begrüße Sie herzlich zu unserer Bilanzpressekonferenz für das Geschäftsjahr 2007.

Aus der Vorveröffentlichung vor einem Monat wissen Sie, dass wir 2007 den höchsten Umsatz, den höchsten operativen Gewinn und den besten Jahresüberschuss unserer Geschichte erzielt haben. Und das in einem zunehmend widrigen Umfeld, in einem Jahr mit besonders vielen mittelgroßen Naturkatastrophen und bei Kapitalmärkten, die in der zweiten Jahreshälfte mehr als schwierig waren.

Wenn der Jahresüberschuss ein Indikator für Erfolg ist, dann ist die Allianz zum zweiten Mal in Folge das erfolgreichste deutsche Unternehmen. Das macht uns stolz.

Dieses Ergebnis bestätigt: Wir haben uns – trotz dieser widrigen Rahmenbedingungen – auch 2007

bei operativer Effizienz und profitabilem Wachstum weiter verbessert.

Wir werden deshalb der kommenden Hauptversammlung vorschlagen, die Dividende für das Berichtsjahr von 3,80 auf 5,50 Euro je Aktie zu erhöhen. Das entspricht einer Aufstockung um rund 45 Prozent. Diese Maßnahme soll unterstreichen, dass wir an die Nachhaltigkeit unserer Ergebnisentwicklung glauben und unsere Aktionäre für die unbefriedigende Kursentwicklung 2007 entschädigen. Allerdings möchte ich auch hier noch einmal darauf hinweisen, dass die Allianz-Aktie deutlich besser als der Euro Stoxx Insurance abgeschnitten hat.

Herr Perlet wird Ihnen nun erläutern, welche Faktoren zu diesem Ergebnis geführt haben und Ihnen die wesentlichen Zahlen für 2007 geben.

Anschließend vermittelt Ihnen Herr Achleitner einen Überblick über die wichtigsten Finanztransaktionen.

Ich werde dann darlegen, wo die Allianz heute nach den letzten fünf intensiven Jahren steht und Ihnen einen Ausblick für 2008 und darüber hinaus geben.

Übergabe an Herrn Dr. Perlet

Wiederaufnahme nach Herrn Dr. Achleitner

Meine Damen und Herren,

ich werde nun einen kurzen Rückblick auf die letzten fünf Jahre werfen. Dieser Zeitraum erklärt am besten, wie es der Allianz in 2007 gelingen konnte, in einem widrigen Geschäftsumfeld so erfolgreich zu sein.

Vor fünf Jahren – in der Folge der Anschläge auf das World Trade Center und dem Einbruch der Aktienmärkte – hatte der Vorstand ein Programm verabschiedet, das die Allianz besser vor Ergebnisschwankungen schützen sollte:

1. Das Kerngeschäft einschließlich der Marke sollte gestärkt werden. Es ist allein die Profitabilität der Geschäftsbereiche, die darüber entscheidet, wo wir unser Kapital für Wachstum einsetzen. Dabei sollte die hohe Abhängigkeit der Ergebnisse vom Schaden- und Unfallgeschäft und vom Deutschlandgeschäft besser ausbalanciert werden.
2. Operative Disziplin ist Trumpf. Starke Einheiten werden zusätzlich gestärkt,

schwache in die Gewinnzone geführt und operativ verbessert : Die Abhängigkeit von außerordentlichen Kapitalerträgen wird damit vermindert.

3. Wir wollen zu einer Kapitalbasis gelangen, die uns ein gutes Rating sichert und ausreichend Schutz vor Not-Kapitalmaßnahmen bietet.

Was haben wir seit 2003 erreicht?

Chart 1: Bestandsaufnahme: operative Disziplin

- 2002 wies die Allianz noch einen Verlust von über 3 Milliarden Euro aus. Der Jahresüberschuss stieg dann von 2003 bis 2007 im Schnitt um 31 Prozent. Wir erhöhten dadurch das Nettoergebnis über die Jahre um mehr als 11 Milliarden Euro auf jetzt 8 Milliarden Euro.
- Das operative Ergebnis stieg seit 2003 von 4 auf fast 11 Milliarden Euro an. Das entspricht einer durchschnittlichen Verbesserung von 28 Prozent Jahr für Jahr.
- Die Dividende haben wir kontinuierlich erhöht, von 1,50 Euro je Aktie für 2002 auf nunmehr voraussichtlich 5,50 Euro je Aktie.

Das ist eine Steigerung um insgesamt 267 Prozent.

- Die Rendite auf das risikoadjustierte Kapital wurde von 3,1 auf 21,4 Prozent verbessert, also fast versiebenfacht.

Darüber hinaus sind wir auch mit der Stärkung unserer Marke erheblich vorangekommen: Ende 2008 werden mehr als 80 Prozent unserer Einheiten mit dem Namen Allianz firmieren. Unsere Kernmarke wird nun wie angekündigt zur Hauptmarke.

Die Zahl unserer Kunden weltweit konnten wir in den letzten fünf Jahren von 60 Millionen auf 80 Millionen erhöhen. Allein im letzten Jahr konnten wir fünf Millionen neue Kunden gewinnen!

Chart 2: Bestandsaufnahme: Kapitalbasis gestärkt

Unsere Kapitalausstattung haben wir auch deutlich gestärkt. Seit 2002 wuchs unser Eigenkapital um 128 Prozent auf 47,8 Milliarden Euro an. Wir haben unser Aktiengearing um fast 200 Prozentpunkte auf 62 Prozent verringert. Damit haben wir unser Kapital stärker vor Kursschwankungen bewahren können als in der Vergangenheit. Und unser Rating von Standard

& Poor's ist vor einem guten halben Jahr von AA- auf AA erhöht worden.

An dieser Stelle möchte ich nicht verschweigen, dass das, was im Rückblick wie eine kontinuierliche Entwicklung anmutet, immer wieder auch von Rückschlägen bei einzelnen Konzerngesellschaften gekennzeichnet war und ist.

Allerdings, und das haben die letzten fünf Jahre deutlich bewiesen: unser Geschäft ist langfristig ausgelegt und entsprechend kommt es bei entsprechender Substanz vor allem auf die nachhaltige Performance an. Gerade die letzten Monate sollten alle daran erinnern, kurzfristige Handelsergebnisse nicht mit längerfristigen Geschäftserfolgen und buchhalterische Bewertungsrechnungen nicht mit tatsächlichen Cash-flows zu verwechseln.

Chart 3: Gute Diversifikation der Allianz Gruppe festigen Erträge

Nur wenn man ein diversifiziertes und großes Portfolio hat, und zwar geographisch wie von den Geschäftssegmenten her, lässt sich eine ausgeglichene positive Entwicklung über einen längeren Zyklus erreichen und dabei darf man sich nicht von einzelnen Quartalen beirren lassen.

Deswegen ist es ein großer Erfolg, dass wir die ehemalige Abhängigkeit vom Schaden- und Unfallgeschäft verringert haben, ohne das Geschäft zu schwächen. Auch das große Gewicht der Ergebnisentwicklung in Deutschland hat sich inzwischen zugunsten eines ausgewogenen Ergebnisbeitrages aus verschiedenen Regionen reduziert.

Wir haben uns 2003 auch eine Vereinfachung der Konzernstrukturen auf die Fahnen geschrieben, um die Stärke der Gruppe besser einsetzen zu können.

Chart 4: Bestandsaufnahme: Komplexität reduziert

Und auch hier sind wir weit vorangekommen:

1. In Italien, Frankreich, Russland und Taiwan haben wir die Minderheitsanteile aufgekauft. Damit haben wir eine schlankere Struktur und kürzere Wege sowie eine deutlich vereinfachte interne Führung des Konzerns erreicht.
2. Wir haben die Allianz AG in eine Gesellschaft europäischen Rechts umgewandelt und damit eine effizientere Corporate Governance etabliert. Der Aufsichtsrat ist kleiner, internationaler, vertritt nicht nur deutsche Arbeitnehmer

und entspricht somit viel besser dem veränderten Umfeld eines weltweit operierenden Konzerns.

3. Die nächsten Etappen zu einer übersichtlicheren Struktur sind auch vorbestimmt: Wir verhandeln gerade mit unseren türkischen Partnern, um deren Anteile an unserer Tochtergesellschaft zu übernehmen. Bei Allianz Leben konnten wir über Zukäufe inzwischen 95 Prozent des Kapitals überschreiten und wollen unseren Anteil auf 100 Prozent aufstocken. Über einen entsprechenden Squeeze-Out-Beschluß werden die Aktionäre auf der kommenden Hauptversammlung entscheiden.

Alle diese Veränderungen sind kein Selbstzweck. Sie sind Voraussetzung für stark verbesserte Abläufe, und das beginnt immer damit, die Interessen und Ziele der lokalen Geschäftsführungen mit denen der Gruppe zusammenzubringen und Zielkonflikte auszuschließen.

Insbesondere unsere globalen Geschäftsfelder Asset Management und Industrieversicherung profitieren bereits von der Eingliederung der lokalen

Einheiten und können sich ganz auf die Stärkung unserer Wettbewerbsfähigkeit konzentrieren.

Auch beim Kapitalmanagement, der Vermögensanlage, dem Cashpooling und nicht zuletzt bei der Rückversicherung haben wir die Basis für eine gruppenweite Optimierung gelegt.

Zum Ausbau unserer bereits starken Marktposition in den Emerging Markets haben wir die neue Wachstumsregion Middle East (Nahe Osten, indischer Subkontinent) gegründet sowie zunächst unsere Geschäfte auf der Iberischen Halbinsel zusammengelegt und dann Anfang dieses Jahres mit den Aktivitäten in den Wachstumsmärkten Südamerikas unter eine Verantwortung gegeben.

Zusammenfassend: Wir haben unsere Versprechen gehalten. Die Allianz steht heute erheblich robuster und effizienter da als im schwierigen Jahr 2003. Dafür gebührt meinen Kollegen im Vorstand und den mehr als 177.000 Mitarbeitern mein aufrichtiger Dank.

Ich möchte nun das Jahr 2007 kurz bewerten, um dann auf die kritischen Punkte einzugehen und schließlich unsere Einschätzung für 2008 zu geben.

Was ist aus meiner Sicht 2007 gut, weniger gut und was ist schlecht gelaufen?

Chart 5: 2007 auf einen Blick

Zuerst zum „grünen“ Bereich:

- in einem schwierigen Umfeld haben wir das beste Ergebnis der Allianz-Geschichte erzielt; mit nur einer Ausnahme verdienen alle unsere Gesellschaften die Kapitalkosten
- unsere Segmente Versicherung und Asset Management sowie die Investmentaktivitäten der Allianz SE sind nahezu völlig unbelastet von den Auswirkungen der Subprime-Krise geblieben
- wir sind stark kapitalisiert
- wir haben unternehmerische Transaktionen getätigt (AGF, ROSNO, Taiwan, ICBC et al.), die unsere lokalen Positionierungen deutlich stärken
- wir haben eine hervorragende Ausgangslage für die Herausforderungen des laufenden Jahres geschaffen.

Was hat mir 2007 weniger gut gefallen?

- Wir haben nicht das anvisierte Wachstum bei Allianz Life in den USA erreicht und sind mit einer ganzen Reihe von

öffentlichkeitswirksamen Rechtsstreitigkeiten beschäftigt gewesen.

Und – zu schlechter Letzt – der „rote“ Bereich:

- Die Verluste im Investment Banking.

Lassen Sie mich kurz genauer auf die drei genannten Bereiche eingehen:

Die Erfolge im ersten Teil werden wir weiter forcieren. Die Umstrukturierungen in den meisten unserer Märkte werden fortgesetzt. Dabei setzen wir die Erkenntnisse aus der Einführung des neuen Betriebsmodells in Deutschland nutzbringend international ein. Unser Ziel ist es, auf diese Weise weltweit schneller auf Marktanforderungen und sich verändernde Kundenbedürfnisse reagieren zu können und im Vertrieb qualitativ Zeichen zu setzen. Unsere französische Tochter AGF hat gerade gestern über ihre Pläne zum Ausbau unserer Marktposition in Frankreich informiert.

Die gelben und roten Ampellichter wollen wir auf Grün bringen.

Bei Allianz Life in den USA haben wir Ende 2006 ein neues Führungsteam etabliert. Dieses

Management hat in 2007 schon wesentliche Weichenstellungen vorgenommen. Mit einer Produktoffensive durch innovative Lösungen für Langlebigkeitsrisiken, einer noch engeren Kooperation mit unseren dortigen Asset Managern und einer Optimierung unserer vertrieblichen Aufstellung wollen wir 2008 wieder Anschluss an die wachstumsstarken Jahre von Allianz Life finden.

Wir haben darüber hinaus an internen Prozessverbesserungen gearbeitet und zum Beispiel einen so genannten „Suitability Officer“ ernannt, der die Produkte von Allianz Life aber auch die Vertriebspraktiken unabhängig von rechtlichen Rahmenbedingungen – deren Einhaltung ist selbstverständlich – auf ihren tatsächlichen Kundennutzen prüft.

Damit hat das Management auch auf eine Reihe von Klagen reagiert, die von Kunden und Aufsichtsbehörden eingereicht wurden, und von denen im Übrigen bereits ein großer Teil beigelegt werden konnte.

Mit den eingeleiteten Maßnahmen hat sich Allianz Life wieder eine gute Ausgangsposition verschafft, um neue Vertriebspartner zu gewinnen und weiter profitabel zu wachsen.

Ich komme nun zur „roten Ampel“, dem schlechten Ergebnis im Investmentbanking.

In der Berichterstattung nach unserer vorgezogenen Bekanntgabe der Ergebnisse für 2007 am 24. Januar haben die Wertberichtigungen der Dresdner Bank fast mehr Raum eingenommen als die restlichen Ergebnisse der Gruppe. Das ist im jetzigen Umfeld ständig neuer Überraschungen auf dem Kapitalmarkt verständlich. Auch ich freue mich nicht darüber, dass es diese Wertberichtigungen gegeben hat und schon gar nicht über die Höhe.

Andererseits täuscht die Konzentration auf diese Wertberichtigungen darüber hinweg, dass in vielen Teilen der Dresdner Bank gut gearbeitet worden ist, im Bereich PCC wie auch in weiten Teilen der Investment Bank, dass die Bank trotzdem 730 Millionen Euro operativen Gewinn erwirtschaftet hat und ein hochwertiges Kreditportfolio hat. Schaut man sich vergleichbare Institute etwas genauer an, so schneidet die Dresdner Bank in der gegenwärtigen Krise sogar einigermaßen respektabel ab.

Chart 6: Dresdner Kleinwort: Kerngeschäftsfelder in guter Verfassung

Ich zeige Ihnen diese Folie von Herrn Perlet auch noch einmal, weil sie anschaulich zeigt, in welchen

Bereichen Dresdner Kleinwort gut und in welchen sie schlechter abgeschnitten hat.

Deswegen führe ich jetzt auch keine strategische Diskussion um die Zukunft der Investmentbank, sondern wir nehmen operative Veränderungen vor, um auf die anstehenden Aufgaben in einem immer noch anormalen Umfeld vorbereitet zu sein.

Es sind eine Reihe von Maßnahmen beschlossen und teilweise bereits umgesetzt worden:

Chart 7: Entscheidungen zum Investment Banking

- Dresdner Kleinwort, die Investmentbanking-Einheit der Dresdner Bank, wird das SIV-Geschäft (Special Investment Vehicle) zurückfahren, da das Modell der Zinsarbitrage in dieser Form eine schwierige Zukunft hat.
- Dresdner Kleinwort reduziert auch seine Aktivitäten im Bereich der strukturierten Kreditprodukte und fokussiert sich auf die zukunftssträchtigen Geschäftseinheiten, wie zum Beispiel Cash Management oder Infrastrukturfinanzierung. Insgesamt führt diese Anpassung zu einem Wegfall von 450 Stellen, der größtenteils schon umgesetzt ist.

Meine Damen und Herren,

Vor allen Finanzdienstleistern stehen jetzt noch Monate der Unsicherheit über die weitere Entwicklung der Finanzmärkte. Das birgt Risiken aber auch Chancen für die Investmentbank wie für die gesamte Allianz. Mitten in einer Phase der Umwälzung der Kapitalmärkte und der Finanzbranche bedarf es daher jetzt starker Nerven und klarem Kurs.

Was haben wir uns für einen Kurs für 2008 vorgenommen?

Wir halten an den mittelfristigen Zielsetzungen, wie vor einem Jahr hier angekündigt, fest.

Chart 8: Ziele 2007-2009 noch erreichbar

Das bedeutet, dass wir weiterhin ein durchschnittliches operatives Ergebniswachstum von 10 Prozent pro Jahr anstreben, bei einer Combined Ratio von durchschnittlich unter 94 Prozent im Schaden- und Unfallgeschäft, einer Neugeschäftsmarge von durchschnittlich mehr als 3 Prozent in der Lebensversicherung und einem Anstieg von durchschnittlich 10 Prozent bei den Kapitalanlagen für Dritte im Asset Management. Das haben wir in 2007 erreicht.

Deswegen muss ich für unseren Ausblick auch einen speziellen Vorbehalt für das Bankgeschäft machen. Angesichts der derzeitigen Unsicherheiten ist bei diesem Teilziel eine zuverlässige Prognose nicht möglich.

Trotzdem halten wir unser übergeordnetes mittelfristiges Ziel, das operative Ergebnis um durchschnittlich 10 Prozent zu steigern, für erreichbar.

Hier gilt der übliche Vorbehalt bei Zukunftsaussagen. Dort weisen wir neben Terror und Naturkatastrophen unter anderem auch auf gravierende Entwicklungen der Finanzmärkte, der Wechselkurse und der wirtschaftlichen Situation hin.

Im Kapitalmarktgeschäft sind wir aus der Rechnungslegung Bewertungsschwankungen ausgesetzt, die sich natürlich im einen oder anderen Quartal niederschlagen können. Hierbei muss man aber zwischen Rechnungslegungs-Volatilität und ökonomischem Wert von Assets eines langfristigen Investors wie der Allianz unterscheiden.

Außerdem hat der Dollar in den letzten 12 Monaten gegenüber dem Euro etwa 10 Prozent an Wert verloren. Das ist für uns durchaus relevant, denn rund 25 Prozent unseres Geschäftes erzielen wir in

den USA, im Asset Management sind es 69 Prozent. Der niedrige Dollarkurs hat 2007 schon seine Spuren hinterlassen und das Risiko besteht im laufenden Jahr fort.

Die Konjunktur hat in den letzten Monaten an Fahrt verloren und in den USA droht – trotz Regierungsprogrammen – eine Rezession mit Auswirkungen auf die Weltwirtschaft. Wir sind aber der Meinung, dass auch die Auswirkungen einer Rezession insbesondere auf unser Schaden- und Unfallversicherungsgeschäft und auf das Asset Management, aber auch auf das Wachstum im Lebensgeschäft beherrschbar sind.

Das Bankgeschäft, das knapp sechs Prozent unseres Gesamtumsatzes und sieben Prozent unseres Ergebnisses ausmacht, ist naturgemäß stärker von den Entwicklungen am Kapitalmarkt beeinflusst, wenn man wie wir von Anfang an Marktpreise zugrunde legt. Wichtig ist, dass wir über eine gute Asset-Qualität verfügen und das ökonomisch Sinnvolle machen werden und können. Wir sind eben aufgrund unserer Kapitalausstattung nicht gezwungen, gute Vermögenswerte zu schlechten Preisen auf den Markt zu bringen.

Es ist unser Anspruch und unsere Pflicht, auch in schwierigeren Jahren bestmögliche Ergebnisse zu erzielen und das werden wir nachhaltig tun. Unter den derzeitigen Umständen, die ich erläutert habe, ist es wahrscheinlicher, dass wir unsere ehrgeizigen Ziele über den Zeitraum erreichen als eine Punktlandung Quartal für Quartal, die man aus meiner Sicht sowieso nicht überbewerten sollte. Unter dem Strich bietet uns der Markt weiterhin deutlich mehr Chancen als Gefahren. Und wir werden auch in den nächsten fünf Jahren auf solide, langfristige und verlässliche Art und Weise unsere Chancen nutzen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

###