



Pressemeldung

Die Allianz Arena - das Ziel der europäischen Fußballelite

- Blicken Sie vor dem Endspiel am 19. Mai hinter die Kulissen der legendären Allianz Arena
- Begeben Sie sich auf eine interaktive 360° Panoramatour des weltberühmten Fußballstadions
- Fans können über "Football for Life" auf Facebook den Finalisten ihren Rat erteilen

Am 19. Mai wird die Allianz Arena in München zum Ziel für die Crème de la Crème des europäischen Fußballs. Zuschauer aus der ganzen Welt werden an diesem Tag das Finale der renommiertesten Fußballvereinsmeisterschaft überhaupt verfolgen.

Als Gründungspartner der legendären Arena bietet die Allianz Fußballfans im Vorfeld der größten Fußballnacht des Jahres exklusive Einblicke.

"Niemand kennt die Allianz Arena besser als die Allianz und wir sind weiterhin stolz darauf, der Namenspartner dieses weltberühmten Fußballstadions zu sein", erklärt Christian Deuringer, Head of Global Brand Management bei der Allianz SE. Die Allianz ist einer der führenden Versicherungs- und Finanzdienstleister der Welt und hat ihren Hauptsitz in München.

Das legendäre Stadion ist für seine unverkennbar beleuchteten "Kissen" an der Außenfassade berühmt, die je nach Club ihre Farbe von rot zu blau zu weiß wechseln. Bei der Entwicklung der Arena spielte die Allianz eine wesentliche Rolle, denn ihr Forschungslabor, das Allianz Zentrum für Technik (AZT) führte alle Feuerbeständigkeitsprüfungen des Außenmaterials durch. Der Bau der Allianz Arena dauerte drei Jahre. Seit ihrer offiziellen Eröffnung im Mai 2005 sind fast 15 Millionen Fans zu mehr als 300 Spielen gekommen, u.a. auch zum Eröffnungsspiel und den Halbfinalen der Fußballweltmeisterschaft 2006. Bei jedem dieser großen Spiele waren 66.000 Zuschauer anwesend.

Im Internet können sich Fans jetzt über die "Football for Life" Facebook-Seite und die football-for-life.com Seite selbst ins Stadion begeben und darin herumlaufen - ganz egal, wo auf der Welt sie sich in Wirklichkeit befinden. Wie die besten Spieler des europäischen Fußballs, die in weniger als sechs Wochen denselben Weg nehmen werden, gelangen Fans über die 360° Panoramatour erst in die Umkleidekabine, dann hinunter in den Spielertunnel und schließlich aufs Spielfeld.

Vier Infografiken veranschaulichen die interne Funktionsweise dieses äußerst modernen Stadions. Hier erfahren Sie, wie lang, breit und dick die Rasenschicht im Stadion ist, wie das äußere Beleuchtungssystem umweltfreundlicher gestaltet wurde und sogar wie viele Würstchen pro Match verkauft werden.



Ein Kurzfilm zeigt die Arena von A bis Z und liefert den Fans so einen einzigartigen Einblick in das Stadion, in dem nächsten Monat die besten europäischen Fußballer spielen werden.

Außerdem können Fans auf der "Football for Life" Facebook-Seite ihre Kommentare abgeben und die Spieler und Teams bei ihrer Vorbereitung auf das Endspiel beraten.

"Fußball ist eine internationale Sprache, die überall auf der Welt Millionen von Menschen sprechen", betont Christian Deuringer. "Wir freuen uns darauf, unsere Einblicke und unser Wissen mit Fans rund um den Globus zu teilen und sie am 19. Mai in diesem großen Stadion und natürlich in München willkommen zu heißen." Fans finden die 360° Panoramatur sowie die Geschichten, Bilder und Videos, die einen Blick hinter die Kulissen der Allianz Arena ermöglichen, auf der "Football for Life" Facebook-Seite oder auf football-for-life.com.

Material für die freie Nutzung durch die Presse:

- Interaktive 360° Panoramatur
- Kurzfilm
- Bild von außen und innen
- Fakten und Zahlen
- Infografik

Um auf dieses Material zuzugreifen, besuchen Sie bitte:

<http://sponsoring.allianz.com/en/allianz-arena/>

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Nick.meakin@hkstrategies.com / +44 207 413 3181

Rachel.Froggatt@grey.com / +49 1724 491 31

Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten.

Über die Allianz Gruppe

Die Allianz ist zusammen mit ihren Kunden und Vertriebspartnern eine der stärksten Finanzgemeinschaften. Rund 78 Millionen Privat- und Unternehmenskunden setzen auf Wissen, globale Reichweite, Kapitalkraft und Solidität der Allianz, um finanzielle Chancen zu nutzen, Risiken zu vermeiden und sich abzusichern.

2011 erwirtschafteten rund 142.000 Mitarbeiter in etwa 70 Ländern einen Gesamtumsatz von 103,6 Milliarden Euro und erzielten ein operatives Ergebnis von 7,9 Milliarden Euro. Die Leistungen an Kunden summierten sich auf 86,5 Milliarden Euro.

Dieser Geschäftserfolg mit Versicherungs-, Asset Management- und Assistance-Dienstleistungen fußt zunehmend auf dem Kundenbedarf nach krisenfesten Finanzlösungen für die alternde Gesellschaft und die Herausforderungen des Klimawandels. Transparenz und Integrität sind wesentliche Elemente einer nachhaltigen Unternehmensführung der Allianz SE.



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 aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, aus Akquisitionen sowie der anschließenden Integration von Unternehmen und aus Restrukturierungsmaßnahmen ergeben. Abweichungen können außerdem aus dem Ausmaß oder der Häufigkeit von Versicherungsfällen (zum Beispiel durch Naturkatastrophen), der Entwicklung der Schadenskosten, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise -tendenzen und, insbesondere im Bankbereich, aus der Ausfallrate von Kreditnehmern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte (z.B. Marktschwankungen oder Kreditausfälle) und der Wechselkurse sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können entsprechenden Einfluss haben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, Zukunftsaussagen zu aktualisieren.

Keine Pflicht zur Aktualisierung

Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.