

## Allianz SE

Group Communications and Corporate Responsibility  
Sajtóközlemény  
2016. október 11.

# Az Allianz továbbra is szárnyal a globális márkák rangsorában

Az Interbrand idei „Legjobb globális márkák” rangsorában az előző évhez képest 12 százalékkal nőtt az Allianz márkáé. Ezzel a társaság az 51. helyre lépett előre a legjobb 100 nemzetközi márká között.

Az Allianz ismét javított pozícióján az Interbrand márkatanácsadó cég évenként megjelenő ranglistájában, amely a világ száz legértékesebb márkáit tartalmazza az adott évre vonatkozóan. Az idei Interbrand „Legjobb globális márkák” (Best Global Brands 2016) rangsorában három pozíciót előrelépve 51. helyen végzett a társaság, a márkáértéke pedig 12 százalékkal nőtt 2015-höz képest több mint 9,5 milliárd dollárra.

Az Interbrand szerint az Allianz legfőbb erőssége 2015-ben a kiváló pénzügyi eredményei mellett a Valódi Ügyfélközpontúságra helyezett fókusz volt, valamint a digitalizációhoz és a fenntartható fejlődéshez való hozzáállása és elkötelezettsége is kiemelkedő volt.

„Büszkék vagyunk az Allianz brand teljesítményére. A kétszámjegyű növekedés egyértelműen tovább erősíti a rangsorban elfoglalt pozíciókat – hangsúlyozta Jean-Marc Pailhol, az Allianz globális Market menedzser és Értékesítési hálózatért felelős igazgatója. „Az ügyfeleinkre helyezett még nagyobb hangsúly a hajtóereje a brandnek. Az Allianz nemrég mutatta be a „Lépj bátran! Veled vagyunk.” márkakoncepciót, mert szeretnénk védelmet biztosítani ügyfeleinknek, amely kellő bátorságot ad számukra a növekedéshez és céljaik eléréséhez.”

### Interbrand módszertan

Az Interbrand rangsor alapjául szolgáló márkáérték számításánál figyelembe veszik az adott márkával fémjelzett termékek és szolgáltatások pénzügyi eredményességét, a márká vásárlási döntésekben betöltött szerepét, valamint a márká tényleges erejét. A módszertan ISO 10668-as minősítéssel rendelkezik. A 2016-os rangsorban a leggyorsabban növekvő márkák a Facebook, az Amazon, a LEGO és a Nissan. A rangsor legújabb szereplői között megtalálható a HP, a Dior és a Tesla is.

München, 2016. október 11.

### További információ a rangsorról:

- A teljes Interbrand rangsor [itt](#) érhető el.
- Az Allianz brand érték növekedésének teljes története [itt](#) tekinthető meg.

## További Információ:

Szabó Linda

Kommunikációs osztály

Allianz Hungária Zrt.

1087 Budapest Könyves K. krt. 48-52.

Tel.: +36-1-301-6526

Mob.: +36 20 468 8782

e-mail: linda.szabo@allianz.hu

### **Az Allianzról**

Ügyfeleivel és értékesítési partnereivel az Allianz az egyik legerősebb pénzügyi közösséget alkotja.

A pénzügyi lehetőségek kiaknázása és a kockázatok elleni védelem terén világszerte több mint 83 millió magán- és vállalati ügyfél támaszkodik az Allianz szaktudására, tőkeerejére, globális jelenlétére és stabilitására.

2014-ben az Allianz a világ több mint 70 országában 148 ezer alkalmazottal 122,3 milliárd eurós díjbevételt és 10,4 milliárd eurós működési eredményt ért el.

Az Allianz magyarországi csoportjának tagjai az Allianz Hungária Zrt., az Allianz Hungária Nyugdíjpénztár, az Allianz Egészség- és Önségélyező Pénztár, valamint az Allianz Alapkezelő Zrt. termékeikkel és szolgáltatásaikkal széles körű pénzügyi megoldásokat nyújtanak. Az Allianz Hungária Zrt. a Nemzetközi Számviteli Szabályok (IFRS) szerint 123,76 milliárd forint bruttó díjbevételt ért el 2014-ben, a Mabisz által közzétett adatok szerint 15 százalékkal továbbra is piacvezető a biztosítási piacon, 21 százalékkal szintén piacvezető a nem-életbiztosítások területén.

### **A közlemények mindenkor az alábbiak figyelembe vételével értelmezendők**

#### **Figyelmeztetés a jövőre vonatkozó állításokkal kapcsolatban**

A sajtószoja közleményeiben szereplő állítások között előfordulhatnak jövőre vonatkozó várakozások és egyéb prognózisok, amelyek a vezetőség jelenlegi elképzeléseinek és feltételezéseinek alapszanak, valamint tartalmazhatnak ismert és nem ismert kockázatokat és bizonytalan tényezőket, amelyek miatt a tényleges eredmények, teljesítmény vagy események lényegesen eltérhetnek az ilyen állításokban kifejezettektől vagy sugallattól. A kontextus okán a jövőre vonatkozó állításokon kívül a jövőre vonatkozó állításokat olyan szavak jelölik, mint „ esetleg”, „majd ... fog”, „kellene”, „elvár”, „tervez”, „szándékozik”, „vár”, „vél”, „becsül”, „előrejelez”, „potenciális”, vagy „folytatódik” és hasonló kifejezések. A tényleges eredmények, teljesítmény vagy események lényegesen eltérhetnek az ilyen állításokban szereplőktől a következők miatt, de nem kizárólag: (i) általános gazdasági feltételek, ide értve különösen a gazdasági feltételeket az Allianz Csoport fő üzleti tevékenységében és fő piacain, (ii) a pénzügyi piacok teljesítménye, ide értve a feltörekvő piacokat, és ideértve a piac volatilitását, a likviditást és a hitelezési eseményeket (iii) a biztosított káresemények gyakoriságát és súlyosságát, többek között természeti katasztrófákból eredően, és ide értve a károkkal kapcsolatos kiadások alakulását, (iv) halálzási és megbetegedési szinteket és tendenciákat, (v) a megújítási arányokat, (vi) a hitel-nemteljesítések mértéke, (vii) kamatlábak szintje, (viii) devizaárfolyamok, ide értve az Euro/U.S. dollár árfolyamot, (ix) a verseny változó szintjei, (x) törvények és szabályozások változásai, ide értve a monetáris konvergenciát és az Európai Monetáris Uniót, (xi) a központi bankok és/vagy külföldi kormányok politikáinak változásai, (xii) az akvizíciók hatása, ide értve a kapcsolódó integrációs kérdéseket, (xiii) átszervezési intézkedések, és (xiv) általános versenytényezők, minden esetben helyi, regionális, nemzeti és/vagy globális alapon. Az ilyen tényezők közül sok előfordulása valószínűbb vagy határozottabb lehet terroristák tevékenysége és azok következményei eredményeképpen.

#### **Nincs frissítési kötelezettség**

Az Allianz nem vállal kötelezettséget az itt közölt információk frissítésére.