

München, 24. November 2015

oliver.schmidt@allianz.com

+49 89 3800-3963

peter.hardy@allianz.com

+49 89 3800-18180

reinhard.lahusen@allianz.com

+49 89 3800-17224

christian.lamprecht@allianz.com

+49 89 3800-3892

frank.stoffel@allianz.com

+49 89 3800-18124

investor.relations@allianz.com

www.allianz.com/ir

Allianz will mit neuem 3-Jahres-Plan das Ergebniswachstum steigern und rentabler werden

- **Allianz plant das Ergebnis je Aktie bis einschließlich 2018 um durchschnittlich 5 Prozent zu steigern**
- **Gruppe peilt Eigenkapitalrendite von 13 Prozent an**
- **Allianz setzt sich Ziele für Kundenzufriedenheit und Führungskultur**

Die Allianz Gruppe wird am Dienstag, den 24. November, ihre strategischen Initiativen auf dem jährlichen Capital Markets Day präzisieren. Diese sollen dazu beitragen, das Ergebniswachstum zu steigern, rentabler zu werden, die Nachhaltigkeit der Wettbewerbsvorteile zu erhöhen und Größenvorteile in wichtigen Märkten auszubauen.

Der weltgrößte Versicherer wird seine Marktposition mit einer mehrjährigen „Renewal Agenda“ stärken. Die Allianz strebt eine Führungsposition in der Digitalisierung an. Sie wird in vielversprechende Geschäftsmodelle investieren und strategisch passende Konsolidierungschancen wahrnehmen.

„Die Welt um uns herum verändert sich schnell, ebenso wie der Markt für Finanzdienstleistungen an sich. Die Allianz ist gut aufgestellt und kann diesen Transformationsprozess anführen, indem wir uns noch stärker an unseren Kunden orientieren, unsere Leistung weiter steigern und in die Digitalisierung investieren“, sagt Oliver Bäte, Vorsitzender des Vorstands. „Die Allianz steht auf einem starken Fundament. Es bildet die ideale Grundlage für zusätzliches Wachstum.“

Verbesserung der Ertragsstärke

Die Allianz will ihr Ergebnis je Aktie von 2016 bis 2018 um durchschnittlich 5 Prozent steigern. Die Gruppe peilt bis 2018 eine Eigenkapitalrendite von 13 Prozent an, bereinigt um nicht realisierte Kapitalgewinne und -verluste aus Anleihen sowie um andere Positionen.

Hierzu soll eine Schaden-Kosten-Quote von 94 Prozent oder besser im Schaden- und Unfallversicherungsgeschäft beitragen. Im Lebensversicherungsgeschäft strebt die Allianz eine Eigenkapitalrendite von mindestens 10 Prozent in allen Geschäftseinheiten an.

Die Gruppe will zudem ab 2018 jährlich eine Milliarde Euro an wiederkehrenden Produktivitätsgewinnen erzielen. Im Wesentlichen soll dies durch eine umfassende Umstellung auf digitale Prozesse erreicht werden. Verbesserungen bei den Kosten werden in Technologie, Personal und Wachstum reinvestiert.

Weiterhin will die Allianz ihre Kapitaleffizienz aktiv managen und die Nachhaltigkeit ihrer Wettbewerbsvorteile stärken.

Bereits am 18. November hat die Allianz die Genehmigung der Aufsichtsbehörde erhalten, ihr internes Modell zur Berechnung von Kapitalanforderungen unter Solvency II für alle Einheiten anzuwenden, die in den Antrag einbezogen waren.

Im Ergebnis kann die Allianz die Kapitaldeckungsquote von 200 Prozent zum 30. September bestätigen, vorausgesetzt die europäischen Regeln zur Äquivalenz von Drittstaaten werden wie erwartet verabschiedet.

Von Kompetenz zu Skalenerträgen

Die Allianz Gruppe strebt an, in mehr Einheiten Kompetenz- und Größenvorteile zu realisieren. Diese Vorteile kommen den Kunden durch verbesserte Servicequalität zugute; die Anteilseigner profitieren von den daraus resultierenden Effizienzsteigerungen.

Allianz wird die Einheiten stärken, die sich bereits sehr gut im Wettbewerb behaupten. Kleinere, leistungsstarke Geschäftseinheiten werden durch regionale Plattformen Größenvorteile erzielen. Einheiten, die weniger profitabel arbeiten, werden sich auf Produktivität und Effizienz konzentrieren und Kapital freisetzen, das anderweitig zur Wachstumssteigerung verwendet werden kann.

Die Allianz Gruppe wird entschlossen handeln, um ihr Geschäftsportfolio zu optimieren, Wachstum und Produktivität zu verbessern und weniger rentable Einheiten neu aufzustellen.

Näher an Kunden und Mitarbeitern

Kunden und Mitarbeiter stehen bei der „Renewal Agenda“ an oberster Stelle. Allianz wird den „Net Promoter Score“ (NPS) als festen Bestandteil in den gruppenweiten Planungsprozess mit direktem Einfluss auf die variable Vergütung aufnehmen. Diese Kennzahl, die die Bereitschaft von Kunden misst, Allianz an Freunde und Kollegen zu empfehlen, ist bereits in der Allianz Gruppe etabliert.

Ziel ist, dass zukünftig mindestens 75 Prozent der Geschäftseinheiten der Gruppe besser als der Marktdurchschnitt abschneiden. Der Anstieg dieser Kennzahl erlaubt es, geschätzte fünf Millionen Neukunden und 6,5 Milliarden Euro an zusätzlichen jährlichen Beitragseinnahmen zu gewinnen.

Allianz strebt zudem an, die Unternehmenskultur durch eine integrative Leistungskultur zu stärken. Ziel der Gruppe ist es, im internen Inclusive Meritocracy Index (IMIX) von 68 Prozent auf 72 Prozent aufzusteigen. Dieser Index misst Leistung, Qualität der Mitarbeiterführung und Integrität.

„Die „Renewal Agenda“ ist ein umfassendes Programm, mit dem die Allianz ihre Kundenorientierung und Produktivität mithilfe der Digitalisierung erheblich steigern wird. Dies kommt unseren Kunden, Mitarbeitern und Anteilseignern gleichermaßen zugute“, so Oliver Bäte.

Die Angaben stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten:

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 im 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/US Dollar-Wechselkurses, (ix) Gesetzes- und sonstigen Rechtsänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, (x) Akquisitionen, einschließlich anschließender Integrationsmaßnahmen, und Restrukturierungsmaßnahmen, sowie (xi) allgemein Wettbewerbsfaktoren ergeben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen.

Keine Pflicht zur Aktualisierung

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