

# Presse

## Allianz unterzeichnet exklusive 10-jährige Vertriebsvereinbarung für Lebensversicherungen mit HSBC in Asien

Die Allianz und HSBC kündigten heute an, dass sie eine Exklusivvereinbarung über den Vertrieb von Lebensversicherungsprodukten über Bankfilialen in Asien unterzeichnet haben. Die Vereinbarung hat eine Laufzeit von zehn Jahren. Die Lebensversicherungsprodukte der Allianz werden nun von HSBC in China, Indonesien, Australien, Malaysia, Sri Lanka und Taiwan<sup>1</sup> vertrieben. In Brunei und auf den Philippinen werden Lebensversicherungsprodukte von strategischen Partnern der Allianz zur Verfügung gestellt. Die Zahlung der Allianz beträgt 77 Millionen Euro (100,5 Millionen US-Dollar).

Banken sind ein wichtiger Vertriebskanal für die Lebensversicherungsprodukte der Allianz in Asien. Rund 40 Prozent der Bruttoprämien in der Lebensversicherung stammten 2011 aus diesem Vertriebskanal. Die Vereinbarung ermöglicht es der Allianz, die Reichweite ihres Bankenvertriebs um das zusätzliche Segment der Privatbankkunden in großen Wachstumsmärkten in Asien-Pazifik weiter zu vergrößern. „Heute haben die Allianz und HSBC eine der wichtigsten Vereinbarungen für den Bankenvertrieb in Asien getroffen“, kommentierte David Fried, regionaler CEO der Allianz für den Raum Asien-Pazifik. „Die Allianz ist gut aufgestellt, um Kunden in Asien jene Produkte anzubieten, die ihre Bedürfnisse über den gesamten Lebenszyklus und über die wichtigsten Etappen des Lebens decken. Sowohl die Allianz als auch HSBC zählen zu den weltweiten Marktführern mit den notwendigen lokalen Kenntnissen, um sich auf hervorragenden Kundenservice zu fokussieren. Wir sind zuversichtlich, durch diese Partnerschaft zum Marktführer mit einem ausgezeichneten Kundenservice zu werden.“

Die Allianz Gruppe ist seit 2008 ein bevorzugter strategischer weltweiter Partner von HSBC. Die Allianz hat eine ganze Reihe von Kooperationen mit HSBC in Asien, einschließlich Lebens- und Krankenversicherung, Kreditversicherung sowie Vermögensverwaltung.

„Die neue 10-jährige Vereinbarung für den Vertrieb von Lebensversicherungen stärkt unsere Wettbewerbsposition in den stetig wachsenden asiatischen Märkten und unterstreicht unsere globale Stärke als Anbieter von maßgeschneiderten Produkten in vielen Märkten“, sagte Manuel Bauer, Vorstandsmitglied der Allianz SE zuständig für Wachstumsmärkte. „Wir erwarten eine steigende Nachfrage nach Lebensversicherungsprodukten in Asien. Von unserer jahrelangen Erfahrung in diesem Bereich werden die Kunden profitieren.“

---

<sup>1</sup> Auf dem chinesischen Festland werden Unternehmen der HSBC Gruppe, zusätzlich zu Allianz Produkten, auch weiterhin Lebensversicherungsprodukte von HSBC Life Insurance Company Limited vertreiben. In Malaysia werden Unternehmen der HSBC Gruppe, zusätzlich zu Allianz Produkten, weiterhin islamisch geprägte Versicherungsprodukte der HSBC Amanah Takaful (Malaysia) Sdn Bhd vertreiben.

Als Teil der strategischen Partnerschaft erwirbt Allianz Taiwan Life Insurance das bestehende Geschäft, mit Ausnahme der regulatorischen Einlage von circa 8 Millionen Euro (10 Millionen US-Dollar), von HSBC Life (International), Niederlassung Taiwan, für einen Betrag von 14 Millionen Euro (18 Millionen US-Dollar).

München/Singapur, 26. Oktober 2012

### **Ansprechpartner für Rückfragen:**

Stefanie Rupp-Menedetter	Tel. +49 89 3800 2063, E-Mail: <a href="mailto:stefanie.rupp-menedetter@allianz.com">stefanie.rupp-menedetter@allianz.com</a>
Eduard Stipic	Tel. +49 89 3800 5665, E-Mail: <a href="mailto:eduard.stipic@allianz.com">eduard.stipic@allianz.com</a>
Gesa Walter	Tel. +65 6297 2724, E-Mail: <a href="mailto:gesa.walter@allianz.com.sg">gesa.walter@allianz.com.sg</a>
Patience Chan	Tel.+852 2238 8574, E-Mail: <a href="mailto:patience.chan@allianz.com.hk">patience.chan@allianz.com.hk</a>

### **Über Allianz Insurance Management Asia Pacific**

Asien-Pazifik ist eine der drei wichtigsten Wachstumsregionen der Allianz. Sie zeichnet sich durch eine große Vielfalt an Kulturen, Sprachen und Bräuche aus. Die Allianz ist seit 1917 in der Region tätig, als sie Feuer- und Transportversicherung für die Küstenstädte Chinas angeboten hat. Heute ist die Allianz in 15 Märkten im Raum Asien-Pazifik aktiv und bietet dort ihre Kernsegmente Schaden- und Unfallversicherung, Leben- und Krankenversicherung und Vermögensverwaltung an. Mit mehr als 14.500 Mitarbeitern bedient die Allianz über 21,5 Millionen Kunden in der Region. Die Allianz verwendet mehrere Vertriebskanäle in der Region und wird von mehr als 220.000 Agenten vertreten.

### **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 etwa 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.

### **Über die HSBC Group**

HSBC Holdings plc, die Muttergesellschaft der HSBC Group, hat ihren Hauptsitz in London. Die Gruppe bedient Kunden weltweit über rund 6.900 Niederlassungen in über 80 Ländern in Europa, der Asien-Pazifik-Region, Nord- und Lateinamerika und dem Mittleren Osten und Nordafrika. Mit Vermögenswerten von über 2.652 Mrd. US-Dollar zum 30. Juni 2012 ist die HSBC Group eine der weltgrößten Bank- und Finanzdienstleistungsgesellschaften.

### **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