

## PRESS RELEASE

### Allianz memperlihatkan kinerja yang tumbuh pesat di Asia Pasifik dan Timur Tengah

*Dengan pendapatan lebih dari 8 juta euro di Asia Pasifik dan MENA di 2008 – pertumbuhan digit ganda dalam bisnis Asuransi umum di banyak Negara – Beberapa pasar asuransi jiwa juga tidak tahan terhadap krisis keuangan – eksposur pada modal yang rendah*

Allianz telah memperlihatkan pertumbuhan kinerja yang pesat di dua wilayah Asia Pasifik dan Timur Tengah dan Afrika Utara ( Middle East and North Africa/MENA) di tahun 2008. Kedua wilayah secara gabungan melaporkan Gross Written Premium (GWP) sebesar 8,1 milyar euro, naik sebesar 1 persen.<sup>1)</sup> Bisnis asuransi umum sangat kuat, tumbuh dengan angka *double-digit* di banyak negara. Premi total mencapai 2.5 milyar euro. Beberapa negara menderita akibat guncangan di pasar keuangan. Hasilnya, premi Asuransi jiwa dari kedua wilayah sedikit turun menjadi 5,6 milyar euro. Allianz saat ini melayani lebih dari 21 juta nasabah di Asia Pasifik dan MENA.

“Bisnis asuransi umum di Asia, Timur Tengah dan Afrika Utara tetap menjadi pendorong pertumbuhan bagi Allianz,” komentar Werner Zedelius, Member of Board of Allianz SE yang bertanggung jawab untuk Pasar Berkembang (Growth Markets). “Bisnis asuransi jiwa di beberapa Negara relatif baik, beberapa lainnya tidak bisa menghindari dampak dari melemahnya ekonomi. Namun demikian, saya puas dengan kinerja kami secara keseluruhan di Asia Pasifik dan MENA untuk tahun 2008.”

### Asia Pasifik – Asuransi Umum tetap menjadi pendorong pertumbuhan, kesempatan unik untuk memperkuat distribusi

Bisnis asuransi umum di Asia Pasifik telah memperlihatkan kinerja yang baik di 2008.<sup>2)</sup> Hasil ini sebagian besar berasal dari Allianz Australia, yang mencatatkan premi sebesar 1,5 milyar euro, naik 2,1 persen dari tahun sebelumnya. Rasio gabungan (*combined ratio*) di Australia sebesar 97,1 persen.

Asia (diluar Australia) memiliki kontribusi sebesar 0,5 milyar euro, naik pesat 18 persen dibandingkan 2007. Di Malaysia, pendapatan premi bahkan naik hingga 28 persen, mencapai 220 juta euro. Hal ini merupakan hasil keberhasilan penggabungan dengan Commerce Assurance Berhad, yang dibeli di tahun 2007. China, Laos, Indonesia dan Hong Kong tumbuh dengan baik di atas 10 persen. Pertumbuhan di Thailand dan Jepang sedikit lebih rendah. *Combined ratio* membaik menjadi 96,9 persen (dari 98,6 persen), sebagai hasil dari underwriting yang disiplin dan, khususnya, keberhasilan dalam pengendalian biaya.

Total premi dari bisnis asuransi jiwa di Asia sebesar 3,8 milyar euro. Allianz Indonesia tumbuh sebesar 8,5 persen dan merupakan asuransi jiwa terbesar keempat di Indonesia. Malaysia mencatatkan rekor premi sebesar 141 juta euro dan menaikkan pangsa pasar bisnis barunya menjadi 7 persen. Allianz Life Japan

mulai menawarkan polis Asuransi jiwa pada April 2008 dan menghasilkan pendapatan lebih dari yang diharapkan.

Perusahaan lain terpengaruh oleh krisis keuangan dan berakibat pada penurunan permintaan untuk produk unit linked. Premi Allianz China Life turun sebesar 20 persen, namun perusahaan menunjukkan kinerja yang lebih baik di pasar dan menempati posisi 4 di antara perusahaan joint-venture internasional. Walaupun jumlah premi diperkirakan menurun sebesar 40 persen, Allianz Taiwan Life mampu mempertahankan posisi no. 1 untuk bisnis unit linked dan meningkatkan solvabilitasnya, dibanding dengan tren di pasaran. Korea Selatan melaporkan premi 1,6 miliar Euro (menurun 10 persen) dan tetap menjadi urutan kelima terbesar pasar bisnis asuransi jiwa untuk Allianz.

Untuk investasi, Allianz mulai mengurangi eksposur modal di akhir 2007. Pada akhir 2008, modal sebesar 1 persen dari aset investasi Allianz di Asia. Pada 2009, Allianz tetap memperhatikan modal, namun akan berinvestasi dengan selektif bila kondisi pasar tampak menguntungkan.

“Saya gembira dengan pertumbuhan bisnis asuransi umum. Di bisnis asuransi jiwa, kita harus puas mengingat kondisi pasar yang sangat menantang pada semester kedua”, Bruce Bowers, CEO Allianz Asia Pasifik berkomentar. “Kita kuat menghadapi badai sejan ini dan menginvestasikan uang klien kami dengan hati-hati. Kami melihat peluang unik untuk mengembangkan bisnis ini, dan kami akan memanfaatkannya. Saya tetap optimis untuk 2009.”

Allianz mempunyai 2 prioritas strategik di Asia Pasifik pada 2009. Pertama, sebagai bagian dari 2 inisiatif global „Customer Focus“ dan „Target Operating Model“, Allianz akan terus maju untuk membuat proses, produk dan pelayanan menjadi lebih fokus kepada nasabah. Tujuannya adalah menjadi pemimpin dalam hal loyalitas di seluruh pasar pilihan. Kedua, Allianz akan lebih memperkuat jalur penjualan dengan perhatian yang khusus terhadap perekrutan, pelatihan dan pengembangan yang terkait dengan agen. “Kami melihat adanya peningkatan kualitas di antara agen”, Bowers menjelaskan “Ambil Taiwan sebagai contoh. Allianz adalah mitra yang disukai oleh para agen saat ini. Ini merupakan kesempatan unik bagi kita untuk memperkuat agency dan mengembangkan bisnis kita. Kami sangat serius memanfaatkan kesempatan ini, di Taiwan dan di Asia manapun.”

### **Timur Tengah dan Afrika Utara (MENA) – India bertumbuh sebesar 41 persen**

Pada 2008 area MENA telah membuktikan diri sebagai salah satu area Allianz yang bertumbuh. <sup>3)</sup> Pendapatan dari area ini bertumbuh menjadi 2,4 miliar Euro, meningkat sebesar 40 persen dari hasil tahun lalu.

Bisnis di area ini didominasi oleh India. Walaupun kondisi keuangan menantang, namun pertumbuhan yang kuat tetap tercipta. Bajaj Allianz Life melaporkan premium sebesar 1,8 miliar Euro, meningkat sebesar 43 persen. Volume premium Bajaj Allianz General bertumbuh 31 persen menjadi 460 juta Euro. Kedua perusahaan dengan cepat memperbanyak jumlah agen di tahun lalu guna mencapai 210,000 pada akhir tahun 2008. Fokusnya adalah profitabilitas dari jalur agency.

Pendapatan di pasar lain berkembang dengan cepat, walaupun dengan level yang relatif kecil. Sebagai contoh, bisnis asuransi jiwa di Mesir bertumbuh 34 persen mencapai 60 juta Euro. Libanon melaporkan pertumbuhan 25 persen

menjadi sebesar 30 juta Euro. Unit Takaful baru di Bahrain (Allianz Takaful Bahrain) telah disiapkan dan mulai menjual produk Takaful di Maret 2008.

Kamesh Goyal, CEO Regional Allianz Timur Tengah dan Afrika Utara, berkomentar: "Sejak September, kondisi pasar agak sulit. Kita berfokus pada profitabilitas dari bisnis kita dan juga peningkatan rasio premium per karyawan dan premium per agen." Di India, Bajaj Allianz Life dan Bajaj Allianz General mencapai laba operasional di 2008.

Kontribusi dari perusahaan MENA lainnya masih relatif kecil. "Walaupun begitu negara-negara ini menunjukkan pertumbuhan yang tinggi, dan ada potensi yang baik di masa depan", ujar Goyal. Lebih lanjut, dia menyimpulkan: "2009 akan dikarakteristikan dengan resesi global yang juga akan menyentuh nasabah kita. Kita akan terus membantu nasabah kita untuk menghadapi krisis keuangan saat ini dan berusaha untuk menciptakan relasi jangka panjang dengan mereka."

### **Indonesia – Allianz tumbuh dengan meyakinkan di 2008**

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia ("Allianz Utama") dan PT Asuransi Allianz Life Indonesia ("Allianz Life") mampu membukukan GWP gabungan sebesar Rp. 3,7 trilyun di 2008, angka ini merupakan peningkatan dibandingkan GWP tahun lalu sebesar Rp. 3,4 trilyun. Kedua perusahaan, bersama – sama, mengasuransikan lebih dari 1 juta nasabah yang didukung oleh lebih dari 12.000 agen di seluruh Indonesia.

"Allianz di Indonesia sekali lagi tumbuh secara menguntungkan dan berada pada kondisi keuangan yang solid di 2008. Rasio solvabilitas untuk Allianz Life sebesar 306% dan 162% untuk Allianz Utama; dengan keuntungan kami sebesar Rp. 128,8 milyar untuk Allianz Life dan Rp. 43,8 milyar untuk Allianz Utama, membuktikan bahwa kami merupakan mitra yang secara keuangan solid dan stabil untuk para nasabah. Kami merupakan mitra yang memiliki komitmen tinggi dan berada pada kondisi yang baik serta mampu memberikan perlindungan jangka panjang kepada nasabah, juga di masa – masa yang sulit," ujar Jens Reisch, Presiden Direktur Allianz Life Indonesia.

### **Konfirmasi target jangka menengah**

Werner Zedelius mengatakan: "Agenda kami di tahun 2009 sudah jelas. Kami akan terus berinvestasi untuk penjualan dan distribusi di Asia, Timur Tengah dan Afrika Utara. Kami akan menjaga solvabilitas perusahaan kami dan mengambil manfaat dari kekuatan keuangan Allianz. Dan kami akan mengerjakan model operasi untuk mencapai customer focus yang lebih baik dan kinerja yang lebih tinggi." Beliau menambahkan: "Target jangka menengah kami tetap tidak berubah. Kami ingin mencapai premium 10 miliar Euro di Asia Pasifik dan MENA dan meraih setidaknya posisi 5 terbesar di setiap pasar."

*1) Figures comprise all Allianz insurance companies in Asia Pacific and MENA, including those not consolidated under IFRS (India, Thailand). Growth figures are internal growth, i.e. adjusted for F/X effects and consolidation effects.*

*2) Asia Pacific consists of Allianz entities in Australia, China, Hong Kong, Indonesia, Japan, Laos, Malaysia, Singapore (incl. Brunei), South Korea, Taiwan, and Thailand.*

*3) Middle East and North Africa was established as the third growth region of Allianz in 2007, besides Asia Pacific and New Europe. It consists of entities in Bahrain, Egypt, India, Jordan, Lebanon, Pakistan, Saudi Arabia, and Sri Lanka.*

## **About Allianz**

Allianz adalah penyedia jasa asuransi dan keuangan terkemuka dan merupakan salah satu perusahaan Societas Europaeae pertama. Berdiri sejak tahun 1890, Allianz SE kini hadir di lebih 70 negara seluruh dunia dengan lebih dari 150.000 karyawan. Allianz melayani lebih dari 75 juta nasabah dengan pelayanan lengkap asuransi umum, asuransi jiwa & kesehatan dan manajemen aset.

Allianz SE adalah salah satu perusahaan asuransi terkemuka di Dow Jones Sustainability Index. Kami mendukung prinsip-prinsip Global Compact dari Persatuan Bangsa-Bangsa dan juga Guideline OECD bagi perusahaan-perusahaan multinasional.

**Singapura, Munich, 30 Maret , 2009**

### **Press contact:**

Christoph John  
Allianz Insurance Management Asia Pacific Pte Ltd  
Phone +65-62 97 27 24  
e-mail [christoph.john@allianz.com.sg](mailto:christoph.john@allianz.com.sg)

Michael Matern  
Allianz Group Communications  
Phone +49-89 3800 2960  
e-mail [michael.matern@allianz.com](mailto:michael.matern@allianz.com)

### **Cautionary note on forward looking statements**

The statements contained herein may include statements of future expectations and other forward-looking statements that are based on management's current views and assumptions and involve known and unknown risks and uncertainties that could cause actual results, performance or events to differ materially from those expressed or implied in such statements. In addition to statements which are forward-looking by reason of context, the words "may", "will", "should", "expects", "plans", "intends", "anticipates", "believes", "estimates", "predicts", "potential", or "continue" and similar expressions identify forward-looking statements. Actual results, performance or events may differ materially from those in such statements due to, without limitation, (i) general economic conditions, including in particular economic conditions in the Allianz Group's core business and core markets, (ii) performance of financial markets, including emerging markets, and including market volatility, liquidity and credit events (iii) the frequency and severity of insured loss events, including from natural catastrophes and including the development of loss expenses, (iv) mortality and morbidity levels and trends, (v) persistency levels, (vi) the extent of credit defaults, (vii) interest rate levels, (viii) currency exchange rates including the Euro/U.S. Dollar exchange rate, (ix) changing levels of competition, (x) changes in laws and regulations, including monetary convergence and the European Monetary Union, (xi) changes in the policies of central banks and/or foreign governments, (xii) the impact of acquisitions, including related integration issues, (xiii) reorganization measures, and (xiv) general competitive factors, in each case on a local, regional, national and/or global basis. Many of these factors may be more likely to occur, or more pronounced, as a result of terrorist activities and their consequences. The matters discussed herein may also be affected by risks and uncertainties described from time to time in Allianz SE's filings with the U.S. Securities and Exchange Commission. The company assumes no obligation to update any forward-looking statement.

### **No duty to update**

The company assumes no obligation to update any information contained herein.