

Allianz SE

Group Communications

# Presse

## Allianz und Starpianist Lang Lang starten globale Partnerschaft

- Lang Lang wird Markenbotschafter der Allianz
- Die „Lang Lang International Music Foundation“ und die Allianz rufen gemeinsames, von der Allianz unterstütztes, Jugendprogramm ins Leben

Am 31. Januar haben die Allianz und Lang Lang eine globale Partnerschaft gestartet: Lang Lang wird globaler Markenbotschafter der Allianz. Gleichzeitig geben Allianz und die „Lang Lang International Music Foundation“ bekannt, dass die Stiftung ein von der Allianz unterstütztes Jugendprogramm gründen wird.

Der in China geborene Pianist Lang Lang ist ein internationaler Superstar. Seine Tourneen führen ihn rund um den Globus, er gibt mehr als 120 Konzerte im Jahr und hat eine Reihe gefeierter Aufnahmen herausgebracht. Lang Lang gehört zu den gefragtesten Musikern unserer Zeit und tritt regelmäßig mit den besten Orchestern der Welt auf, u.a. den Berliner Philharmonikern und den Wiener Philharmonikern.

„Lang Lang ist eine herausragende Persönlichkeit und eine Identifikationsfigur, die Menschen auf der ganzen Welt zusammenbringt“, sagt Oliver Bäte, Vorstandsmitglied der Allianz SE. „Wir sind stolz darauf, mit Lang Lang eine Partnerschaft einzugehen. Als globales Unternehmen glauben wir an die Kraft der Musik als internationale Sprache.“

Mit der Unterstützung des exklusiven Jugendprogramms wird die Allianz das Ziel der Stiftung fördern, die nächste Generation klassischer Musiker zu inspirieren und musikalische Darbietungen als Mittel für soziale Entwicklung zu fördern.

Das Programm wird es jungen Pianisten aus aller Welt ermöglichen, mit Lang Lang zu arbeiten und seine Begeisterung für Musik zu teilen. Durch dieses einzigartige Erlebnis übermitteln die jungen Musiker Lang Langs künstlerische Überzeugung ihren Altersgenossen: „Musik macht das Leben besser. Sie heilt, verbindet, inspiriert und macht uns zu besseren Menschen,“ lautet die Überzeugung des Künstlers.

„Indem wir unser aktuelles Sponsoring-Portfolio ausbauen und uns für hochkarätige Leistungen auf dem Gebiet der Kunst und Kultur stark machen, erschließen wir uns eine neue Welt“, erklärt Joseph K. Gross, Global Head Market Management der Allianz SE. „Als Partner oder als Versicherer in den Bereichen Sport, Kultur und Jugendarbeit sind wir bemüht, die Marke Allianz greifbar und emotional ansprechend zu machen. Mit der Unterstützung von Lang Lang erreichen wir Musikliebhaber jeden Alters, das ist eine fantastische Chance.“

Die neue Partnerschaft entspricht dem strategischen Sponsoring-Ansatz der Allianz. Das Engagement für junge Menschen sowie die Förderung von Bildungsinitiativen gehören zu den tragenden Säulen der Sponsorship-Aktivitäten der Allianz. Beim jährlichen „Allianz Junior Football Camp“ kommen beispielsweise Jugendliche aus der ganzen Welt zusammen, um mit den Trainern des FC Bayern München zu spielen - ein unvergessliches Erlebnis. In Verbindung mit der Formel 1™ ist die „Drive Safely“ Kampagne darauf ausgerichtet, die Sicherheit im Straßenverkehr durch gezielte Informationen und Edutainment zu erhöhen. Ebenso wichtig ist das Engagement der Allianz im Bereich soziale Verantwortung, so zum Beispiel durch die Partnerschaft mit der Paralympischen Bewegung, die das Thema „Inklusion“ in den Vordergrund stellt. Und durch die Golf-Partnerschaft mit St. Andrews Links leistet die Allianz einen Beitrag zum Schutz der schottischen Küstenlinie.

Neben der Zusammenarbeit mit Lang Lang unterstützt die Allianz die Welt der Künste auch durch die Allianz Kulturstiftung. Auf musikalischem Gebiet fördert die Allianz Kulturstiftung das „Ulysses - European Center for Young Composers“, das junge Komponisten zusammenbringt und ihnen berufliche Chancen eröffnet. Außerdem unterstützt die Stiftung das „Ensemble Modern“, das die „Biennale für Neue Musik“ in Frankfurt ausrichtet. Die Förderung der Bayreuther Richard Wagner Festspiele und des Stuttgarter Jazz Open gehören außerdem zu den kulturellen Sponsoring-Aktivitäten der Allianz Deutschland.



v.l.n.r.: Pianist Lang Lang und Oliver Bäte, Mitglied des Vorstands der Allianz SE

München / Berlin, 31. Januar 2013

## **Ansprechpartner für Rückfragen zur Allianz**

Katerina Piro                      Tel. 089.3800-16048 [Katerina.Piro@allianz.com](mailto:Katerina.Piro@allianz.com)

## **zu Lang Lang**

Peggy Schmidt                    Tel. 030.40053602    [Peggy.Schmidt@psmusicberlin.com](mailto:Peggy.Schmidt@psmusicberlin.com)

## **Mehr Informationen zu Lang Lang und zur Lang Lang International Music Foundation finden Sie hier:**

<http://www.langlang.com>

<http://langlangfoundation.org>

## **Mehr Informationen zur Allianz Kulturstiftung finden Sie hier:**

<https://kulturstiftung.allianz.de/>

Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten.

### **Über die Allianz Gruppe**

Die Allianz ist zusammen mit ihren Kunden und Vertriebspartnern eine der stärksten Finanzgemeinschaften. Rund 78 Millionen Privat- und Unternehmenskunden setzen auf Wissen, globale Reichweite, Kapitalkraft und Solidität der Allianz, um finanzielle Chancen zu nutzen, Risiken zu vermeiden und sich abzusichern.

2011 erwirtschafteten rund 142.000 Mitarbeiter in über 70 Ländern einen Gesamtumsatz von 103,6 Milliarden Euro und erzielten ein operatives Ergebnis von 7,9 Milliarden Euro. Die Leistungen an Kunden summierten sich auf 86,5 Milliarden Euro.

Dieser Geschäftserfolg mit Versicherungs-, Asset Management- und Assistance-Dienstleistungen fußt zunehmend auf dem Kundenbedarf nach krisenfesten Finanzlösungen für die alternde Gesellschaft und die Herausforderungen des Klimawandels. Transparenz und Integrität sind wesentliche Elemente einer nachhaltigen Unternehmensführung der Allianz SE.

### **Vorbehalt bei Zukunftsaussagen**

Soweit wir in diesem Dokument Prognosen oder Erwartungen äußern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, 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 können sich Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, aus Akquisitionen sowie der anschließenden Integration von Unternehmen und aus Restrukturierungsmaßnahmen ergeben. Abweichungen können außerdem aus dem Ausmaß oder der Häufigkeit von Versicherungsfällen (zum Beispiel durch Naturkatastrophen), der Entwicklung der Schadenskosten, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise -tendenzen und, insbesondere im Bankbereich, aus der Ausfallrate von Kreditnehmern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte (z.B. Marktschwankungen oder Kreditausfälle) und der Wechselkurse sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können entsprechenden Einfluss haben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, Zukunftsaussagen zu aktualisieren.

### **Keine Pflicht zur Aktualisierung**

Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.