

Hauptversammlung der Allianz AG am 12. Juli 2000

Bericht des Vorstandsvorsitzenden Dr. Henning Schulte-Noelle über den Geschäftsverlauf (Punkt 1 der Tagesordnung)

I. Meine sehr verehrten Damen und Herren,

auch ich möchte Sie im Namen des Vorstands sehr herzlich zu unserer heutigen Hauptversammlung begrüßen. Ihnen allen, Aktionärinnen und Aktionären, Aktionärsvertretern, Repräsentanten der Medien und vielen Gästen, darunter auch wieder zwei Schulklassen, danke ich für Ihr Kommen.

Besonders freuen wir uns über diejenigen unter Ihnen, meine Damen und Herren, die heute zum ersten Mal als Aktionäre teilnehmen. Insgesamt ist die Zahl unserer Aktionäre seit der letzten Hauptversammlung um etwa 60.000 auf jetzt 284.000 gestiegen. Dies zeigt, dass unsere Aktie in immer breiteren Kreisen der Bevölkerung Interesse findet.

Meine Damen und Herren, es liegt nicht nur ein Millenniumswechsel hinter uns, sondern auch ein höchst bemerkenswertes Jahrzehnt. Die 90er Jahre haben Europa und die Welt stärker verändert als jede Epoche seit dem II. Weltkrieg. Mit dem Fall der Berliner Mauer kam es zur Wiedervereinigung Deutschlands, und mit dem Verschwinden des Eisernen Vorhangs gehört auch die Spaltung Europas der Vergangenheit an. Mit diesen Ereignissen hat das 20. Jahrhundert auch noch die letzte seiner verhängnisvollen kollektiven Heilslehren an seinem Ende hinter sich gelassen, das Gesellschaftsmodell der pluralistischen und marktwirtschaftlich organisierten Demokratie hat sich endgültig durchgesetzt. Andere Veränderungen wie die fortschreitende Globalisierung und die informations- und kommunikationstechnologische weltweite Vernetzung haben unsere Wirtschaft und Arbeitswelt schon stark verändert und werden sie über die Jahrhundertchwelle hinaus noch tiefgreifender umgestalten.

Was bedeutet diese Zeitenwende für die Allianz? Wo steht Ihr Unternehmen nach diesen 90er Jahren und was liegt vor ihm?

Ich möchte, meine Damen und Herren, im ersten Teil meines Berichts zunächst auf das Jahr 1999 und die Entwicklung der ersten Monate des laufenden Geschäftsjahres eingehen. Nach einer kurzen Standortbeschreibung werde ich mich dann den wichtigsten Zukunftsaufgaben zuwenden.

- II. Die insgesamt sehr erfreuliche Entwicklung Ihres Unternehmens in den 90er Jahren – ich werde mit Ihnen hierzu noch den einen oder anderen Blick zurückwerfen – hat mit dem Geschäftsjahr 1999 einen würdigen Abschluss gefunden. Was waren seine Höhepunkte?

Mit Zuwachsraten von 16 % bzw. 23 % haben wir *Umsatz und Gewinn* der Gruppe zu neuen Höchstmarken führen können.

Die *Integration der AGF* hat unser Unternehmen verändert wie wenige Vorgänge vorher. Die Allianz ist heute vor allem in Europa und Südamerika viel breiter und stärker aufgestellt, als wir uns selbst dies noch vor wenigen Jahren hätten träumen lassen. Die über Erwarten gut gelungene Zusammenführung zweier großer europäischer Finanzgruppen sollte auch alle diejenigen ermutigen, die im wirtschaftlich zusammenwachsenden Europa die nationalen Grenzen immer noch als kaum überwindbare Barrieren für grenzüberschreitende Unternehmensverbände ansehen.

Einen großen Durchbruch haben wir im letzten Jahr geschafft mit der uns erstmalig geglückten Übernahme eines großen Versicherungsunternehmens in Asien. In einer Region, in der Zugangsbarrieren oder schwer aufzubrechende Marktstrukturen bisher nur kleine Schritte, aber kaum große Akquisitionen zuließ, hat uns der *Erwerb der First Life* im sechstgrößten Versicherungsmarkt Korea auf Anhieb zu einem der führenden Anbieter gemacht. Auch auf Taiwan und in den aufstrebenden Märkten Zentraleuropas und Lateinamerikas sind wir gut vorangekommen.

Und schließlich hat uns der im letzten Herbst vereinbarte und jetzt im Mai auch formell abgeschlossene *Erwerb der Aktienmehrheit an PIMCO*, dem drittgrößten börsennotierten Asset Manager in den USA, mit einem Riesenschritt in die Top-Liga der weltweit größten Vermögensverwalter aufrücken lassen; ich komme hierauf später noch zurück.

Meine Damen und Herren, die insgesamt erfreuliche Geschäftsentwicklung im Jahr 1999 soll sich für Sie auch in einer höheren Dividende auszahlen.

Die vorgeschlagene Anhebung von 1,12 auf 1,25 Euro pro Aktie entspricht einer Steigerung von etwa 11 %. Für den in Deutschland steuerpflichtigen Aktionär ist die Dividende mit einer Körperschaftsteuergutschrift in Höhe von 54 Cent je Aktie verbunden, so dass die Bruttodividende 1,79 Euro beträgt. Das Gesamtvolumen der Dividendenausschüttung (ohne Körperschaftsteuergutschrift) wächst von 276 Mio. Euro auf 307 Mio. Euro. Im fünften Jahr in Folge wird damit die Dividende angehoben, was ebenfalls die hervorragende Geschäftsentwicklung der letzten Jahre ausweist.

Nachdem sich die Deutsche Bank AG von einem Teil der Allianz Aktien getrennt hat, befinden sich nunmehr über 50 % unserer Titel im Streubesitz. Wir streben an, diesen

Anteil weiter auszudehnen. Denn breit gestreute Papiere werden intensiver gehandelt mit der Folge, dass sie sich im Markt tendenziell besser entwickeln.

Für den Kurs unserer Aktie hätten wir uns 1999 nach der sehr guten Performance 1998 (+ 33,3 %) einen klareren Aufwärtstrend gewünscht.

Die Versicherungswerte insgesamt erlebten 1999 ein schwieriges Börsenjahr. Die Branchenindices für Versicherungen entwickelten sich deutlich schlechter als der Gesamtmarkt. In Deutschland litten die Assekuranztitel darüber hinaus unter der breit geführten Steuerdiskussion.

Trotz dieses schwierigen Umfeldes hat die Allianz Aktie mit + 5,5 % immer noch deutlich besser abgeschnitten als der europäische Versicherungsindex Dow Jones EURO STOXX Insurance (+ 1,5 %).

Über die gesamten 90er Jahre hat sich die Allianz Aktie, die ja vor allem ein langfristig interessantes Investment darstellt, erfreulich entwickelt. Ihre Performance betrug im Zeitraum von 1990 bis 1999 durchschnittlich 13,4 % pro Jahr. Ohne die relativ schlechtere Entwicklung im letzten Jahr hätte sie auch den DAX geschlagen, der im gleichen Zeitraum um 14,5 % pro Jahr zunahm.

In der ersten Hälfte dieses Jahres hat sich die Allianz Aktie deutlich besser entwickelt als die Indizes. Sie hat mit einem Plus von 12,6 % sowohl den deutschen DAX-Index (- 0,8 %) wie auch den europäischen Dow Jones EURO STOXX 50 (+ 4,9 %) sowie den Dow Jones EURO STOXX Insurance (+ 9,0 %) übertroffen. Profitiert hat die Allianz Aktie im bisherigen Jahresverlauf unter anderem von der erwarteten Steuerfreiheit auf Veräußerungsgewinne. Der Börsenwert der Allianz betrug Ende 1999 82 Mrd. Euro und am 30. Juni 2000 92 Mrd. Euro. Damit gehört die Allianz in der Gruppe der internationalen Finanzdienstleistungsunternehmen weiterhin zur absoluten Spitzengruppe.

Nun haben Sie, meine Damen und Herren, ebenso wie wir verfolgt, dass unser Kurs in den letzten Tagen unter Druck geraten ist. Dies liegt zum einen vermutlich an dem unglückseligen Verlauf der Diskussion um die Steuerreform; dazu später mehr. In jedem Fall ist aber auch ein mehr technischer Effekt hinzugekommen.

Wie Sie der Presse entnehmen konnten, wird eine der bekanntesten europäischen Index-Familien, die Dow Jones STOXX-Indizes, das Gewichtungungsverfahren umstellen. Nachdem bisher der gesamte Marktwert eines Unternehmens für die relative Gewichtung im Index ausschlaggebend war, wird zukünftig nur der sogenannte Free float in die Berechnung einfließen. Im Free float nicht enthalten sind Anteile, die mehr als 5 % ausmachen. Gemäß dieser Definition beträgt der Free float der Allianz 58 %.

Darin noch nicht berücksichtigt ist die Vereinbarung mit der Münchener Rück, dass sie ihre Beteiligung an der Allianz um 5 % abschmelzen wird.

Als Folge dieser Umstellung wird sich das Gewicht der Allianz Aktie in den STOXX-Indizes verringern. Da viele Fonds diese Indizes mehr oder weniger akkurat nachbilden, waren die Portfoliomanager gezwungen, Allianz Aktien zu verkaufen, was sich natürlich negativ auf unseren Kurs ausgewirkt hat. Es handelt sich hier aber um eine vorübergehende technische Reaktion, von der auch alle anderen Werte mit größeren Einzelaktionären betroffen sind. Sobald die Umschichtung der Fonds abgeschlossen ist, wird wieder die – unveränderte – fundamentale Beurteilung der Aktie im Vordergrund stehen.

Lassen Sie mich nun kurz zu den wichtigsten Kennzahlen des Geschäftsjahres 1999 kommen.

Der *Konzernumsatz* stieg im vergangenen Jahr um 16,4 % auf 53,8 Mrd. Euro.

Die Basis für die gute Umsatzentwicklung war zunächst das unsere eigene Planung übertreffende interne Wachstum von 5,3 %. Durch Veränderungen im Konsolidierungskreis erhöhten sich zudem die Prämieinnahmen um 4,1 Mrd. Euro. Die wichtigste war dabei die ganzjährige Einbeziehung der AGF, die im Vorjahr nur mit drei Quartalen berücksichtigt wurde.

Die gute Umsatzentwicklung in 1999 hat sich im wesentlichen auch in den ersten Monaten des laufenden Geschäftsjahres fortgesetzt.

Die Bruttobeitragseinnahmen erhöhten sich im ersten Quartal um 7,2 % auf 16,8 Mrd. Euro.

Der geringere Wert des Euro, vor allem im Verhältnis zum amerikanischen Dollar und dem englischen Pfund, führte in der Euro-Rechnung zu einem Umsatzplus von 0,3 Mrd. Euro. Die Veränderungen im Konsolidierungskreis wirkten sich mit ebenfalls 0,3 Mrd. Euro beitrags erhöhend aus.

Wir rechnen aus heutiger Sicht nach wie vor damit, dass wir unser Ziel eines Umsatzwachstums in der Gruppe von 4 % bis Ende des Jahres erreichen können.

Bei einem Blick auf unsere volumenstärksten Geschäftssegmente zeigt sich, dass wir in der *Schaden- und Unfallversicherung* 1999 den Umsatz um fast 17 % steigern konnten. Die höchsten Wachstumsraten wurden in Italien und Spanien erzielt, wo unsere Gesellschaften dringend notwendig gewordene Preiserhöhungen in der Autoversicherung durchzusetzen vermochten.

Auch mit der bisher im ersten Quartal des laufenden Jahres erreichten Umsatzsteigerung von 5,3 % sind wir angesichts der in vielen Ländern noch herrschenden Marktverhältnisse zufrieden.

Die Bruttobeitragseinnahmen in der *Lebens- und Krankenversicherung* stiegen 1999 um 16,3 % auf 18,5 Mrd. Euro. Dieser Zuwachs wurde wesentlich von der positiven Entwicklung in Deutschland getragen. Unter IAS Accounting Standards werden Produkte mit überwiegendem Anlagecharakter nicht erfasst. Aus diesem Segment erzielten wir einen zusätzlichen Umsatz von 6,8 Mrd. Euro, so dass wir im gesamten Segment ein Geschäftsvolumen von 25,2 Mrd. Euro erreicht haben. Dies entspricht einer Steigerung von 22 %.

Gerade in diesem Bereich der anlageorientierten Produkte war der Zuwachs im ersten Quartal des laufenden Jahres mit deutlich zweistelligen Wachstumsraten wieder besonders dynamisch. Aber auch ohne dieses Geschäft hielt sich die nach IAS auszuweisende Steigerung mit fast 12 % auf einem beachtlichen Niveau, allerdings auch begünstigt durch Währungs- und Konsolidierungseffekte. Wie zu erwarten, konnte das 1999 sehr hohe Neugeschäftsvolumen in unserem deutschen Lebensversicherungsgeschäft in den ersten Monaten nicht gehalten werden.

Meine Damen und Herren, mit der von uns auch für dieses Jahr erwarteten Umsatzsteigerung über alle Geschäftsbereiche hinweg werden wir an die erfreuliche Wachstumsdynamik unserer Gruppe im letzten Jahrzehnt anschließen können.

Bezieht man die Umsätze aus anlageorientierten Lebensversicherungsprodukten ein, stieg der *Umsatz in den 90er Jahren* insgesamt um durchschnittlich 14 % pro Jahr. Stark vorangetrieben wurde auch der Prozess der Internationalisierung unserer Gruppe. Stammten 1990 erst 8 Mrd. Euro bzw. 44 % der Beitragseinnahmen aus dem Ausland, so waren es im letzten Jahr 39 Mrd. Euro bzw. fast 64 %. Damit erzielten wir beinahe eine Verfünffachung des Umsatzes außerhalb Deutschlands bzw. einen Zuwachs von fast 20 % pro Jahr. Aber auch in Deutschland konnten wir das Beitragsvolumen in den letzten zehn Jahren auf 22 Mrd. Euro mehr als verdoppeln und damit unsere Marktposition behaupten.

Auch beim Ergebnis, meine Damen und Herren, haben wir 1999 unser Ziel eines zweistelligen Wachstums wieder erreicht.

Das *Ergebnis vor Steuern und Goodwill-Abschreibungen* stieg 1999 um 11,6 % auf 4,8 Mrd. Euro. Für die Schaden- und Unfallversicherung war es von der Aufwandsseite her kein gutes Jahr. Hier stieg der Schadenaufwand deutlich an, vor allem wegen einer Zunahme der Schadenhäufigkeit und der durchschnittlichen Leistungen für Personenschäden in der Autoversicherung sowie der erheblichen Belastungen aus Naturkatastrophen.

Allein die beiden Stürme "Lothar" und "Martin" verursachten nach Rückversicherung einen Aufwand von 260 Mio. Euro. Darüber hinaus waren wir im letzten Jahr von den Erdbeben in der Türkei, in Griechenland und Taiwan betroffen. Der Schadenaufwand aus Naturkatastrophen erreichte im vergangenen Jahr ein Rekordniveau für die Allianz Gruppe. Die Combined Ratio, das Verhältnis von Schadenaufwendungen und Kosten zu den verdienten Beiträgen, erhöhte sich im Geschäftsjahr 1999 um 3,7 %p. auf 104,5 %. Mehr als ausgeglichen wurde dies durch das höhere Ergebnis aus den Kapitalanlagen; wir haben die positive Situation an den Kapitalmärkten zu vermehrten Gewinnrealisierungen genutzt.

Nach Abzug der Abschreibungen auf den Goodwill und der Anteile Dritter am Ergebnis sowie nach Steuern ergab sich ein *Jahresüberschuss* von 2,2 Mrd. Euro.

In diesem Zuwachs sind Sondereffekte wie außerordentliche Abschreibungen und Auswirkungen von Steueränderungen in Deutschland und Italien enthalten, die wir im Geschäftsbericht näher erläutert haben.

Auf *einen* Sondereinfluss möchte ich hier aber doch noch gesondert eingehen. Es geht um unseren Beitrag zu dem Entschädigungsfonds für Opfer und Hinterbliebene des Holocaust. Mit den zurückgestellten 76 Mio. Euro haben wir unseren Anteil, wie er sich nach dem zwischen den Versicherungsunternehmen vereinbarten Verteilungsschlüssel ergibt, voll reserviert.

Wie Sie wissen, meine Damen und Herren, hat diese *Stiftungsinitiative* von Beginn an unsere volle Unterstützung gehabt. Wir haben sie seinerzeit mit aus der Taufe gehoben. Umso mehr begrüßen wir es, dass die schwierigen Verhandlungen mit den Vertretern der Opfer inzwischen zu einem erfolgreichen Abschluss geführt werden konnten und der Bundestag vor wenigen Tagen die erforderlichen gesetzlichen Grundlagen gelegt hat.

Es kommt nun darauf an, die Vereinbarungen mit Leben zu erfüllen und den Opfern möglichst schnell die ersten Zahlungen zukommen zu lassen. Dazu müssen umgehend vor allem in den USA die gegen deutsche Unternehmen eingeleiteten Prozesse und administrativen Maßnahmen beendet werden. Dazu müssen wir unsererseits aber auch das Versprechen der deutschen Wirtschaft im Hinblick auf die aufzubringenden 5 Mrd. DM einlösen.

Noch stehen viel zu viele Unternehmen abseits. Noch hat nicht jeder verstanden, dass es bei der Stiftung nicht mehr um die Frage unternehmensindividuell zurechenbarer Vorgänge aus jener Zeit geht – *diese* Aufarbeitung bleibt jedem im Sinne unternehmensgeschichtlicher Klarheit und Wahrheit selbst überlassen. Nein, im Mittelpunkt steht hier eine Solidaraktion der deutschen Wirtschaft, die sich zu ihrer Mitverantwortung gegenüber den Opfern bekennt, und dies in dem Bewusstsein, dass

wir alle, Staat, Gesellschaft, Unternehmen und Bürger, an einem gemeinsamen Erbe aus der Zeit der Naziherrschaft tragen. Mit vielen anderen möchte auch ich daher an dieser Stelle noch einmal an alle Unternehmen appellieren, sich der Stiftungsinitiative anzuschließen und ihren Beitrag zu leisten.

Meine Damen und Herren, kommen wir zurück zum Abschluss 1999. Unter Berücksichtigung der angesprochenen Sondereffekte ergab sich für den *bereinigten Jahresüberschuss* eine Steigerung von 11 % auf 2,0 Mrd. Euro. Wir liegen damit im Rahmen unserer Planung und unserer Prognosen.

Dies erwarten wir im wesentlichen auch für das laufende Jahr, für das wir uns eine Ergebnissteigerung von rund 10 % auf das gesamte bereinigte 99er Ergebnis vorgenommen haben.

Wie immer, gilt hier allerdings der Vorbehalt, dass sich keine größeren Belastungen aus Naturkatastrophen und Größtschäden ergeben und auf den Kapitalmärkten größere Turbulenzen ausbleiben.

Dies würde wiederum anschließen an die kontinuierliche *Ergebnisverbesserung in den 90er Jahren*.

Sie vollzog sich nicht nur auf der Basis der Rechnungslegung nach HGB, sondern verstärkte sich eher noch nach der Umstellung auf IAS ab 1997. Der Jahresüberschuss stieg in den vergangenen zehn Jahren um durchschnittlich 23 % pro Jahr, stärker noch als der Umsatz mit 14 %.

Vor allem seit 1995 nahm die Ergebnisentwicklung an Fahrt auf, während zu Beginn der 90er Jahre die Anlaufverluste aus den Neuen Bundesländern sowie die stark rückläufigen Erträge aus der Kraftfahrzeugversicherung in Deutschland belasteten.

Fast parallel zum Jahresüberschuss ist auch das *Ergebnis pro Aktie im zehnjährigen Verlauf* gestiegen, und zwar um durchschnittlich fast 20 % pro Jahr. Im Jahr 1999 haben wir 9,11 Euro erreicht. Bis zum Jahr 1997 wurde das Ergebnis pro Aktie auf Basis der von der Deutschen Vereinigung der Finanzanalysten (DVFA) in Zusammenarbeit mit dem Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) vorgeschlagenen Berechnungsmethode ermittelt.

Meine Damen und Herren, der Geschäftserfolg ist uns auch 1999 nicht wie Manna vom Himmel in den Schoß gefallen. Er wurde erarbeitet von knapp 114.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und 62.000 Vertretern in allen fünf Erdteilen. Wir sollten ihnen an dieser Stelle herzlich danken für ihren Einsatz und für ihre Loyalität zu unserer Gruppe. In diesen Dank einschließen möchte ich auch unsere Partner im Vertrieb, insbesondere unsere Vertreterinnen und Vertreter.

III. Meine Damen und Herren,

nun liegen die 90iger Jahre hinter uns, wir haben einen Jahrtausendwechsel ohne größeren Schaden überstanden – übrigens auch als Versicherer – und sollten uns jetzt fragen: Wo steht die Allianz in ihrem 111. Geschäftsjahr, zu Beginn einer neuen Dekade?

In einer wirklich *starken Ausgangsposition*, wie man wohl ohne unangemessene Übertreibung feststellen kann und wie uns die meisten Beobachter auch bestätigen:

- Die Allianz ist eine der weltweit führenden Versicherungsgruppen, die Nr. 1 nach Prämieinnahmen, vergleichbar gerechnet, und die Nr. 2 nach Börsenbewertung.
- Sie ist präsent in allen Erdteilen, mit operativen Einheiten in fast allen wichtigen Versicherungsmärkten.
- Sie ist eindeutiger Marktführer in unserem Heimatmarkt Europa, mit rund 50 Mio. Kunden in dieser Region, 46.000 exklusiv mit uns verbundenen Vertretern, rund 11.000 für uns vermittelnden Bankfilialen und TOP 1 bis 5 Marktpositionen in 14 Ländern.
- Sie ist einer der größten Vermögensverwalter weltweit mit einem Gesamtvolumen von rund 645 Mrd. Euro an Assets Under Management einschließlich PIMCO.
- Und sie ist schließlich eine der wenigen Triple-A-Gesellschaften, mit grundsoliden Bilanzzahlen und hohen finanziellen Ressourcen.

Wo liegen darüber hinaus besondere Stärken unserer Gruppe?

- in einer schon immer langfristigen Ausrichtung unserer Unternehmensstrategie. Wir gehören nicht zu den Unternehmen, die in immer kürzeren Abständen ihre Ziele und Strategien neu formulieren, häufig beeinflusst von Managementmoden. Unsere fünf strategischen Zielsetzungen, die wir auf S. 18 bis 20 des Geschäftsberichts noch einmal erläutert haben, bleiben seit Jahren gültig.
- in einer klaren Fokussierung auf unsere drei Geschäftsfelder Versichern, Vorsorgen und Vermögensmanagement.
- in einem konsequent praktizierten Prinzip der dezentralen Führung in der Gruppe, die den Gruppengesellschaften das nötige Maß an unternehmerischer Autonomie belässt, sie aber auch klar auf gemeinsame unternehmenswertbezogene

Gruppenziele, gemeinsame Anstrengungen zur Erwirtschaftung von Gruppensynergien und auf Transparenz verpflichtet.

- in einem reichen Wissenspool, der sich speist aus unseren Aktivitäten überall auf der Welt.
- und schließlich in einer Fülle von strategischen Handlungsoptionen, die nicht nur auf unseren hohen finanziellen Reserven, sondern auch auf unseren großen Distributionsnetzen und vielen internationalen Partnerschaften beruhen.

Eine starke Position also, um sich stark auf den Lorbeeren der Vergangenheit auszuruhen? Wer das tut, trägt sie bekanntlich an der falschen Stelle. Nichts ist gerade für ein erfolgreiches Unternehmen gefährlicher als das schleichende Gift der Selbstzufriedenheit. Gerade in unserer schnelllebigen Zeit verspielt man damit rasch die eigene Zukunft.

Nein, wir wollen unsere starke Ausgangsposition zu Beginn dieser neuen Dekade *für einen neuen unternehmerischen Aufbruch* nutzen. Wir wollen in vielen Bereichen unsere Anstrengungen verstärken, unsere Schlagzahl erhöhen. Wir wollen, wir müssen noch besser werden, in der Zufriedenstellung unserer Kunden, in der Effizienz unseres Wirtschaftens, in der Nutzung der neuen Möglichkeiten des e-business, in der Qualifizierung unserer Führungskräfte und Mitarbeiter und in der Stärkung unserer Marktposition.

Wir nehmen uns dies vor in einer Zeit,

- in der der Wandel fast schon zur Regel, zur Konstante wird, in der die Globalisierung unaufhaltsam voranschreitet und dabei zugleich zunehmend auf Grenzen menschlicher Akzeptanz stößt,
- in der die neue Welt des e-business, künftig auch des m-business, Industrien und Unternehmen tiefgreifend verändert,
- in der der technologische Fortschritt den Kunden nun endgültig zum "König" mit bisher nie gekannten Informations- und Wahlmöglichkeiten werden lässt,
- und in der gesellschaftliche Phänomene wie Wertewandel, Entkollektivierung (Vereinzelung) und wachsendes Lebensalter Politik und Wirtschaft vor grundlegend neue Herausforderungen stellt.

Umso dringender erscheint es uns, unser Unternehmen rechtzeitig und wirksam auf solche Veränderungen vorzubereiten und einzustellen. Unserem unternehmerischen Credo entsprechend wollen wir von solchen Entwicklungen nicht getrieben werden

oder aber ihnen nachlaufen, sondern sie möglichst aktiv mitgestalten und die sich daraus ergebenden Chancen nutzen.

Wo sehen wir hier die für uns *bedeutendsten Aufgabenfelder*? Ich gehe hier nur auf einige der wichtigsten ein, und zwar auf folgende fünf Punkte:

- 1) Erstens wollen wir unser *Unternehmensprofil nach innen wie nach außen schärfen* und ihm klarere Konturen geben. In einer Zeit, in der per Maus-Klick in kürzester Zeit jeder beliebige Firmenname auf den Bildschirm zu holen ist, muss man sich als Marke umso klarer und positiver in der Wahrnehmung des Kunden profilieren und von anderen abgrenzen.

Als Allianz haben wir in Deutschland einen Bekanntheitsgrad von 98 %, der sich praktisch nicht mehr steigern lässt. In anderen Regionen dieser Welt, insbesondere in Amerika und Asien, sieht das ganz anders aus.

In unserer vor allem auf Meinungsmultiplikatoren ausgerichteten internationalen Werbekampagne, die jetzt im zweiten Jahr läuft, machen wir gute Fortschritte darin, in dieser Zielgruppe unseren Bekanntheitsgrad zu erhöhen und ihr zu vermitteln, wofür die Allianz Gruppe weltweit als Anbieter steht.

Einen ungleich größeren Personenkreis, nämlich an einem Rennwochenende über 300 Mio. Menschen weltweit, erreichen wir über unser neues Engagement in der Formel 1. Viele von Ihnen, meine Damen und Herren, wird dies überrascht haben. Sie werden sich – ebenso natürlich auch wie wir – gefragt haben, ob wir jede denkbare Situation in einem solchen Rennen gern mit unserem Slogan "Hoffentlich Allianz versichert" verbunden sehen möchten.

Nicht jede natürlich. Aber klar ist auch, dass es für eine globale Markenkampagne derzeit kein besseres Preis-Leistungspaket gibt als die Formel 1. Sie steht überdies für Hochtechnologie, Spitzenleistungen und Modernität. Als reizvoll erschien uns schließlich, uns über zusätzliche Vereinbarungen mit unserem Partner BMW-Williams und der FIA, der obersten Behörde des Weltmotorsports und Interessenvertreterin von weltweit mehr als 100 Mio. Autofahrern, zu einer Zusammenarbeit zu Fragen der aktiven und passiven Sicherheit von Krafffahrzeugen zu verbinden. Auch gerade unsere Kunden werden davon profitieren können.

Wer nach außen den Kunden ein klares Unternehmensprofil vermitteln will, muss nach innen unter Führungskräften und Mitarbeitern ein mindestens ebenso klares Verständnis zu gemeinsamen Grundpositionen, Gruppenzielen und den Spielregeln des Miteinanderumgehens herstellen. Fragen der Unternehmensidentität und –kultur werden gerade in Gruppen, die international durch große Akquisitionen gewachsen sind, immer relevanter und gewinnen auch bei uns eine hohe Priorität.

Wir tun immer mehr, um geeignete Programme zu entwickeln, den Austausch und die Kommunikation zwischen unseren Managern weltweit zu verstärken und sie auf gemeinsame Orientierungen und Ziele einzuschwören. Zu diesen gemeinsamen Orientierungen gehört vor allem auch die Verpflichtung auf die Steigerung des Unternehmenswertes unserer Gruppe. Der Maßstab hierfür ist *Economic Value Added*. Seit dem vergangenen Jahr führen wir diese Performance-Größe Schritt für Schritt als entscheidende quantitative Zielsetzung in die Bonusausschreibung für die Vorstände und Geschäftsleitungen unserer großen Gruppengesellschaften ein.

Der klaren Ausrichtung auf die Steigerung des Unternehmenswertes dient auch die erneute Auflage eines *Long-Term-Incentive Planes* nach dem Modell, das wir 1999 erstmals eingeführt und Ihnen in der letzten Hauptversammlung näher vorgestellt haben. Dieser Plan erfasst derzeit 350 oberste Führungskräfte weltweit. Wir wollen diesen Kreis künftig deutlich ausweiten.

Auch eine wachsende Zahl unserer Mitarbeiter und Vertreter – es sind insgesamt inzwischen knapp 40.000 – profitiert von steigenden Kursen der Allianz Aktie. Bei der letzten Ausgabe von Belegschaftsaktien im Herbst 1999 hatten wir wieder eine vergleichsweise hohe Akzeptanzquote von 57 %. Auch in diesem Herbst werden wir unserer Belegschaft die Möglichkeit geben, Allianz Aktien zu attraktiven Konditionen zu erwerben. Erstmals wollen wir mit diesem Programm über die Grenzen hinausgehen und verschiedene Auslandsgesellschaften einbeziehen.

- 2) Meine Damen und Herren, neben der Stärkung des inneren Zusammenhalts der Gruppe, ihrer klaren Ausrichtung auf gemeinsame Zielsetzungen und der Vermittlung eines attraktiven Unternehmens- und Leistungsprofils nach außen ist dies auch eine Zeit des Aufbruchs auf dem Gebiet der *Ausbildung und beruflichen Weiterqualifizierung*.

In allen Gruppengesellschaften sind wir hier angesichts ständig steigender Anforderungen an unsere Führungskräfte und Mitarbeiter gefordert. Dabei können wir in vielen unserer Gruppenunternehmen, vor allem aber in Deutschland, auf ein bereits hohes Leistungsniveau aufsetzen. Allein für die Weiterbildung unserer Mitarbeiter und Vertreter haben wir in der Gruppe im letzten Jahr rund 300 Mio. Euro aufgewandt.

Wir wissen aber, dass wir noch mehr tun müssen, in der Rekrutierung von Mitarbeitern mit Spezialwissen und von Führungsnachwuchs, in der Ausbildung unserer jungen Versicherungskaufleute und Mitarbeiter im Vertrieb, im weiteren Ausbau unserer Trainee- und sonstigen Spezialprogramme, in der Internationalisierung unserer Förder- und Entwicklungsprogramme für Führungskräfte usw.

Anfang des Jahres haben wir die Weichen gestellt, um vor allem die gruppenübergreifenden Anstrengungen und Prozesse auf diesen Feldern besser

vorantreiben und koordinieren zu können. Die Verankerung dieser Aufgabe auf der Ebene der Holding wird dies sicherstellen.

Uns ist bewusst, dass wir den neuerdings vielzitierten "war for talent" erfolgreich bestehen müssen, wenn wir unsere Führungsposition auf Dauer sichern wollen. Wir sind hier aber auf einem guten Wege.

- 3) Zu den größten unternehmerischen Herausforderungen unserer Tage – und damit komme ich zu einem dritten Aufgabenschwerpunkt, meine Damen und Herren – gehört es, ein Unternehmen rechtzeitig und mit Erfolg in die sich entwickelnde *Welt des e-business* zu führen.

Die vom Internet geprägte neue Ökonomie wird unsere Kundenbeziehungen und unsere Arbeitswelt schnell und tiefgreifend verändern. Wir sind davon überzeugt, dass man das Internet nicht nur auf die Frage reduzieren kann, wie erfolgreich es als Absatzkanal ist. Vielmehr geht es darum, die Möglichkeiten des Internets entlang der Wertschöpfungskette auszuloten und uns konsequent als Finanzdienstleister in der neuen Ökonomie zu positionieren.

Die Kundenbeziehung und –orientierung erhält durch das Internet eine ganz neue Dimension. Neben dem persönlichen oder telefonischen Kontakt steht dem Kunden ein neuer Kommunikations- und Interaktionskanal zur Verfügung. Hierüber kann er sich gezielt und qualifiziert informieren und Dienstleistungen und Angebote unabhängig vom Ort, an dem er sich befindet und rund um die Uhr nutzen. Dies heißt für uns als Servicedienstleister, dass wir das Internet in unsere Arbeitsabläufe integrieren müssen.

Die mit dem Internet entwickelte Technologie wirkt auch als Standardisierungsmaschine. Sie ermöglicht eine schnellere Anwendungsentwicklung und den weltweiten Austausch von Softwarepaketen mit anderen Konzerngesellschaften. Nur so lassen sich kurze Innovationszyklen realisieren.

Wie begegnet die Allianz diesen Herausforderungen:

- durch Errichtung eines weltweiten Allianz Portals
- durch einen systematisch organisierten und kontinuierlichen Wissenstransfer innerhalb der Gruppe
- durch Schaffung einer gruppenübergreifenden, schlanken und durchsetzungsfähigen e-business-Einheit, um schnell und gezielt Innovationen zu implementieren und Prozesse voranzutreiben.

- durch jährliche Investitionen von dreistelligen Euro-Millionenbeträgen in Produkt- und Serviceinnovationen, technologische Plattformen und Anwendungsentwicklungen.
- durch strategische Partnerschaften mit Unternehmen der "New Economy" wie CISCO und S1.

Die Umsetzung des geschilderten 5-Punkte-Plans hat in der Gruppe und allen ihren Gesellschaften Top-Priorität. Eine Fülle von Projekten ist bereits umgesetzt worden oder wird derzeit mit Volldampf bearbeitet. An dieser Stelle kann ich nicht auf alles eingehen, darf aber auf unsere Hinweise vor allem auf Seite 21 unseres Geschäftsberichts verweisen.

- 4) Meine Damen und Herren, Ihr Unternehmen *personell* und *technologisch* zukunftsfähig und zukunftssicher zu machen, ist wichtig genug. Aber auch *finanziell* wollen wir den strategischen Handlungsspielraum der Gruppe erweitern. Ziel ist hier vor allem der weitere Ausbau unserer Kerngeschäftsfelder durch Freisetzung finanzieller Ressourcen.

Nun hat in der öffentlichen Wahrnehmung in der letzten Zeit die *Anlagepolitik der Allianz* eine verstärkte Aufmerksamkeit gefunden. Ausgehend von den Steuerreformplänen der Bundesregierung sind vielfältige Erwartungen an unsere Portfoliogestaltung geweckt worden.

Als Versicherungsunternehmen sind wir eine Kapitalsammelstelle. Es gehört zu unseren Aufgaben, das Geld der Kunden und Aktionäre so rentabel wie möglich anzulegen, bei gleichzeitiger hoher Sicherheit. Daher haben wir bereits in der Vergangenheit einen nennenswerten Anteil unserer Mittel in Aktien und Beteiligungen investiert. Diese Form der Kapitalanlage hat sich überdurchschnittlich gut entwickelt und bleibt für uns auch in Zukunft weiter interessant.

In Zukunft können wir jedoch – in der Erwartung, dass es letztlich doch noch zu einer Steuerreform kommt, – bei unserer Kapitalanlage generell flexibler und somit noch performanceorientierter vorgehen. Zusätzlich ermöglicht uns die Einführung des Euro die Verbreiterung unserer Kapitalanlage vom deutschen auf den europäischen Markt ohne entsprechende Währungsrisiken. Damit lassen sich zusätzliche Investitionsmöglichkeiten erschließen und die Diversifikation des Gesamtportfolios verbessern.

Mit den zunehmenden Gestaltungsmöglichkeiten können zwei unterschiedliche Aufgabenstellungen adressiert werden. Zum einen eröffnet sich die Möglichkeit, das oft zitierte *Excess Capital* der Allianz AG abzubauen und gezielt in den Ausbau unserer strategischen Kerngeschäftsfelder Versicherung, Vorsorge und Vermögensaufbau zu

investieren. Zum anderen lässt sich die bereits genannte rein finanz-wirtschaftliche Kapitalanlage effizienter gestalten. Mit anderen Worten: Wir werden unserer Rolle als institutioneller Großinvestor im Interesse unserer Klienten wie auch unserer Aktionäre noch professioneller nachkommen können als bisher.

Beispielhaft für den konsequenten Ausbau unserer Kerngeschäftsfelder durch Einsatz bestehenden *Excess Capitals* ist der angekündigte *Beteiligungsabbau zwischen der Allianz und der Münchener Rück* sowie die geplante Neuordnung von Beteiligungen an bisher gemeinsam gehaltenen Unternehmen.

Damit wird die im Jahr 1992 begonnene und in den Folgejahren fortgesetzte Strategie einer klaren Zuordnung von ursprünglich gemeinsam gehaltenen Beteiligungen entweder zur Allianz oder zur Münchener Rück Gruppe fortgesetzt.

Zu dieser Strategie der Investition von *Excess Capital* in unsere Kerngeschäftsbereiche hätte auch die letztlich *gescheiterte Fusion von Deutsche Bank und Dresdner Bank* gepasst. Die Allianz bedauert den Rücktritt der beiden Banken von ihren gegenseitigen Vereinbarungen und damit auch von der Grundsatzvereinbarung mit ihr. Wir waren – und sind nach wie vor – von den strategischen Vorteilen der geplanten Transaktion für alle Beteiligten überzeugt. Die Vorbereitungen in den Bereichen mit direkter Gesprächsbeteiligung der Allianz, also Bank 24, Herold, DWS und Finanza e Futuro sind zielführend und im wesentlichen reibungslos verlaufen. Dass sich die beiden Banken nicht über eine angemessene Integration ihrer Investmentbanking-Aktivitäten einigen konnten – und gerade in diesem Bereich hatten wir keinerlei Interessen und waren deshalb nicht involviert, - ist für Dritte schwer nachvollziehbar. Wir müssen es aber akzeptieren.

Ob es nun angesichts der kaum bestreitbaren Notwendigkeit zur Neustrukturierung bei den deutschen Großbanken zu anderen Lösungen kommen wird, bleibt abzuwarten. Die *Deutsche Bank* hat öffentlich wissen lassen, dass sie weiter an Gesprächen mit denkbaren Partnern für die Bank 24 interessiert sei. *Dresdner Bank und Commerzbank* haben ebenfalls der Öffentlichkeit gegenüber bestätigt, dass sie Gespräche über Möglichkeiten eines Zusammengehens führen.

Aufgrund unserer Stellung als Kooperationspartner der Dresdner Bank ist es nur normal, dass wir über den Verlauf der Sondierungsgespräche informiert gehalten werden, soweit unsere Interessen berührt sind. An gemeinsamen Verhandlungen waren und sind wir bisher nicht beteiligt. Dies entspricht auch unserem bisher bei solchen Vorgängen konsequent eingehaltenen, wenn auch bisweilen missverstandenen Rollenverständnis. Der Wille und die Konzepte für eine Neugestaltung im Bankenbereich müssen von dem dafür verantwortlichen Management kommen. Die Aufgabe einer gründlichen Überprüfung aller möglichen

Problemfelder und der rechtzeitigen Erarbeitung verlässlicher Lösungsansätze kann dabei gar nicht ernst genug genommen werden, wie das Scheitern der Fusion zwischen Deutscher und Dresdner Bank gezeigt hat. Dies kann aber nicht unsere Rolle als Finanzinvestor und strategischer Partner sein.

Jeder neue Lösungsversuch, auch ein solcher zwischen Dresdner Bank und Commerzbank, muss den Interessen der Aktionäre beider Institute und damit auch den Interessen *unserer* Aktionäre gerecht werden. Wir werden uns hierzu erst dann eine abschließende Meinung bilden, wenn wir alle denkbaren Optionen im einzelnen kennen und sie auf Realisierungsfähigkeit und Wertschaffungspotential überprüft haben. Bis dahin möchten wir auch an unserer Linie festhalten, Gerüchte, Mutmaßungen und Spekulationen in diesem Zusammenhang nicht zu kommentieren.

Eines möchte ich hier nur noch zum besseren Verständnis *unserer strategischen Interessen* verdeutlichen. Wie schon früher erwähnt, bleiben wir weiter auf unsere drei Kerngeschäftsfelder Versicherung, Vorsorge und Vermögensverwaltung fokussiert.

In diesem Rahmen wollen wir unseren Kunden nach ihren individuellen Präferenzen ein umfassendes und optimales Menü aus Produkten, Serviceangeboten und Vertriebswegen anbieten. Im Rahmen dieses Multi-Channel/Multi-Product-Konzepts soll der Kunde flexibel zwischen Zugangswegen und Vertriebskanälen wählen können: Vertreter, Bankfilialen, Finanzcenter und Investmentforen, Internet und Telefon, Finanzberater sowie Makler. So dienen die strategischen Partnerschaften mit Banken der Erweiterung des bestehenden und erfolgreichen Netzes an eigenen Vertriebsorganisationen um zusätzliche bewährte Vertriebsmöglichkeiten für die Versicherungs- und Geldanlageprodukte der Allianz. Dazu suchen wir verlässliche und ausbaufähige Partnerschaftsmodelle.

Meine Damen und Herren, erlauben Sie mir abschließend zum Thema Beteiligungsmanagement noch ein Wort zum Verlauf der *Diskussion über die Unternehmenssteuerreform*. Die Wirtschaft wartet seit Jahren auf eine grundlegende Steuerreform. Dass eine Reform kommen muss, darin sind sich alle - Wirtschaft, Wissenschaft und Politik - einig. Wir sehen aber heute nach Scheitern des Vermittlungsverfahrens mit großer Sorge die Gefahr, dass - wie schon 1997 - die Reform zerredet oder zumindest unnötig verschleppt wird.

Die jetzt anstehende Reform ist nach den erheblichen Verbreiterungen der Bemessungsgrundlage in den letzten Jahren von der Wirtschaft bereits vorfinanziert und längst "überfällig"; sie ist aber auch - und dies ist noch wichtiger - dringend erforderlich, um die Steuersätze auf ein international wettbewerbsfähiges Niveau abzusenken. Das heutige Steuerniveau ist mit ca. 53 % Effektivbelastung für

thesaurierte Gewinne schlichtweg abschreckend. Die jetzt von Regierung wie Opposition angestrebte Zielbelastung von 35 % ist im europäischen Vergleich bereits heute der Durchschnitt.

Auch die geplante Steuerfreiheit für Veräußerungsgewinne bei Aktien und Beteiligungen ist kein Steuerprivileg. International gesehen ist Steuerfreiheit der Veräußerungsgewinne kein "Neuland"; einige unserer Nachbarn setzen dieses oder ähnliche Instrumente seit Jahren gezielt und mit großem Erfolg ein. Die Freistellung der Veräußerungsgewinne ist zudem steuersystematisch richtig, weil nur so beim vorgesehenen Halbeinkünfteverfahren Doppel- und Mehrfachbelastungen von Unternehmensgewinnen vermieden werden. Von einer willkürlichen Begünstigung der Kapitalgesellschaften, insbesondere der Versicherungswirtschaft, kann daher keine Rede sein. Dass gerade der Assekuranz zur Finanzierung des Steuerentlastungspakets 1999 ein sachlich nicht zu rechtfertigendes Sonderopfer in zweistelliger Milliardenhöhe aufgebürdet wurde, scheint inzwischen fast schon wieder in Vergessenheit geraten zu sein.

Entscheidend ist aber, dass die Steuerfreiheit der Veräußerungsgewinne einen wesentlichen Anreiz zur längst überfälligen Entflechtung der Beteiligungsstrukturen in Deutschland bedeutet. Kapital und Ressourcen können künftig effizient für den Ausbau der Kerngeschäftsfelder und damit zur Schaffung neuer Arbeitsplätze verwendet werden. Wenn man einen funktionsfähigen Kapitalmarkt will, muss es darüber hinaus gerade bei Entflechtungen möglich sein, den Veräußerungserlös gegebenenfalls über Schüttungen an die Aktionäre einer optimalen Verwendung zuzuführen. Daher sind etwaige Alternativvorschläge - z.B. eine Reinvestitions-Rücklage, ein ermäßigter Steuersatz auf Veräußerungsgewinne oder auch die Festschreibung einer Mindestbeteiligungsquote - nicht zielführend. Dies muss im übrigen bei Beibehaltung des Anrechnungsverfahrens genauso berücksichtigt werden.

In der parteipolitischen Debatte völlig unterzugehen scheint zudem die Tatsache, dass mit der angestrebten Steuerreform Deutschland zu einem der attraktivsten Standorte für internationale Holdings werden könnte. Angesichts weiterer zu erwartender grenzüberschreitender Unternehmenszusammenführungen, insbesondere innerhalb Europas, kann ein derartiger relativer Vorteil gegenüber anderen Ländern gar nicht hoch genug eingeschätzt werden.

An der Systemfrage, also Umstellung auf das Halbeinkünfteverfahren oder Beibehaltung des Anrechnungsverfahrens darf und muss die Reform nicht scheitern. Wichtig ist, dass Körperschaftsteuer und Einkommensteuer jetzt deutlich gesenkt werden. Wenn man sich beim Einkommensteuertarif weiter bewegt, ist die Frage nach dem Besteuerungssystem nur noch akademisch hochinteressant, praktisch jedoch ohne Nährwert.

Nur durch eine mutige Reform, die die Wirtschaft insgesamt und schnell entlastet, kann der Standort Deutschland im internationalen Vergleich wettbewerbsfähig gemacht werden; nur hierdurch kann die Investitionstätigkeit belebt und können neue Arbeitsplätze geschaffen werden. Wir fordern daher die Politiker gleich welcher Couleur auf, aufeinander zuzugehen und endlich die notwendige Steuerreform zu verabschieden. Der Standort Deutschland würde sonst in der Wirkung nach innen wie auch nach außen immensen Schaden erleiden.

- 5) Mutige Reformen und politisches Verantwortungsbewusstsein, - und damit komme ich zu meinem fünften und letzten Punkt, meine Damen und Herren, - erfordert auch das andere große Projekt dieser Tage. Die Koalition in Berlin hat Vorschläge zur *Reform der Alterssicherung* vorgelegt. Werden diese verwirklicht, warten große Aufgaben auf uns.

Erstmals räumt die Politik ein, dass eine langfristige Stabilisierung der gesetzlichen Rentenversicherung dazu zwingt, sich von der Vorstellung zu verabschieden, die staatliche Versorgung allein könne den Lebensstandard im Alter sichern. Die entstehenden Versorgungslücken sollen durch eine ersetzende, kapitalgedeckte Altersvorsorge geschlossen und dadurch das heutige Vorsorgeniveau auch für die Zukunft sichergestellt werden. Die private Vorsorge soll durch staatliche Zulagen für Bezieher kleiner und mittlerer Einkommen und steuerliche Anreize für die übrige Bevölkerung gefördert werden.

Dieses Konzept bedeutet einen Schritt in die richtige Richtung, da es endlich der unausweichlichen demographischen Entwicklung in Deutschland Rechnung trägt. Es bleibt zu hoffen, dass sich dieser Reformansatz gegen den auch hier zunehmenden Populismus in der politischen Diskussion durchsetzen können wird.

Von den geförderten Produkten wird verlangt, dass sie zwei Qualitätskriterien erfüllen. Sie stellen sicher, dass der Einzelne nach Ende seiner Erwerbstätigkeit nicht mit leeren Händen dasteht, weil er sich entweder verspekuliert oder sein Kapital frühzeitig aufgebraucht hat. Die Anbieter müssen eine lebenslange Rentenzahlung sowie mindestens den Kapitalerhalt, also den Erhalt der eingezahlten Beiträge, garantieren. Aus unserer Sicht sollte zusätzlich dafür gesorgt werden, dass auch im Falle der Erwerbsunfähigkeit die Altersvorsorge des Betroffenen sichergestellt wird. Im Rahmen dieser Qualitätskriterien sollte ein freier Wettbewerb zwischen Anlageformen, Finanzprodukten und Anbietern möglich sein.

Mit diesem Konzept wird das heutige Versorgungsniveau der gesetzlichen Rentenversicherung für die Zukunft gesichert. Wie heute ist der Einzelne jedoch in den meisten Fällen auf weitergehende private Vorsorge angewiesen. Darum muss der

Förderrahmen der anstehenden Reform die bestehenden Fördermaßnahmen für die betriebliche und private Altersvorsorge ergänzen und nicht ersetzen.

Die aktuellen Entwicklungen hier und jenseits unserer Grenzen bestärken uns in der Überzeugung, dass die private Altersversorgung in Deutschland und Europa zu den großen Wachstumsmärkten zählt. Aktuelle Projektionen zeigen, dass beim Einfrieren des Beitragssatzes zur gesetzlichen Rentenversicherung für die ersetzende kapitalbildende Altersvorsorge bis zum Jahr 2030 ein Kapitalstock von 1000 Mrd. Euro aufgebaut würde. Dies ist doppelt soviel wie die Summe aller heutigen Kapitalanlagen der deutschen Lebensversicherungswirtschaft. Für diesen dynamischen Markt zeigt sich die Allianz mit ihrer vor kurzem grundlegend erneuerten Produktpalette für die individuelle Altersvorsorge bestens vorbereitet.

Zur persönlichen Daseinsvorsorge im weiteren Sinne gehört aber auch der *Vermögensaufbau*, meine Damen und Herren. Die Entwicklung der letzten Jahre sowie alle Prognosen zeigen, dass das Leistungsangebot hierzu, also neudeutsch das Asset Management, vor allem in Europa und Asien hervorragende Wachstumsaussichten haben wird. Daran wollen wir auch als Allianz partizipieren und deswegen haben wir vor drei Jahren diesen Bereich zu unserem Kerngeschäftsfeld erklärt.

Wir sind hier auf einem guten Wege. 1999 konnten wir die Kapitalanlagen für Dritte um 31 % auf fast 30 Mrd. Euro steigern. Die gesamten Assets Under Management der Allianz Gruppe beliefen sich Ende 1999 auf ca. 384 Mrd. Euro; mit PIMCO waren dies rund 645 Mrd. Euro.

Um unsere Wettbewerbsposition in Deutschland noch zu verbessern, begann die Allianz Asset Management (AAM) im Jahr 1999 mit der Einführung neuer Produkte, die das Angebot für ihre Kunden deutlich attraktiver gestalteten. Sie führte die Flexi-Familie ein und legte die ersten Luxemburger Dachfondsprodukte auf. Mit dem aktiven Vertrieb der Horizont-Fonds ab Mai diesen Jahres sowie der Millennium- und Regionalprodukte im kommenden September wird die Produktpalette für unsere Kunden nochmals deutlich erweitert. Zusätzlich wurde durch den Aufbau des Bereiches Individuelle Vermögensverwaltung ein Angebot für vermögende Privatkunden geschaffen und damit die Produktpalette nach oben abgerundet.

Angesichts des weltweiten Wachstumspotentials des Geschäftsfeldes Asset Management und der in der Gruppe schon vorhandenen Wissens- und Volumensbasis muss es unser Ziel sein, einer der führenden Vermögensmanager der Welt zu werden. Auf diesem Wege hat uns der Mehrheitserwerb an PIMCO einen riesigen Schritt nach vorn gebracht.

Seit Jahren gehört diese Gruppe weltweit zu den wachstums- und performancestärksten Vermögensverwaltern. Allianz und PIMCO ergänzen sich hervorragend.

PIMCO mit seiner starken Marktposition in den USA verschafft uns Eintritt in den größten Kapitalmarkt der Welt. Durch die Allianz erhält PIMCO andererseits Zugang zum Wachstumsmarkt Europa. Zusammen werden wir uns auch im immer wichtiger werdenden asiatisch-pazifischen Markt engagieren.

Meine Damen und Herren, ich komme zum Schluss. Ich habe versucht zu verdeutlichen, dass ein spannender und aussichtsreicher Weg vor uns liegt. Ein Weg mit vielen Herausforderungen und Zukunftschancen, den wir gern weiter mit Ihnen zusammen gehen würden. Die gemeinsamen Erfolge der Vergangenheit sollten Ihnen das Vertrauen geben, uns auch weiter als Aktionäre zu begleiten. Wir werden unsere ganze Kraft darin setzen, Ihre Erwartungen auch künftig zu erfüllen und unsere Allianz zu weiteren Erfolgen zu führen.

(Es gilt das gesprochene Wort.)