

Medienmitteilung: Capital Markets Day 2024 – Allianz erhöht Finanzziele

- Die Allianz stellt vier neue ambitionierte Finanzziele für den Zeitraum 2024-2027 vor:
 - Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (CAGR) von 7-9 Prozent Ergebnis je Aktie¹
 - Eigenkapitalrendite von mindestens 17 Prozent²
 - Operative Solvency-II Kapitalgenerierung von 24-25 Prozentpunkten im Jahr 2027³
 - Kumulative Netto Cash Remittance von mehr als 27 Milliarden Euro in den Jahren 2025-2027
- Die Allianz strebt eine attraktive Gesamtausschüttungsquote von durchschnittlich mindestens 75 Prozent⁴ an
- Nachdem die Allianz die Grundlage für skalierbares Wachstum geschaffen hat, setzt sie weiter auf robuste Wertgenerierung mit drei wesentlichen Hebeln: intelligentes Wachstum, erhöhte Produktivität und stärkere Widerstandsfähigkeit
- Kunden setzen auf Marken, denen sie vertrauen: Angesichts aktueller Entwicklungen fragen Kundinnen und Kunden verstärkt innovative Schutz- und Vorsorgelösungen nach. Durch ein strategisch ausgerichtetes Portfolio ist die Allianz gut aufgestellt, um die wertvollsten Vermögenswerte ihrer Kundinnen und Kunden zu schützen und zu vermehren
- Das hohe Kundenvertrauen sowie der Fokus, Kundenbeziehungen stetig zu verbessern, führen zu einer steigenden Nachfrage nach Allianz Produkten und Dienstleistungen. Dies verändert die Vertriebsdynamik, unterstützt die Produktivitätsagenda der Allianz und fördert Wachstum
- Die Finanzziele werden durch weitere Ambitionen unterstützt: Die Kundenzufriedenheit (NPS)⁵ soll bis 2027 in mindestens 60 Prozent der Allianz Gesellschaften „Loyalty Leadership“-Status erreichen, und das Mitarbeiterengagement ebenfalls auf Best-in-Class-Niveau liegen

München, 10. Dezember 2024

Die Allianz hat ihre wesentlichen Finanzziele für 2024 übertroffen und auf ihrem Capital Markets Day 2024 ehrgeizige Finanzziele bis 2027 kommuniziert.

In einer sich zunehmend verändernden Welt will die Allianz ihre Rolle als Partner des Vertrauens ausbauen, indem sie ihre Kundenbasis mit innovativen Schutz- und Vorsorgelösungen und nahtlosen Dienstleistungen vergrößert.

Die Allianz wird sich auf drei Hebel konzentrieren, um ihre robuste Wertgenerierung aufrechtzuerhalten. Erstens, **intelligentes Wachstum** durch die Gewinnung neuer Kundinnen und Kunden, die Steigerung von Cross-Selling und eine bessere Kundenbindung. Zweitens: **Steigerung der Produktivität** durch kontinuierliche Umsetzung zahlreicher Maßnahmen zur Effizienzsteigerung, auch durch den Einsatz neuester generativer KI-Lösungen. Drittens: **Stärkung** der geschäftlichen und finanziellen **Widerstandsfähigkeit**, unterstützt durch ein weiter verbessertes Kapitalmanagementkonzept.

Oliver Bäte, Vorstandsvorsitzender der Allianz SE, sagt:

„'Lifting Ambitions' zielt darauf ab, unsere Wertschöpfungsmotoren zu stärken und sie noch widerstandsfähiger zu machen. In dieser nächsten Phase werden wir uns darauf konzentrieren, den Erfolg unserer kundenorientierten Strategie, der sich bereits in unserer führenden Markenstärke und der ausgezeichneten Kundenzufriedenheit zeigt, in ein noch höheres resilientes und kapitaleffizientes Wachstum für unsere Aktionärinnen und Aktionäre umzusetzen.“

Signifikante Wertgenerierung für alle Stakeholder

Die strategischen Prioritäten der Allianz für die kommenden drei Jahre sind die natürliche Weiterentwicklung der vor drei Jahren gesteckten Ziele, die mit ihrer erfolgreichen Realisierung zu einer erheblichen Wertgenerierung für alle wichtigen Stakeholder geführt haben:

- Die Wertgenerierung der Allianz für ihre **Aktionärinnen und Aktionäre** zeigt sich in der erwarteten Erreichung des angestrebten Ergebnis je Aktie⁶ von 25 Euro im Jahr 2024 und einer Eigenkapitalrendite⁶ von ~16,5 Prozent bei gleichzeitiger Wahrung der finanziellen Widerstandsfähigkeit und Leistungsstabilität.
- Bei der **Kundenzufriedenheit** – gemessen durch den Net Promoter Score – sind 72 Prozent der Allianz Gesellschaften in ihrem lokalen Markt führend, während 57 Prozent der Gesellschaften bei der Kundenbindung an der Spitze liegen und damit das Ziel der Allianz für 2024 übertreffen.
- Diese starke Leistung wurde durch das hervorragende **Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** ermöglicht. Der Inclusive Meritocracy Index (IMIX)⁷ hat mit 83 Prozent im Jahr 2024 ein Allzeithoch erreicht. Darüber hinaus wurde die Allianz zum ersten Mal auf der [Top 25 World's Best Workplaces™](#) gelistet und belegt Platz 17 in dem angesehenen jährlichen Arbeitgeber-Ranking von Great Place To Work®. Das Vertrauen und die Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist ein

Wettbewerbsvorteil, um Talente zu gewinnen und zu binden, und fördern zudem ein höheres Niveau des Kundenservice.

Die Zuversicht der Allianz, ihre ehrgeizigen Ziele zu erreichen, beruht auf den Stärken in den beiden Bereichen Schutz und Vorsorge sowie der erfolgreichen Transformation zu einem kundenorientierten Unternehmen.

Allianz gut positioniert für Schutz- und Vorsorgemöglichkeiten

Das Wertversprechen der Allianz, ein zuverlässiger Partner für den Schutz und das Wachstum der wertvollsten Vermögenswerte ihrer Kundinnen und Kunden zu sein, ist heute besonders relevant. Entwicklungen wie steigende Gesundheitskosten, unzureichend geschützte Immobilien oder der zunehmende Druck auf die staatlichen Renten werden die Nachfrage nach integrierten Schutz- und Vorsorgelösungen erhöhen.

Durch die erfolgreiche strategische Portfolio-Optimierung in den Bereichen Schaden- und Unfallversicherung für Privat- und Unternehmenskunden, Kranken- und Unfallschutz sowie Leben und Asset Management ist die Allianz darauf vorbereitet, von diesen Entwicklungen zu profitieren.

Darüber hinaus kann die Allianz durch skalierbare Rückversicherungskapazitäten, die die Bereiche Leben und Asset Management unterstützen, die steigende Nachfrage nach Renten- und Vorsorgelösungen auf kapitaleffiziente Weise bedienen.

Erfolgreiche Kundenorientierung treibt „Pull-Dynamik“ für Allianz Produkte an

Da immer mehr Kunden dazu tendieren, nur noch die vertrauenswürdigsten Partner zu wählen, hat die Allianz ihre gesamte Organisation auf die Stärkung der Kundenbeziehungen ausgerichtet. Ein Beleg für diese Kundenorientierung ist der Rekordmarkenwert der Allianz von 23,5 Milliarden US-Dollar im jüngsten Interbrand-Ranking. Dieses kürte die Allianz zum sechsten Mal in Folge zur Nummer 1 unter den Versicherungsmarken und zählt das Unternehmen zum ersten Mal zu den Top 30 der wertvollsten Marken weltweit.

Die Markenstärke der Allianz in Verbindung mit der hohen Kundenzufriedenheit und dem hervorragenden Serviceangebot erzeugt eine starke Nachfrage, die die Wachstumsambitionen und die Produktivitätsvorhaben des Unternehmens unterstützen werden.

Finanzziele werden durch solide Geschäftsannahmen untermauert

Die ehrgeizigen Finanzziele der Allianz Gruppe für den Zyklus 2024-2027 beruhen auf soliden Annahmen zur Performance der einzelnen Geschäftsbereiche. Dazu gehören:

- **Schaden- und Unfallversicherung:** Umsatzwachstum von 6-7 Prozent p.a. und ein operatives Ergebnis von ~9,5 Milliarden Euro in 2027 bei einer Schaden-Kosten-Quote von 92-93 Prozent;
- **Lebens- und Krankenversicherung:** Operatives Ergebnis von ~6 Milliarden Euro in 2027; Neugeschäftsmarge von mindestens 5 Prozent und ein Anteil der bevorzugten Produktkategorien am Neugeschäftswert von mehr als 90 Prozent;

- **Asset Management:** Operatives Ergebnis von ~4 Milliarden Euro und ein Aufwand-Ertrag-Verhältnis von ~60 Prozent in 2027; durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (CAGR) der verwalteten Drittmittel von ~8 Prozent zwischen 2024 und 2027

Der Capital Markets Day wird von 9:30 Uhr bis 13:00 Uhr MEZ live auf YouTube übertragen. Sie können die Veranstaltung hier verfolgen: [Capital Markets Day 2024](#).

Fußnoten

¹ Bereinigtes Ergebnis je Aktie; 2024-2027

² Bereinigte Eigenkapitalrendite; 2025-2027

³ Jährlich; nach Steuern, vor Dividende

⁴ Gesamtausschüttungsquote von 75 Prozent, bestehend aus der regelmäßigen Dividendenausschüttung von 60 Prozent des auf die Anteilseigner entfallenden Allianz-Konzerngewinns, bereinigt um außerordentliche und volatile Elemente (unverändert). Ein weiteres Ziel ist es, eine Dividende je Aktie mindestens in Höhe des Vorjahres zu zahlen (unverändert). Darüber hinaus wird die Allianz ihren Aktionärinnen und Aktionären in den Geschäftsjahren 2025-27 (neu) zusätzlich durchschnittlich mindestens 15 Prozent des oben definierten Allianz-Konzernjahresüberschusses (auf Anteilseigner entfallend) (z. B. durch Aktienrückkäufe) zurückgeben. Diese Kapitalmanagementpolitik spiegelt die aktuelle Absicht des Vorstands und des Aufsichtsrats wider und kann in Zukunft überarbeitet werden. Diese Kapitalmanagementpolitik gilt vorbehaltlich des Ausbleibens eines bedeutenden Gewinn- oder Kapitalereignisses. Die Ermessensfreiheit des Vorstands umfasst die Berücksichtigung des Gewinns, der Finanzlage, der anwendbaren Kapital- und der Solvabilitätsanforderungen der Allianz Gruppe, wie z. B. einer Solvency-II-Kapitalquote von über 150 Prozent, der aktuellen Geschäfts- und Finanzmarktbedingungen und des allgemeinen wirtschaftlichen Umfelds. Unter bestimmten Umständen kann die zusätzliche Kapitalrückgabe auch die Mindestquote von durchschnittlich 15 Prozent übersteigen. Darüber hinaus setzt die Dividendenzahlung in jedem Jahr entsprechende Dividendenvorschläge des Vorstands und des Aufsichtsrats voraus, wobei jedes dieser Gremien von dieser Ausschüttungspolitik unter den dann vorherrschenden Umständen abweichen kann. Über die Dividende entscheidet die Hauptversammlung.

⁵ Net Promoter Score

⁶ Bereinigtes Ergebnis je Aktie / bereinigte Eigenkapitalrendite

⁷ Der IMIX misst die Fortschritte der Allianz beim Aufbau einer Kultur, in der sowohl die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als auch die Leistung zählen.

Weiterführende Informationen:

[Medienmitteilung](#)

[Allianz | Capital Markets Day](#)

[Allianz | Allianz ist die Nummer 1 unter den Versicherungsmarken](#)

[Allianz | Allianz als einer der 25 besten Arbeitgeber weltweit gelistet](#)

Ansprechpartner für Rückfragen:

Lauren Day	Tel. +49 89 3800 3345	E-Mail: lauren.day@allianz.com
Florian Amberg	Tel. +49 89 3800 15924	E-Mail: florian.amberg@allianz.com
Frank Stoffel	Tel. +49 89 3800 18124	E-Mail: frank.stoffel@allianz.com
Heidi Polke	Tel. +49 89 3800 90777	E-Mail: heidi.polke@allianz.com

Über die Allianz

Die Allianz Gruppe zählt zu den weltweit führenden Versicherern und Asset Managern und betreut rund 125 Millionen* Privat- und Unternehmenskunden in knapp 70 Ländern. Versicherungskunden der Allianz

nutzen ein breites Angebot von der Sach-, Lebens- und Krankenversicherung über Assistance-Dienstleistungen und Kreditversicherung bis hin zur Industrierversicherung. Die Allianz ist einer der weltweit größten Investoren und betreut im Auftrag ihrer Versicherungskunden ein Investmentportfolio von etwa 764 Milliarden Euro**. Zudem verwalten unsere Asset Manager PIMCO und Allianz Global Investors etwa 1,8 Billionen Euro** für Dritte. Mit unserer systematischen Integration von ökologischen und sozialen Kriterien in unsere Geschäftsprozesse und Investitionsentscheidungen sind wir unter den führenden Versicherern im Dow Jones Sustainability Index. 2023 erwirtschafteten über 157.000 Mitarbeiter für den Konzern einen Umsatz von 161,7 Milliarden Euro und erzielten ein operatives Ergebnis von 14,7 Milliarden Euro.

* Einschließlich nicht konsolidierter Einheiten mit Allianz Kunden.

** Stand: 30. September 2024

Angaben zum Unternehmen: [Pflichtangaben \(allianz.com\)](https://www.allianz.com)

Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten.

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Dieses Dokument enthält zukunftsgerichtete Aussagen wie Prognosen oder Erwartungen, die auf den gegenwärtigen Ansichten und Annahmen des Managements beruhen und bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten unterliegen. Die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungsdaten oder Ereignisse können erheblich von den in diesen zukunftsgerichteten Aussagen ausgedrückten oder implizierten Ergebnissen abweichen.

Abweichungen können sich aus Änderungen der Faktoren ergeben, einschließlich der folgenden, aber nicht beschränkt auf: (i) die allgemeine wirtschaftliche Lage und Wettbewerbssituation in den Kerngeschäftsfeldern und -märkten der Allianz, (ii) die Entwicklung der Finanzmärkte (insbesondere Marktvolatilität, Liquidität und Kreditereignisse), (iii) negative Publizität, aufsichtsrechtliche Maßnahmen oder Rechtsstreitigkeiten in Bezug auf die Allianz Gruppe, andere Finanzdienstleister und die Finanzdienstleistungsbranche im Allgemeinen, (iv) Häufigkeit und Schwere der versicherten Schadenereignisse, einschließlich solcher, die sich aus Naturkatastrophen ergeben, und die Entwicklung der Schadenaufwendungen, (v) Sterblichkeits- und Krankheitsraten bzw. -tendenzen, (vi) Stornoraten, (vii) die Ausfallrate von Kreditnehmern, (viii) Änderungen des Zinsniveaus, (ix) Wechselkurse, insbesondere des Euro/US-Dollar-Wechselkurses, (x) Gesetzes- und sonstige Rechtsänderungen einschließlich steuerlicher Regelungen, (xi) die Auswirkungen von Akquisitionen einschließlich damit zusammenhängender Integrations- und Restrukturierungsmaßnahmen sowie (xii) die allgemeinen Wettbewerbsfaktoren, die in jedem Einzelfall auf lokaler, regionaler, nationaler und/oder globaler Ebene gelten. Viele dieser Veränderungen können durch Terroranschläge und deren Folgen verstärkt werden.

Keine Pflicht zur Aktualisierung

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

Privatsphäre und Datenschutz

Die Allianz SE ist dem Schutz Ihrer persönlichen Daten verpflichtet. Weitere Informationen finden Sie in unserer [Datenschutzerklärung](#).