

# Pressemitteilung

Frankfurt, 8. Februar 2007

## Allianz und Dresdner Bank starten mit ersten Bankagenturen

- **100 Eröffnungen in Pilotphase**
- **Erste Bankagenturen in Baden-Württemberg, Hessen und Nordrhein-Westfalen**
- **Integrierte Beratung bei den Themen Vorsorge und Vermögen**
- **2006 mehr als 370.000 Neukunden für Dresdner Bank und Allianz Global Investors über Allianz Agenturen**

Allianz und Dresdner Bank eröffnen heute die ersten Bankagenturen und starten mit einem in Deutschland bisher einzigartigen Vertriebsformat. Beraterinnen und Berater der Dresdner Bank erhalten einen festen Arbeitsplatz in ausgewählten Allianz Agenturen. Dort bieten sie den Kunden gemeinsam mit dem Allianz Vertreter ein umfangreiches Angebot an Vorsorge- und Vermögensprodukten. An den Bankagenturen werden Allianz und Dresdner Bank mit separat nebeneinanderstehenden Brandings vertreten sein.

Im ersten Schritt werden bundesweit 100 Bankagenturen eröffnet. Die ersten Bankagenturen starten heute (8. Februar) in Knittlingen (Baden-Württemberg), Offenbach (Hessen) und Duisburg (Nordrhein-Westfalen). Weitere Eröffnungen sind für die kommenden Wochen in ganz Deutschland geplant. Alle Agenturen werden auch über einen sogenannten SB-Terminal verfügen, mit dem Kunden Überweisungen tätigen und Kontoauszüge ausdrucken können.

**Alle Versicherungs- und Bankprodukte aus einer Hand**

„Schon heute verfügen wir über das größte Filialnetz aller deutschen Großbanken“, sagt Andree Moschner, Vorstandsmitglied der Dresdner Bank. „Mit den Bankagenturen zünden wir die nächste Stufe des Integrierten Finanzdienstleisters. Wir nutzen noch konsequenter und umfangreicher das einzigartige Vertriebsnetz der Allianz mit ihren mehr als 10.000 Agenturen in Deutschland.“ Das neue Vertriebsformat sei eine „ideale Ergänzung zum Filialbetrieb der Dresdner Bank“.

Hans-Jörg Cramer, Vertriebsvorstand der Allianz Deutschland AG ergänzt: „Unsere Kunden können den Integrierten Finanzdienstleister jetzt noch besser und direkter erleben, denn in unseren Bankagenturen erhalten sie alle Versicherungs- und Vorsorgeprodukte, Fonds und Bankdienstleistungen aus einer Hand.“ Für den Kunden bedeute dies noch mehr Service und Beratung.

Der Verkauf von Standardbankprodukten in den Allianz Agenturen sowie von Sach-, Kranken- und Lebensversicherungen in den Bankfilialen hatte bereits 2001 begonnen. Die Dresdner Bank ist seither außerdem auch mit mobilen Beratern in Allianz Agenturen tätig. „Nun werden Mitarbeiter der Dresdner Bank einen festen Arbeitsplatz in ausgewählten Agenturen einnehmen“, so Moschner. „Ergänzend zu den Standardprodukten kann der Bankberater damit auf die volle Palette des Bankangebots zurückgreifen.“

### **Integrierter Finanzdienstleister läuft weiter auf Hochtouren**

Die Kundengewinnung für die Dresdner Bank über die Allianz Agenturen lief im vergangenen Jahr erneut auf Hochtouren: 2006 generierten die Vertreter 330.000 Neukunden für die Dresdner Bank sowie 40.000 Neukunden für Allianz Global Investors (AGI). Dabei entfielen beim Produktabsatz rund 90 Prozent auf Sparprodukte und Depotanlagen. „Insgesamt haben unsere Allianz Vertreter bereits mehr als 700.000 neue Kunden für die Dresdner Bank gewonnen“, sagt Cramer. „Das zeigt, dass wir unsere Kunden überzeugen und mit unserem Geschäftsmodell auf einem guten Weg sind.“ Dabei sei das Potenzial

noch „enorm“: die Allianz verfügt in Deutschland über rund 20 Millionen Kunden.

Dresdner-Bank-Vorstand Andree Moschner: „Unser selbst gestecktes Ziel, über die Allianz Agenturen 300.000 Neukunden für die Bank zu gewinnen, haben wir im vergangenen Jahr deutlich übertroffen. Die Kunden nehmen den integrierten Finanzdienstleister an.“

**Kontakt:**

**Dresdner Bank:**

Ulrich Porwollik Tel. 069 263-50605  
Johannes Marten Tel. 069 263-16712

**Allianz Deutschland AG:**

Timo Scheil Tel. 089 3800-2320

**Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten.**

**Vorbehalt bei Zukunftsaussagen**

Soweit wir hierin Prognosen oder Erwartungen äußern oder unsere Aussagen die Zukunft betreffen, 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 ergeben sich eventuell Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Kerngeschäftsfeldern und -märkten, und aus Restrukturierungsmaßnahmen. Abweichungen können ferner aus dem Ausfall von Kreditnehmern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte und der Wechselkurse sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können einen Einfluss ausüben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen.

Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die hierin enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.