

**HR
Fact Book
2016**





Vorwort

Die Allianz ist das Zuhause für alle, die sich trauen.

Nur durch unsere Mitarbeiter konnte die Allianz zu einem der stärksten Finanzdienstleister weltweit werden. Auch in einem immer schnelllebigeren und zunehmend volatilen Umfeld wollen wir weiterhin erfolgreich sein. Mit unserer Renewal Agenda bereiten wir uns genau hierauf vor. Zu ihrer Umsetzung brauchen wir hochengagierte Mitarbeiter, welche Veränderungen und Innovationen vorantreiben. Genau dies spiegelt sich auch in unserer Employer Value Proposition wider: Allianz ist das Zuhause für alle, die sich trauen.

Wir möchten die Erfolgsgeschichte der Allianz mit den talentiertesten und innovativsten Köpfen fortschreiben. In HR möchten wir Mitarbeitern und Bewerbern vom ersten Moment an eine außergewöhnliche Erfahrung bieten. Aus diesem Grund sind wir dabei, die Human Resources Funktion zu transformieren – mit dem Ziel, die Interaktion so einfach und reibungslos wie möglich zu gestalten.

Auch während dieser Phase der Veränderung liefern wir weiterhin herausragende Ergebnisse: So wurde die Allianz im vergangenen Jahr in vielen Ländern als einer der besten Arbeitgeber ausgezeichnet. Auf diesem Erfolg bauen wir auf: Wir fördern ein Arbeitsumfeld, in dem sowohl Mensch als auch Leistung zählen. Wir setzen uns für Diversity und eine Gleichstellung der Geschlechter in unserem Unternehmen ein. Ebenfalls sind uns Gesundheit und Arbeitsschutz ein wichtiges Anliegen und wir investieren kontinuierlich in die Talente und Fähigkeiten unserer Mitarbeiter. Mit der Plattform AllianzU verfolgen wir nun einen völlig neuen Ansatz in Sachen Weiterbildung und Entwicklung: Sie dient allen Mitarbeitern als der zentrale Anlaufpunkt für Weiterbildung.

Unsere Mitarbeiter sind unser wertvollstes Gut. Egal ob Sie langjähriger Mitarbeiter oder Neueinsteiger sind, oder ob Sie sich einfach für die Arbeit bei der Allianz interessieren, mit dem HR Fact Book erhalten Sie spannende Einblicke in die vielseitige Allianz Welt sowie einen umfassenden und schnellen Überblick darüber, was unsere Mitarbeiter auszeichnet und wie unsere Maßnahmen und Ziele aussehen.

Viel Spaß auf Ihrer Entdeckungsreise durch die Allianz Welt mit ihren Mitarbeitern – Menschen, die sich trauen!

Dr. Christian Finckh

Chief Human Resources Officer, Allianz

Inhalt

ÜBERBLICK

05 Überblick

- 06 Finanzergebnisse
- 08 Mitarbeiter – Kern- und Nichtkerngeschäft
- 09 Kennzahlen auf einen Blick
- 10 Anzahl Mitarbeiter pro Land

MITARBEITER- STRUKTUR & VIELFALT

11 Mitarbeiterstruktur & Vielfalt

- 12 Fakten
- 13 Im Fokus
- 13 Ausblick für 2017
- 14 Kennzahlen

WORK WELL @ ALLIANZ

27 Work Well @ Allianz

- 28 Fakten
- 29 Im Fokus
- 29 Ausblick für 2017
- 30 Kennzahlen

WEITERBILDUNG & ENTWICKLUNG

36 Weiterbildung & Entwicklung

- 37 Fakten
- 38 Im Fokus
- 38 Ausblick für 2017
- 39 Kennzahlen



Allianz Managed
Operations &
Services, München



Allianz SE, München

REWARD & PERFORMANCE

44 Reward & Performance

- 45 Fakten
- 46 Im Fokus
- 46 Ausblick für 2017
- 47 Kennzahlen

ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

51 Attraktiver Arbeitgeber

- 52 Fakten
- 53 Im Fokus
- 53 Ausblick für 2017
- 54 Kennzahlen

MITARBEITER-ENGAGEMENT

70 Mitarbeiterengagement

- 71 Fakten
- 72 Im Fokus
- 72 Ausblick für 2017
- 73 Kennzahlen

ANHANG

- 74 Glossar
- 76 Disclaimer

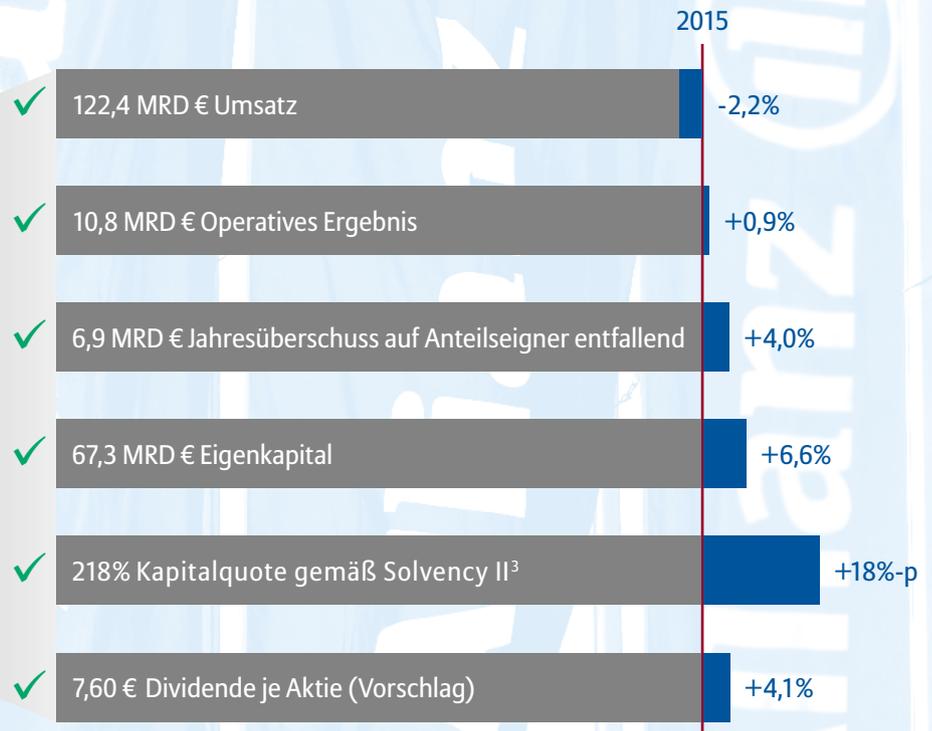
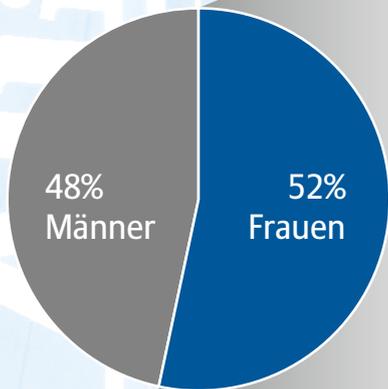


Überblick

Starkes Geschäftsergebnis in 2016¹

Stand 31. Dezember 2016

Gesamtzahl der Mitarbeiter²
140.253



1) Diese Zahlen beziehen sich auf die Gesamtzahl der Mitarbeiter der Allianz Gruppe (Kerngeschäft und Nichtkerngeschäft).

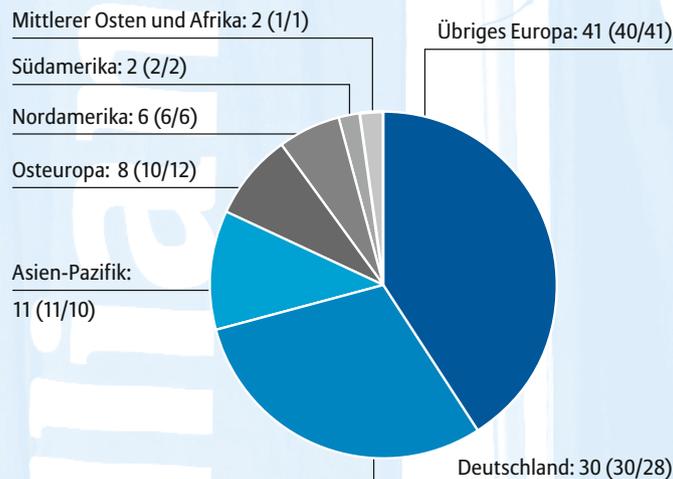
2) Gesamtzahl der Mitarbeiter mit Arbeitsvertrag aller verbundenen Unternehmen (Kerngeschäft und Nichtkerngeschäft).

3) Konzerndiversifizierte Risikokapitalzahlen auf Basis eines Konfidenzniveaus von 99,5%. Allianz Life US ist seit dem 30. September 2015 in der Solvenzkapitalanforderung auf Basis von Äquivalenzzahlen von Drittländern mit 150% des lokalen aufsichtsrechtlichen Reportingstandards für Lebensversicherer (»Company Action Level Risk Based Capital«) berücksichtigt. Eine aufsichtsrechtliche Änderung der Besteuerung von deutschen Lebensversicherungsgesellschaften reduzierte die Solvency-II-Kapitalquote zum 1. Januar 2016 von 200% auf 196%.

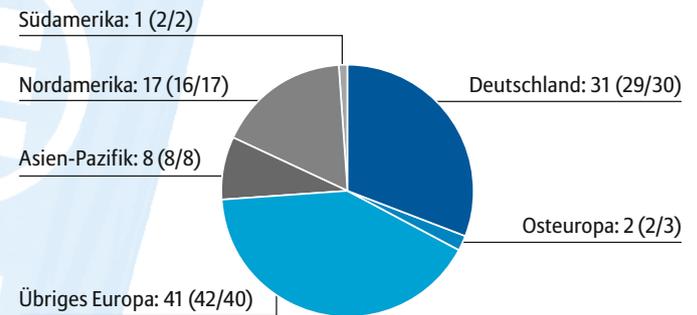
Allianz beschäftigte Ende 2016 insgesamt 140.253 Mitarbeiter

Stand 31. Dezember 2016 (31. Dezember 2015 / 31. Dezember 2014)

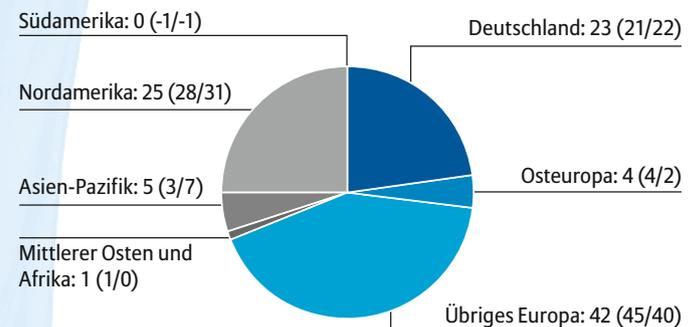
Mitarbeiter (%) von 140.253¹



Gesamtumsatz (%) von EUR 122.416 MIO €²



Operatives Ergebnis (%) von 10.833 MIO €



1) Diese Zahlen beziehen sich auf die Gesamtzahl der Mitarbeiter der Allianz Gruppe (Kerngeschäft und Nichtkerngeschäft). Prozentsatz der Mitarbeiter ist auf Grundlage der Hauptsitze jeder Gesellschaft ermittelt.

2) Konsolidierte Angaben aus Konzernabschluss. Region Mittlerer Osten und Afrika trägt 2014, 2015 und 2016 je 0,4% zum Geschäftsumsatz bei.

140.120 Mitarbeiter sind in unserem Kerngeschäft tätig

Stand 31. Dezember 2016 (31. Dezember 2015)

Gesamtzahl
der Mitarbeiter

140.253 (142.459)

= Gesamtzahl aller Mitarbeiter mit einem Arbeitsvertrag aller verbundenen Unternehmen (Kerngeschäft und Nichtkerngeschäft).

Anzahl der Mitarbeiter im
Kerngeschäft der Allianz

140.120 (142.237)

= Anzahl der Mitarbeiter im Kerngeschäft der Allianz.

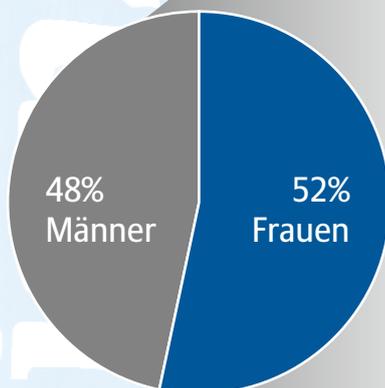
Ausgeschlossen sind voll-konsolidierte Unternehmen, die als reine Finanzinvestitionen, gemeinnützige Organisationen z.B. Stiftungen, sowie Unternehmen gelten, die als zur Veräußerung gehalten klassifiziert sind.

Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die Zahlen in diesem Bericht auf die Zahl der Mitarbeiter im Kerngeschäft der Allianz.

Mitarbeiterkennzahlen der Allianz Gruppe auf einen Blick

Stand 31. Dezember 2016

Anzahl der
Mitarbeiter im
Kerngeschäft
140.120



Allianz Mitarbeiter	2014	2015	2016
Gesamtzahl der Mitarbeiter (Kern- und Nichtkerngeschäft)	147.425	142.459	140.253
Anteil der Mitarbeiter auf der Gehaltsliste	96%	97%	97%
Führungskräfte ¹	13%	14%	13%
Teilzeitmitarbeiter	12%	12%	13%
Mitarbeiter mit unbefristeten Verträgen	93%	93%	92%
Entsendungen (in andere Länder)	373	386	527
Trainees	2%	3%	3%
Durchschnittsalter	40,5	40,5	40,6
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in Jahren	11,0	11,1	11,0
Fluktuationsrate	16%	15%	14%
Anzahl der Krankheitstage pro Mitarbeiter	7,4	8,0	8,4
Anteil der Mitarbeiter, die an mindestens einer Fort- und Weiterbildung teilgenommen haben	65%	70%	71%
Umsatz pro Mitarbeiter ² (in TSD €)	907,3	958,1	955,3
Gesamtpersonalkosten (in MIO €)	11.515	12.367	11.735
Personalkosten pro Mitarbeiter ³ (in TSD €)	78,1	86,6	84,1

1) Mitarbeiter, der funktionell für anderes Personal verantwortlich ist, unabhängig von der Ebene, z.B. Bereichs-, Abteilungs-, und Teamleiter.

2) Basierend auf durchschnittlicher FTE.

3) Basierend auf durchschnittlicher Gesamtzahl der Mitarbeiter.

Die 10 größten Länder nach Anzahl der Mitarbeiter

	Land	2014	2015	2016
	Deutschland	40.692	40.600	40.167
	Frankreich	17.259	15.822	15.437
	USA	9.124	8.133	8.008
	Vereinigtes Königreich	7.965	7.182	6.905
	Italien	6.840	6.710	6.642
	Australien	4.907	5.451	5.515
	Indien	2.551	3.405	4.270
	Spanien	3.606	3.525	3.593
	Österreich	3.424	3.443	3.461
	Brasilien	3.476	3.421	3.414



Mitarbeiter-
struktur &
Vielfalt

Fakten

- Die Allianz ist sich der Bedeutung von Vielfalt und Inklusion bewusst. Die Förderung von Diversity und Inklusion ist nicht nur für unseren nachhaltigen Geschäftserfolg unerlässlich, sie zeigt auch die soziale Verantwortung unseres Unternehmens.
- Die Allianz setzt sich für die Gleichstellung der Geschlechter ein. In 2016 wurden in der Allianz 22% der Vorstandspositionen, 28% der leitenden Positionen und 52% der gesamten Belegschaft von Frauen besetzt.
- Zahlreiche neue Initiativen zur Förderung von Inklusion wurden auf globaler und lokaler Ebene umgesetzt – wie etwa das Junior Executive Talent (JET)-Programm, eine Karriereentwicklungs-Plattform für Frauen in nicht-leitenden Positionen, oder das Programm Challenge Accepted zur Stärkung der virtuellen Zusammenarbeit auf internationaler Ebene sowie eine Millennials-Beratergruppe.
- Für die Inklusion von Menschen mit Behinderung hat die Allianz Gruppe mehrere Initiativen ins Leben gerufen. Beispielsweise wurde bei Allianz Managed Operations & Services (AMOS) in Indien die Initiative Talking Hands gestartet, welche die Kommunikationslücke zwischen gehörlosen und hörenden Mitarbeitern überbrückt und somit eine effektivere teamübergreifende Zusammenarbeit innerhalb der AMOS ermöglicht.
- Im Thomson Reuters Diversity & Inclusion Index findet sich die Allianz unter den Top 17 von mehr als 4.000 bewerteten Unternehmen. Zudem ist sie im Bloomberg Gender Equality Index gelistet.
- Vielfalt in der Unternehmensführung: Auf den Führungsebenen der Allianz Gruppe sind 63 Nationalitäten vertreten, die zu einer großen Meinungs- und Ideenvielfalt an der Spitze des Unternehmens beitragen.

IM FOKUS

Die Allianz ist entschlossen eine inklusive Belegschaft aufzubauen, ihren Mitarbeitern Handlungsspielräume einzuräumen und einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten. Wir sind der Ansicht, dass eine vielfältige und integrative Belegschaft innovative Geschäftslösungen ermöglicht und wesentlich zu einem nachhaltigen Wirtschaften beiträgt.

Bei der Allianz Worldwide Care* in Irland haben LGBT-Mitarbeiter (Lesben, Schwule, Bisexuelle und Transgender) eine Netzwerk-Initiative namens DIVA, Diversity at Allianz Worldwide Care, ins Leben gerufen. DIVA arbeitet mit internen und externen Netzwerken zusammen, um einen interaktiven Dialog und Lernmöglichkeiten mit Fokus auf LGBT-Themen zu erleichtern. Zusammen mit GLEN (Gay and Lesbian Equality Network) sind DIVA-Mitglieder über das Diversity Champions Employer Network von GLEN vernetzt, das die Inklusion in Irland über verschiedene Beschäftigungsbereiche hinweg vorantreibt. Die Allianz Worldwide Care hat darüber hinaus ihr erstes von GLEN durchgeführtes Audit auf Basis des Workplace Equality Index abgeschlossen. Dieser hat zum Ziel, Arbeitgebern einen Rahmen zu bieten, in dem sie

für LGBT-Kollegen eine noch integrativere Arbeitsumgebung schaffen können.

*Allianz Worldwide Care ist eine Tochter von Allianz Worldwide Partners.



Claire Cusack

Direktorin Human Resources
und LGBT-Netzwerk Sponsorin,
Allianz Worldwide Care



Ausblick für 2017

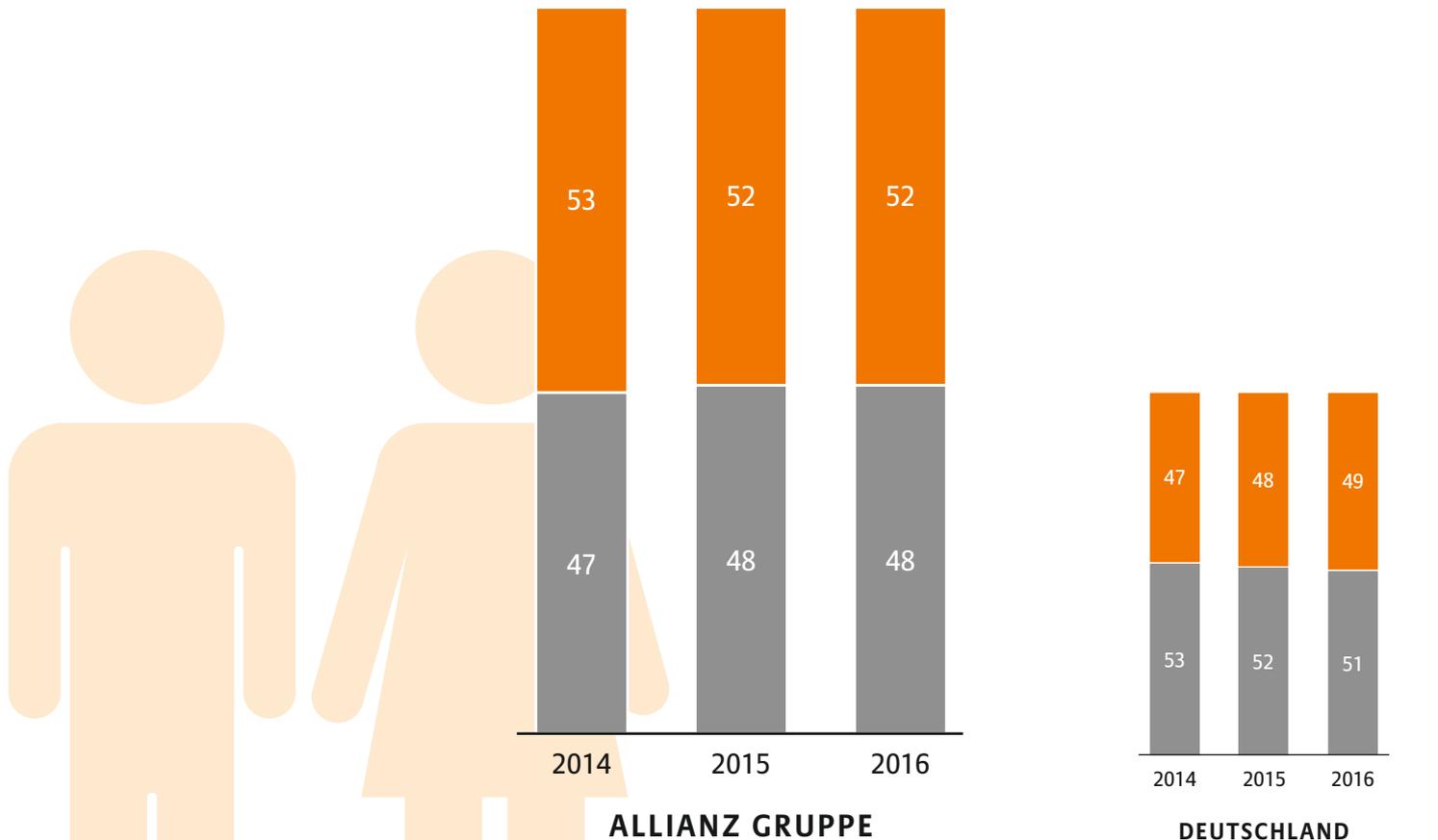
In 2017 werden wir die Vielfalt und Inklusion in unserer Belegschaft weiter fördern, indem wir unsere Gleichstellungsinitiativen verstärken und weitere Möglichkeiten dafür sondieren.

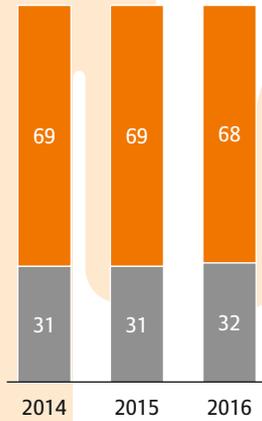
Mit Vielfalt und Inklusion möchte die Allianz ihrem Ziel einer integrativen Leistungskultur (Inclusive Meritocracy) näherkommen. Deshalb fördern wir interkulturelle Kompetenz und Zusammenarbeit sowie integrierendes Führungsverhalten und entwickeln flexible Arbeitsbedingungen in einem größeren Rahmen. Außerdem setzen wir verschiedenste Mitarbeitergruppen (inklusive LGBT, Millennials, Frauen) ein, um die unterschiedlichen Bedürfnisse unserer Kunden besser verstehen zu können.

52% aller Allianz Mitarbeiter sind Frauen

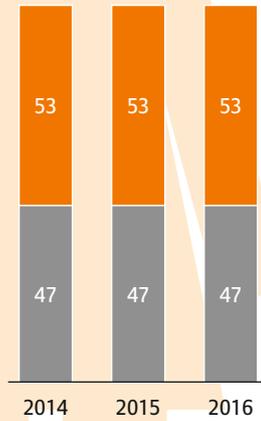
Weibliche und männliche Mitarbeiter nach Regionen (in %)

- Weibliche Mitarbeiter in % aller Mitarbeiter
- Männliche Mitarbeiter in % aller Mitarbeiter

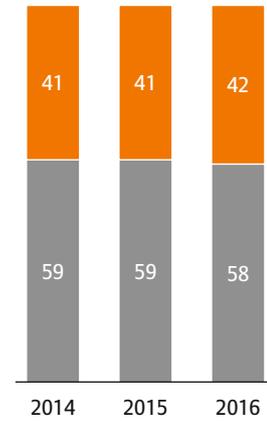




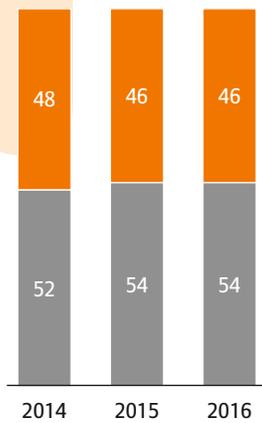
OSTEUROPA



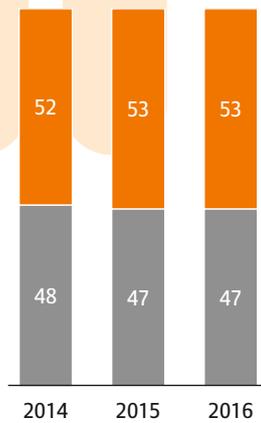
ÜBRIGES EUROPA



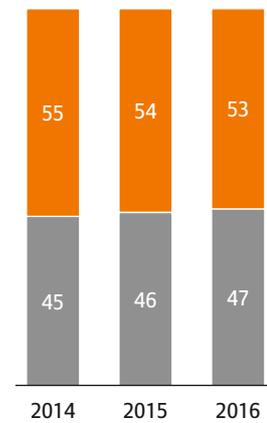
**MITTLERER OSTEN
UND AFRIKA**



NORDAMERIKA



SÜDAMERIKA

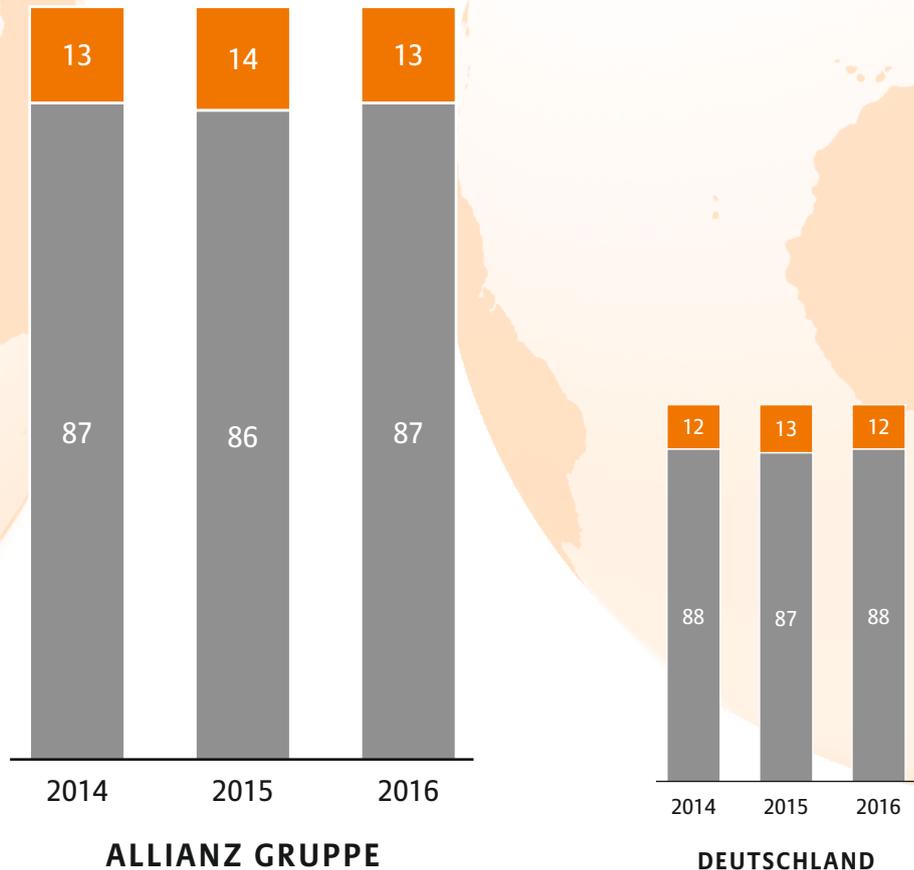


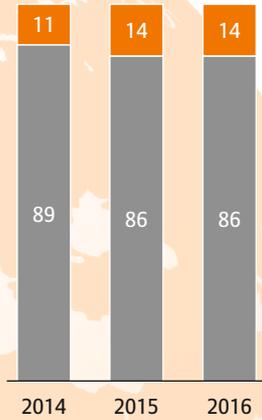
ASIEN-PAZIFIK

Eine Allianz Führungskraft ist durchschnittlich für 6 Mitarbeiter verantwortlich

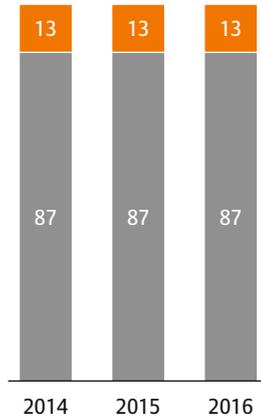
Führungskräfte und Mitarbeiter nach Regionen (in %)

- Anteil Führungskräfte auf der Gehaltsliste (in %)
- Anteil Mitarbeiter (ohne Führungskräfte) auf der Gehaltsliste (in %)

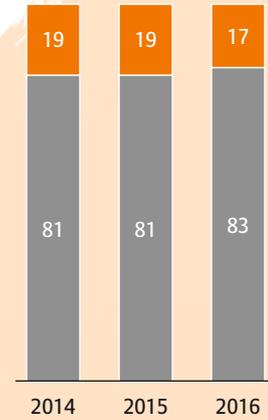




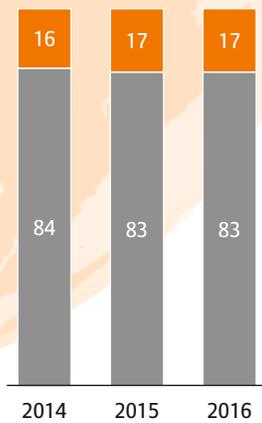
OSTEUROPA



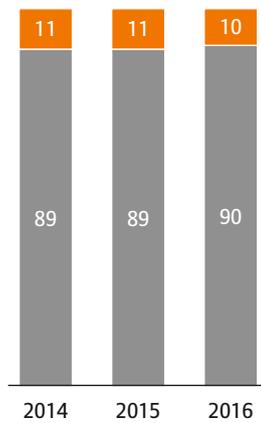
ÜBRIGES EUROPA



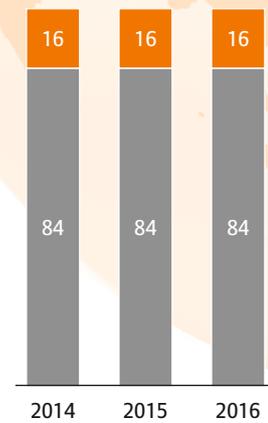
**MITTLERER OSTEN
UND AFRIKA**



NORDAMERIKA



SÜDAMERIKA

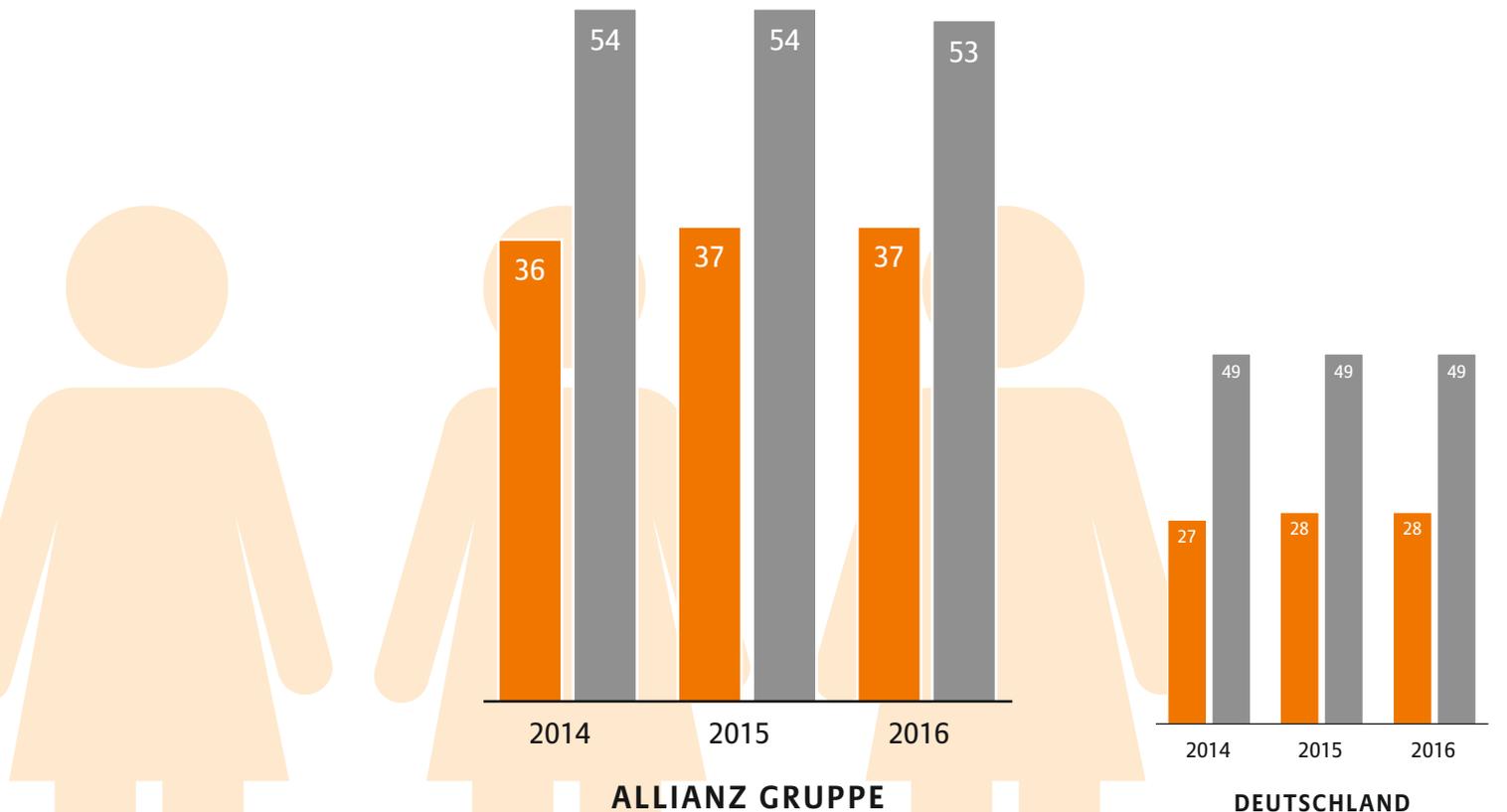


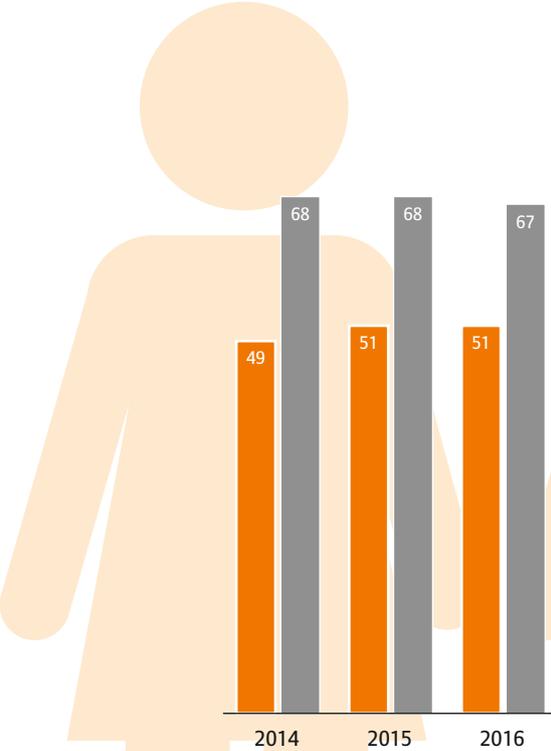
ASIEN-PAZIFIK

37% aller Allianz Führungskräfte sind Frauen

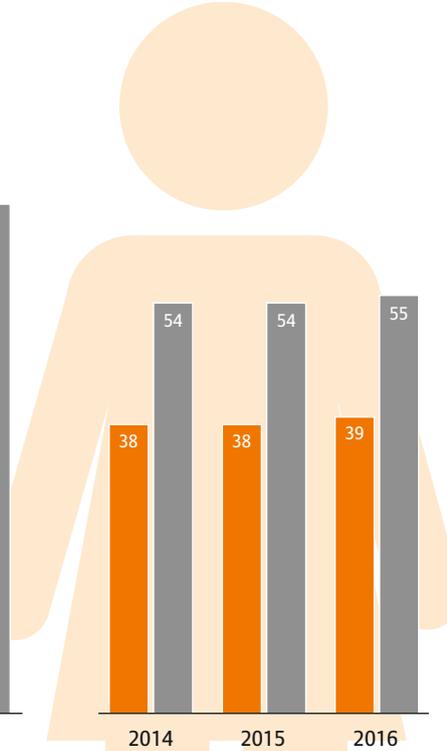
Weibliche Führungskräfte und Mitarbeiter nach Regionen (in %)

- Weibliche Führungskräfte in % aller Führungskräfte
- Weibliche Mitarbeiter (ohne Führungskräfte) in % aller Mitarbeiter (ohne Führungskräfte)

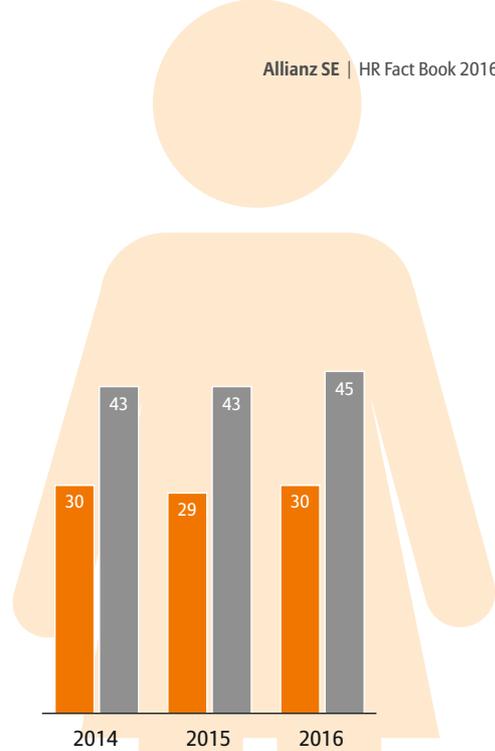




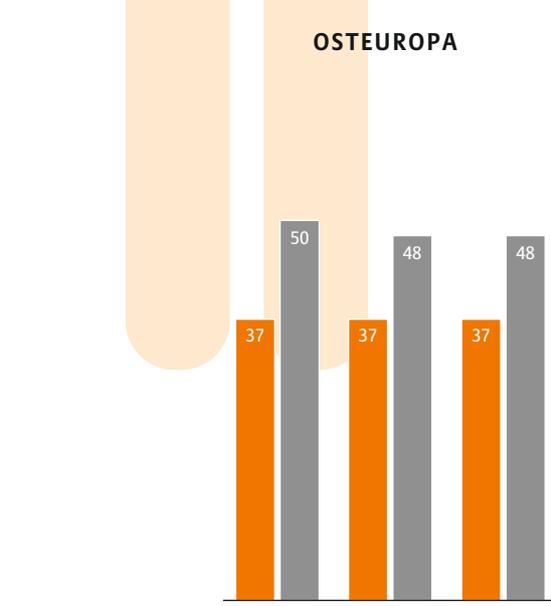
OSTEUROPA



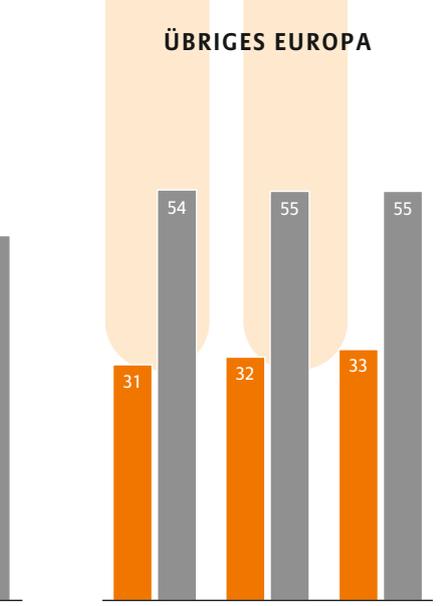
ÜBRIGES EUROPA



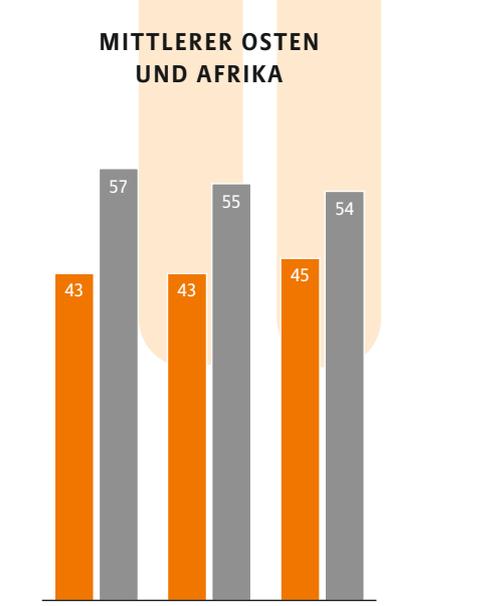
**MITTLERER OSTEN
UND AFRIKA**



NORDAMERIKA



SÜDAMERIKA

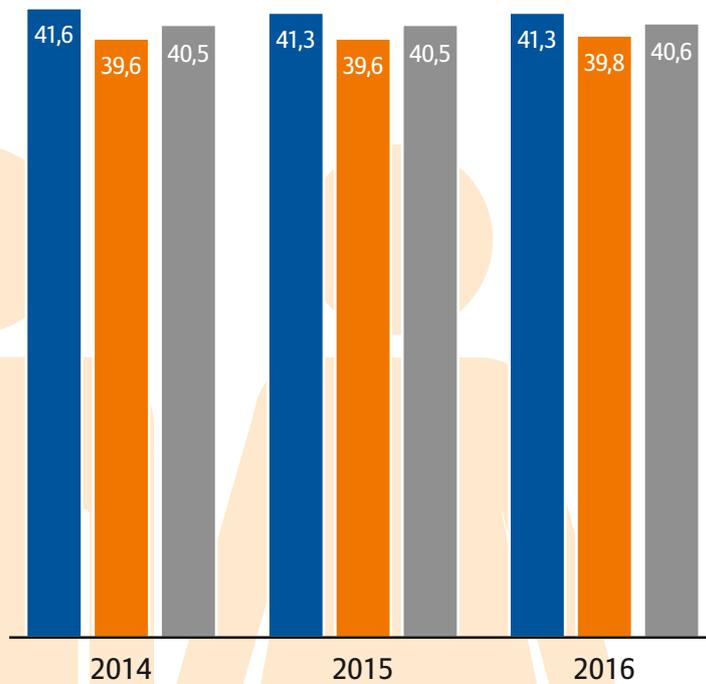


ASIEN-PAZIFIK

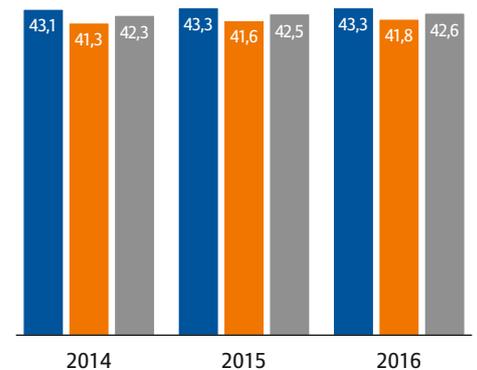
Unsere Mitarbeiter in den Schwellenländern sind im Durchschnitt jünger als in den entwickelten Märkten

Durchschnittsalter Stand 31. Dezember 2016

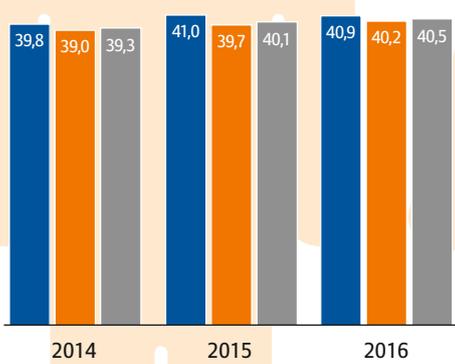
- Männer
- Frauen
- Alle Mitarbeiter auf der Gehaltsliste



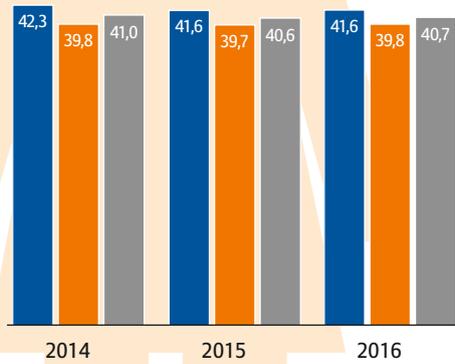
ALLIANZ GRUPPE



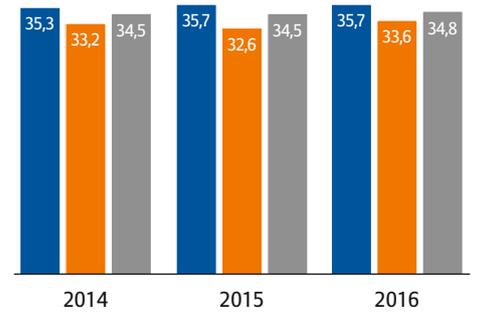
DEUTSCHLAND



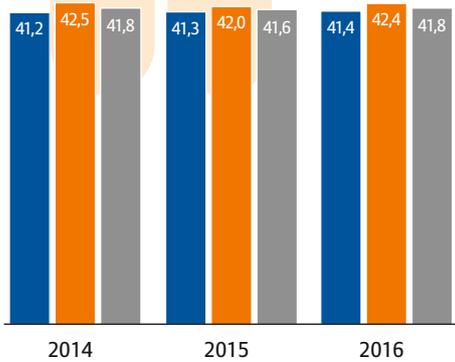
OSTEUROPA



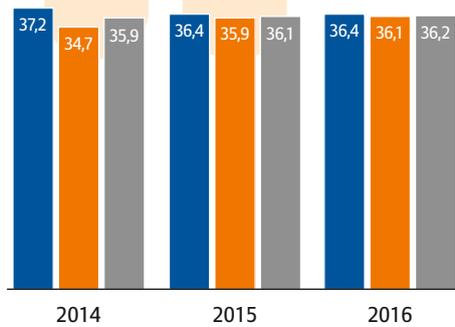
ÜBRIGES EUROPA



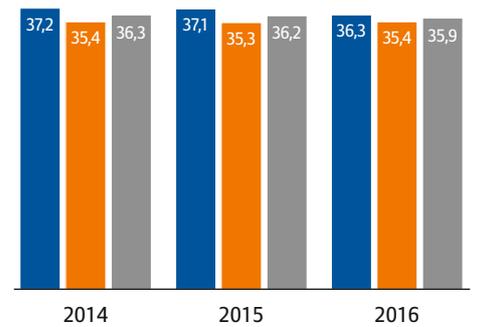
**MITTLERER OSTEN
UND AFRIKA**



NORDAMERIKA



SÜDAMERIKA



ASIEN-PAZIFIK

Mehr als die Hälfte der Allianz Mitarbeiter sind zwischen 25 und 44 Jahre alt

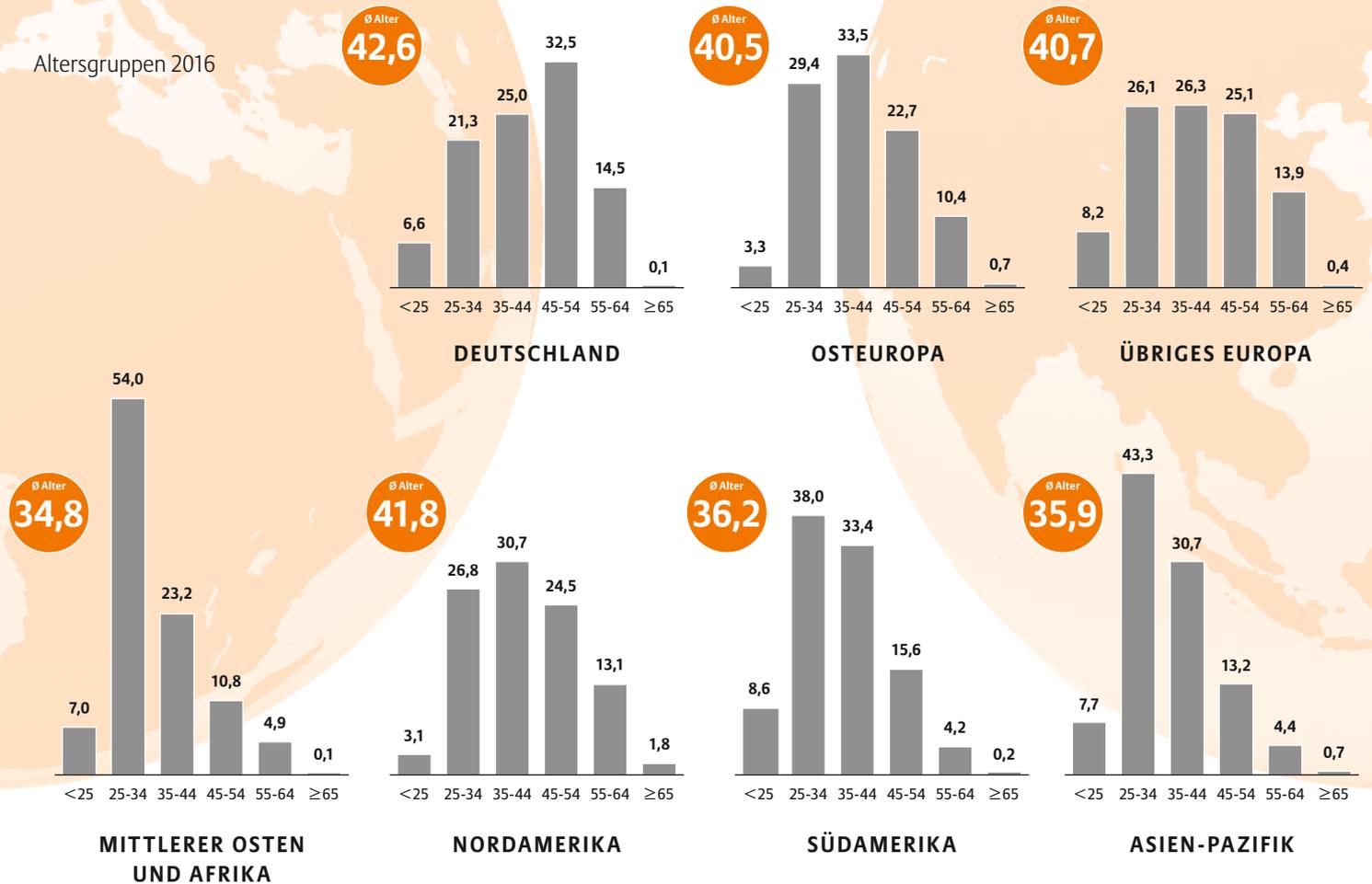
		2014		2015		2016	
< 25	Gesamt	9.594	7,0%	9.365	6,8%	9.469	7,0%
	Männer	3.625	2,6%	3.655	2,7%	3.912	2,9%
	Frauen	5.969	4,4%	5.710	4,1%	5.557	4,1%
25-34	Gesamt	37.735	27,5%	38.146	27,7%	37.566	27,8%
	Männer	16.926	12,3%	17.502	12,7%	17.568	13,0%
	Frauen	20.809	15,2%	20.644	15,0%	19.998	14,8%
35-44	Gesamt	38.850	28,4%	38.252	27,9%	37.023	27,3%
	Männer	18.702	13,7%	18.364	13,4%	17.992	13,3%
	Frauen	20.148	14,7%	19.888	14,5%	19.031	14,0%
45-54	Gesamt	34.862	25,4%	34.699	25,3%	34.212	25,2%
	Männer	17.910	13,0%	17.757	13,0%	17.409	12,8%
	Frauen	16.952	12,4%	16.942	12,3%	16.803	12,4%
55-64	Gesamt	15.423	11,3%	16.189	11,8%	16.644	12,3%
	Männer	8.428	6,2%	8.982	6,5%	9.127	6,7%
	Frauen	6.995	5,1%	7.207	5,3%	7.517	5,6%
≥ 65	Gesamt	518	0,4%	679	0,5%	603	0,4%
	Männer	319	0,2%	461	0,3%	331	0,2%
	Frauen	199	0,2%	218	0,2%	272	0,2%

Daten zur Altersstruktur basieren auf der Gesamtzahl der Mitarbeiter auf der Gehaltsliste.

Über 60% der Allianz Mitarbeiter im Mittleren Osten und Afrika sind jünger als 35

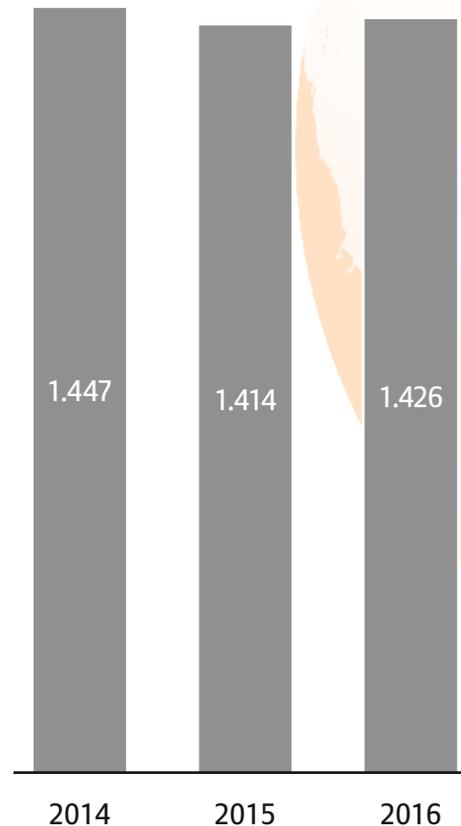
Stand 31. Dezember 2016

Altersgruppen 2016



In Deutschland beschäftigte die Allianz 1.426 Mitarbeiter mit einer Schwerbehinderung – das entspricht einem Anteil von 3,5%

Anzahl der Mitarbeiter mit einer Schwerbehinderung in den Allianzgesellschaften in Deutschland



66 Nationalitäten sind in der Allianz SE Hauptverwaltung in München vertreten

Die häufigsten Nationalitäten in der Allianz SE*

	Nationalität	2014	2015	2016
	Deutsch	992	961	916
	Amerikanisch	30	27	33
	Italienisch	35	33	33
	Französisch	26	24	31
	Britisch	28	27	26
	Chinesisch	17	19	26
	Österreichisch	19	23	22
	Bulgarisch	13	17	17
	Rumänisch	6	11	16
	Russisch	20	16	16
	Niederländisch	11	11	15
	Indisch	9	12	15
	Spanisch	10	12	13
	Kroatisch	7	12	12
	Serbisch	4	7	12

* Ausgenommen Allianz SE Singapur Branch.

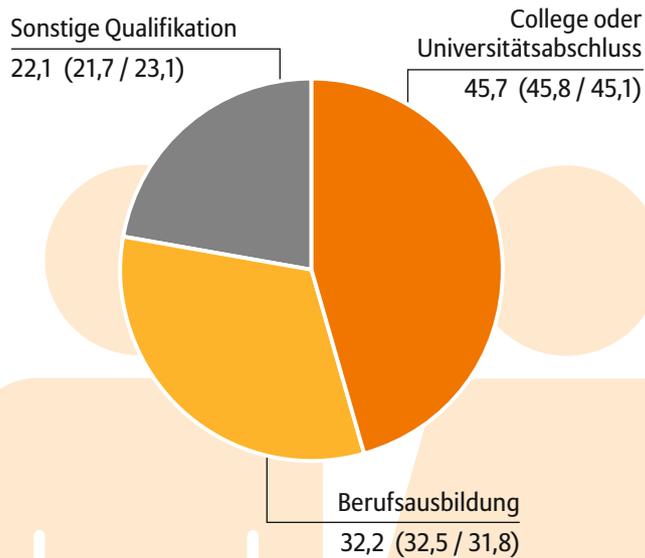


Allianz SE Hauptverwaltung in München, Deutschland

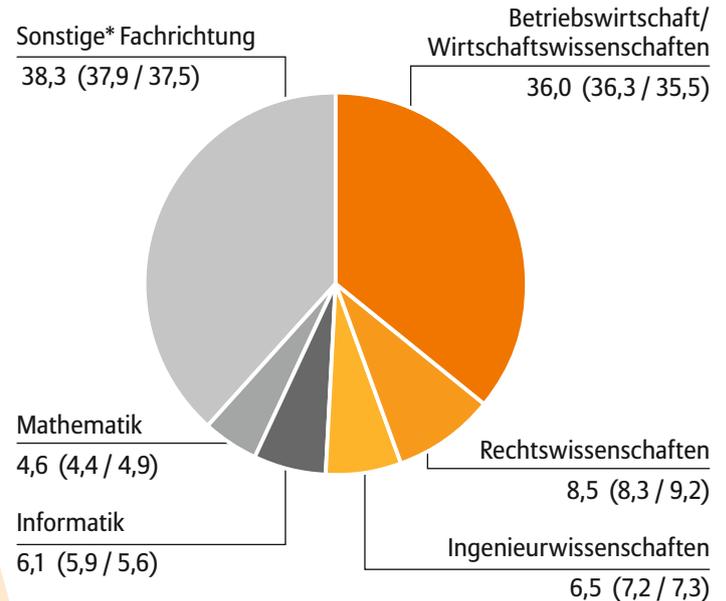
Die Allianz ist für Mitarbeiter mit verschiedensten Qualifikationen attraktiv

Stand 31. Dezember 2016 (31. Dezember 2015 / 31. Dezember 2014)

Qualifikation (in %)



Studienrichtung (in %)



* z.B. Medizin, Physik, Psychologie, Aeronautik.



Get Fit
Challenge 2015

Allianz 
AYUDHYA

 We Care
Together We Grow

Healthy
is your Choice

Allianz 
AYUDHYA

Work Well @
Allianz

Fakten

- Die Allianz hat erkannt, dass arbeitsbedingter Stress eines der größten Gesundheitsrisiken für Mitarbeiter darstellt. Die negativen Auswirkungen von Stress auf den Geschäftserfolg (beispielsweise höhere Kosten durch sogenannten »Präsentismus« oder durch geringere Arbeitsleistung) haben wissenschaftliche Untersuchungen wiederholt nachgewiesen.
- In 2014 wurde das Work Well-Programm ins Leben gerufen als Reaktion auf die Rückmeldungen der Mitarbeiter. Die Allianz folgt damit der Unterzeichnung einer europaweit gültigen Vereinbarung über Leitlinien zu arbeitsbedingtem Stress durch den Vorstand der Allianz und den SE-Betriebsrat im Jahr 2011.
- Der Work Well-Index (WWi®) wird jährlich im Rahmen des Allianz Engagement Survey (AES) ermittelt, um den Erfolg des Programms zu erfassen und die Grundursachen für Stress zu analysieren.
- 38 der 50 größten Allianz Gesellschaften haben begonnen, die zehn empfohlenen Maßnahmen (Minimum-Standards) im Rahmen von Work Well umzusetzen. Damit decken wir bereits 90% unserer Mitarbeiter ab.
- Eine dieser Maßnahmen ist die Bereitstellung flexibler Arbeitslösungen. Allianz Frankreich, Euler Hermes und Allianz Reinsurance, haben diese bereits erfolgreich pilotiert und in großem Umfang umgesetzt.
- Andere Allianz Einheiten haben den Schwerpunkt auf die Führungskräfte-Kommunikation gelegt, um die Herausforderung von arbeitsbedingtem Stress offen anzusprechen und die damit verbundenen negativen Assoziationen aufzulösen.
- Mehr als 50.000 Allianz Mitarbeiter haben bereits Zugang zum externen Employee Assistance Program (EAP), in dem sie rund um die Uhr Unterstützung bei psychosozialen Problemen erhalten können.

IM FOKUS

Das Ziel von Work Well ist eine gesündere Arbeitsplatzumgebung zu schaffen und Wege zu finden, um mit den negativen Auswirkungen von Stress bei der Arbeit umgehen zu können. Für die Allianz Global Investors hat dies höchste Priorität: Um die Besten zu sein, müssen unsere Mitarbeiter in Bestform sein!

Um dem Stigma der Mitarbeiterverfügbarkeit in Urlaubszeiten entgegenzuwirken und dem Wohlbefinden unserer Mitarbeiter verstärkte Bedeutung beizumessen, haben wir eine Reihe von Town Hall-Meetings durchgeführt. Dabei forderten unser CEO und andere Führungskräfte die Mitarbeiter auf, während des Urlaubs die Arbeit hinter sich zu lassen und die Zeit zu nutzen, die eigenen Batterien aufzuladen, keine geschäftlichen E-Mails zu lesen oder sich Gedanken über die Arbeit zu machen.

Um diese Botschaft zu untermauern, haben wir im Juli 2016 eine interne Kampagne mit Artikeln und Videos des oberen Managements gestartet. Zum einen soll der Bekanntheitsgrad des Work Well-Programms gesteigert werden. Zum anderen werden persönliche Übungen und Tipps vorgestellt, wie man die freie Zeit optimal nutzt.



Marine Palies

Leiterin Human Resources,
Allianz Global Investors Frankreich



Ausblick für 2017

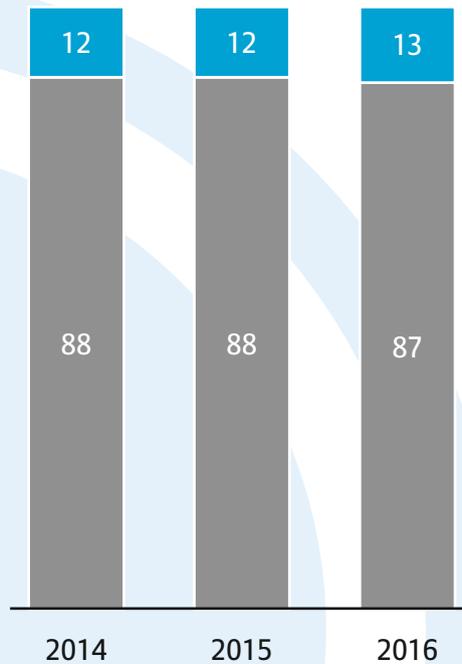
In den restlichen Allianz Gesellschaften wird das Work Well-Programm in 2017 eingeführt. Im Fokus steht, die Qualität der Umsetzung der Minimum-Standards zu verbessern. Darüber hinaus werden wir uns auf den Punkt »Einbindung von Mitarbeitern bei Entscheidungen, die ihre tägliche Arbeit betreffen« aus dem Allianz Engagement Survey (AES) konzentrieren und konkrete Verfahren zur Umsetzung herausarbeiten.

Work Well dient der Bewusstseinsbildung im gesamten Unternehmen. Durch die Schulung von Führungskräften wird sichergestellt, dass diese die vorhandenen und neu entwickelten Leitlinien und Instrumente zur Stressreduzierung unterstützen und anwenden können.

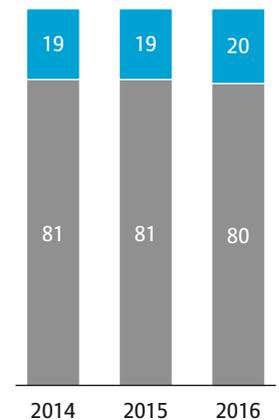
20% der Allianz Mitarbeiter in Deutschland arbeiten Teilzeit

Teilzeit- und Vollzeitbeschäftigte nach Regionen (in %)

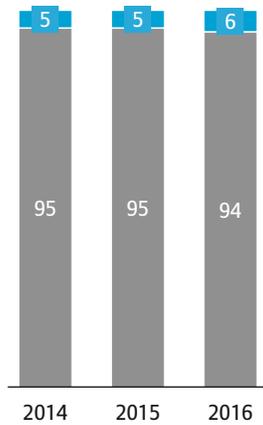
- Anteil Teilzeitmitarbeiter von Mitarbeitern auf der Gehaltsliste (in %)
- Anteil Vollzeitmitarbeiter von Mitarbeitern auf der Gehaltsliste (in %)



ALLIANZ GRUPPE



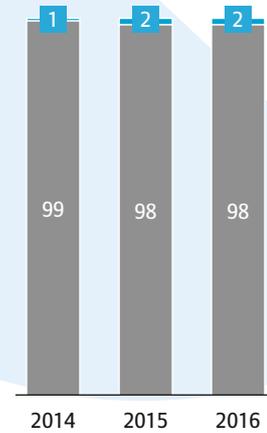
DEUTSCHLAND



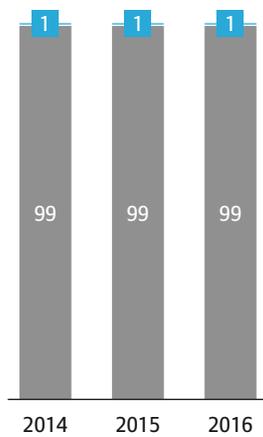
OSTEUROPA



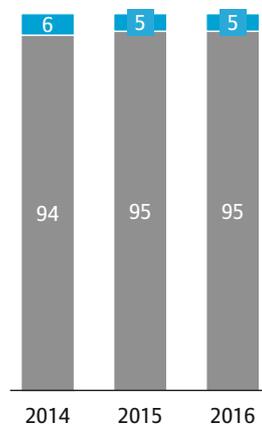
ÜBRIGES EUROPA



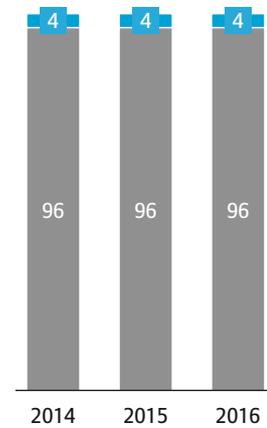
**MITTLERER OSTEN
UND AFRIKA***



NORDAMERIKA



SÜDAMERIKA



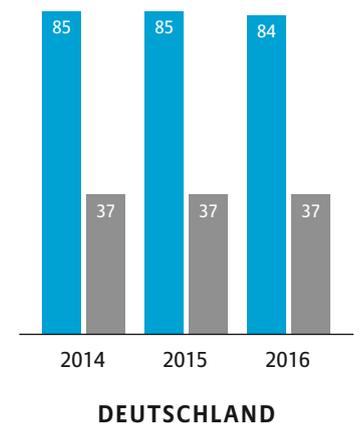
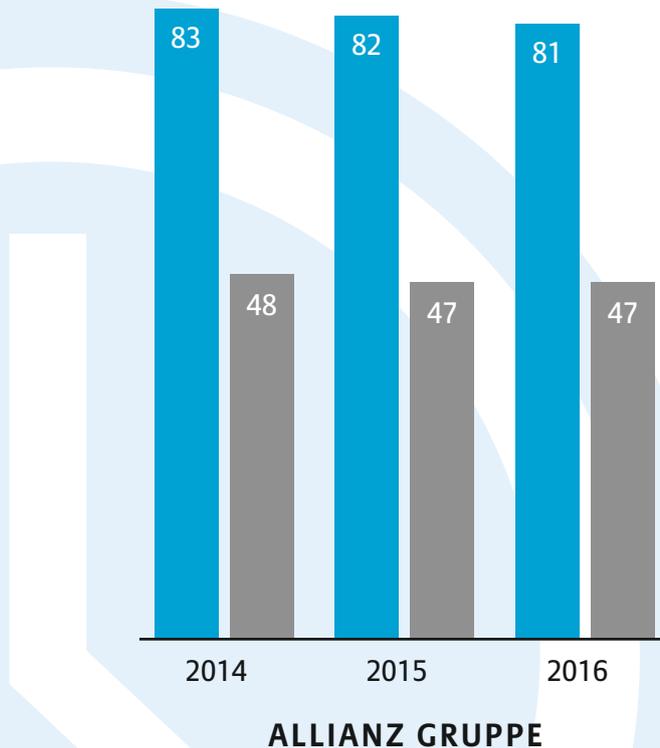
ASIEN-PAZIFIK

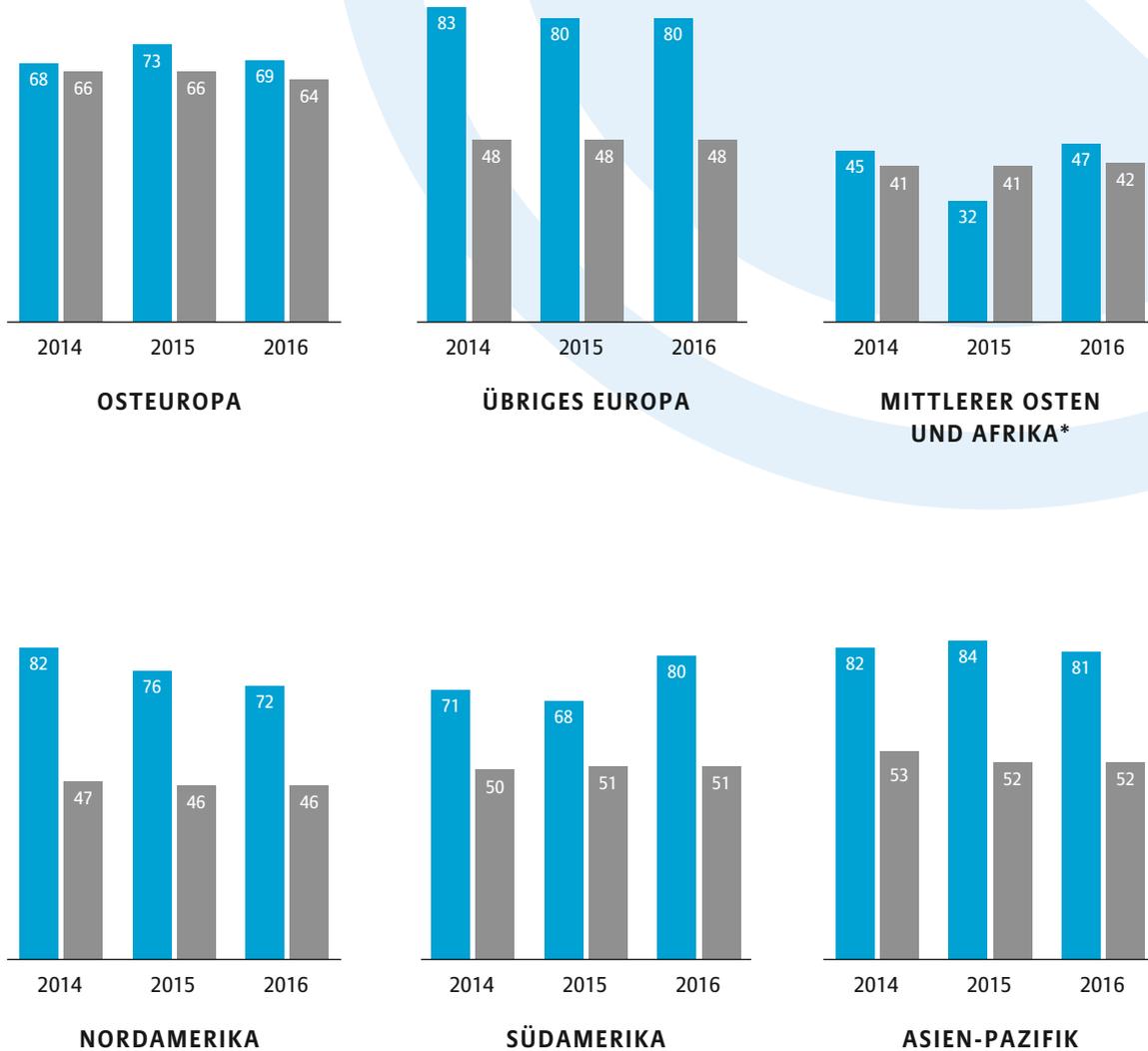
* In 2014 und 2015 hatten der Mittlerer Osten & Afrika eine geringe Basis für die Kalkulation (weniger als 40 Teilzeitmitarbeiter).

81% der Teilzeitbeschäftigten sind Frauen

Weibliche Teilzeit- und Vollzeitbeschäftigte nach Regionen (in %)

- Weibliche Teilzeitmitarbeiter in % aller Teilzeitmitarbeiter
- Weibliche Vollzeitmitarbeiter in % aller Vollzeitmitarbeiter

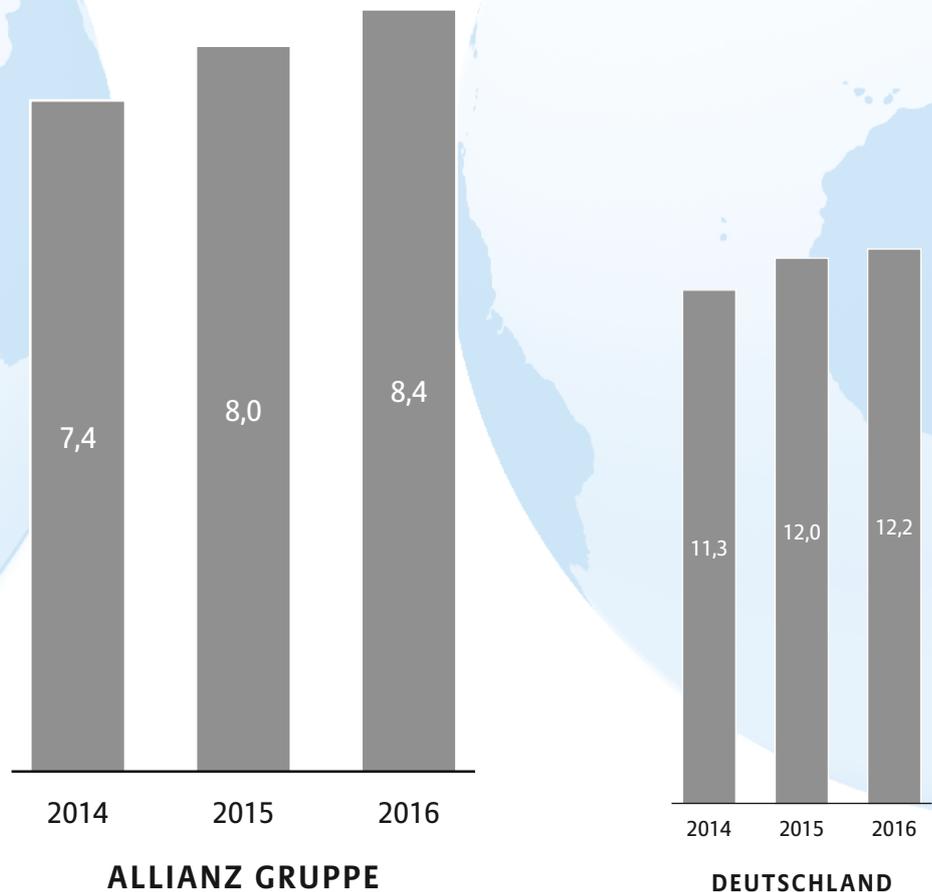




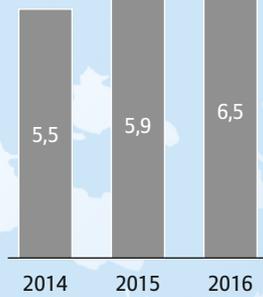
* In 2014 und 2015 hatten der Mittlere Osten & Afrika eine geringe Basis für die Kalkulation (weniger als 40 Teilzeitmitarbeiter).

Im Durchschnitt waren die Allianz Mitarbeiter 8,4 Tage krankheitsbedingt abwesend

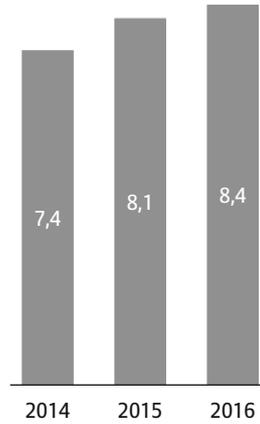
Krankheitstage nach Regionen¹



1) Seit 2015 sind unbezahlte Krankheitstage eingeschlossen.



OSTEUROPA



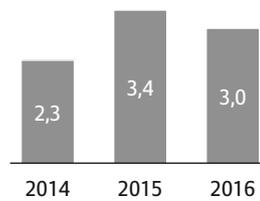
ÜBRIGES EUROPA



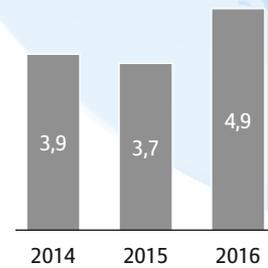
**MITTLERER OSTEN
UND AFRIKA**



NORDAMERIKA²



SÜDAMERIKA



ASIEN-PAZIFIK

2) Korrigierte Zahlen für 2015.



Weiterbildung
& Entwicklung

Fakten

- Die angebotenen Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten sind auf alle Allianz Mitarbeiter zugeschnitten und so ausgerichtet, dass sie sowohl der persönlichen Weiterentwicklung als auch den zukünftigen Bedürfnissen der Belegschaft gerecht werden. Wir haben AllianzU eingeführt, um Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten für Mitarbeiter rund um den Globus zu zentralisieren, eine vereinfachte Benutzeroberfläche zu bieten und die Lernerfahrung zu steigern.
- Es wurde eine globale Weiterbildungs- und Entwicklungsarbeitsgruppe eingerichtet, um eine Zusammenarbeit der Allianz Gesellschaften weltweit zu gewährleisten und damit den einheitlichen Ansatz von AllianzU weiter zu stärken.
- In 2016 haben wir ein sogenanntes »Virtual Classroom« Trainingsformat eingeführt. Hier konnten sich über 4.000 Führungskräfte weltweit in einer Kombination aus Onlinekursen und Präsenztrainings zum Thema Inclusive Meritocracy austauschen. Entsprechend den in der Branche bewährten Methoden werden wir unsere Programme zur Wissensvermittlung und dem Kompetenzaufbau durch die Anwendung alternativer Lernmethoden kontinuierlich optimieren – wie etwa durch kombiniertes Lernen, Onlineschulungen, Präsenzunterricht und virtuelle Trainings.
- Mobilität ist ein wesentlicher Bestandteil der Talent-Strategie der Allianz. Es geht im Kern darum, dass Mitarbeiter durch Wechsel zwischen unterschiedlichen Allianz Gesellschaften, Funktionen und Ländern Erfahrungen sammeln. Das fördert den globalen Wissensaustausch. Verschiedene neue HR-Initiativen unterstützen diese Strategie – zum Beispiel die Benachrichtigung bei freien Stellen, eine globale Karrierewebsite und die Möglichkeit zum Arbeitsplatztausch.
- Neben globalen, regionalen, lokalen und funktionalen Konferenzen zur Karriereentwicklung (Career Development Conferences, CDCs) spielen sogenannte Talent Councils eine wichtige Rolle, um die Mobilität zu steigern. So wechseln gewöhnlich mehr als 25% der in den Talent Councils besprochenen Mitarbeiter zwischen Allianz Gesellschaften. In 2017 wird der erste internationale Talent Council stattfinden. Mehr als 15 Allianz Gesellschaften sowie Group HR werden daran teilnehmen.



Ausblick für 2017

In 2017 werden wir weiterhin die Renewal Agenda unterstützen und unseren Schwerpunkt auf den digitalen Wissensaustausch legen.

In der Global Digital Factory nehmen Teammitglieder an Übungen teil, die ihre digitalen Fähigkeiten erweitern sollen. Dazu gehören Übungen zur Förderung der Kreativität, Steigerung der Empathie in der Interaktion mit Kunden und Stärkung innovativer Denkmuster. Darüber hinaus setzen sich Führungskräfte innerhalb der AMI Campus-Programme mit digitalen und IT-Themen und in offenen Diskussionen mit der Digitalisierungsagenda der Allianz auseinander.

Mit der Plattform AllianzU sind wir auf dem besten Weg hin zu einer weltweit erstklassigen hauseigenen Corporate University mit einer gemeinsamen und einheitlichen Weiterbildungskultur und -struktur für die gesamte Allianz. Die Einführung wird in Zusammenarbeit mit lokalen und funktionalen Schulungseinrichtungen erfolgen und Aspekte wie die Etablierung einer übergreifenden Marke für alle internen Weiterbildungsaktivitäten sowie die Einrichtung eines gemeinsamen Managementsystems für die Weiterbildung abdecken.

IM FOKUS

In Group Market Management & Distribution sind zwei Kernpunkte der Renewal Agenda – True Customer Centricity und Growth Engines – vereint. Erst kürzlich brachte unsere Außendienstakademie Teilnehmer aus sechs Allianz Gesellschaften zusammen und beleuchtete den aktuellen Stand und die zukünftige Ausrichtung der Entwicklungsprogramme. Das Resultat war die Entwicklung unserer globalen Vertriebsmethode »One Allianz«, die von der Außendienstorganisation mithilfe eines digitalen Tools umgesetzt wird. Das Instrument wurde in Zusammenarbeit mit der Global Digital Factory designt. Dies wird letztlich einen Anstieg beim Cross- und Upselling ermöglichen und so zu einer erhöhten Kundenbindung und -treue führen.

Um die neue Methode effektiv einsetzen zu können, müssen wir unser Hauptaugenmerk auf die Weiterentwicklung der Kompetenzen unserer Außendienstorganisation legen. Wir nutzen deshalb eine Best Practice der Allianz Frankreich: Ein innovatives Vertriebsplanspiel, das eine realistische Simulation des Vertriebsprozesses mit Kunden in einer dynamischen virtuellen Realität ermöglicht. Das Spiel wird im Laufe des Jahres 2017 in fünf Sprachen eingeführt.



Louise Pfafferott

Leiterin Capability Building für
Group Market Management &
Distribution, Allianz SE

Globale Entwicklungsprogramme für Führungskräfte¹

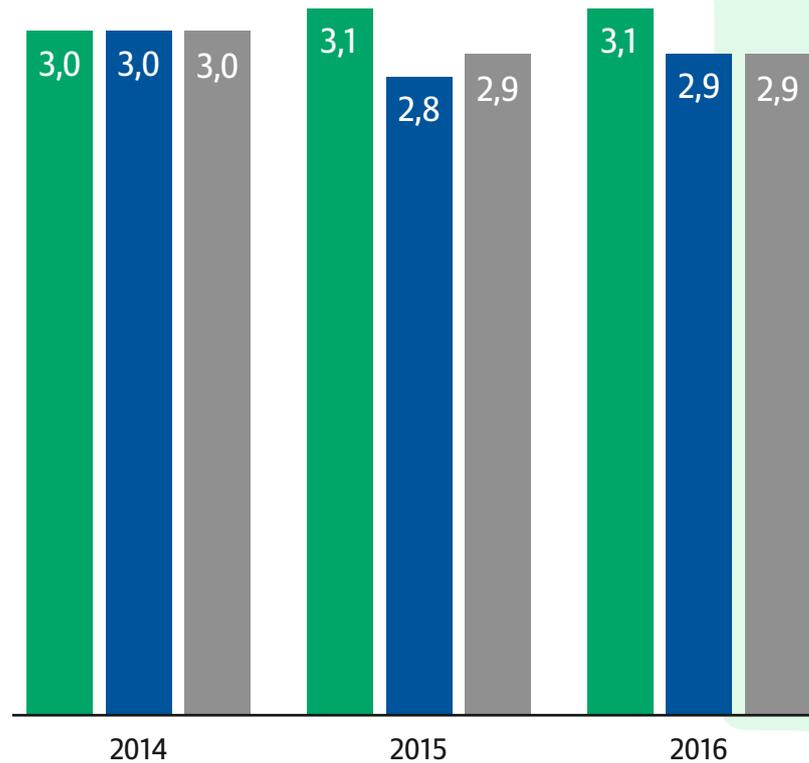
Programm	Teilnehmer			NPS ²	Länder
	Gesamt	Männer	Frauen		
	2014				
Allianz Excellence Program	20	16	4	85%	9
AMI Campus	134	105	29	73% ³	26
Allianz Leadership Development Program	24	18	6	83%	8
Allianz Management Program	24	17	7	67%	7
	GESAMT	202	156		
	2015				
Allianz Excellence Program	24	16	8	n.a.	8
AMI Campus	178	131	47	64% ³	34
Allianz Leadership Development Program	28	18	10	77%	9
Allianz Management Program	26	19	7	n.a.	5
	GESAMT	256	184		
	2016				
Allianz Excellence Program	22	15	7	n.a.	10
AMI Campus	138	107	31	84% ³	35
Allianz Leadership Development Program	26	18	8	82%	9
Allianz Management Program	25	16	9	91%	4
	GESAMT	211	156		

1) Für detaillierte Programmbeschreibung bitte Glossar beachten. 2) NPS – Net Promoter Score. 3) Bezieht sich auf den durchschnittlichen NPS der AMI Campus Programme.

Wir investieren in die Zukunft unserer Mitarbeiter

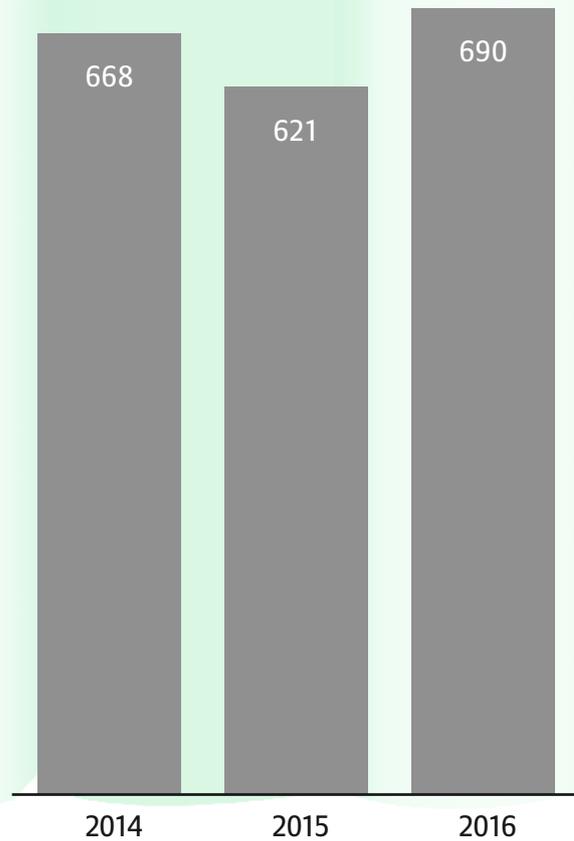
Trainingstage je Mitarbeiter*

- Führungskräfte
- Mitarbeiter (ohne Führungskräfte)
- Mitarbeiter auf der Gehaltsliste



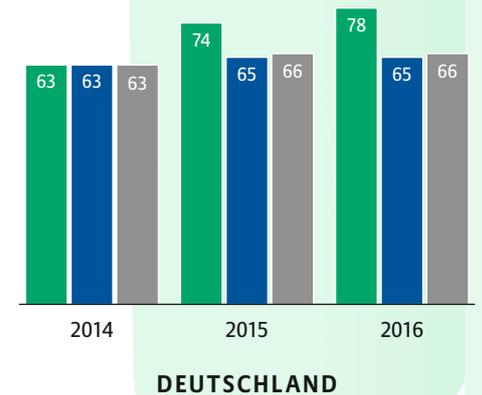
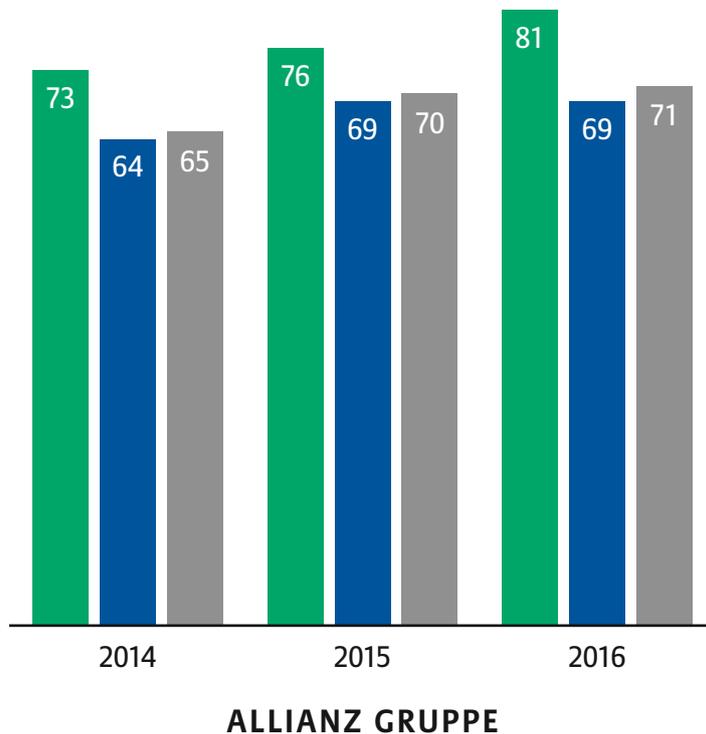
*Seit 2015 sind Trainings mit einer Dauer von weniger als 3 Stunden eingeschlossen.

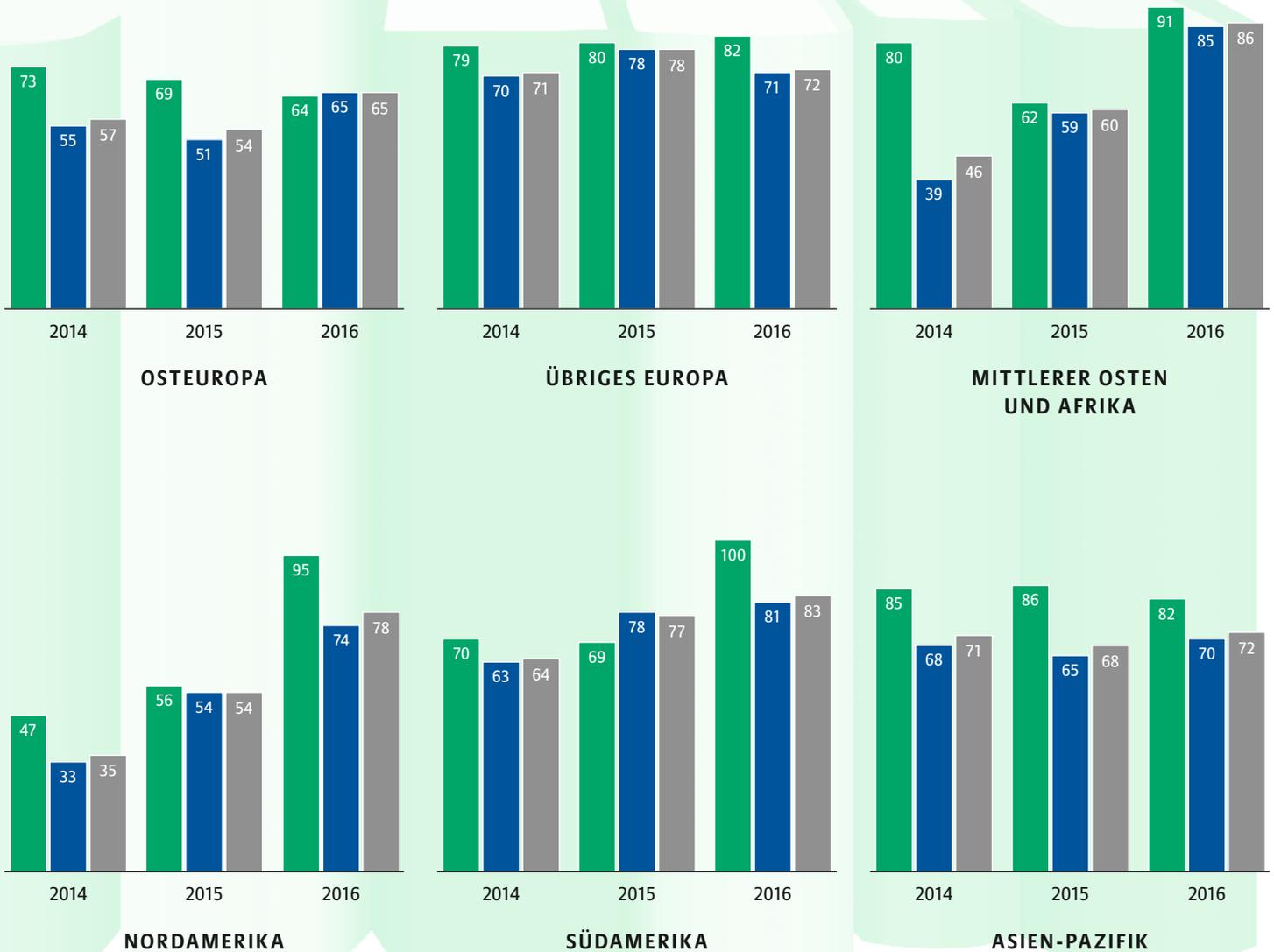
Fort- und Weiterbildungsausgaben je Mitarbeiter (EUR)



Insgesamt nehmen jedes Jahr mehr Allianz Mitarbeiter an Trainings teil

- Führungskräfte, die an mindestens einer Fort- und Weiterbildung teilgenommen haben, in % aller Führungskräfte
- Mitarbeiter (ohne Führungskräfte), die an mindestens einer Fort- und Weiterbildung teilgenommen haben, in % aller Mitarbeiter (ohne Führungskräfte)
- Mitarbeiter, die an mindestens einer Fort- und Weiterbildung teilgenommen haben, in % aller Mitarbeiter auf der Gehaltsliste







Reward & Performance

Fakten

- Die Allianz sorgt dafür, dass unsere Vergütungsstrukturen die Leistung der Mitarbeiter belohnen und sie zu einem langfristigen Engagement ermutigen. Klare Rahmenbedingungen, wie unsere gruppenweite Vergütungsrichtlinie, fördern Fairness und Transparenz. Die Vergütungsstrukturen unterstützen interne Ziele und ermöglichen es gleichzeitig, extern wettbewerbsfähig zu bleiben.
- Mitarbeiter erhalten sowohl finanzielle als auch geldwerte Leistungen entsprechend ihrem individuellen Einsatz, ihrer Rolle und den lokalen regulatorischen und steuerrechtlichen Bedingungen. Bei unseren Zusatzleistungen (Benefits) wie Vorsorgeplänen und Zulagen berücksichtigen wir stets die Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern.
- Um sicherzustellen, dass wir wettbewerbsfähige Vergütung anbieten, führen wir Vergütungs-Benchmarking durch. In 2016 wurde ein solches Benchmarking für das gesamte Führungskräfte-Team in 30 Ländern umgesetzt.
- Die funktionsübergreifende Pension Task Force beschäftigte sich auch in 2016 mit dem Abbau von Risiken bei Pensionsplänen. Darüber hinaus haben wir Benefit Roundtables zum Thema Zusatzleistungen (Benefits) in Deutschland, Frankreich, den USA und Großbritannien veranstaltet, um die Leistungssysteme anzugleichen und die Mobilität von Mitarbeitern durch die Nutzung standardisierter Rentenprodukte zu erhöhen.
- Im vergangenen Jahr haben wir eine globale Mobility Funktion, mit einem Center of Excellence in München und regionalen Zentren in den Regionen EMEA, Asien und Amerika, aufgebaut. Diese Zentren dienen als Anlaufstelle bei Fragen zur grenzüberschreitenden Mobilität und gewährleisten eine einheitliche Anwendung der Standards. Unterstützt wird dies durch eine kontinuierliche Optimierung und Digitalisierung der End-to-End-Prozesse.



Ausblick für 2017

Um Inclusive Meritocracy zu einem festen Bestandteil der Allianz Gruppe zu machen, werden wir Anfang 2017 das neue Performance Management-Modell für Führungskräfte weltweit einführen. Es bildet die Grundlage für einen zukünftigen global abgestimmten Rahmen für HR-Prozesse, der allen Mitarbeitern die gleiche Erfahrung ermöglichen soll.

Die Global Mobility Funktion wird sich auf die Ausarbeitung von verbesserten Standards basierend auf der gängigen Marktpraxis konzentrieren, um beim Auswahlprozess von Kandidaten für mehr Konsistenz und Präzision zu sorgen und Mobilität auf internationaler Ebene zu fördern. Wir werden zudem ein IT-basiertes Kostencontrolling einführen.

Darüber hinaus werden die Vergütungssysteme und -prozesse weiter angeglichen. Unser Ziel ist es, ein einfaches und digitales Management dieser Kernthemen mit der Unterstützung von Reward & Performance-Experten zu ermöglichen.

IM FOKUS

In 2016 wurde ein neuer Performance Management-Ansatz eingeführt, der die Basis für die Entwicklung einer Kultur von Inclusive Meritocracy ist. Eine der Besonderheiten ist die gleichmäßige Gewichtung von Leistungselementen hinsichtlich des »Was« und »Wie«. Das »Wie« wird dabei konsistent in unseren 4x3 People Attributes beschrieben. Die vier Attributes sind: Entrepreneurship, Customer & Market Excellence, Trust and Collaborative Leadership. Diesen liegen jeweils drei Verhaltensweisen zugrunde.

Gleichzeitig wurde weltweit ein Multi-Rater-Feedback eingeführt. Über dieses Tool kann Feedback zum »Wie«-Verhalten von Kollegen, direkt unterstellten Mitarbeitern und anderen Personen gesammelt und in einem Bericht für den Beurteilten und seine Führungskraft zusammengefasst werden. Dadurch wird die Bewertung des »Wie«-Verhaltens unterstützt, aber auch eine hervorragende Basis für Feedback und Weiterentwicklung geschaffen.

Diese Veränderungen bedeuten einen umfassenden kulturellen Wandel und einen großen ersten Schritt in Richtung einer Inclusive Meritocracy Kultur.



Phil Curtis

Leiter Reward & Performance
Governance & Strategy,
Allianz SE

Die Allianz Gruppe zahlte insgesamt 11,7 MRD € für ihre Mitarbeiter weltweit*

Personalkosten

in MIO €	2014	2015	2016	Δ15/16
Löhne und Gehälter	9.037	9.589	9.197	-4,1%
– erfolgsbezogene Anteile	29%	27%	26%	-1%-p
Sozialversicherungsbeiträge und sonstige Sozialleistungen	1.293	1.376	1.351	-1,8%
Ausgaben für Renten und sonstige Altersvorsorgeleistungen	1.186	1.402	1.187	-15,3%
Gesamt	11.515	12.367	11.735	-5,1%

* Diese Zahlen beziehen sich auf die Gesamtzahl der Mitarbeiter (Kerngeschäft und Nichtkerngeschäft).

Die Allianz investiert in internationale Personalentwicklung

Top 10 Entsendungs- und Gastländer*

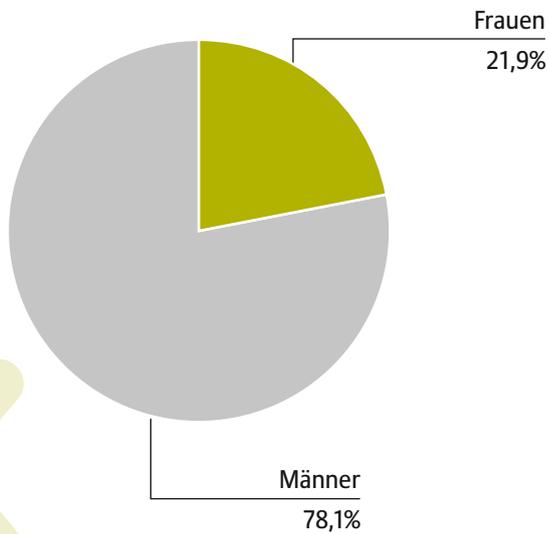
Top 10 Entsendungsländer in 2016			Top 10 Gastländer in 2016		
	Deutschland	186		Deutschland	153
	Frankreich	70		Frankreich	57
	Indien	63		Singapur	54
	Vereinigtes Königreich	36		USA	48
	USA	22		Vereinigtes Königreich	16
	Singapur	15		Italien	16
	Italien	15		Hongkong	9
	Schweiz	13		Thailand	8
	Australien	11		Belgien	7
	Niederlande	7		Brasilien	7

* Anzahl der Entsendungen (in andere Länder) in den Top 10 Entsendungs- und Gastländern.
Für detaillierte Definition von Entsendung (in andere Länder) bitte Glossar beachten.

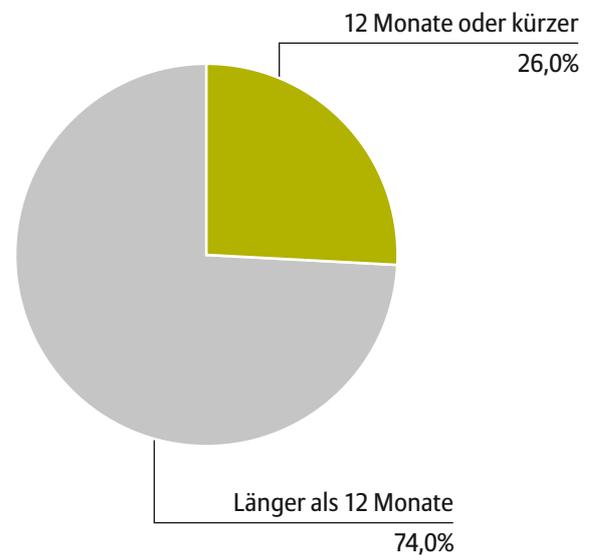
Entsendungen (in andere Länder) in 2016



Entsendungen nach Geschlecht



Dauer der Entsendung



Die Allianz Gruppe bot Ihren anspruchsberechtigten Mitarbeitern Allianz SE Aktien in 22 Ländern zu Vorzugskonditionen an*

Mitarbeiteraktienkaufplan

	2014	2015	2016
Anspruchsberechtigte Mitarbeiter	94.000	93.000	91.000
Zahl der Länder	22	22	22
Annahmequote	15%	16%	19%

- Für die Mehrzahl der teilnehmenden Unternehmen lag der Vorzugskaufpreis einer Allianz SE Aktie für Mitarbeiter 20% unter dem Xetra-Schlusspreis im offiziellen Handel, der am 7. September 2016 mit 135,05 EUR (Referenzbörsenkurs) notierte.
- Die Mindesthaltedauer der Aktien beträgt zwischen einem und fünf Jahren.
- Insgesamt wurden 2016 im Rahmen dieser Pläne 633.316 Aktien an die Mitarbeiter verkauft.

ALLIANZ MITARBEITER	2014	2015	2016
in % der Aktionäre	7,0	6,7	6,0
in % der Allianz Aktien insgesamt	1,1	1,1	1,1

* Diese Zahlen beziehen sich auf die Gesamtzahl der Mitarbeiter (Kerngeschäft und Nichtkerngeschäft).



FOR THOSE WHO DARE TO

STRIVE FOR CUSTOMER EXCELLENCE.
EMPOWER PEOPLE. EMBRACE INNOVATION.
ACT TRANSPARENTLY.

Here is your home.

Attraktiver
Arbeitgeber

Fakten

- »Zuhause« und »sich trauen« sind zwei Kernelemente unseres neuen Wertversprechens für Mitarbeiter (Employer Value Proposition): »Allianz is the home for those who dare« (»Die Allianz ist das Zuhause für alle, die sich trauen«). Besonders »sich trauen« ist zum zentralen Element unserer Arbeitgebermarke geworden. Denn wir möchten potenziellen Mitarbeitern zeigen, dass es bei der Arbeit in der Allianz größtenteils um Veränderung und Innovation geht. Von der neuen Arbeitgebermarke kann man sich bereits in Pilotmärkten wie Deutschland, Österreich, der Schweiz und Singapur ein Bild machen. Sie ist auf allen Kanälen mit Bezug auf Karrierethemen, wie in Stellenanzeigen, auf Webseiten und in Social-Media-Profilen, in Image-Kampagnen oder auf Karrieremessen, zu finden.
- Interessierte Kandidaten können sich auch über einen WhatsApp-Karrierekanal an die Allianz wenden oder den neu gestalteten Allianz Karriereblog verfolgen. Letzterer bietet authentische Einblicke in das Arbeitsleben von Allianz Mitarbeitern und eine kurze Zusammenfassung, wie Versicherung funktioniert.
- In 2016 zählte potentialpark die Onlinedienste der Allianz für Jobsuchende zum fünften Mal in Folge zu den besten in Europa und Asien. Zudem haben Studierende und Fachkräfte im Ranking von Universum die Allianz als einen der Top 100 attraktivsten Arbeitgeber in Deutschland, Frankreich, Italien und vielen anderen Ländern bewertet.
- Die Allianz Gesellschaften in der Schweiz, Österreich sowie die Allianz IT-Einheit Allianz Managed Operations & Services (AMOS) haben gemeinsam daran gearbeitet, junge weibliche Talente für Jobs im Bereich IT und Digitalisierung zu gewinnen. Die Kampagne basierte auf der neuen Allianz Arbeitgebermarke. Zusätzliche Informationen wurden auf Karrieremessen und Webseiten zur Verfügung gestellt.

IM FOKUS

Um Inclusive Meritocracy Wirklichkeit werden zu lassen, wurde das Arbeitgeber-Wertversprechen »Das Zuhause für alle, die sich trauen« mit unseren 4x3 People Attributes verknüpft. »Zuhause« steht dabei für ein solides Fundament, auf das wir für ein kollegiales und engagiertes Arbeitsumfeld bauen können: Wir schaffen ein echtes Zuhause, indem wir Vertrauen und teamorientierte Führung demonstrieren. Wir müssen uns dabei auch etwas trauen, um die geschäftlichen Herausforderungen bewältigen zu können.

Die 4x3 People Attributes wurden an allen Kontaktpunkten mit Bewerbern eingebaut – von der Karriere-Webseite über die Interviewleitfäden im Recruiting bis hin zum internen Arbeitgeber-Branding. Flyer, eine globale Posterkampagne sowie eine Seite im Allianz Intranet mit Erfahrungsberichten und internen Initiativen unterstützen uns dabei, zu zeigen, welche Bedeutung die neue Kultur für Mitarbeiter hat und wie letztere das Zuhause für alle, die sich trauen, mitgestalten können.



Ramona Lord-Nissl

Expertin Global Internal Employer Branding, Allianz SE



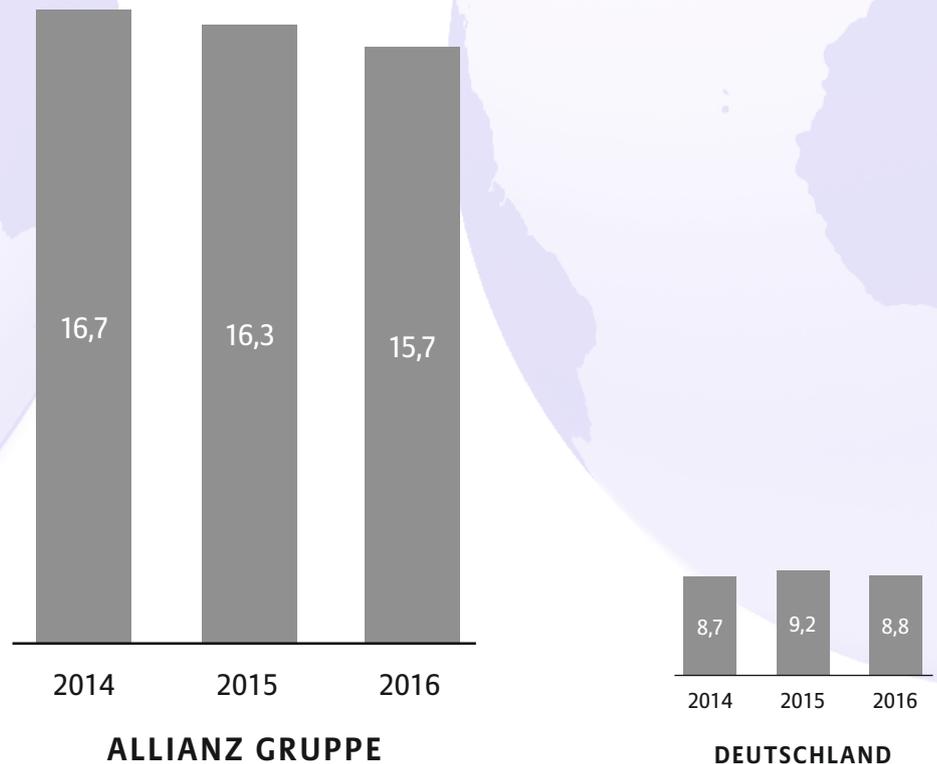
Ausblick für 2017

Um auf die Erfolge im vergangenen Jahr aufzubauen und diesen Weg der Veränderung weiter zu gehen, legen wir unseren Fokus in 2017 auf die Umsetzung unseres Arbeitgeber-Wertversprechens innerhalb der Allianz. Es ist besonders wichtig, dass unsere Mitarbeiter Inclusive Meritocracy erleben und sich aktiv daran beteiligen. Daher werden wir unsere Kommunikationsanstrengungen durch eine interne Kampagne im Jahr 2017 fortsetzen. Diese beinhaltet auch einen Wettbewerb für Geschichten zum Thema »dare to«. Mitarbeiter aus der ganzen Welt können so ihre mutigsten Momente teilen. Außerdem wird es eine interne globale Roadshow und ein Mitarbeitervideo geben, das die eingereichten Geschichten zeigt. Zudem werden Mitarbeiter in einem Fotoautomaten ein Bild von sich mit ihrem »dare to« Statement machen können.

Alle HR Führungskräfte konnten sich auf unserem Global HR Summit von der neuen Employer Value Proposition überzeugen und werden diese nun in ihrer Allianz Gesellschaft ausrollen.

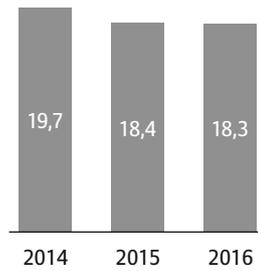
Asien-Pazifik hatte die höchste Einstellungsrate in den letzten zwei Jahren

Einstellungsrate (in %)





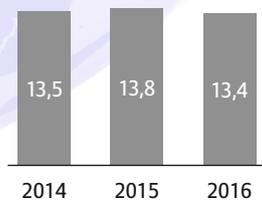
OSTEUROPA



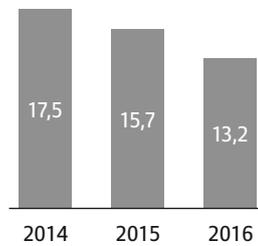
ÜBRIGES EUROPA



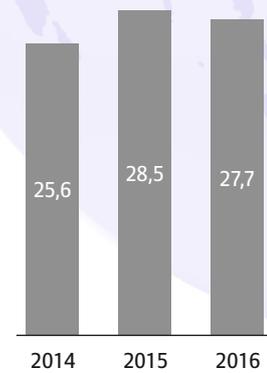
**MITTLERER OSTEN
UND AFRIKA**



NORDAMERIKA



SÜDAMERIKA

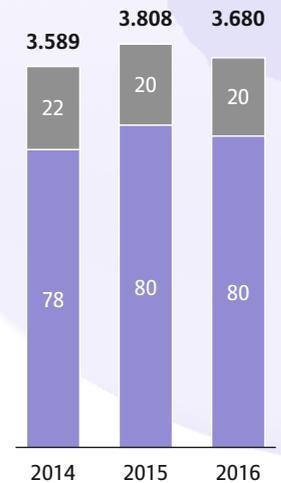


ASIEN-PAZIFIK

Die Allianz stellte 2016* insgesamt 21.863 Mitarbeiter ein

Einstellungsrate (in %)

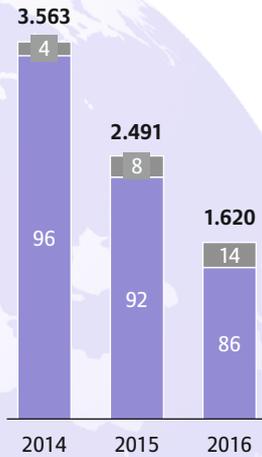
- Interne Einstellungen in % aller Einstellungen
- Externe Einstellungen in % aller Einstellungen



* Zahl der eingestellten Mitarbeiter bezieht sich nur auf Neueinstellungen. Mitarbeiter, die im Rahmen von Fusionen oder Übernahmen hinzugekommen sind und Mitarbeiter, die innerhalb der selben Allianz Gesellschaft gewechselt haben, sind nicht mitgezählt.

ALLIANZ GRUPPE

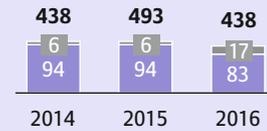
DEUTSCHLAND



OSTEUROPA



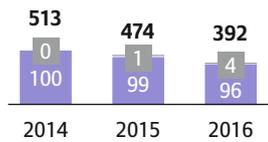
ÜBRIGES EUROPA



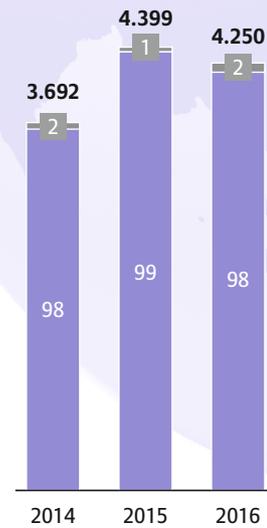
**MITTLERER OSTEN
UND AFRIKA**



NORDAMERIKA



SÜDAMERIKA

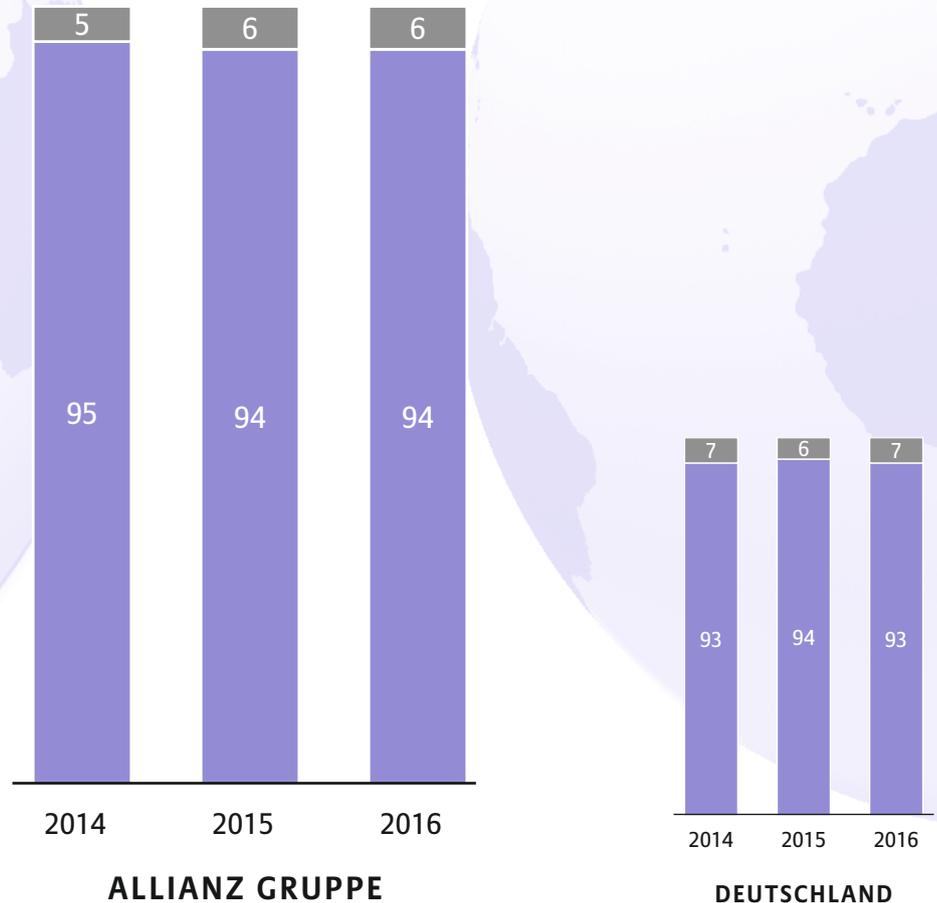


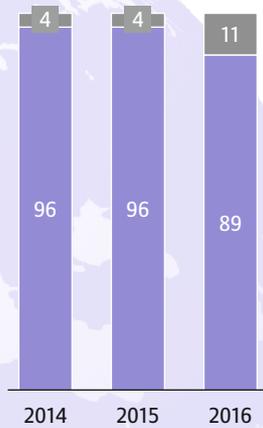
ASIEN-PAZIFIK

6% der Einstellungen in 2016 wurden für Führungskräftepositionen durchgeführt

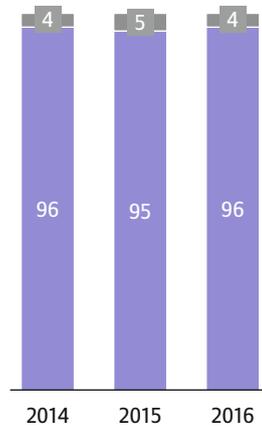
Eingestellte Führungskräfte und Mitarbeiter nach Regionen (in %)

- Eingestellte Führungskräfte in % aller Einstellungen
- Eingestellte Mitarbeiter (ohne Führungskräfte) in % aller Einstellungen

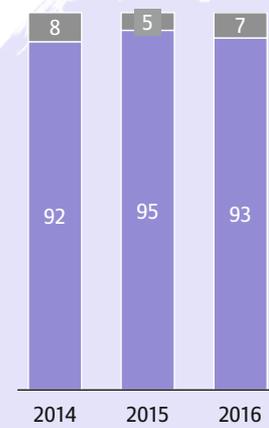




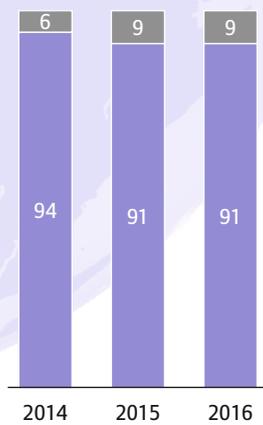
OSTEUROPA



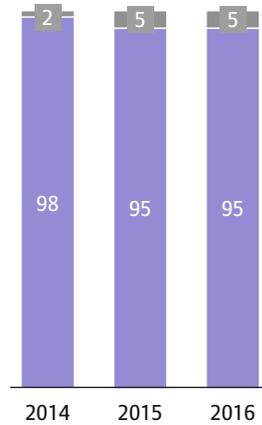
ÜBRIGES EUROPA



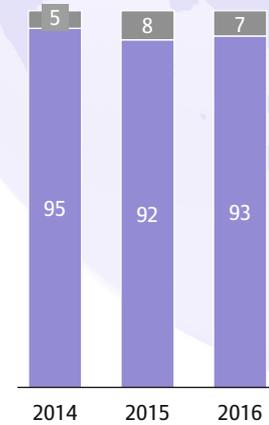
MITTLERER OSTEN UND AFRIKA*



NORDAMERIKA



SÜDAMERIKA*



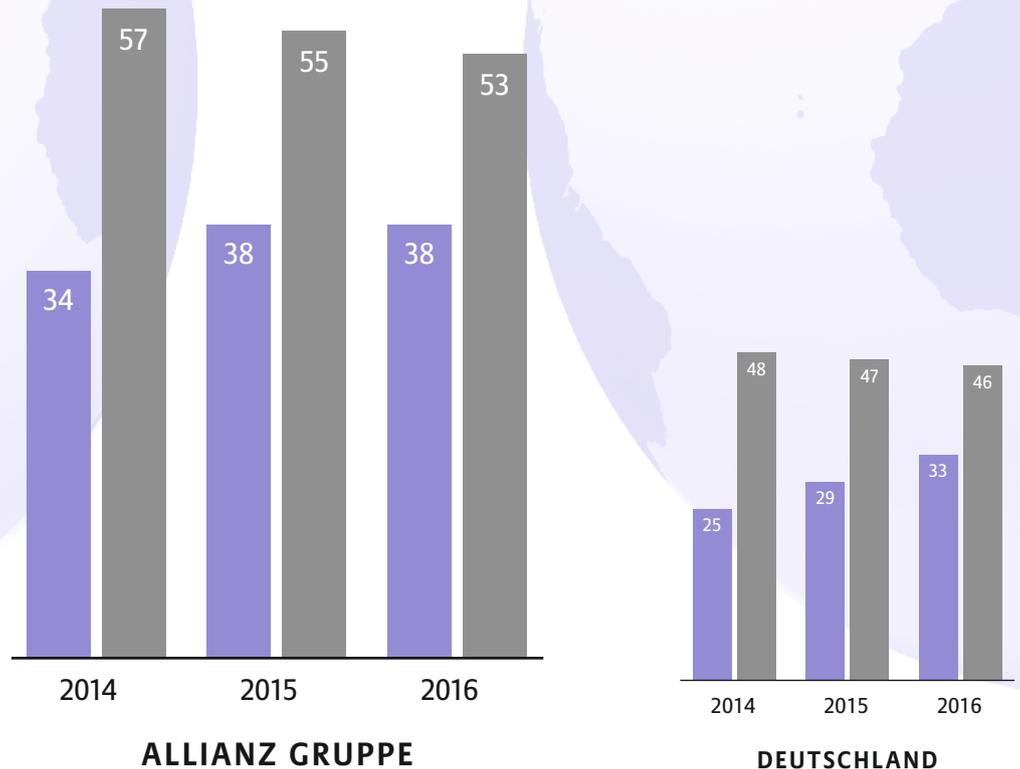
ASIEN-PAZIFIK

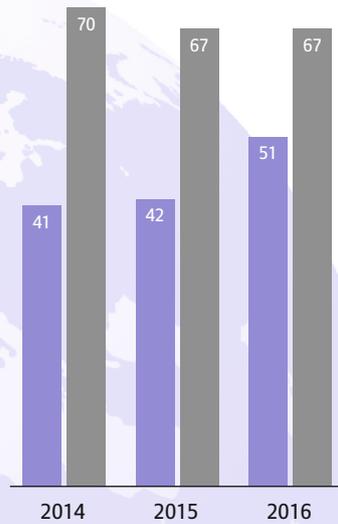
* In 2014, 2015 und 2016 hatten der Mittlere Osten & Afrika sowie Südamerika eine geringe Basis für die Kalkulation (weniger als 40 eingestellte Führungskräfte).

38% der 2016 eingestellten Führungskräfte sind Frauen

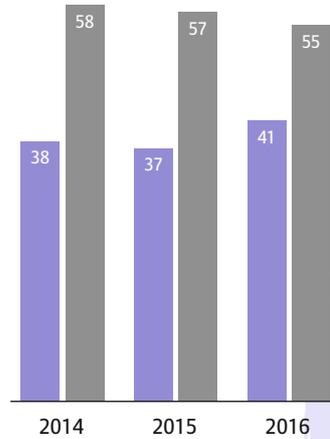
Eingestellte weibliche Führungskräfte und Mitarbeiter nach Regionen (in %)

- Eingestellte weibliche Führungskräfte in % aller eingestellten Führungskräfte
- Eingestellte weibliche Mitarbeiter (ohne Führungskräfte) in % aller eingestellten Mitarbeiter (ohne Führungskräfte)

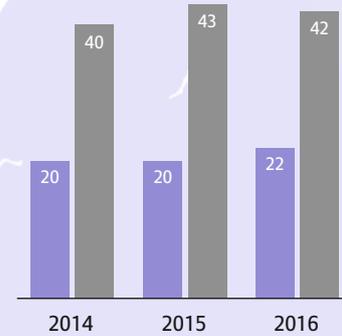




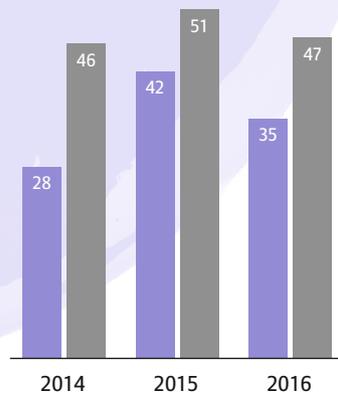
OSTEUROPA



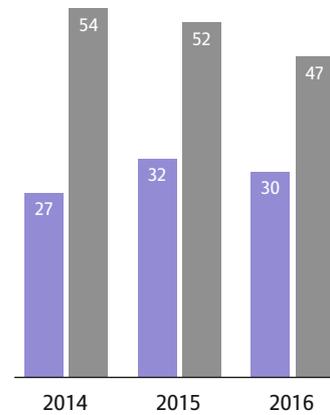
ÜBRIGES EUROPA



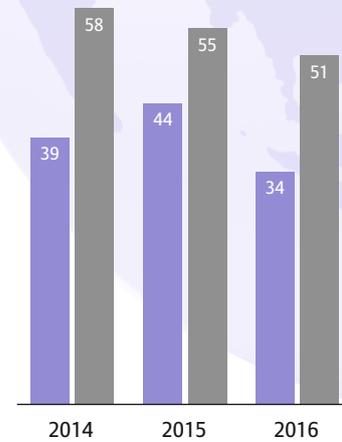
MITTLERER OSTEN UND AFRIKA*



NORDAMERIKA



SÜDAMERIKA*

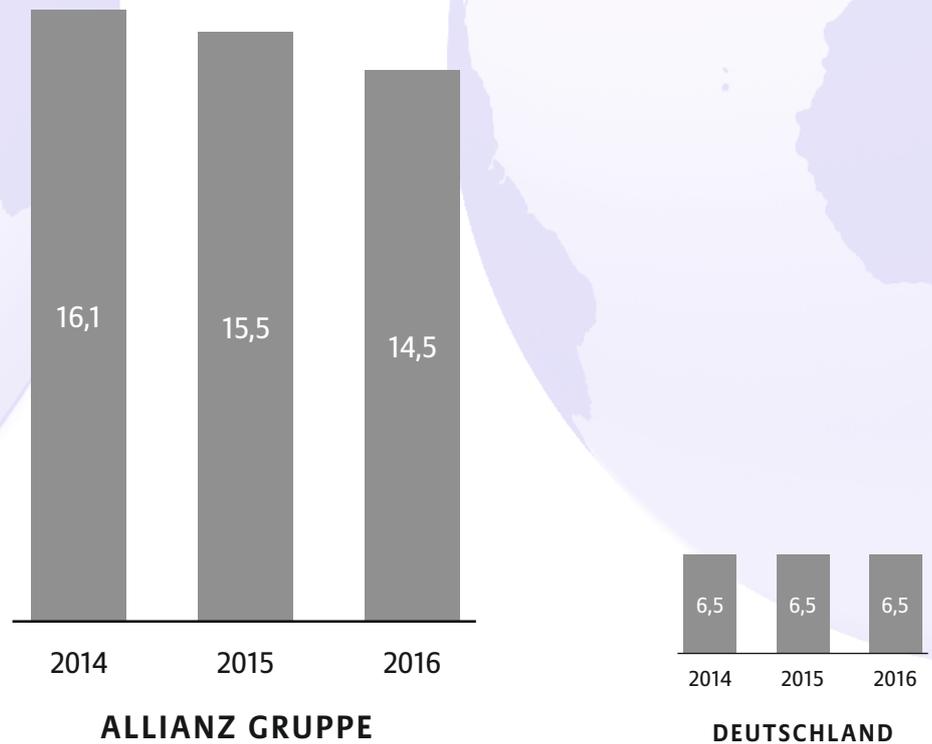


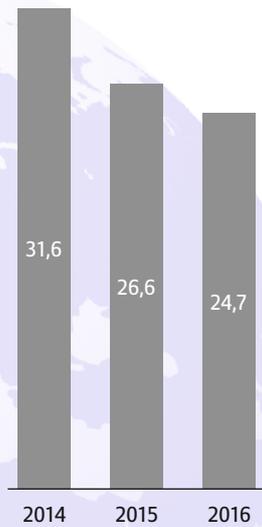
ASIEN-PAZIFIK

* In 2014, 2015 und 2016 hatten der Mittlere Osten & Afrika sowie Südamerika eine geringe Basis für die Kalkulation (weniger als 40 eingestellte Führungskräfte).

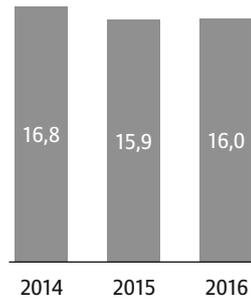
In den letzten 3 Jahren lag die Fluktuationsrate
in Deutschland unter 7%

Fluktuationsrate (in %)





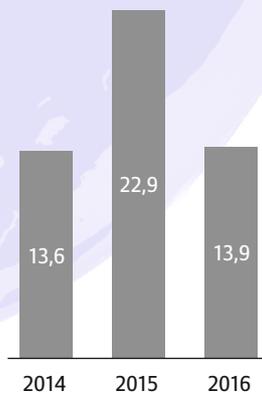
OSTEUROPA



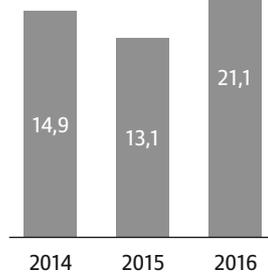
ÜBRIGES EUROPA



**MITTLERER OSTEN
UND AFRIKA**



NORDAMERIKA



SÜDAMERIKA

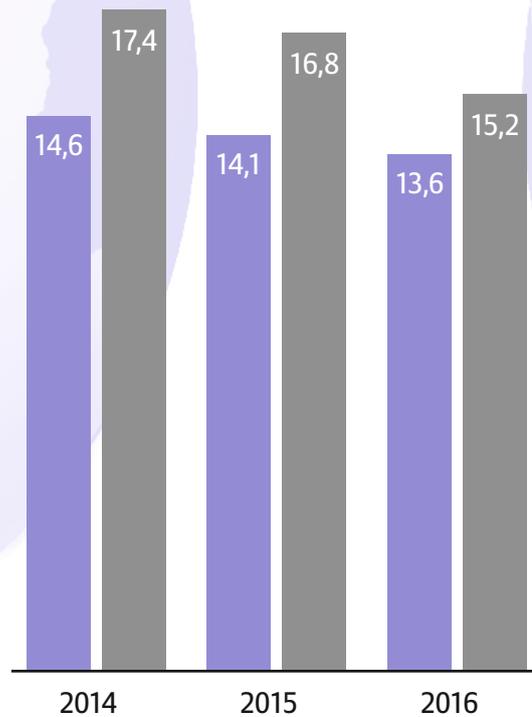


ASIEN-PAZIFIK

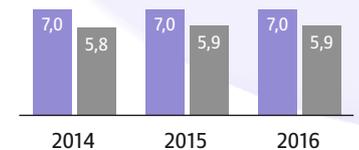
Sowohl bei Männern als auch bei Frauen sinkt die Fluktuationsrate seit 2014

Mitarbeiterfluktuationsrate nach Regionen (in %)

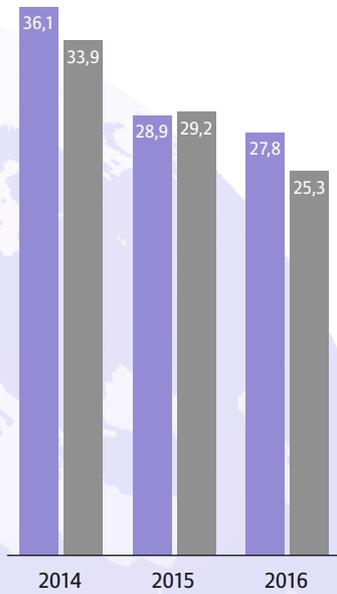
- Männer
- Frauen



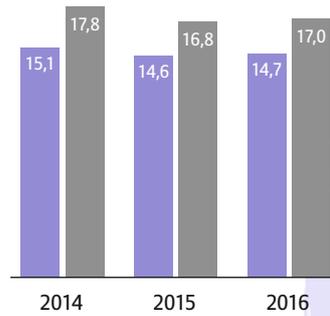
ALLIANZ GRUPPE



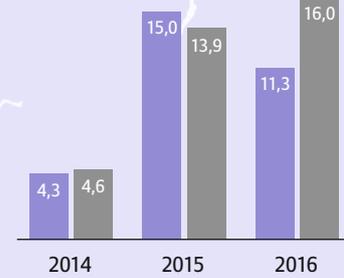
DEUTSCHLAND



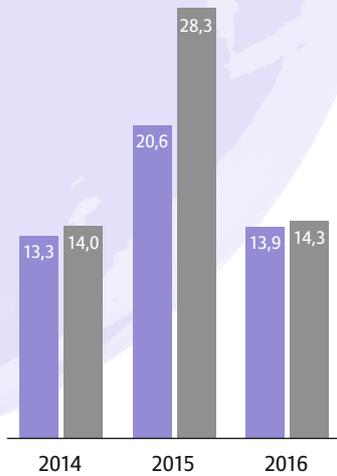
OSTEUROPA



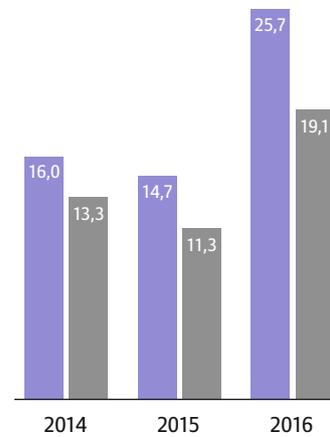
ÜBRIGES EUROPA



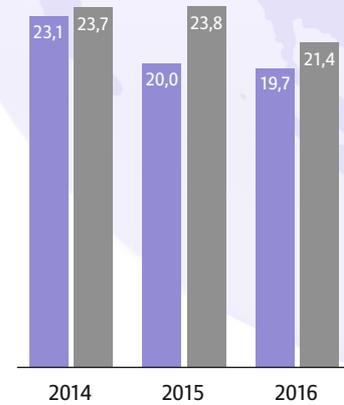
**MITTLERER OSTEN
UND AFRIKA**



NORDAMERIKA



SÜDAMERIKA

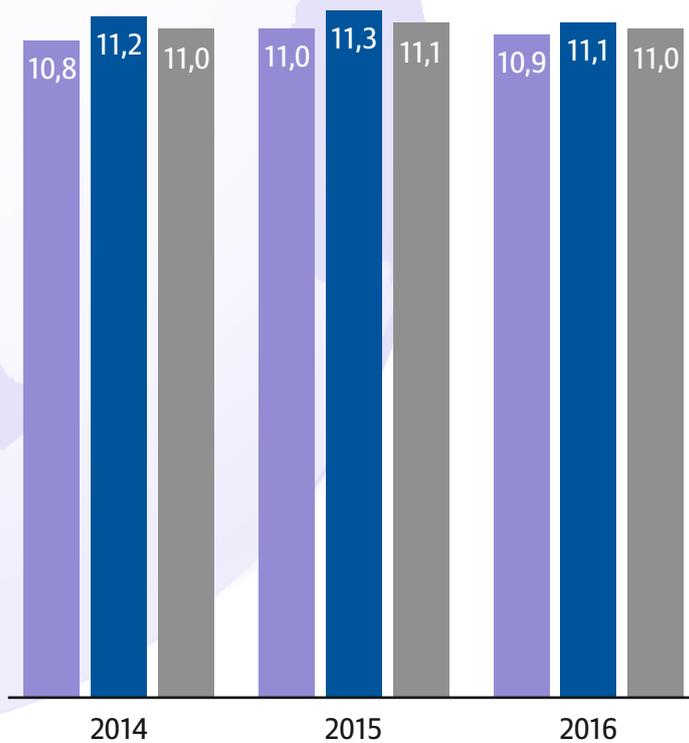


ASIEN-PAZIFIK

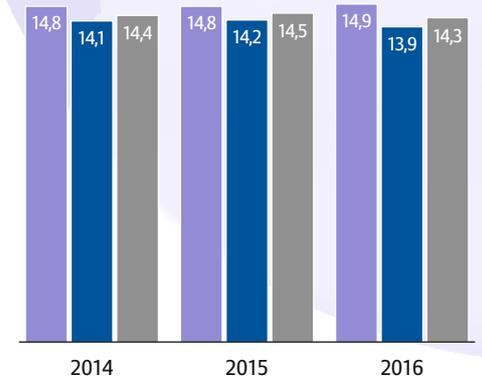
Allianz Mitarbeiter verbleiben im Durchschnitt 11,0 Jahre im Unternehmen

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit nach Regionen (in Jahren)

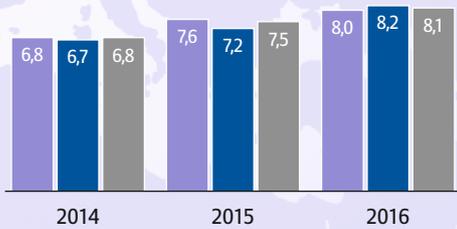
- Frauen
- Männer
- Mitarbeiter auf der Gehaltsliste



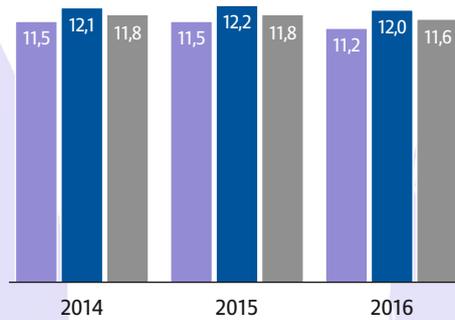
ALLIANZ GRUPPE



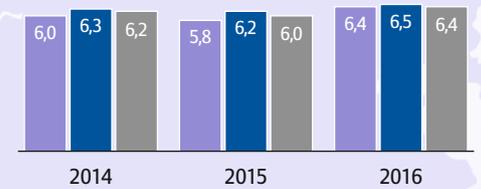
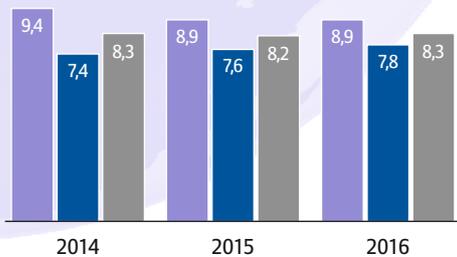
DEUTSCHLAND



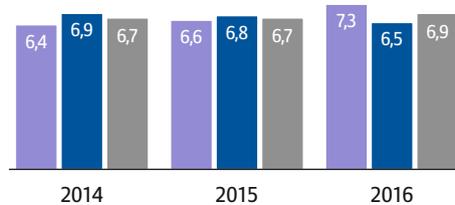
OSTEUROPA



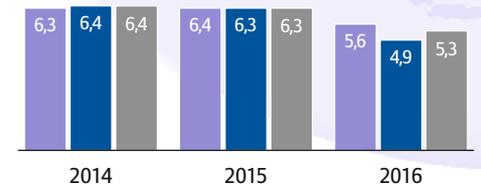
ÜBRIGES EUROPA

MITTLERER OSTEN
UND AFRIKA

NORDAMERIKA



SÜDAMERIKA

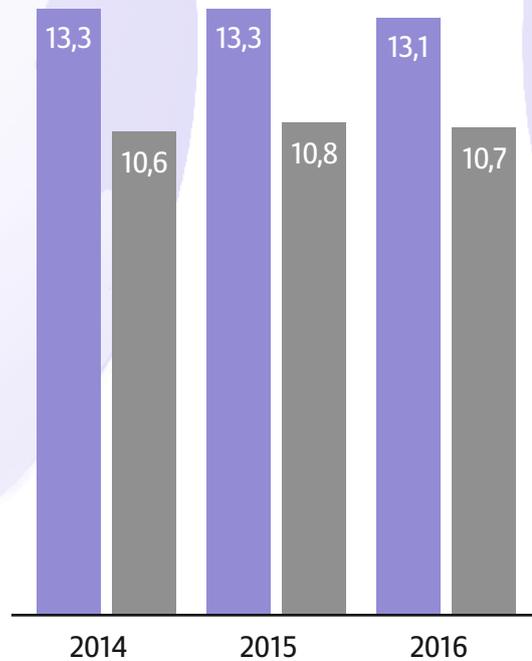


ASIEN-PAZIFIK

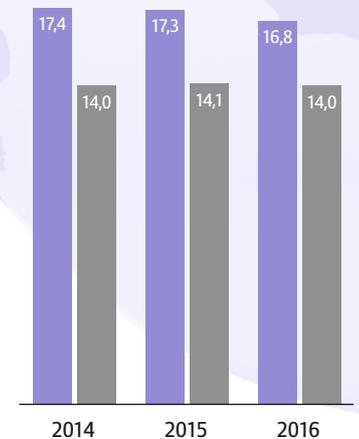
Führungskräfte in Deutschland haben die längste Betriebszugehörigkeit in der Gruppe

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit nach Regionen (in Jahren)

- Führungskräfte
- Mitarbeiter (ohne Führungskräfte)



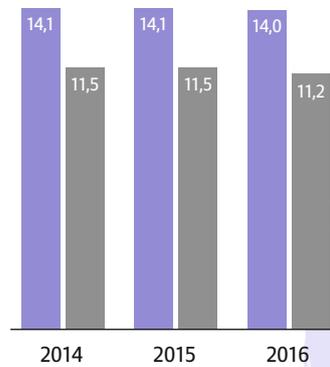
ALLIANZ GRUPPE



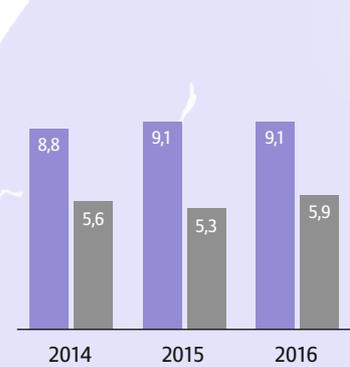
DEUTSCHLAND



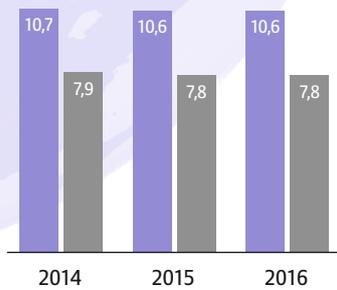
OSTEUROPA



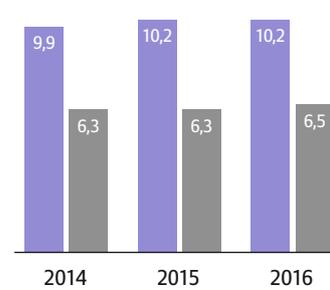
ÜBRIGES EUROPA



**MITTLERER OSTEN
UND AFRIKA**



NORDAMERIKA



SÜDAMERIKA



ASIEN-PAZIFIK



Mitarbeiter- engagement

Fakten

- Im Laufe der letzten sechs Jahre ist die Mitarbeiterbefragung, der Allianz Engagement Survey (AES), zu einer wertvollen Plattform für Mitarbeiterfeedback geworden. Sie zeigt ein klares Bild des Mitarbeiterengagements, welches ein wesentlicher Faktor für langfristigen Geschäftserfolg ist.
- Der AES wird jährlich in mehreren Sprachen durchgeführt; über 120.000 Mitarbeiter aus 60 Allianz Gesellschaften weltweit werden eingeladen teil zu nehmen.
- In 2016 wurde mit 85% die bisher höchste Beteiligungsquote für den AES erreicht. Der Employee Engagement Index (EEI), ein objektives Instrument, das Stolz, Zufriedenheit, Unterstützung und Loyalität der Mitarbeiter misst, lag bei 72%.
- 2016 markiert den Beginn eines neuen dreijährigen Umfragezyklus. Dazu wurde der Fragebogen überarbeitet, um unseren Inclusive Meritocracy Ansatz, in dem sowohl der Mitarbeiter als auch die Leistung zählen, besser widerspiegeln zu können. So wurde kürzlich der IMIX (Inclusive Meritocracy Index), bestehend aus 10 Fragen aus den Bereichen Führung, Leistung und Unternehmenskultur, eingeführt. In diesem Jahr erreichte er einen Wert von 70% (+2%-p).
- Arbeitsbedingter Stress ist bei der Allianz ein wichtiges Thema. Deshalb wurde der Work Well-Index (WWi®) eingeführt, um das Stresslevel bei den Mitarbeitern beurteilen zu können.
- Wir haben die Implementierung von Folgemaßnahmen zur Aufgabe von unseren Führungskräften und deren Teams gemacht, um Bereiche mit Verbesserungspotenzial leichter identifizieren zu können und gemeinsam entsprechende Maßnahmen umzusetzen.
- Wir unterstützen ebenso einen intensiven Austausch von Best Practices innerhalb der Allianz, damit wir voneinander lernen und die aus den Mitarbeiterumfragen gewonnenen Erkenntnisse besser umsetzen können.



Ausblick für 2017

Zukünftig werden wir uns auf die Ausgestaltung einer Engagement-Strategie konzentrieren. Dazu werden regelmäßig sogenannte Pulse Checks rund um Geschäfts- und Mitarbeiterthemen durchgeführt, um den Kulturwandel voranzutreiben. Zusätzlich wird HR auf Basis von geschäftlichen Anforderungen AES-Daten mit anderen Personal- und Geschäftskennzahlen verknüpfen, um Einblicke zu schaffen, die unsere Entscheidungsfindung unterstützen und verbessern.

IM FOKUS

Da die Maßnahmenplanung des AES eine bedeutende Rolle für das Unternehmen spielt, haben wir bei der Allianz Managed Operations & Services (AMOS) eine Strategie entwickelt, die auf drei Säulen beruht: Wir verwendeten die AES-Berichte, um Geschäftssegmente zu bündeln, transparente Kommunikation der Ergebnisse sicherzustellen und Fokusbereiche zu priorisieren.

Im Rahmen der »Peer-to-Peer«-Initiative haben wir AES-Champions ernannt, die Best Practices mit ihren Kollegen teilen. Dank der AES Roadshows (auf Fokusbereiche angepasste Besuche) konnten wir spezifisches AES-Feedback mit Verbesserungsmaßnahmen verknüpfen. Diese Strategie wurde einer halbjährlichen Überprüfung unterzogen und durch die Einbindung unseres Change Agent-Netzwerks überwacht. Außerdem widmen wir uns diesem Thema alle sechs Wochen in den Vorstandssitzungen.

Das führte bereits dazu, dass wir uns in allen Indizes und Bewertungen verbessern konnten. Zu guter Letzt hat dies erneut bestätigt, dass das Mitarbeiterengagement ein wichtiges Ziel für all unsere Geschäftsbereiche ist.



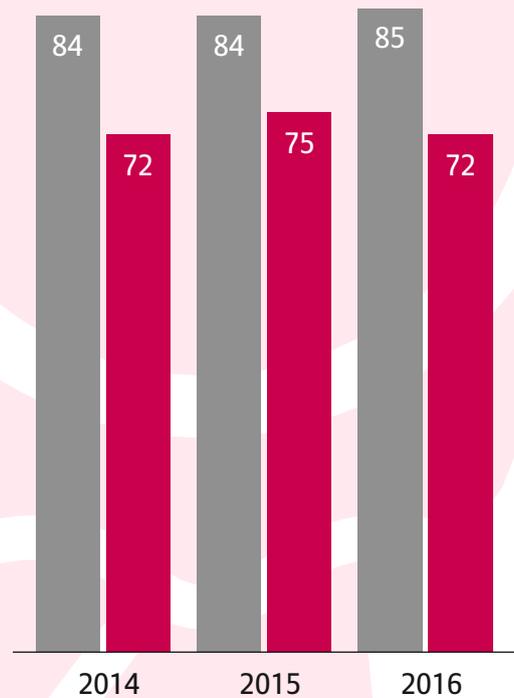
Angelica Benavides

Globale Leiterin HR Integration
und Engagement, Allianz Managed
Operations & Services SE

Der Employee Engagement Index war in den letzten Jahren kontinuierlich hoch

Beteiligungsquote und Employee Engagement Index (in %)

- Beteiligungsquote
- Employee Engagement Index (EEI)



ALLIANZ GRUPPE

Glossar

Allianz Excellence Program	Das Allianz Excellence Program ist unser Entwicklungsprogramm für die oberste Führungsebene. Mit dem Vorstandsvorsitzenden als Paten arbeiten die Toptalente der Gruppe an strategischen Themen und ihrer persönlichen Weiterentwicklung.
Allianz Leadership Development Program	Das Allianz Leadership Development Program ist ein von einem Vorstandsmitglied unterstütztes Überleitungsprogramm, das Führungskräfte mit Fähigkeiten und Kenntnissen ausstattet, um ihre Führungsleistung zu verbessern und ihren nächsten Karriereschritt in der Allianz Gruppe effektiv zu planen.
Allianz Management Program	Das Allianz Management Program dient der Führungskräfteentwicklung bestehend aus zwei Modulen mit dem Schwerpunkt auf Selbstführung und Veränderung. Es wendet sich an Potentialträger mit nachgewiesener Führungserfahrung.
AMI Campus Program	AMI Campus Programme werden vom Vorstand gesponsert. Sie finden jedes Jahr statt und sollen den systematischen und offenen Dialog unter den oberen Führungskräften über wichtige Strategiefragen, die Allianz Gruppe betreffend, ermöglichen.
Betriebszugehörigkeit	Beschäftigungsdauer innerhalb der Allianz Gesellschaften, beginnend mit dem Tag des ersten Eintritts in eine Allianz Gesellschaft.
Career Development Conferences (CDCs)	Career Development Conferences (CDCs) sind ein zentrales Instrument zur Ermittlung und Besprechung von Talenten innerhalb der Allianz Gruppe, was zur globalen, gesellschafts- und funktionsübergreifenden Karriereplanung beiträgt.
Dividende	Der Teil des Unternehmensgewinns, der an die Aktionäre ausgeschüttet wird.
Eigenkapital	Eigenkapital ohne Anteile anderer Gesellschafter.
Einstellungsrate	Gesamtzahl der Einstellungen geteilt durch die jährliche durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter. Eingestellte Trainees sind nicht berücksichtigt.
Entsendungen (in andere Länder)	Anzahl der Mitarbeiter, die für eine bestimmte Zeit im Ausland (Gastland) arbeiten und die Absicht haben, nach Ablauf des Entsendungszeitraums zur entsendenden Gesellschaft im Entsendungsland zurück zu kehren.
Externe Einstellungen	Gesamtzahl der Mitarbeiter, die von außerhalb der Allianz Gruppe eingestellt worden sind.
Fluktuationsrate	Anzahl der aus der Allianz Gruppe ausscheidenden Mitarbeiter geteilt durch die jährliche durchschnittliche Mitarbeiteranzahl.
Fort- und Weiterbildungskosten	Effektive Ausgaben für Fort- und Weiterbildung pro Mitarbeiter, exkl. damit verbundene Kosten (z.B. Reisekosten) und weitere Kosten (z.B. Kosten für Innendienst Akademie).

Fort- und Weiterbildungstage pro Mitarbeiter	Anzahl der Tage pro Mitarbeiter, die für Weiterbildungszwecke verwendet wurden.
Führungskraft	Mitarbeiter, der funktionell für anderes Personal verantwortlich ist, unabhängig von der Ebene, z.B. Bereichs-, Abteilungs-, und Teamleiter.
Gesamtumsatz	Der Gesamtumsatz umfasst die gesamten Bruttobeitragseinnahmen in der Schaden- und Unfall- sowie in der Lebens- und Krankenversicherung, die operativen Erträge aus dem Asset Management und den gesamten Umsatz aus Corporate und Sonstiges (Bankgeschäft).
Interne Einstellungen	Gesamtzahl der Mitarbeiter, die aus anderen Allianz Gesellschaften eingestellt worden sind.
Jahresüberschuss	Ergibt sich aus der Summe von operativen und nichtoperativen Erträgen und Aufwendungen abzüglich Ertragsteuern.
Kapitalquote gemäß Solvency II	Quote, die das Verhältnis zwischen den verfügbaren Eigenmitteln und der jeweiligen Kapitalanforderung, basierend auf den Solvency II Anforderungen, zeigt.
Kerngeschäft	Alle Unternehmen im Versicherungs- und Vermögensverwaltungsbereich und alle damit verbundenen Unternehmen, einschließlich unserer Bankaktivitäten, bei denen Allianz über die Mehrheit der Stimmrechte verfügt.
Krankheitstage	Gesamtanzahl der Arbeitstage, die aufgrund von Krankheit versäumt wurden.
Mitarbeiter (ohne Führungskräfte)	Mitarbeiter ohne Führungsverantwortung.
Mitarbeiter auf der Gehaltsliste	Gesamtanzahl der Mitarbeiter auf der Gehaltsliste der Berichtseinheit ohne Mitarbeiter in Sabbaticals, Mitarbeiter in unbezahlter Elternzeit.
Net Promoter Score	Der Net Promoter Score ist das wichtigste KPI-System der Allianz zur Messung von Loyalität und Befürwortung. Die Antworten liegen dabei auf einer Skala von 0 bis 10 und werden in folgende Kategorien eingeteilt: Unterstützer (10-9), Passive (8-7) und Gegner (6-0). Der NPS wird durch Abzug des Prozentsatzes der Gegner von dem der Unterstützer ermittelt.
Nichtkerngeschäft	Vollkonsolidierte Unternehmen, die als reine Finanzinvestitionen, gemeinnützige Organisationen z.B. Stiftungen, sowie Unternehmen gelten, die als zur Veräußerung gehalten klassifiziert sind.
Operatives Ergebnis	Das operative Ergebnis definiert sich aus unserem Ergebnis vor Ertragsteuern und Anteilen anderer Gesellschafter mit Ausnahme folgender Positionen: Nichtoperative Erträge aus erfolgswirksam zum Zeitwert bewertete Finanzaktiva und Finanzpassiva (netto), nichtoperative realisierte Gewinne / Verluste (netto), Erträge aus vollkonsolidierten Private-Equity-Beteiligungen (netto), Zinsaufwendungen für externe Fremdfinanzierung, nichtoperative Wertminderungen auf Finanzanlagen (netto), akquisitionsbedingte Aufwendungen, Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte sowie Umgliederungen von Steuererträgen.
Trainees	Mitarbeiter am Anfang Ihrer Karriere die ein praktisches Training durchlaufen, um ihre Kenntnisse und Fähigkeiten auszubauen, z.B. Auszubildende, Trainees, Praktikanten und Werkstudenten. Diese Trainees können sowohl Vollzeit- als auch Teilzeitbeschäftigte sein.

Disclaimer

Diese Beschreibungen unterliegen, wie immer, einem Haftungsausschluss.

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

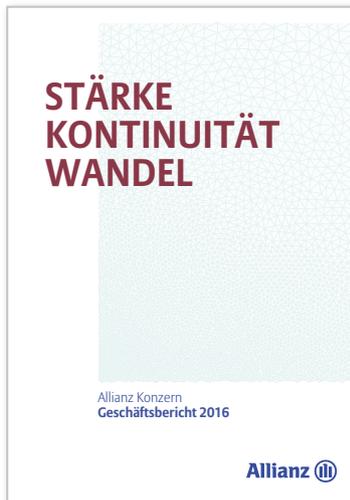
Soweit wir in diesem Dokument Prognosen oder Erwartungen äußern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von den geäußerten Erwartungen 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/US Dollar-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.

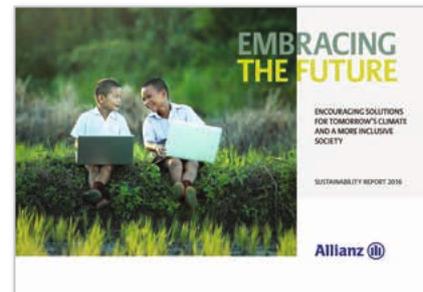
Keine Pflicht zur Aktualisierung

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

Finden Sie mehr über die Allianz heraus



[WWW.ALLIANZ.COM/
GESCHAFTSBERICHT](http://WWW.ALLIANZ.COM/GESCHAFTSBERICHT)



[WWW.ALLIANZ.COM/
SUSTAINABILITY](http://WWW.ALLIANZ.COM/SUSTAINABILITY)

Veröffentlichungstag: 5. April 2017

