



*В своем ежегодном рейтинге «Лучшие мировые бренды» за 2015 год международная бренд-консалтинговая группа Interbrand оценила стоимость бренда Allianz в 8,5 млрд долларов США, что на 10% больше, чем в 2014 году. В топ-100 мировых брендов Allianz занял 54-е место, поднявшись на одну строчку выше по сравнению с прошлогодним рейтингом. Динамика роста бренда Allianz ставит его в один ряд с такими глобальными брендами, как Google, Samsung и Nike.*

В настоящее время в мире более 600000 представителей бренда Allianz (сотрудников, агентов и партнеров) работают для 85 млн клиентов группы. Практически 83% бизнеса группы работает под брендом Allianz.

Комментирует доктор Кристиан Деурингер, директор по бренд-менеджменту группы Allianz: «Стоимость бренда Allianz растет быстрее, чем рынок, что, собственно, и подтверждается тем фактом, что мы смогли продвинуться вперед в рейтинге, с 55-го на 54-е место. Это успех, особенно если вспомнить, какой большой путь мы проделали, начиная с 2007 года, когда мы впервые появились в рейтинге, заняв 80-ю строчку с оценкой стоимости бренда в 4 млрд долларов США. Сейчас наша стоимость выросла более чем в два раза, достигнув 8,5 млрд долларов США. Безусловно, наша цель – продолжить восхождение в рейтинге. В долгосрочной перспективе мы будем ориентироваться на самые мощные бренды потребительских товаров и технологий».

Источник: [Википедия страхования](#) , 08.10.15