

Hauptversammlung
der Allianz SE
am 7. Mai 2014

Bericht des Vorstandsvorsitzenden
Michael Diekmann

Es gilt das gesprochene Wort.



Michael Diekmann

Guten Morgen meine Damen und Herren, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

auch meine Vorstandskollegen und ich begrüßen Sie herzlich zur Hauptversammlung der Allianz in der Olympiahalle.

Ich werde Ihnen heute in drei Abschnitten berichten. Beginnen werde ich mit dem Geschäftsverlauf des Jahres 2013 und unserem Dividendenvorschlag. Anschließend gehe ich auf unsere Erwartungen für das Geschäftsjahr 2014 sowie die Eckdaten des ersten Quartals ein. Im dritten Abschnitt möchte ich dann drei Themen vertiefend aufgreifen:

1. Unsere Aktivitäten im Bereich Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung, kurz ESG,
2. die Lebensversicherung im Niedrigzinsumfeld und
3. die Veränderung des Kundenverhaltens im Privatkundengeschäft.

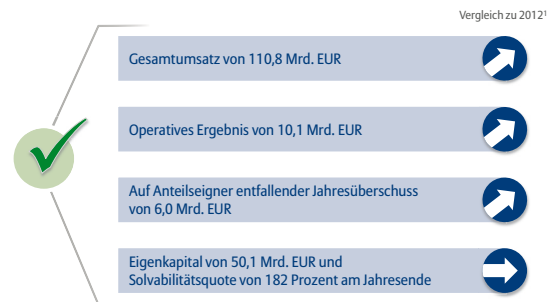
Wesentlicher Erfolgsfaktor: Unsere Mitarbeiter



Gleich zu Beginn möchte ich mich aber ganz herzlich bei unseren weltweit rund **148.000 Mitarbeitern** bedanken. Denn es sind ihre Leistungen, denen wir unser erfolgrei-

ches Abschneiden in 2013 verdanken. Dabei habe ich ganz besonders unsere Mitarbeiter in den von Naturkatastrophen betroffenen Ländern im Sinn, die durch ihren engagierten Einsatz unseren Kunden in der Not geholfen und den Geschäftsbetrieb aufrechterhalten haben. Ich denke, ich darf auch in Ihrem Namen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, unseren aufrichtigen Dank an alle Allianz-Mitarbeiter zum Ausdruck bringen.

Überblick Allianz Gruppe 2013

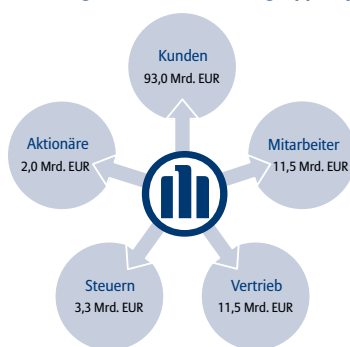


¹⁾ Vergleichswerte bereinigt um Auswirkungen der Einführung von IAS 19 sowie um Änderungen im Ausweis der Restrukturierungsaufwendungen

Und jetzt komme ich zum **Geschäftsverlauf des Jahres 2013**. Unser Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um über vier Prozent auf fast 111 Milliarden Euro. Das ist der höchste Umsatz in der Geschichte der Allianz. Zugleich gewannen wir rund fünf Millionen Kunden dazu. Damit versichern sich bereits mehr als 83 Millionen Kunden bei der Allianz. Mit etwas mehr als zehn Milliarden Euro konnten wir das beste operative Ergebnis seit Beginn der Finanzkrise erzielen. Das ist eine Verbesserung von 8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Und der auf die Anteilseigner entfallende Teil des Jahresüberschusses hat im vergangenen Jahr mit knapp 15 Prozent überproportional zugelegt und betrug sechs Milliarden Euro.

Es war aber nicht ganz so einfach, wie es die Zahlen vielleicht glauben machen. Wir haben dieses Ergebnis in einem schwierigen Umfeld erzielt. Das Bemühen um eine Konsolidierung der Staatsfinanzen in der Eurozone, die Budgetkrise in den USA und beträchtliche politische Risiken – insbesondere im Nahen Osten – haben das Wachstum der Weltwirtschaft belastet. Die Notenbanken haben die wirtschaftliche Entwicklung mit der quasi unbegrenzten Bereitstellung von Liquidität zwar gestützt, aber die Folgen der anhaltend niedrigen Zinsen sind für alle Sparer und damit auch für uns als Versicherer eine immer größere Herausforderung. Zusätzlich haben starker Hagel, schwere Stürme und Überschwemmungen unser Ergebnis 2013 insbesondere in Deutschland und in Osteuropa belastet.

Erneut hohe Leistungen an alle Interessengruppen (2013)



Das trotz allem gute Geschäftsergebnis war Grundlage für die erneut **hohen Leistungen der Allianz an alle Interessengruppen**. Das gilt für unsere Kunden, Mitarbeiter und Vertriebspartner, aber auch unsere über 430.000 Aktionäre.

Auf unsere Kunden entfällt mit 93 Milliarden Euro der größte Teil, danach kommen mit jeweils rund zwölf Milliarden Euro unsere Vertriebspartner und Mitarbeiter. An unsere Aktionäre haben wir für das Geschäftsjahr 2012 zwei Milliarden Euro ausgeschüttet. Und mit etwas mehr als drei Milliarden Euro Steuern ist die Allianz auch ihren Pflichten gegenüber dem Gemeinwesen nachgekommen.

Allianz im Vergleich zu großen internationalen Wettbewerbern: Operatives Ergebnis ...

(Mrd. EUR)¹⁾

2009	2010	2011	2012	2013
1. Allianz 7,2	1. Allianz 8,2	1. Allianz 7,9	1. Allianz 9,5	1. Allianz 10,1
2. AXA 5,7	2. AXA 6,0	2. AXA 5,9	2. AIG 7,3	2. AXA 7,3
3. Zurich 4,0	3. AIG 4,6	3. Generali 3,9	3. AXA 6,5	3. AIG 6,8
4. Generali 3,7	4. Generali 4,1	4. Zurich 2,9	4. Generali 4,2	4. Generali 4,2
5. AIG 1,4	5. Zurich 3,7	5. Prudential 2,1	5. Prudential 3,5	5. Zurich 3,4
6. Prudential 0,8	6. Prudential 1,7	6. AIG -2,8	6. Zurich 3,2	6. Prudential 2,0

1) Wechselkurse jeweils per 31. Dezember; Operatives Ergebnis auf Basis öffentlich zugänglichen Unternehmensdaten und gemäß der unternehmensspezifischen Definition oder nach eigenen Berechnungen; alle Zahlen wie ursprünglich berichtet

Die Qualität des Ergebnisses wird auch im **Vergleich zu unseren großen internationalen Wettbewerbern** deutlich. So haben wir erneut das beste operative Ergebnis erzielt. Das zweite Jahr in Folge konnten wir den Abstand

zum Zweitplatzierten noch einmal ausbauen. Wie Sie auf dem Schaubild sehen können, betrug in 2013 der Abstand zum operativen Ergebnis der AXA 2,8 Milliarden Euro und zur US-amerikanischen AIG 3,3 Milliarden Euro.

... und Marktkapitalisierung

(Mrd. EUR)¹⁾

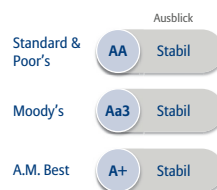
2009	2010	2011	2012	2013
1. Allianz 39,6	1. Allianz 40,4	1. AIG 34,3	1. Allianz 47,8	1. Allianz 59,5
2. AXA 37,9	2. AIG 30,1	2. Allianz 33,7	2. AIG 40,3	2. AIG 55,3
3. Generali 29,3	3. AXA 28,9	3. Zurich 25,8	3. AXA 31,9	3. AXA 48,8
4. Zurich 22,5	4. Zurich 28,4	4. AXA 23,7	4. Zurich 29,7	4. Prudential 41,2
5. Prudential 18,2	5. Generali 22,1	5. Prudential 19,5	5. Prudential 27,3	5. Zurich 31,4
6. AIG 14,1	6. Prudential 19,8	6. Generali 18,1	6. Generali 21,4	6. Generali 26,6

1) Marktkapitalisierung jeweils per 31. Dezember und auf Basis der Wechselkurse per 31. Dezember

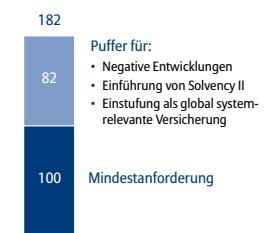
Ein ähnliches Bild zeigt sich auch bei der Marktkapitalisierung. Auch hier haben wir 2013 den Spitzenplatz verteidigt. Mit einem Marktwert von knapp 60 Milliarden Euro zum Jahresende ließen wir die Konkurrenz deutlich hinter uns.

Solide Kapitalausstattung

Ratings



Aufsichtsrechtliche Solvabilität (Ende 2013, in Prozent)



Noch wichtiger als diese Rangfolgen ist, dass die Allianz weiterhin eines der am stärksten kapitalisierten Unternehmen der Branche ist. Dies bescheinigt uns auch die Ratingagentur Standard & Poor's mit einer der besten Noten unter den Versicherern. Im ersten Quartal 2013 hat die Ratingagentur nicht nur unser sehr gutes „AA“-Rating bestätigt, sondern zugleich unseren Ausblick von negativ auf stabil hochgestuft. Dies ist eine Anerkennung unserer Kapitalstärke und Solidität. Außerdem bewertete Standard & Poor's unser Risikomanagement im vergangenen Jahr als „best in class“, das heißt als führend. Auch die Ratingagentur Moody's hat Anfang 2014 unseren Ausblick auf stabil hochgestuft.

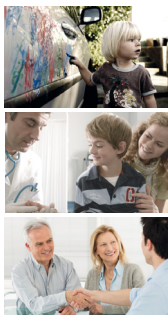
Ein weiteres Zeichen für unsere Finanzstärke ist die **aufsichtsrechtliche Kapitalausstattung**, technisch ausgedrückt in der Solvabilitätsquote. Sie lag zum Jahresende bei soliden 182 Prozent und übertraf damit die aufsichtsrechtliche Mindestanforderung um 82 Prozentpunkte, die sozusagen einen „Sicherheitspuffer“ gegen negative Entwicklungen darstellen. Eine berechnete Frage auch für die Bemessung der Dividende ist, ob dieser Puffer angemessen ist oder zu großzügig sein könnte.

Wir halten unsere Kapitalausstattung vor dem Hintergrund zweier noch offener Fragen aus heutiger Sicht für angemessen. Erstens, die geplante EU-Richtlinie zur Solvabilität von Versicherungen, kurz „Solvency II“, wird aller Voraussicht nach eine Veränderung im Kapitalbedarf mit sich bringen. Allerdings sind noch wesentliche technische Details mit einer möglichen Auswirkung auf die Höhe der erforderlichen Kapitalausstattung zu klären. Wenn alles wie geplant verläuft, dann werden wir im Herbst dieses Jahres mehr Gewissheit hinsichtlich der genauen aufsichtsrechtlichen Kapitalanforderungen haben.

Der zweite Grund für die Angemessenheit der Kapitalausstattung folgt aus der Einstufung der Allianz im Juli 2013 als **global systemrelevante Versicherung**. Noch sind die Folgen dieser Einstufung nicht endgültig absehbar. Unter anderem könnte das aber eine zusätzliche Kapitalanforderung mit sich bringen. Auch dieses Thema wird voraussichtlich im Herbst dieses Jahres geklärt, so dass wir dann erst genau wissen, wie gut sich unser heutiger Sicherheitspuffer unter den neuen Anforderungen darstellen wird.

Meine Damen und Herren, gerne fahre ich nun mit den Entwicklungen in unseren drei Geschäftssegmenten fort.

Gute operative Entwicklung in allen Geschäftssegmenten



Schaden- und Unfallversicherung

- 5,3 Mrd. EUR operatives Ergebnis (+14,2 Prozent vs. 2012)
- 94,3 Prozent Schaden-Kosten-Quote

Lebens- und Krankenversicherung

- 2,7 Mrd. EUR operatives Ergebnis (-8,0 Prozent vs. 2012)
- 2,1 Prozent Neugeschäftsmarge

Asset Management

- 3,2 Mrd. EUR operatives Ergebnis (+7,0 Prozent vs. 2012)
- 55,9 Prozent Aufwand-Ertrag-Verhältnis

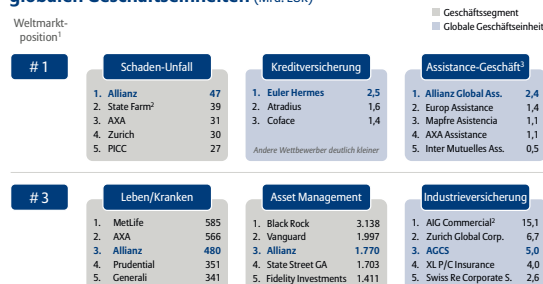
Das Schaden- und Unfallversicherungsgeschäft verlief gut. Zwar sanken die Prämieinnahmen leicht auf 46,6 Milliarden Euro. Dies ist neben dem hohen Eurokurs und der Schwäche anderer Währungen insbesondere auf den geplanten Rückgang unseres Ernteausfallversicherungsgeschäfts in den USA zurückzuführen. Vor allem in Lateinamerika, der Türkei, im globalen Assistance-Geschäft sowie in Deutschland gab es ein solides Wachstum. Trotz dieses leichten Prämienrückgangs und höherer Belastungen aus Naturkatastrophen konnten wir die Schaden-Kosten-Quote um fast zwei Prozentpunkte auf etwas über 94 Prozent deutlich senken. Den größten Beitrag zu dieser Verbesserung lieferten unsere US-Tochter Fireman's Fund sowie das Sachversicherungsgeschäft in Italien. Auch in Deutschland blieb die Schaden-Kosten-Quote unter 100 Prozent – und das trotz der Flut im Juni und den Hagelstürmen im

Sommer. Das operative Ergebnis im Schaden- und Unfallgeschäft lag bei etwas mehr als fünf Milliarden Euro und damit um rund 14 Prozent höher als im Vorjahr.

Die Prämieinnahmen im **Lebens- und Krankenversicherungsgeschäft** stiegen 2013 um rund neun Prozent auf beinahe 57 Milliarden Euro. Dieser Zuwachs stammt zu einem großen Teil aus Deutschland und Italien, aber auch in Spanien, in den USA, Taiwan und China konnten die Prämieinnahmen gesteigert werden. Ein wichtiger Treiber waren unsere neu eingeführten Produkte in Deutschland und Italien, mit denen wir offensichtlich den Bedarf der Kunden getroffen haben. Das operative Ergebnis sank gegenüber dem Vorjahr um acht Prozent auf spürbar unter drei Milliarden Euro. Dies ist insbesondere auf einen Rückgang des Kapitalanlageergebnisses und Restrukturierungskosten in Korea zurückzuführen.

In der **Vermögensverwaltung** erzielten wir mit mehr als drei Milliarden Euro erneut ein herausragendes operatives Ergebnis. Dies entspricht einem Plus von sieben Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Beide Asset Manager der Allianz, PIMCO und Allianz Global Investors, haben zu dieser Ergebnisverbesserung beigetragen. Allerdings führte die Ankündigung der US-Notenbank zur Drosselung der Anleihekäufe im zweiten Halbjahr zu deutlichen Nettomittelabflüssen bei traditionellen Produkten von PIMCO. In den nicht-traditionellen Produkten wurden PIMCO im Berichtsjahr jedoch mehr als 41 Milliarden Euro neu zur Verwaltung anvertraut, so dass sich unter dem Strich die Zuflüsse und Abflüsse fast ausglich.

Starke Positionen in allen Geschäftssegmenten und globalen Geschäftseinheiten (Mrd. EUR)



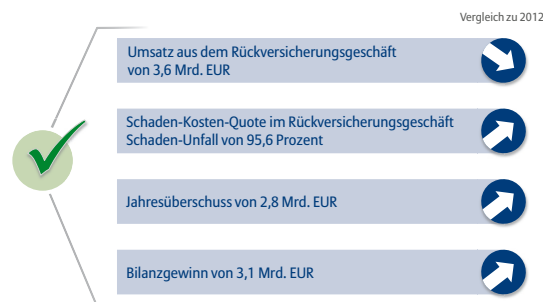
1) Basis: Geschäftsjahr 2013; Zahlenbasis: Bruttoprämien, Umsatz oder verwaltetes Vermögen (Leben/Kranken inkl. Darlehen)
 2) Nettoprämien
 3) Schätzung für Europ Assistance, 2012er Werte für Inter Mutuelles Assistance

Jetzt würde ich Ihnen gerne die **Weltmarktpositionen unserer Geschäftssegmente und globalen Geschäftseinheiten** im Vergleich zu den jeweils größten Wettbewerbern vorstellen. Wie Sie wissen, bedienen wir die meisten Versicherungsmärkte über lokale Allianz-Gesellschaften. Es gibt aber auch weltweit agierende Kunden, die aus vielfältigen Gründen besser durch globale Einheiten betreut werden. Zu diesen globalen Geschäftseinheiten zusammengefasst haben wir neben der Vermögensverwaltung

das Kreditversicherungs-, das Industrieversicherungsgeschäft sowie das Assistance-Geschäft.

Allianz ist global die Nummer eins nach Umsatz im gesamten Versicherungsgeschäft. Das gilt auch für unser Segment Schaden- und Unfallversicherung sowie für die beiden globalen Geschäftseinheiten Kreditversicherung und Assistance-Geschäft. Daneben sind wir weltweit die Nummer drei in der Lebens- und Krankenversicherung, dem aktiven Asset Management und dem internationalen Industriegeschäft. Wie Sie sehen, bewegen wir uns in allen unseren Geschäftsbereichen durchweg in der Weltspitze.

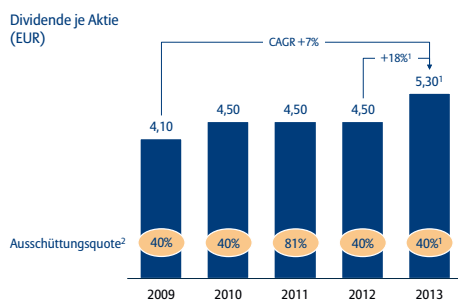
Überblick Einzelabschluss Allianz SE 2013



Meine Damen und Herren, damit komme ich zum **Einzelabschluss der Allianz SE** nach handelsrechtlicher Bilanzierung für das Jahr 2013. Dieser Einzelabschluss ist die Basis für die Gewinnverwendung und die Dividendenzahlung.

Die wesentliche geschäftliche Aktivität der Allianz SE ist das Rückversicherungsgeschäft. Der Umsatz aus dem Rückversicherungsgeschäft ging leicht auf 3,6 Milliarden Euro zurück. Die Schaden-Kosten-Quote stieg aufgrund einer deutlich höheren Belastung aus Naturkatastrophen um vier Prozentpunkte auf etwas unter 96 Prozent. Der Jahresüberschuss der Allianz SE erhöhte sich dagegen deutlich um 22 Prozent auf 2,8 Milliarden Euro, und der Bilanzgewinn betrug etwas mehr als drei Milliarden Euro.

Attraktive Dividendenpolitik



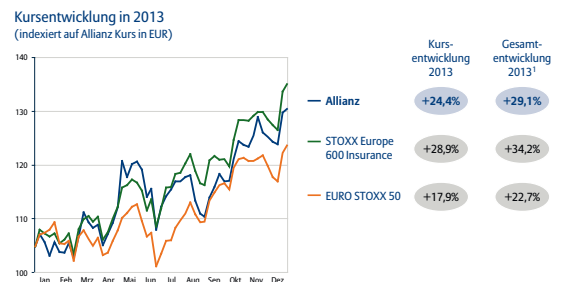
1) Vorschlag
2) Auf Basis des Jahresüberschusses aus fortzuführenden Geschäftsbereichen, nach Anteilen anderer Gesellschafter am Ergebnis

Das bringt mich zu unserem **Dividendenvorschlag**. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung eine im Vergleich zum Vorjahr um 18 Prozent höhere Dividende von 5 Euro und 30 Cent je Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 40 Prozent und einer Dividendenrendite von 4,6 Prozent auf den durchschnittlichen Aktienkurs des Jahres 2013. In der Summe sind das 2,4 Milliarden Euro, die wir vollständig aus dem laufenden Gewinn der Allianz SE bezahlen können.

Damit erfüllen wir auch unsere Ankündigung, unsere Aktionäre für 2013 am wirtschaftlichen Zuwachs teilhaben zu lassen anstatt einfach nur die Ausschüttungsquote zu erhöhen.

Ich möchte an dieser Stelle aber darauf hinweisen, dass Analysten und institutionelle Investoren zunehmend eine höhere Ausschüttung anregen. Da jedoch – wie bereits erwähnt – wesentliche Anforderungen der Regulierungsbehörden an die Kapitalisierung noch offen sind, können wir momentan nicht genau sagen, wieviel Kapital wir in welcher Schwankungsbreite zukünftig vorhalten müssen. Wenn sich gegen Ende des Jahres herausstellen sollte, dass Überschusskapital vorhanden ist, wird sich der Vorstand dieses Themas annehmen. Vor diesem Hintergrund bitten wir um Ihre Zustimmung zu unserem heutigen Dividendenvorschlag.

Erfreuliche Entwicklung der Allianz Aktie in 2013



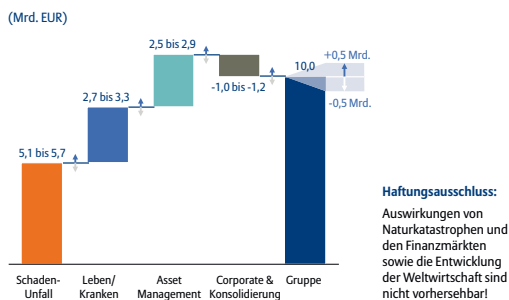
1) Inklusive Dividende
Quelle: Thomson Reuters Datastream

Der gute Geschäftsverlauf in der Berichtsperiode ging auch mit einer erfreulichen **Entwicklung unseres Aktienkurses** einher. Unsere Aktie legte im vergangenen Jahr um 24 Prozent auf etwas über 130 Euro zu. Allerdings wurde der Kursaufschwung im zweiten Halbjahr von zunehmenden Sorgen belastet, dass höhere Zinsen in den USA das Wachstum unseres Vermögensverwalters PIMCO beeinträchtigen könnten. Das Kursplus, also ohne Dividenden, fällt daher etwas geringer aus als beim Versicherungsindex STOXX Europe 600 Insurance, der um 29 Prozent zulegte. Gegenüber branchenübergreifenden Indizes lag unsere Aktie hingegen deutlich vorn. So lag der Anstieg beim EURO STOXX 50 lediglich bei 18 Prozent.

Auch über einen längeren Zeitraum ist die Allianz-Aktie eine gute Anlage. Unter der Annahme, dass Dividenden wieder in Allianz-Aktien angelegt wurden, hat sich ein Investment in den letzten fünf Jahren mit einem Plus von 120 Prozent mehr als verdoppelt, das heißt der durchschnittliche jährliche Wertzuwachs betrug 17 Prozent. Damit haben wir uns unter unseren europäischen Wettbewerbern am besten geschlagen.

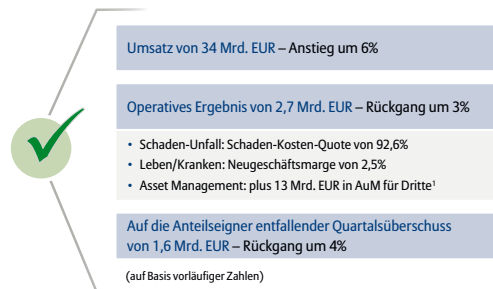
In den ersten vier Monaten von 2014 sind die Börsen dagegen etwas schwächer gestartet. Die Allianz-Aktie verzeichnete ein Minus von 4 Prozent. Zunehmende Unsicherheit hinsichtlich der künftigen Notenbankpolitik und deren Auswirkungen auf das Zinsniveau sowie geopolitische Krisen wie der Konflikt um die Krim und in der Ukraine belasteten die Kapitalmärkte und auch die Allianz-Aktie.

Ambitionierter Ausblick für operatives Ergebnis 2014



Meine Damen und Herren, ich komme nun zum zweiten Abschnitt meines Berichts, dem **Ausblick auf unser Geschäftsjahr 2014** und die Eckdaten des ersten Quartals. Unter dem üblichen Vorbehalt, dass Naturkatastrophen und Schwankungen an den Kapitalmärkten das normal erwartete Maß nicht übersteigen, gehen wir für 2014 von einem operativen Ergebnis von zehn Milliarden, plus/minus einer Schwankungsbreite von 500 Millionen Euro, aus. Dies entspricht im Mittel einem leichten Rückgang gegenüber dem außerordentlich guten Ergebnis in 2013. Das anhaltende Niedrigzinsumfeld sowie die Stärke des Euro, insbesondere gegenüber dem US-Dollar, wirken sich negativ aus und 2014 werden uns sehr hohe Erfolgsprämien aus inzwischen aufgelösten Private Equity-Fonds bei PIMCO fehlen. In der Schaden- und Unfallversicherung rechnen wir dagegen mit einem leichten Ergebniszuwachs. In der Lebens- und Krankenversicherung erwarten wir sogar einen deutlichen Ergebnisanstieg, nachdem das Jahr 2013 durch Einmaleffekte belastet wurde. Für das Segment Corporate und Sonstiges gehen wir von einer stabilen Ergebnisentwicklung aus. Vor dem Hintergrund der anhaltend niedrigen Zinsen und des positiven Geschäftsverlaufs in 2013 betrachten wir unsere Ziele für 2014 als ambitioniert.

Highlights erstes Quartal 2014

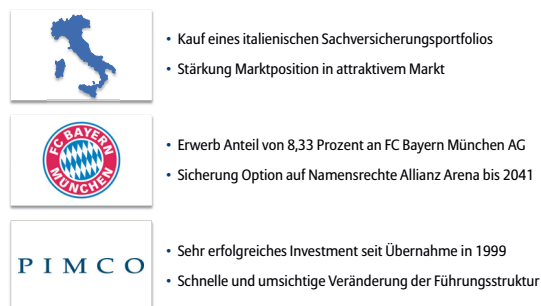


¹⁾ Seit Jahresbeginn; auf vergleichbarer Basis

Die wesentlichen Eckdaten des **Geschäftsverlaufs im ersten Quartal 2014** bestätigen unseren Ausblick auf das Jahr 2014. Mit rund 34 Milliarden Euro ist der Umsatz gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum um 6 Prozent gestiegen. Besonders das Lebensversicherungsgeschäft in Deutschland, Benelux und den USA hat sich positiv entwickelt. Beim operativen Ergebnis haben wir erwartungsgemäß mit 2,7 Milliarden Euro rund 3 Prozent niedriger als im ersten Quartal 2013 abgeschnitten, weil das Vorjahresquartal deutlich von den bereits erwähnten Erfolgprämien bei PIMCO profitierte. Verbessert haben sich hingegen die kombinierte Schaden-Kosten-Quote im Schaden- und Unfallversicherungsgeschäft mit 92,6 Prozent sowie die Neugeschäftsmarge in der Lebens- und Krankenversicherung mit 2,5 Prozent. Auch das gesamte verwaltete Vermögen für Dritte im Asset Management ist trotz weiterer Nettomittelabflüsse seit Jahresbeginn auf vergleichbarer Basis um 13 Milliarden Euro gestiegen.

Der leichte Rückgang im operativen Ergebnis wirkt sich auch auf den auf die Anteilseigner entfallenden Teil des Quartalsabschlusses aus: Mit 1,6 Milliarden Euro fällt dieser knapp 4 Prozent niedriger als letztes Jahr aus. Insgesamt sind wir angesichts der Rahmenbedingungen mit dem Start ins Geschäftsjahr zufrieden.

Ereignisse mit großer Presseresonanz im ersten Quartal



Bei dieser Gelegenheit möchte ich kurz auf drei Ereignisse im ersten Quartal eingehen, die Sie in der Presse verfolgen konnten.

Da ist zunächst die Vereinbarung mit **Unipol** über den Kauf eines italienischen Sachversicherungsportfolios, das derzeit mehr als eine Milliarde Euro an Prämien umfasst. Diese Transaktion passt sehr gut in unsere Strategie, das Sachversicherungsgeschäft in unseren Kernmärkten zu stärken. Vor allem im Norden und in der Mitte Italiens werden wir durch die Übernahme unseren Anteil in einem attraktiven Markt ausbauen können. Wir sind derzeit dabei, die erforderlichen aufsichtsbehördlichen Genehmigungen einzuholen.

Zu erwähnen ist auch unsere im ersten Quartal geschlossene **erweiterte Kooperation mit dem FC Bayern München**. Wir haben einen Anteil von etwas mehr als 8 Prozent an der FC Bayern München AG erworben und uns eine Option auf die Namensrechte an der Allianz Arena bis 2041 gesichert. Neben unserem globalen Engagement in der Formel 1 ist die Allianz Arena die erfolgreichste Einzelmaßnahme in unserem Marketing. Seit ihrer Fertigstellung in 2005 haben mehr als 23 Millionen Menschen die Arena besucht. Die Arena erreicht regelmäßig eine dreiviertel Milliarde Sportinteressierte in über 200 Ländern, und weltweit nutzen Allianz-Gesellschaften die Partnerschaft zur Geschäftsunterstützung. Damit aber kein Missverständnis aufkommt: Wir verwenden keine Versichertengelder für dieses Investment. Vielmehr investieren wir hier Mittel der Holding in die nationale und internationale Entwicklung unserer Marke.

Das dritte Ereignis, über das die Presse in den letzten Wochen ausführlich berichtete, ist die **Veränderung im Führungskreis von PIMCO**, nachdem unser CEO, Herr El-Erian, ausgeschieden ist. Lassen Sie mich hierzu bitte folgendes hervorheben: PIMCO ist ein sehr erfolgreicher Teil des Allianz-Konzerns. In den vergangenen Jahren haben wir alle mit dem Erwerb von PIMCO verbundenen Aufwendungen mehr als zurückverdient. Auch in 2013 leistete PIMCO mit einem operativen Ergebnis von fast drei Milliarden Euro bzw. einem Jahresüberschuss von etwas mehr als anderthalb Milliarden Euro einen erheblichen Beitrag zum guten Gesamtergebnis der Allianz.

Für die Nachfolge von Herrn El-Erian war selbstverständlich Sorge getragen, so dass wir innerhalb von zwölf Stunden nach dem Rücktritt eine Nachfolgeentscheidung getroffen haben. Gleichzeitig haben wir die Führungsstruktur an das gewachsene Geschäftsvolumen und die globale Präsenz angepasst. Herrn Gross als Chief Investment Officer haben wir sechs Stellvertreter zur Seite gestellt. Und mit einem neuen CEO und einem Präsidenten sind die Verantwortlichkeiten bei PIMCO neu verteilt und klar geregelt worden. Unsere Kunden haben uns sehr positives Feedback zu dieser neuen Führungsstruktur gegeben.

Meine Damen und Herren, damit komme ich zum dritten Abschnitt meines Berichts, in dem ich auf drei Themen vertiefend eingehe. Beginnen möchte ich mit dem **ESG Board**, über dessen Einrichtung ich Sie im vergangenen Jahr informiert hatte. ESG steht für Environment, Social and Governance, also die Einbeziehung von Umwelt- und Sozialaspekten sowie guter Unternehmensführung. Heute kann ich Ihnen berichten, was das ESG Board seitdem unternommen und erreicht hat.

ESG: Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung



Nachhaltige Entwicklung als integraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells



Bindende Richtlinien für insgesamt 13 Sektoren



Individuelle und sorgfältige Analyse von Projekten und Investments durch unsere Experten statt pauschaler Ausschluss



Seit Anfang 2014: Anwendung der Richtlinien in der Praxis

Dazu starte ich mit einem Bekenntnis: Nachhaltige Entwicklung spielt für uns eine wichtige Rolle, denn sie ist integraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells als Risikomanager. Wir geben unseren Kunden Garantien und Versprechen über Jahrzehnte und können diese Versprechen nur halten, wenn wir soziale und ökologische Risiken ebenso ernst nehmen wie eine gute Unternehmensführung.

ESG: Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung



Nachhaltige Entwicklung als integraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells

- Unterzeichner der „Principles for Responsible Investment“ und des „UN Global Compact“
- Nachhaltigster Versicherer im Dow Jones Nachhaltigkeits-Index
- Transparentester Versicherer nach Einschätzung von Transparency International
- Eines der ersten Unternehmen weltweit mit hochrangig besetztem ESG-Gremium

Von kritischen Beobachtern wird anerkannt, dass wir die Prinzipien für verantwortliches Investieren (PRI), die Prinzipien für nachhaltiges Versichern (PSI) und die Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen unterzeichnet haben. Auch sind wir im Dow Jones Nachhaltigkeits-Index, dem führenden Nachhaltigkeitsrating, als weltweit nachhaltigster Versicherer geführt. Für Transparency International sind wir der transparenteste Versicherer. Unser Ziel ist es, der führende nachhaltige Versicherer und Vermögensverwalter zu bleiben. So bieten wir bereits über 150 sogenannte „grüne“ Produkte an und haben rund 25 Millionen Mikroversicherungskunden in Schwellenländern, die nur sehr schwer Zugang zu existenziellern Versicherungsschutz finden.

ESG: Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung



Nachhaltige Entwicklung als integraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells



Bindende Richtlinien für insgesamt 13 Sektoren



Individuelle und sorgfältige Analyse von Projekten und Investments durch unsere Experten statt pauschaler Ausschluss



Seit Anfang 2014: Anwendung der Richtlinien in der Praxis

Für einen weiteren wichtigen Schritt hat unser ESG Board im vergangenen Jahr gesorgt: Im Dialog mit Nichtregierungsorganisationen und anderen Experten konnten wir **Richtlinien für insgesamt 13 sensible Sektoren** entwickeln, darunter Bergbau, Infrastrukturprojekte, Agrarwirtschaft oder Kernenergie. Diese Richtlinien wurden in unsere Standards für die Versicherung und die Anlage von Eigen geldern aufgenommen und gelten seit Januar 2014. Sie sind bindend für alle Underwriter als Teil der Risikoprüfung und werden auch in der Kapitalanlage berücksichtigt. Dabei fließen Kriterien wie Zwangsumsiedlungen, Verstöße gegen Umweltauflagen oder unzureichende Arbeitsbedingungen ein. Wird ein solches ESG-Risiko identifiziert, erfolgt eine Prüfung durch unsere Experten, um unter Abwägung aller Vor- und Nachteile eine informierte Entscheidung auf lokaler und/oder Gruppenebene treffen zu können.

Wichtig dabei ist, dass wir als globaler Versicherer, Investor und Risikonehmer nicht per se ganze Sektoren ausschließen, weil wir das nicht für nachhaltig halten. Als Risikomanager wollen wir Risiken nicht ignorieren, sondern sie lösen helfen. Dafür stehen uns unterschiedliche Handlungsmöglichkeiten zur Verfügung, je nachdem, ob ausschließlich wir die Entscheidungen treffen, oder ob wir treuhänderisch für Kunden handeln.

Letzteres ist der Fall bei der Anlage von **Drittgeldern**. Dort folgen wir den Ansprüchen, Werten und Risikoneigungen unserer Kunden, in dem wir für sie beispielsweise in breite Marktindizes wie den DAX, den S&P500 oder den MSCI World investieren. Auf diese Weise haben wir Unternehmen in den Portfolien, die nicht immer unseren ESG-Zielen entsprechen. Wir versuchen daher die Index-Anbieter dafür zu gewinnen, Transparenz über ESG-Faktoren bei den börsennotierten Unternehmen einzufordern. Gleichzeitig integrieren wir ESG-spezifische Fragen in unseren Auswahlprozess und die jährliche Bewertung der Vermögensverwalter, mit denen wir zusammenarbeiten.

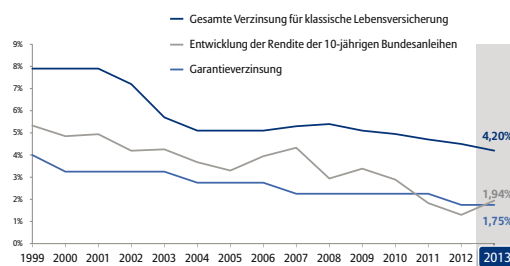
Auch in dem **Bereich, in dem wir einen Entscheidungsspielraum** haben, also beim Zeichnen von Versicherungsriskiken oder bei der Anlage eigener Gelder, analysieren

wir Projekte und Investments individuell und schließen sie nicht pauschal aus. Dabei suchen wir das Gespräch mit unseren Kunden. Überzeugen können wir sie, wenn wir kritische ESG-Themen als Risiken für sie erkennbar machen, die man entweder vermeiden, verringern oder gemeinsam besser lösen sollte und kann.

Ich hoffe, es wird deutlich, wie konkret wir an Verbesserungen im Bereich Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung arbeiten – und wir kommen voran. Aber klar ist, dass wir mit unserem umfangreichen ESG-Maßnahmenpaket noch einen Weg vor uns haben. Nach der Ausarbeitung und Implementierung unserer ESG-Richtlinien wird es in diesem und im nächsten Jahr vor allem darum gehen, die Praxistauglichkeit zu überprüfen. Dazu müssen wir das Bewusstsein für ESG-Risiken bei unseren Kunden und den Mitarbeitern noch weiter schärfen und Transparenz bzgl. ESG-Risiken schaffen. An dieser Stelle möchte ich Sie herzlich dazu einladen, auf unserem ESG-Stand im Hallenrundgang mehr über unsere ESG-Themen zu erfahren.

Mein zweites Sonderthema ist das **Niedrigzinsumfeld**, das uns auch in 2014 weiter beschäftigen wird. Trotz der Stabilisierung der Volkswirtschaften in Europa und den USA dürften die Zinsen in beiden Regionen auf absehbare Zeit niedrig bleiben. In der Öffentlichkeit wird deshalb mit Blick auf die klassische Lebensversicherung häufig die Frage gestellt, ob dieses Produkt in einem solchen Zinsumfeld überhaupt noch interessant ist. Dabei wird oft auf die Entwicklung des Garantiezinses verwiesen, insbesondere die in der Presse intensiv diskutierte potentielle Senkung des Garantiezinses in Deutschland auf 1,25 Prozent in 2015.

Gesamtverzinsung der Allianz Lebensversicherung deutlich über dem Garantiezins



Aus unserer Sicht führt eine Diskussion allein über den Garantiezins in die Irre. Wichtig und letztlich entscheidend für den Versicherungsnehmer ist die Gesamtleistung seines Vertrages – die Garantieleistungen bilden hierfür nur eine Untergrenze. Für die Gesamtleistungen, die dem Kunden zugute kommen, sind die Finanz- und Ertragskraft des Versicherers maßgeblich, nicht die Garantiezinsen.

Hier sprechen die Zahlen seit Jahren eine eindeutige Sprache: Die Kunden von Allianz Leben profitieren auch im laufenden Jahr von der Finanzstärke des Unternehmens. Die gesamte Verzinsung der Sparanteile bleibt auf hohem Niveau. Sie liegt beim klassischen, traditionellen Lebensversicherungsgeschäft bei aktuell mindestens 4,2 Prozent. Nicht nur angesichts der lebenslangen Garantie kann sich diese Verzinsung gegenüber anderen Anlagemöglichkeiten durchaus sehen lassen.

Vor dem Hintergrund der anhaltend niedrigen Zinsen verlangt der Gesetzgeber zum Schutz des Kunden, aber auch des Steuerzahlers, für alle möglichen Risiken deutlich höhere Sicherheiten. Sicherheit bedeutet im Versicherungsbereich die Vorhaltung von mehr Risikokapital, und das wiederum übersetzt sich für den Kunden in höhere Kosten. Hiervon sind insbesondere lebenslange Garantien betroffen. Deswegen lautet die einfache Formel: Je mehr Risikokapital für die Garantien gebraucht wird, desto weniger Risiko und damit Renditechance kann auf der Kapitalanlage-seite eingegangen werden. Für die Kunden, die angesichts der Bonität der Allianz auf einen Teil der Garantie verzichten, um eine höhere Renditechance auf der Anlage-seite wahrzunehmen, bringen wir neue Produkte auf den Markt.

Eines der ersten Angebote aus dieser neuen Gruppe ist unser Produkt „Perspektive“, das wir 2013 erfolgreich im Markt eingeführt haben. So deklarieren wir bei „Perspektive“ zum Beispiel für das Jahr 2013 eine Gesamtverzinsung von 4,5 Prozent; das sind 0,3 Prozentpunkte mehr als bei klassischen Rentenversicherungen. Gleichzeitig genießt man ein sehr hohes Maß an Sicherheit, denn das Verlustrisiko ist Null.

Damit bleibt die Lebensversicherung – gerade im Wettbewerbsvergleich und egal ob klassisch oder in Form der neuen Produkte – attraktiv: Mit ihrer überdurchschnittlichen Rendite und ihrem hohen Sicherheitsniveau ist sie absolut konkurrenzfähig.

Meine Damen und Herren, lassen Sie mich noch auf einen Vorschlag der Allianz eingehen, wie Versicherer im aktuellen Niedrigzinsumfeld höhere Renditen für ihre Kunden erwirtschaften könnten, und das in Form einer gesellschaftlichen Win/Win-Situation. Dabei geht es um **Infrastrukturfonds zur Finanzierung der Energiewende**.

Infrastrukturfonds zur Finanzierung der Energiewende



Enormer Investitionsbedarf für die Energiewende



Rückläufige staatliche Investitionen aufgrund hoher Staatsverschuldung



Demografischer Wandel als zusätzliche Herausforderung für Staatsfinanzen



Versicherungen auf Suche nach langfristig stabilen und rentablen Anlagemöglichkeiten für Kundengelder der Altersvorsorge



Anpassung der Regulierung und Sicherstellung der Investitionssicherheit als Voraussetzung für aktivere Rolle der Versicherer

Der jüngste Bericht des Weltklimarates zeigt erneut auf, dass uns nur noch wenige Jahre bleiben um die globale Erwärmung erfolgreich zu begrenzen. Ein wichtiger Hebel hierfür ist die Energiewende, also die Abkehr von der starken Nutzung fossiler Energieträger. Die Internationale Energie Agentur beziffert die dafür notwendigen Investitionen in die Energiewende auf 1.000 Milliarden US-Dollar pro Jahr.

Diese Größenordnung überrascht. Die Allianz ist einer der größten Investoren der Versicherungsbranche in alternative Energien weltweit. Derzeit haben wir in 43 Windkraftanlagen und sieben Solarparks investiert. Diese erzeugen zusammen genügend Strom, um eine Stadt der Größe von Brüssel oder Köln mit Energie zu versorgen. Insgesamt haben wir fast zwei Milliarden Euro in Wind- und Solarparks investiert. Dies ist eine große Summe im Vergleich zu anderen Investoren, aber wenig verglichen mit einem geschätzten Investitionsbedarf von 1.000 Milliarden US-Dollar.

Auch wenn sich diese Investitionen laut Internationaler Energie Agentur bereits innerhalb von zehn Jahren durch eingesparte Brennstoffkosten amortisieren lassen, stellt sich die Frage, wer das Geld für die dringend notwendigen Investitionen für die Energiewende, aber auch für Brücken und Straßen bereitstellen kann bzw. soll? Die Staaten sind hoch verschuldet. Die nötige und begrüßenswerte Sanierung der Staatsfinanzen geht derzeit vor allem zu Lasten der staatlichen Investitionen, zum Beispiel in Infrastruktur.

Dazu kommt der demografische Wandel. Deutschland ist eine alternde Gesellschaft. Das gilt auch für andere Staaten wie Italien und Japan. So wird sich in Deutschland bis 2060 die Anzahl der über 65-Jährigen im Vergleich zu den 20- bis 64-Jährigen verdoppeln. Die Implikationen für die Altersvorsorge der Menschen sind groß und werden durch die ungewöhnlich lange Phase der niedrigen Zinsen noch verstärkt.

Warum verbinden wir nicht diese beiden großen Herausforderungen und lösen sie gemeinsam? Versicherer wären dafür natürliche und ideale Partner. Sie sammeln Gelder von Kunden für die Altersvorsorge und sind auf der Suche nach langfristig stabilen und rentablen Investments. Eine Regulierung, die der Versicherungsbranche größere Investitionen in Infrastruktur und die Energiewende erlaubt, würde den Staat entlasten und der alternden Gesellschaft und dem Klimaschutz langfristig und nachhaltig nutzen. Hier würde die Allianz gerne mehr beitragen, auch wenn wir im Branchenvergleich bereits gut da stehen.

Ein Arbeitsschwerpunkt unseres vorher erwähnten ESG Board für 2014 ist daher die Entwicklung einer ganzheitlichen Energieposition, die neben den Klima- und Umwelt Risiken auch die Energieversorgungssicherheit und die Finanzierung eines nachhaltigen wirtschaftlichen Wachstums als Kriterien vereint. Mit diesem Thema werden wir dann noch stärker an die Öffentlichkeit und an die Politik herantreten.

Als letztes möchte ich noch kurz auf das dritte Sonderthema eingehen: **die Veränderung des Kundenverhaltens im Privatkundengeschäft.**

Unserer Kunden sind heute zunehmend informierter, anspruchsvoller und ungeduldiger. Das ist sicher auch auf die immer stärkere Verbreitung des Internets, von sozialen Medien und die intensive Arbeit von Verbraucherschutzorganisationen zurückzuführen. Im Ergebnis stehen eine sehr geringe Fehlertoleranz und eine hohe Wechselbereitschaft. Das bedeutet für uns, dass wir uns immer stärker um die Kundenloyalität bemühen müssen. Deswegen befragen wir seit Jahren regelmäßig unsere Kunden nach ihrer Zufriedenheit mit unseren Produkten, aber auch nach ihrer Einschätzung unserer Geschwindigkeit, unserer Kompetenz, Engagement, Fairness und Transparenz. Die Rückmeldungen werten wir systematisch aus, um Verbesserungspotenzial umzusetzen, aber auch um frühzeitig sich ändernde Kundenbedürfnisse zu erkennen.

Inzwischen erwarten viele Kunden auch eine optimale Kommunikation über digitale Medien mit uns, die dann nach Bedarf über das Telefon oder den persönlichen Kontakt mit einem Vertreter ergänzt werden. Das stellt eine große Herausforderung für uns dar, auf die wir uns seit Jahren mit der Digitalisierung unseres Geschäftsmodells einstellen. Dies beginnt mit den Produkten, die wir in modularer Zusammensetzung so gestalten, dass man sie über die digitalen Medien bis hin zum Smartphone aufrufen und auch erwerben kann.

Eine weitere Voraussetzung ist die Zusammenführung aller Daten und Kontakte per Kundenverbindung über alle Sparten hinweg. Diese Daten stellen wir nach Bedarf auch unseren Kunden elektronisch zur Verfügung. Dies stellt gleichzeitig höchste Anforderungen an den Schutz unserer Kundendaten, aber auch der Unternehmensdaten und Abläufe. Hieran arbeiten wir täglich, denn auch diejenigen Kräfte, die sich illegal Zugang zu diesen Daten verschaffen wollen, rüsten unermüdlich auf.

Die Digitalisierung unseres Geschäftsmodells im Interesse unserer Kunden ist eine der wichtigsten Aufgaben. Sie nutzt aber nur, wenn man versteht, was die Kunden bewegt und was ihnen wirklich wichtig ist.

Genau diese Frage haben wir im Rahmen einer Werbekampagne der Allianz Deutschland auch unseren Kunden gestellt. Dafür hat der Fotograf und Künstler Foster Huntington als Allianz-Botschafter eine Rundreise durch Deutschland gemacht. Dabei hat er unsere Kundin Frau Herrmann kennengelernt – eine wie ich finde sehr bemerkenswerte Dame. Aus dieser Begegnung ist ein kurzer Film entstanden, den ich Ihnen gerne zeigen möchte, weil das uns zum einen auf den Ursprung unseres Geschäfts zurückbringt. Zum anderen macht der Film Mut fürs Älterwerden. Film ab, bitte.

Ich darf noch hinzufügen, dass Frau Herrmann unserer Kenntnis nach die älteste, aktive Wettkampf-Tischtennisspielerin der Welt ist und dieses Jahr zur Senioren-Weltmeisterschaft nach Neuseeland reist.

Meine Damen und Herren, damit komme ich zum **Ende meines Berichts**. 2013 war ein sehr erfolgreiches Jahr für die Allianz, und wir sind sehr gut in das Jahr 2014 gestartet. Wir werden auch weiter alles tun, um unsere Ertrags- und Finanzstärke zu erhalten und unsere Zukunftsfähigkeit auszubauen. Ich sehe die Allianz auch unter den andauernden herausfordernden Rahmenbedingungen auf gutem Kurs und möchte Sie daher bitten, unseren Vorschlägen zu den Tagesordnungspunkten dieser Hauptversammlung zuzustimmen, durch die Sie der Vorsitzende unseres Aufsichtsrats, Herr Dr. Perlet, nun führen wird.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Diese Aussagen stehen unter untenstehendem Vorbehalt bei Zukunftsaussagen.

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 aufgrund von (i) Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, (ii) Entwicklungen der Finanzmärkte (insbesondere Marktvolatilität, Liquidität und Kreditereignisse), (iii) dem Ausmaß oder der Häufigkeit von Versicherungsfällen (zum Beispiel durch Naturkatastrophen) und der Entwicklung der Schadenskosten, (iv) Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise -tendenzen, (v) Stornoraten, (vi) insbesondere im Bankbereich, der Ausfallrate von Kreditnehmern, (vii) Änderungen des Zinsniveaus, (viii) Wechselkursen, einschließlich des Euro/USDollar-Wechselkurses, (ix) Gesetzes- und sonstigen Rechtsänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, (x) Akquisitionen, einschließlich anschließender Integrationsmaßnahmen, und Restrukturierungsmaßnahmen, sowie (xi) allgemeinen Wettbewerbsfaktoren ergeben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen.

Keine Pflicht zur Aktualisierung

Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Informationen und Zukunftsaussagen zu aktualisieren, soweit keine gesetzliche Veröffentlichungspflicht besteht.

Allianz SE
Königinstraße 28
80802 München
Deutschland
Telefon +49. 89. 3800 0
info@allianz.com
www.allianz.com