



DER AXA KONZERN 2007

Kundenorientierung und Innovation | Verantwortung und Engagement | Zahlen und Fakten



FÜR IHRE SICHERHEIT
FÜR IHR VERMÖGEN

Für Vertrauen im Leben





LIEBE LESERINNEN UND LESER

in neuer Form berichten wir erstmals über die vielfältigen Aktivitäten in unserem Unternehmen und informieren über die geschäftliche Entwicklung des Konzerns im Jahr 2007. Die Tatsache, dass die AXA Konzern AG seit dem Sommer des vergangenen Jahres keine außenstehenden Aktionäre mehr hat und nicht mehr börsennotiert ist, hat auch Auswirkungen auf unsere Finanzkommunikation. Natürlich möchten wir Sie – unsere Kunden, Geschäftspartner, Medien, Institutionen und alle an der AXA Deutschland Interessierten – auch künftig regelmäßig über unser vielfältiges Engagement und die Entwicklung unseres Unternehmens informieren. Anstelle des bisherigen, eher formalen Konzern-Geschäftsberichtes haben wir dafür diesen Report gewählt: Er beleuchtet verschiedene Facetten unseres Unternehmens und stellt wichtige Ereignisse und Entwicklungen bei AXA im Umfeld von Branche und Gesellschaft vor.

Rückblickend auf das vergangene Jahr, ist für mich die zentrale Aussage: Der Konzern hat sich 2007 sehr gut entwickelt! Durch die Integration der DBV-Winterthur Versicherungen sind wir zur Nummer vier unter den Erstversicherern im deutschen Markt aufgerückt. Viel wichtiger als dieser Platzwechsel ist aber: Mit den von beiden Seiten in diese Partnerschaft eingebrachten Stärken haben wir eine hervorragende – und vor allem ausbaufähige – Position im Wettbewerb erreicht. AXA mit ihrem starken Standbein in der Sachversicherung und

hier besonders auch im Firmengeschäft, DBV-Winterthur als führender Partner des Öffentlichen Dienstes, beide nahezu gleich stark in der privaten Krankenversicherung – dies ergänzt sich hervorragend!

Mit einem Wachstum, das in vielen Segmenten über dem Marktdurchschnitt lag, verlief unser Geschäft 2007 durchaus erfreulich. Unsere zahlreichen Innovationen überzeugen zunehmend unsere Kunden, mit deren Bedürfnissen wir uns künftig noch intensiver auseinandersetzen werden. Denn unser Ziel ist es, zielgruppen- und bedarfsgerechte Lösungen zu entwickeln und den Kunden noch konsequenter in den Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns zu stellen. Ich bin sicher: Mit dieser Strategie sind wir auf einem guten Weg, um – entsprechend der Ambition der internationalen AXA Gruppe – auch in Deutschland zum bevorzugten Anbieter der Kunden zu werden und weiter profitabel zu wachsen.

Ihr

Dr. Frank W. Keuper
Vorsitzender des Vorstands des AXA Konzerns

INHALT

KUNDENORIENTIERUNG UND INNOVATION

- Seite 8–11 **Der Partner erster Wahl werden!**
Ausrichtung und Strategie des
AXA Konzerns
- Seite 12–17 **Attraktiv durch Innovation**
Kundennahe Lösungen für alle Zielgruppen
- Seite 18–20 **Wenn Kunstwerke reisen**
Galerien wie Privatsammler vertrauen
auf AXA Art
- Seite 21 **„Ausführlich erklären, was Kunden
für ihr Geld bekommen“**
Interview zum neuen Versicherungs-
vertragsgesetz
- Seite 22–23 **Neue Perspektiven für private
Krankenversicherungen**
Veränderungen durch das Wettbewerbs-
stärkungsgesetz

VERANTWORTUNG UND ENGAGEMENT

- Seite 26–29 **Die andere Integration**
Die Stärken von AXA und DBV-Winterthur
verbinden
- Seite 30 **Vom Mitarbeiter zum Mit-Unternehmer**
Modelle der Erfolgsbeteiligung bei AXA
- Seite 31–35 **Helfer mit Herz**
AXA Mitarbeiter engagieren sich ehrenamtlich
in zahlreichen Hilfsprojekten
- Seite 36–37 **Aufklären, motivieren, begleiten**
Vom Kostenerstatter zum modernen Gesund-
heitsmanager
- Seite 38–41 **Heute für morgen sorgen**
Ergebnisse des aktuellen Ruhestand-
Barometers



ZAHLEN UND FAKTEN

- Seite 44–45 **AXA weltweit**
Gruppe und Konzern in Zahlen
- Seite 46–51 **AXA in Deutschland –**
Ein Konzern weiter auf Wachstumskurs
- Seite 52–53 **AXA in Deutschland –**
Teil einer globalen Gruppe
- Seite 54–55 **AXA Organisationsstruktur**
Aufsichtsrat, Konzernbeirat, Gruppenvorstand





KUNDENORIENTIERUNG UND INNOVATION

UNSER ZIEL IST, ZUM BEVORZUGTEN PARTNER ZU WERDEN: FÜR KUNDEN, FÜR VERTRIEBSPARTNER UND MITARBEITER. DESHALB ENTWICKELN WIR KONTINUIERLICH LÖSUNGEN, DIE SICH STETS AN DEN BEDÜRFNISSEN DER KUNDEN ORIENTIEREN.

DER PARTNER ERSTER WAHL WERDEN!

Die AXA Deutschland hat ihren Erfolgskurs im Jahr 2007 fortgesetzt – trotz sich verändernder Rahmenbedingungen im Markt und der laufenden Integration der DBV-Winterthur ist der Konzern weiter gewachsen. Das Ziel steht fest: Bis 2012 der Partner erster Wahl für Kunden, Mitarbeiter und Vertriebspartner werden.



Der deutsche Versicherungsmarkt hat sich in den vergangenen Jahren entscheidend verändert. Dies liegt insbesondere an zahlreichen gesetzlichen Neuregelungen mit zum Teil deutlichen Auswirkungen auf das bisherige Geschäftsmodell. Sie stärken die Position des Verbrauchers und garantieren künftig mehr Transparenz. So sieht die EU-Vermittlerrichtlinie unter anderem vor, Beratungsgespräche für den Kunden detailliert zu dokumentieren. Durch das Versicherungsvertragsgesetz (VVG) werden Beratungen und Verträge verständlicher und nachvollziehbarer. Und das Wettbewerbsstärkungsgesetz (WSG) verpflichtet die privaten Krankenversicherungen ab dem 1. Januar 2009, Kunden unabhängig von Alter, Gesundheitszustand oder Finanzkraft einen Basistarif anzubieten.

STARKE BEWEGUNG AM MARKT

Hinzu kommt, dass verstärkt neue Anbieter auf den Markt kommen und den intensiven Wettbewerb noch weiter verschärfen. In einigen Sparten führt dies zu einem harten Preiskampf, der nicht zuletzt auch über neue Vertriebswege ausgetragen wird – etwa über das Internet oder gar Lebensmittel-Discounter. Darüber hinaus verwischen die Grenzen zwischen den einzelnen Branchen: Banken und Fondsgesellschaften haben Versicherungsprodukte im Portfolio, und Versicherer bieten ihren Kunden umfassende Absicherungslösungen an, die auch Finanzprodukte einschließen.

Das liegt nicht zuletzt daran, dass sich die Ansprüche der Verbraucher verändert haben. Ob Firmenkunden, Gewerbetreibende, Angestellte, junge Familien oder Ruheständler: Für alle Zielgruppen gibt es heute spezielle Angebote und die Möglichkeit, sich umfassend zu informieren. Deshalb ist absehbar, dass sich der Versicherungsmarkt von einem Verkäufer- zu einem Käufermarkt entwickeln wird: Nicht mehr die Anbieter legen fest, was der Kunde haben will, sondern der Kunde bestimmt das Angebot mit seinen Erwartungen.

NUMMER VIER IN DEUTSCHLAND

Um vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen im Wettbewerb zu bestehen, braucht ein Versicherer eine starke Position. Die AXA Deutschland hat hier einen entscheidenden Vorteil: Sie ist Teil der weltweiten AXA Gruppe. Diese ist in den vergangenen zwei Jahrzehnten zu einer der größten und erfolgreichsten Unternehmensgruppen im Bereich der finanziellen Absicherung geworden. In Deutschland ist AXA durch die Integration der DBV-Winterthur inzwischen zur Nummer vier auf dem Markt aufgestiegen, verfügt über die zweitgrößte Vermittlerorganisation und bietet damit ein flächendeckendes Vertriebsnetz.

Als Vollsortimenter kann die „neue“ AXA den Versicherungs- und Vorsorgebedarf der Kunden nunmehr so umfassend wie kaum ein anderes Unternehmen abdecken. „Die Integration von AXA und DBV-Winterthur hat uns stärker gemacht. Wir sind jetzt wohl der einzige Anbieter auf dem Markt, der sowohl für den Privatkunden wie auch den Firmen- und Industriekunden eine komplette Angebotspalette bereithält. In einigen Geschäfts-

feldern, zum Beispiel im Segment Ärzte und Heilwesen, sind wir Marktführer“, erklärt Dr. Frank W. Keuper, Vorsitzender des Vorstands des AXA Konzerns.

„DIE INTEGRATION VON AXA UND DBV-WINTERTHUR HAT UNS STÄRKER GEMACHT“

DR. FRANK W. KEUPER, VORSITZENDER DES VORSTANDS DES AXA KONZERNS

Hinzugekommen sind neue Zielgruppen, die bislang nicht im Fokus des Unternehmens standen. Ein Beispiel dafür ist der Öffentliche Dienst. In diesem Segment hat sich die DBV-Winterthur einen anerkannt guten Ruf erarbeitet, sodass der Konzern die Marke „DBV“ auch künftig erhalten wird und sich mit ihr noch konsequenter als bisher als Partner des Öffentlichen Dienstes positioniert.

SICHER VORSORGEN MIT TWINSTAR

Die Bedürfnisse der Verbraucher genau kennenzulernen und optimale Lösungen für die Kunden zu entwickeln, das ist AXA wichtig. Ein Beispiel dafür ist TwinStar. Hierbei handelt es sich um eine europaweit einzigartige Altersvorsorgeform, die eine der höchsten garantierten Renten in Deutschland mit erstklassigen Renditechancen kombiniert. Denn genau das wünschen sich die Kunden – wie AXA mithilfe umfassender Marktforschungen festgestellt hat: Zunächst befragten verschiedene unabhängige Institute mehr als 1.000 Bundesbürger, wie sie sich eine überzeugende Vorsorge vorstellen. Anschließend bat AXA Finanzspezialisten und Versicherungsmakler um ihre Einschätzung, und auch Marktbeobachter schauten sich weltweit nach ungewöhnlichen Konzepten um. Die auf diese Weise gewonnenen Analysen füllten Dutzende Aktenordner und machten es möglich, TwinStar – unter dem Namen Accumulator bereits in den USA erfolgreich angeboten – auf dem deutschen Markt einzuführen. Eine Lösung, die sich exakt nach den Bedürfnissen der Kunden richtet und sowohl größtmögliche Sicherheit als auch hohe Rendite bietet.

PASSGENAUE LÖSUNGEN ENTWICKELN

Aufgrund der sich ständig wandelnden Anforderungen und stetig steigenden Erwartungen der Kunden ist es wichtiger denn je, die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden zu kennen, um dann ein individuelles Paket schnüren zu können. In der Branche als innovativ bekannt, hat AXA dieser Entwicklung bereits in den zurückliegenden Jahren durch eine Vielzahl von Neuentwicklungen Rechnung getragen. So wurden in der privaten Sachversicherung und im Bereich Vorsorge ebenso wie im Firmenkundengeschäft neue Produkte und Leistungen entwickelt, die den Kundenwunsch in einer neuen Qualität berücksichtigen.

Viel Wert legt AXA darüber hinaus auf eine exzellente Beratung durch Agenturen und Vertriebspartner. Mit regelmäßigen Schulungen und Weiterbildungen – bis hin zur Zusatzausbildung zum IHK-zertifizierten Versicherungsberater – sorgt AXA dafür, dass Vermittler und Vertriebspartner über aktuelle gesetzliche Änderungen stets genauso informiert sind wie über neue Produkte und Services. Zudem werden die internen Abläufe regelmäßig überprüft und optimiert, um den ständig steigenden Erwartungen der Kunden an einen funktionierenden Service gerecht zu werden.

All dies sind Meilensteine auf dem Weg zur Umsetzung der seit vier Jahren weltweit verfolgten Ambition 2012. Mit dieser globalen Strategie hat sich die AXA Gruppe das Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2012 das Unternehmen erster Wahl für Kunden, Aktionäre und Mitarbeiter zu werden.

DEN KUNDEN IM BLICK

Vor dem Hintergrund dieser Ambition wurden bereits zu Beginn der Integration von AXA und DBV-Winterthur die Eckpfeiler der Strategie für die „neue“ AXA definiert. Sie rückt den Kunden noch weiter in das Zentrum der Unternehmenstätigkeit, getragen von der Überzeugung, dass nachhaltiger Erfolg nur dann möglich ist, wenn Kunden und Vertriebspartner sich ebenso wie die Mitarbeiter dauerhaft für AXA entscheiden. Am deutlichsten zeigt sich die Konsequenz dieser Entscheidung an der Einrichtung von Kundensegment-Teams. Auf der Basis intensiver Marktforschung und eines permanenten Dialogs mit den Verbrauchern haben diese jeweils von einem Vorstand geleiteten Teams die Verantwortung, über die Grenzen einzelner Produktparten und Bereiche hinweg kundenorientierte Leistungsangebote zu entwickeln, an den Markt zu bringen und die Qualität der Geschäftsentwicklung sicherzustellen. Dies wird auch die interne Struktur des Konzerns mitunter deutlich verändern.

„ICH SEHE MIT BEGEISTERUNG, WIE SICH UNSERE MITARBEITER MIT AUSSERGEWÖHNLICHEM ENGAGEMENT FÜR DAS UNTERNEHMEN UND UNSERE ZIELE EINSETZEN“

DR. FRANK W. KEUPER, VORSITZENDER DES VORSTANDS DES AXA KONZERNES

Bei alledem spielen die Mitarbeiter eine zentrale Rolle. „Bei uns als Dienstleister sind schließlich sie es, die den Unterschied zu anderen Anbietern ausmachen“, sagt der Vorsitzende des Vorstands Dr. Frank W. Keuper. „Ich sehe mit Begeisterung, wie sich unsere Mitarbeiter mit außergewöhnlichem Engagement für das Unternehmen und unsere Ziele einsetzen.“

GUT BERATEN MIT PLAN360°

plan360° ist ein Beratungsansatz für Menschen über 50. AXA hat ihn entwickelt, weil immer mehr Menschen der Generation 50 plus meinen, ihnen fehle kein Produkt. Was sie bräuchten, sei vielmehr Hilfe dabei, die bestehenden Angebote einzuordnen und ihren Ruhestand gut zu planen. AXA hat dazu umfassende Befragungen und Gruppendiskussionen in Auftrag gegeben. So wurden wertvolle Informationen darüber gewonnen, was sich Kunden wünschen und wie Vermittler und Makler dies beurteilen. Das Ergebnis ist ein zertifizierter, ganzheitlicher Beratungsansatz. Im Gespräch mit dem Kunden analysieren die Berater zunächst die persönliche Situation: Wie viel Rente kann erwartet werden? Ist eine Immobilie vorhanden? Will der Kunde während des Ruhestands ein kostspieliges Hobby ausüben? Wie sähen die finanziellen Verhältnisse aus, wenn er gesundheitliche Probleme bekommt? Nachdem der Vermittler sich so einen Überblick über Einkommen, Vermögensanlage und die Situation im Pflegefall verschafft hat, kann er dem Kunden ein individuelles Paket mit Anlage-, Versicherungs- und Vorsorgelösungen schnüren. Die Rundum-Beratung nach plan360° wurde von der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) zertifiziert, die in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft die Interessen älterer Menschen vertritt.

OPTIMAL ABGESICHERT MIT PROFI-SCHUTZ

Ob Bäcker, Gastronom oder Steuerberater: Unternehmer und Selbstständige haben sehr unterschiedliche Anforderungen an ihren Versicherungsschutz. Damit sie sich dennoch gegen genau die Risiken absichern können, die für ihren Tätigkeitsbereich relevant sind, hat AXA ein völlig neues Konzept erarbeitet: den Profi-Schutz. Dieser basiert auf einem transparenten Baustein-System. Dafür analysieren die Berater zunächst die individuelle Risikosituation des Kunden. Dann stellen sie ein maßgeschneidertes Versicherungspaket zusammen. Dieses kombiniert je nach Bedarf Haftpflicht-, Sach-, Gebäude- und Rechtsschutz-Versicherungen. Das Ergebnis ist ein individueller Schutz, der konsequent an den Bedürfnissen des jeweiligen Betriebes ausgerichtet ist – auch in finanzieller Hinsicht, denn der Kunde kann entscheiden, wie umfassend die Deckung und damit der Versicherungsbeitrag sein soll.

DR. FRANK W. KEUPER: „GEMEINSAM WEITER WACHSEN“

Mit der Integration der DBV-Winterthur Versicherungen ist AXA auf Rang vier im deutschen Versicherungsmarkt aufgerückt. Welche weiteren Vorteile daraus entstanden sind, erläutert Dr. Frank W. Keuper, Vorsitzender des Vorstands des AXA Konzerns.



„AXA IST IN DER BRANCHE ALS EINER DER INNOVATIVSTEN ENTWICKLER BEKANNT UND BRINGT SEHR ERFOLGREICHE UND WETTBEWERBSFÄHIGE PRODUKTE MIT“

DR. FRANK W. KEUPER, VORSITZENDER DES VORSTANDS DES AXA KONZERNS



Welche Stärken bringt der AXA Konzern ein?

AXA ist in der Branche als einer der innovativsten Entwickler bekannt und bringt sehr erfolgreiche und wettbewerbsfähige Produkte mit. Wir haben eine dynamische Unternehmenskultur und gehören zu einer starken Gruppe, die international aufgestellt ist. Zudem wird die „neue“ AXA von unseren umfassenden Erfahrungen im Industriegeschäft profitieren.

Sind künftig weitere Zukäufe geplant, um sich im Wettbewerb zu positionieren?

Wir werden unser Kerngeschäft auch weiterhin sehr gezielt erweitern. Aber unser Ziel ist es, nicht nur durch Zukäufe, sondern auch aus eigener Kraft zu wachsen: Dafür haben wir in der weltweiten AXA Gruppe die Strategie Ambition 2012 entwickelt, mit der wir den Kunden in den Mittelpunkt stellen und zum Unternehmen erster Wahl werden wollen.

Herr Dr. Keuper, warum war der Zusammenschluss ein sinnvoller Schritt? Die AXA Gruppe und die DBV-Winterthur sind zwei Unternehmen, deren Geschäftsportfolios sehr gut zueinanderpassen. Gemeinsam können wir den Versicherungs- und Vorsorgebedarf unserer Kunden noch umfassender abdecken und die besten Produkte mit in die Zukunft nehmen. Das heißt: Wir führen unsere jeweiligen Stärken zusammen, um die Potenziale gemeinsam zu nutzen und unsere Servicequalität weiter zu verbessern.

Und wie profitiert die „neue“ AXA umgekehrt von der DBV-Winterthur?

Die DBV-Winterthur ist im Bereich Öffentlicher Dienst hervorragend aufgestellt. Der Name DBV stand ursprünglich für Deutsche Beamten-Versicherung und ist bekannt – deshalb werden wir ihn beibehalten. Darüber hinaus gehört die DBV-Winterthur Krankenversicherung zu den Top Ten im deutschen Markt. Und die Gruppe verfügt über eine hohe Kompetenz in der betrieblichen Altersvorsorge.

Integrationsprozesse sind meist schmerzlich für die Mitarbeiter. Welche Lösung haben Sie gefunden?

Wir sind die Integration bewusst anders angegangen als die Mitbewerber: Wir haben immer unsere Kunden und unsere Mitarbeiter im Blick gehabt. Schon vor Beginn der Verhandlungen mit den Arbeitnehmervertretern war klar: Betriebsbedingte Beendigungen oder Standortschließungen sollte es bei uns nicht geben. Denn wir setzen auf motivierte und engagierte Mitarbeiter, die unseren Kunden einen optimalen Service bieten.

ATTRAKTIV DURCH INNOVATION

Finanztest, Capital oder Focus Money bestätigen: Produkte und Leistungen der AXA werden in Vergleichstests oftmals ausgezeichnet. Das liegt nicht nur am Preis, sondern auch daran, wie sie sich am Bedarf des Kunden orientieren.



Im Allgemeinen wird der Preis einer Leistung als wichtigstes Kriterium für die Kaufentscheidung genannt. Doch gilt das auch für Versicherungen und Vorsorgeprodukte? Die Anforderungen der Kunden an ein gutes Produkt und eine akzeptierte Leistung sind kontinuierlich gestiegen, die Angebote komplexer geworden. Kunden wollen heute vom individuellen Nutzwert einer Leistung überzeugt sein. Dabei verändern sich ihre Bedürfnisse je nach Lebenssituation und -phase. Für einen Anbieter von Versicherungen und langfristigen Vorsorgeprodukten bedeutet dies permanente Innovation und damit die Fähigkeit, fachliche Kompetenzen immer wieder neu zu kombinieren. AXA hat ihr Angebot in den vergangenen Jahren erneuert und für nahezu jede Kundengruppe eine eigene, umfassende Produktpalette entwickelt.

PRIVATKUNDEN: VORSORGE UND PRIVATE ABSICHERUNG HOCH IM KURS

Immer mehr Menschen halten es für wichtig, sich nicht nur auf den Staat zu verlassen, sondern zusätzlich privat vorzusorgen, so die aktuellen Ergebnisse des AXA Ruhestand-Barometers (siehe Seite 38). Dabei sehen sie sich allzu häufig mit einem Problem konfrontiert: Das verfügbare Budget reicht nicht, um eine auskömmliche Altersvorsorge anzusparen. Zudem stehen sie meist vor der Wahl zwischen einer guten garantierten Mindestverzinsung und der Aussicht auf eine deutlich höhere Rendite ohne Garantie.

Dieses Dilemma hat AXA im Frühjahr 2006 mit der Einführung von TwinStar für den Kunden gelöst. Denn TwinStar bietet ein in dieser Form bisher nicht da gewesenes Verhältnis zwischen Sicherheit und Rendite: deutlich höhere garantierte Renten als bei konventionellen Rentenversicherungen in Kombination mit Renditen, wie sie sonst nur bei Aktienengagements möglich sind. Durch die besondere Form des Garantimanagements sind gleichzeitig die Risiken negativer Einflüsse durch Schwankungen am Kapitalmarkt minimiert. Dafür ist TwinStar, der seit 2007 auch in einer riesterfähigen Variante angeboten wird, mehrfach ausgezeichnet worden, unter anderem mit dem „Life & Pensions Award 2007“. „TwinStar beweist, dass AXA mit neuen Lösungen Maßstäbe in der zunehmend wichtiger werdenden Altersvorsorge setzt“, sagt Dr. Heinz-Peter Roß, im AXA Vorstand für das Vorsorgeressort verantwortlich.

„TWINSTAR BEWEIST, DASS AXA MIT NEUEN LÖSUNGEN MASSSTÄBE IN DER ZUNEHMEND WICHTIGER WERDENDEN ALTERSVORSORGE SETZT“

DR. HEINZ-PETER ROSS, AXA VORSTAND, VORSORGE

Neben der Altersvorsorge spielt die Absicherung für den Fall der Erwerbsunfähigkeit eine wichtige Rolle. Im Falle einer Berufsunfähigkeit oder Pflegebedürftigkeit reicht die staatliche Unterstützung nicht für die Existenzsicherung aus: Bei Erwerbsunfähigkeit zahlt der Staat denjenigen, die nach 1961 geboren

sind, nur noch eine Erwerbsminderungsrente von maximal 756 Euro im Monat. Diese bekommt nur, wer keine drei Stunden am Tag mehr arbeiten kann. Das ist zum Leben zu wenig, wenn zusätzlich zu den Lebenshaltungskosten auch noch Pflegekosten bezahlt werden müssen.

Eine der wichtigsten Policen überhaupt ist daher die Berufsunfähigkeitsversicherung. Ein Produkt, bei dem AXA seit Jahren zu den ausgezeichneten Anbietern zählt. So zeichnete das renommierte Analysehaus Morgen & Morgen die Kompetenz von AXA in der Berufsunfähigkeitsversicherung 2007 zum wiederholten Mal mit der Höchstnote aus. „Sehr gut“ lautete ebenfalls erneut das Ergebnis in der Juli-Ausgabe von „Finanztest“ aus 2007. Besonders hervorgehoben wurden dabei sowohl die Qualität der Versicherungsbedingungen als auch der Gesundheitsfragen.

Viele Personen genießen allerdings überhaupt keinen gesetzlichen Schutz: Nichtberufstätige wie beispielsweise Hausfrauen oder -männer erhalten im Falle eines Unfalls oder einer schweren Erkrankung weder Leistungen aus der gesetzlichen Unfallversicherung noch eine staatliche Erwerbsminderungsrente. Das gilt übrigens auch für Selbstständige.

Seit 2006 bietet AXA als erster Versicherer in Deutschland für diese Deckungslücken mit der Unfall-Kombirente eine Versicherungslösung als bezahlbare Basisabsicherung an. Die Police deckt die finanziellen Folgen von Unfällen, schweren Krankheiten, Pflegebedürftigkeit und Verlust von Grundfähigkeiten wie Sehen, Hören, Sprechen ab. Erstmals können sich damit auch Personen absichern, die für ihre private Vorsorge nur ein kleines Budget aufwenden können.

Auch im heiß umkämpften Markt für Kraftfahrtversicherungen punktet AXA mit Innovationen. Für anspruchsvolle Autofahrer hat sie den Versicherungsbaustein „optimum plus“ entwickelt, die erste Allgefahrdeckung für privat genutzte Kraftfahrzeuge. Damit sind jetzt auch Schadenfälle versicherbar, die von der klassischen Vollkaskoversicherung nicht abgedeckt werden. Ob ein Wagen zum Beispiel während der Probefahrt vom Kaufinteressenten gestohlen wird, sich Schneeketten lösen oder das auf dem Dach montierte Fahrrad herunterfällt und die Motorhaube beschädigt: AXA übernimmt die Kosten für sämtliche Schäden bis auf wenige klar definierte Ausnahmen. „Mit diesem Baustein hat der Kunde die Gewissheit: Alles was nicht explizit ausgeschlossen wurde, ist auch tatsächlich versichert. Das bedeutet mehr Klarheit und Sicherheit“, erklärt Rainer Brune, Vorstandsmitglied der AXA Versicherung.

FIRMEN- UND INDUSTRIEKUNDEN: KOMPETENT BERATEN UND ZUVERLÄSSIG ABGESICHERT – IM IN- UND AUSLAND

AXA überzeugt mit der Entwicklung von Lösungen für Firmen- und Industriekunden. Das Angebot reicht von Haftpflicht- und Sachversicherungen über technische Spezialversicherungen bis hin zu Garantie und Kautions-, Transport- und Kraftfahrtversicherungen für Fahrzeugflotten. Werden Gebäude oder Maschinen beschädigt, liegt manchmal der komplette Betrieb für längere Zeit lahm. Die Sach- und Betriebsunterbrechungsversicherungen

von AXA leisten in solchen Fällen finanziellen Ersatz für beschädigte Sachen und den entgangenen Gewinn.

Um den unterschiedlichen Anforderungen von Firmen- und Industriekunden an ihren Versicherer gerecht zu werden, ist AXA in diesem Segment bestens aufgestellt: Seit einigen Jahren gibt es mit Profi-Schutz eine umfangreiche Produktpalette für kleine und mittlere Unternehmen, bei der sich je nach Bedarf aus verschiedenen Bausteinen die individuell benötigte Deckung zusammenstellen lässt. Größere Unternehmen profitieren von individueller Vertragsgestaltung und höchster Fachkompetenz im Bereich der Risikoberatung – wie zum Beispiel von umfangreichen Brandschutzkonzepten für Industrieanlagen, Beratung zur Ladungssicherung von Containerschiffen oder Risk-Management-Programmen für Fahrzeugflotten. Bei AXA als international aufgestellter

Versicherungsgruppe sind Kunden auch dann gut aufgehoben, wenn sie ihre Geschäftsaktivitäten auf das Ausland ausdehnen – zum Beispiel im Rahmen von Exporten oder durch im Ausland gelegene Betriebsstätten, sei es in den Vereinigten Staaten oder in Asien.

Dabei begleitet AXA die meisten Kunden bereits zuverlässig über mehrere Jahre und viele Veränderungen hinweg. „Unsere Partner dürfen darauf vertrauen, dass wir auf veränderte Rahmenbedingungen schnell und flexibel reagieren und stets den passenden Deckungsschutz zur Verfügung stellen“, sagt Dr. Markus Hofmann, der im Vorstand der AXA Deutschland das Industrie- und Firmenkundengeschäft verantwortet. So können neue Gesetze wie das im November 2007 in Kraft getretene Umweltschadengesetz eine Erweiterung des Versicherungsschutzes erforderlich machen.

Nach dem neuen Gesetz haftet jedes Unternehmen – ob Chemiekonzern, landwirtschaftlicher oder handwerklicher Betrieb – für Schäden an der Natur. Dazu gehören nicht etwa nur Schädigungen der Gewässer oder des Bodens. Auch für Schäden an der Biodiversität, der

„UNSERE PARTNER DÜRFEN DARAUF VERTRAUEN, DASS WIR AUF VERÄNDERTE RAHMENBEDINGUNGEN SCHNELL UND FLEXIBEL REAGIEREN UND STETS DEN PASSENDEN DECKUNGSSCHUTZ ZUR VERFÜGUNG STELLEN“

DR. MARKUS HOFMANN, AXA VORSTAND, SCHADEN- UND UNFALLVERSICHERUNGEN



Weil sie im Alter nicht jeden Cent zweimal umdrehen möchten.

- **TwinStar Riester-Rente Klassik** bietet mit mindestens dreiprozentiger Garantieverzinsung eine der höchsten Garantierenten – ab 25 Euro Monatsbeitrag.
- **TwinStar Riester-Rente Invest** ist eine fondsgebundene Versicherung mit bis zu 100 Prozent Aktienanteil. Im Zentrum stehen optimierte Renditechancen – ab 25 Euro im Monat.
- **TwinStar Premium** ist eine steueroptimierte flexible Sofortrente, die im Unterschied zu den Riesterpaketen jederzeit ausgezahlt werden kann – ab 10.000 Euro Einmalanlage.

Weil er sich nach einem Unfall keine Gedanken darüber machen will, ob seine Versicherung zahlt oder nicht.

- **optimum plus** erweitert die Vollkasko-Deckung um Schäden, die bislang nicht abgedeckt waren. Zum Beispiel wenn der Wagen von einem Kaufinteressenten während der Probefahrt gestohlen wird.
- **joker plus** verhindert nach einem Unfall die Rückstufung in eine niedrigere Schadenfreiheitsklasse und eine Erhöhung des Versicherungsbeitrages.
- **mobil plus** sorgt für Reparaturen in einer qualitätsgeprüften Partnerwerkstatt und auch für ein Ersatzfahrzeug. Zum Service gehören Fahrzeugreinigung, Hol- und Bringdienst.



Vielfalt der Arten, haftet der Unternehmer. Als erster Versicherer in Deutschland bietet AXA bereits seit Juni 2007 eine Umweltschadensversicherung an, die vor den finanziellen Folgen aus dieser Haftung schützt.

Auch klimatische Veränderungen wie das häufigere Auftreten von schweren Sturmereignissen machen neue Versicherungslösungen erforderlich. Als einziger Versicherer bietet AXA den rund zwei Millionen deutschen Waldbesitzern und knapp 200.000 Forstbetrieben neben den üblichen Waldbrand- und Haftpflichtversicherungen auch eine Deckung für Sturmschäden an. Spätestens seit den schweren Schäden, die durch den Sturm Kyrill Anfang 2007 verursacht wurden, ist die Nachfrage nach solchen Deckungskonzepten groß.

ÄRZTE: PERFEKT BERATEN – GUT GESCHÜTZT

Für den Arzt ist die Ausübung seines Berufes heute sehr viel komplexer geworden: Gründung und wirtschaftlicher Betrieb einer Praxis erfordern Kenntnisse über das medizinische Fachwissen hinaus, und durch veränderte Rahmenbedingungen ist auch die eigene Altersvorsorge für die Angehörigen der akademischen Heilberufe zunehmend ein Thema. Hier bietet die Deutsche Ärzteversicherung die passende Absicherung mit

Vorsorgeprodukten, die speziell auf den Bedarf der akademischen Heilberufe abgestimmt und von den berufsständischen Organisationen qualitätsgeprüft sind.

Und auch eine andere Entwicklung verlangt nach perfekter Absicherung: Ärzte werden zunehmend mit dem Vorwurf von Behandlungsfehlern konfrontiert. Der Schutz durch einen erfahrenen Versicherer ist hier essenziell. Deutsche Ärzteversicherung und DBV-Winterthur, die zusammen Marktführer in diesem Bereich sind, bieten diese Garantie durch die Berufshaftpflichtversicherung mit der passenden Deckung für jede Berufsphase – sei es als Berufseinsteiger, Arzt im Krankenhaus oder in der eigenen Praxis. Die Konditionen lassen sich je nach Fachrichtung variieren und sind für Berufseinsteiger besonders günstig.

Perfekte Beratung durch eigens für diese Berufsgruppe ausgebildete Beratungsspezialisten und exakte Absicherung durch spezialisierte Produkte, dafür steht die Deutsche Ärzteversicherung insgesamt als Spezialversicherer im AXA Konzern. Beispiel Berufsunfähigkeit: Zwar genießen Ärzte in diesem Fall eine solide Grundabsicherung über das Versorgungswerk, das jedoch nur bei vollständiger Berufsunfähigkeit Leistungen vorsieht. Hier bietet sich die für ihre umfassenden Leistungen

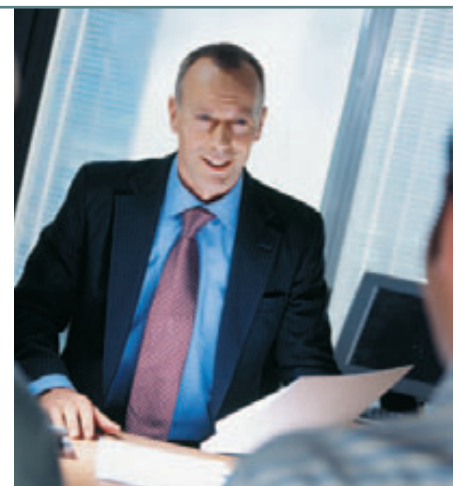


Weil eine Eiche bis zu 180 Jahre wachsen muss, bis er sie fällen und weiterverarbeiten kann.

- **Wald-Sturmversicherung** zahlt bereits ab Windstärke acht. Versicherer und Waldbesitzer legen die Versicherungssumme fest, die im Schadenfall gezahlt wird.
- **Waldbrandversicherung** versichert nicht nur den stehenden Waldbestand, sondern auch das geschlagene Holz.
- **Waldbesitzer-Haftpflichtversicherung** schützt vor Ansprüchen Dritter wie zum Beispiel Spaziergängern, die sich im Wald verletzen, oder vor Schäden durch Waldmaschinen.

Weil er für sein Unternehmen nicht einfach eine Versicherung braucht, sondern ein Risikomanagement und einen Partner, der mitdenkt.

- **Sach- und Betriebsunterbrechungsversicherung** schützt Ausstattung, Einrichtung und das Gebäude eines Unternehmens gegen Sachschäden und das Unternehmen gegen Ertragsausfall durch Betriebsunterbrechungen.
- **Transportversicherung** deckt die Risiken des Transports von Gütern ab.
- **Haftpflichtversicherung für Industrie- und Firmenkunden** schützt vor finanziellen Folgen durch Schadenersatzforderungen Dritter.



mehrfach ausgezeichnete Berufsunfähigkeitsversicherung der Deutschen Ärzteversicherung als ideale Ergänzung an.

Der Zusammenschluss von AXA und DBV-Winterthur und die damit verbundene Bündelung der Kompetenzen von Deutsche Ärzteversicherung und DBV-Winterthur im Heilberufemarkt macht das Unternehmen zur ersten Wahl für die akademischen Heilberufe.

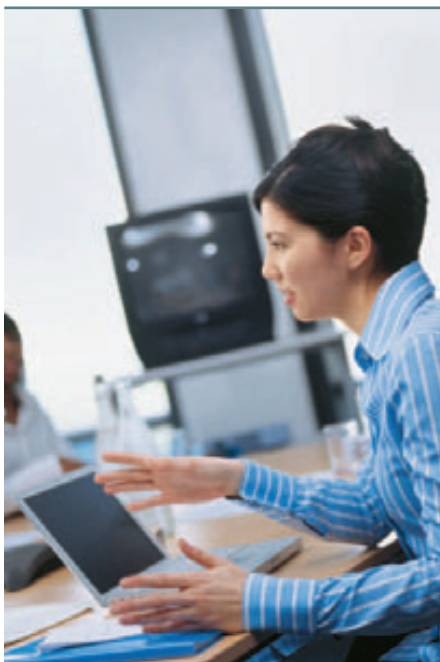
PARTNER FÜR DEN ÖFFENTLICHEN DIENST

Eine weitere Berufsgruppe, die bei AXA einen hohen Stellenwert hat, sind Beamte und Mitarbeiter des Öffentlichen Dienstes. Diese haben traditionell eine starke Bindung zur DBV-Winterthur, die 2007 Teil der AXA Deutschland wurde. Auch bei dieser Berufsgruppe nimmt das Thema private Altersvorsorge einen immer größeren Stellenwert ein. Im Zuge

der Reform des Dienstrechts rechnen drei von vier Beamten künftig mit einem niedrigeren Pensionsniveau. Das ergab das Branchenbarometer Beamte, das die DBV-Winterthur und das F.A.Z.-Institut im Januar 2008 vorstellten. Um die entstehenden Versorgungslücken im Alter zu schließen, ist daher ein privater Vermögensaufbau empfehlenswert. Daneben spielt auch für Beamte die berufliche Haftpflicht eine große Rolle. Verletzt beispielsweise ein Lehrer auf einem Klassenausflug seine Aufsichtspflicht, kann er haftbar gemacht werden, wenn beispielsweise ein Kind einen Schaden an einem fremden Gegenstand anrichtet oder sich selbst verletzt. Im schlimmsten Fall können Forderungen in Millionenhöhe auf ihn zukommen. Die DBV-Winterthur bietet für solche Situationen eine Haftpflichtversicherung an, die sogar vor dem Regress durch den Dienstherrn schützt.

Weil sie als Ärztin und Unternehmerin vorausschauend planen muss.

- **Berufshaftpflichtversicherung** bietet die passenden Haftpflichtdeckungen für jede Berufsphase und besondere Preisvorteile – zum Beispiel eine Berufshaftpflicht für Medizinstudenten zu günstigsten Konditionen.
- **DocD'or** kombiniert Altersvorsorge und Berufsunfähigkeitsschutz. Durch die Investition in profitable Dachfonds sorgen Ärzte steuergünstig für das Alter vor. Im Falle einer Berufsunfähigkeit erhalten sie sofort die volle Rente als Ersatz-einkommen.
- **Praxiskonzept** erlaubt eine steueroptimierte Finanzierung der eigenen Praxis. Die Idee: Mithilfe einer privaten Rentenversicherung wird das Darlehen für die Praxisgründung getilgt. Die Darlehenszinsen sind dabei vollständig steuerlich absetzbar.



Damit sie als Beamtin auf Probe bei Unfall oder Krankheit nicht ohne Absicherung dasteht.

- **Dienstanfänger-Police** kombiniert eine Einkommensabsicherung bei Dienst-unfähigkeit und eine günstige private Altersvorsorge. Vorteile: Die Dienstunfähigkeitsrente garantiert eine hohe Rentenhöhe von Anfang an. Für die Privat-Rente zahlen junge Beamte in den ersten fünf Jahren sogar nur den halben Beitrag.
- **Vision B** ist eine kostengünstige Krankenversicherung für Beamte mit Beihilfeanspruch, mit hohen möglichen Beitragsrückerstattungen. Sie bietet Beamten umfangreiche medizinische Dienstleistungen und Informationen.
- **BOXplus** erweitert das Leistungsspektrum einer privaten Haftpflichtversicherung. Beispielsweise können auch geliehene Sachen gegen Schäden versichert werden. Beamte haben die Möglichkeit, eine Diensthafthpflichtversicherung, die vor dem Regress durch den Dienstherrn schützt, mit einzuschließen. Bei Be- und Entlade-schäden springt BOXplus sogar für die Kfz-Versicherung ein und verhindert eine Rückstufung in der Schadenfreiheitsklasse.

REPARATUR? ABER BITTE REIBUNGSLOS!

Schäden an Haus und Wagen sind meist nicht nur teuer, sondern auch mit viel Zeit und Ärger verbunden. Der Schadensservice Spezial der AXA sorgt für einen reibungslosen Ablauf, damit der Kunde zum Beispiel einen Autounfall schnell wieder vergessen kann.

Nicht nur AXA Kunden, auch Anspruchsteller können im Falle eines Autounfalls den Schadensservice Spezial nutzen. AXA nimmt den Betroffenen alle lästigen Arbeiten ab: Der Versicherer sucht eine geeignete Werkstatt aus, holt das beschädigte Fahrzeug ab und stellt für die Dauer der Reparatur einen kostenlosen Ersatzwagen. Das Fahrzeug des Kunden wird nach Herstellervorgaben repariert und außerdem auch noch von innen und außen gereinigt. Ganze sechs Jahre Garantie gewähren Werkstätten aus dem AXA Werkstattnetz auf die Reparatur – dreimal so viel wie gesetzlich vorgeschrieben.

MEHR SERVICE DURCH NETZWERK

Mit dem Werkstattnetz kann AXA Kosten senken und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit steigern. Denn durch optimierte Abläufe reduziert sich auch die Reparaturdauer. Regelmäßige Befragungen zeigen: Rund 80 Prozent unserer Kunden sind mit dem Service sehr zufrieden oder bezeichnen ihn sogar als ausgezeichnet. Sie würden ihn auch weiterempfehlen. Auch die Partner-Werkstätten profitieren: Sie erzielen eine höhere Auslastung, mehr Planungssicherheit, und nicht zuletzt gewinnen sie durch die Kooperation auch neue Kunden.

SPEZIALISTEN AM WERK

Inzwischen hat AXA den Schadensservice auch auf Reparaturen an Immobilien ausgedehnt. Schäden wie Wasserrohrbrüche stellen jeden Immobilienbesitzer vor ein erhebliches Problem. Besonders dann, wenn kein Kontakt zu kompetenten Handwerksbetrieben besteht. Schnelles Handeln ist gefragt, damit Wohnung oder Haus bald wieder uneingeschränkt genutzt werden können. Spezialisierte Handwerker sind heute in der Lage, zum Beispiel Leitungswasserschäden mit äußerst geringen Beeinträchtigungen zu beheben. Ganze Flächen an Badkacheln müssen in der Regel nicht mehr aufgestemmt werden.

Auch hier verfügt AXA über ein Netzwerk von spezialisierten Handwerksbetrieben und kann dem Versicherungsnehmer schnell den erforderlichen Fachmann vermitteln. Nachdem der Schaden behoben ist, versetzen Maler, Tapezierer, Fliesenleger und sonstige Handwerker auch die Wände und Böden der Räume wieder in einen einwandfreien Zustand zurück. Um all das muss der Versicherte sich nicht kümmern – Aufträge und Koordination übernehmen Experten im Auftrag von AXA.

STARKER PARTNER FÜR DEN VERTRIEB

Mit aktiver Unterstützung zum bevorzugten Partner für Agenturen, Makler und Kooperationspartner.

Wer für seine Kunden attraktiv sein will, muss hervorragende Vertriebspartner für sich gewinnen. „Wir legen großen Wert darauf, nicht nur Privat- und Firmenkunden von uns zu überzeugen. Genauso wollen wir unsere Agenturen und unsere Makler-Partner mit aktiver Förderung erfolgreicher machen und dadurch langfristig an uns binden“, erläutert Vertriebsvorstand Wolfgang Hanssmann das Selbstverständnis von AXA.

Als einer der größten Anbieter von Versicherungen und Finanzdienstleistungen in Deutschland wird der Konzern von rund 4.700 gebundenen Vertriebspartnern bundesweit repräsentiert. Rund 8.000 ungebundene Vertriebspartner, das heißt Makler und Mehrfachagenturen, verkaufen Produkte von AXA und DBV-Winterthur. Dabei profitieren diese nicht nur von der innovativen Produktpalette des Unternehmens, sondern auch von der aktiven Unterstützung durch umfassende Schulungen, verkaufsfördernde Maßnahmen, Werbung in einer Vielzahl von Medien und – nicht zuletzt – der starken Marke des Konzerns.

Eine zentrale Rolle unter den Vertriebswegen spielt der Exklusivvertrieb, in dem die gebundenen Agenturen beheimatet

sind. „Bei AXA gibt es ein klares Bekenntnis zu diesem Vertriebsweg“, betont Hanssmann. „Gut ausgebildete und unternehmerisch handelnde Vermittler sind Garanten für eine gute Kundenbetreuung, und zwar von der Erstberatung über die laufende Betreuung bis hin zur Hilfe im Schadenfall.“

Doch nicht nur für Agenturen, sondern auch für Makler und Kooperationspartner will AXA ein verlässlicher Partner sein. „Wir investieren in die Verbesserung von administrativer Unterstützung, schnellere Vertragsabwicklung und eine elektronische Plattform zur Vernetzung mit unseren Partnern“, so Hanssmann. Schon heute kann über ein Extranet auf Online-Tarifrechner, Handbücher, Formulare und Fachinformationen zugegriffen werden. Diese aktive Unterstützung des Vertriebs scheint sich auszuzahlen. Eine aktuelle Umfrage des Instituts der Versicherungsmakler bestätigt: 26,4 Prozent der 387 befragten Makler gaben an, AXA sei für sie einer der drei wichtigsten Vermittlungspartner für gewerbliche Sachversicherungen. Und auch die Zufriedenheit der Ausschließlichkeitsvermittler steigt stetig.

WENN KUNSTWERKE REISEN

Der Markt für zeitgenössische Kunst boomt: Trafen sich früher europäische und amerikanische Käufer auf den Auktionen, so reisen heute auch Interessenten aus Asien, dem Mittleren Osten und Russland an.



Rund 75.000 Besucher kamen 2008 zur Maastrichter Kunstmesse TEFAF. Besonders gefragt waren zeitgenössische Kunstwerke – die Händler meldeten Rekordumsätze.



Weißer Marmor und Stahl: Die Installation „Aerei“, 2008, des Künstlers Fabio Viale, Galerie Courtesy Gagliardi Art Systems in Turin, war einer der Publikumsmagneten auf der TEFAF.

Kunst dient mehr und mehr als Anlageobjekt. Bilder von bekannten Vertretern der Neuen Leipziger Schule wie Neo Rauch oder Tim Eitel erzielen mittlerweile auch international Höchstpreise. Kunstmesse wie die The European Fine Art Foundation, kurz TEFAF, in Maastricht oder die Art Basel und ihr Ableger in Miami Beach entwickeln sich nicht nur zum gesellschaftlichen Ereignis, sondern auch zu einem Millionengeschäft: „Wir haben 2007 so viele Werke mit einem zweistelligen Millionenwert versichert wie niemals zuvor“, so Dr. Ulrich Guntram, Vorsitzender des Vorstands der AXA Art Versicherung. Wegen ihres jahrzehntelangen Know-hows und ihrer Fachkompetenz hat die AXA Gruppe der Tochtergesellschaft des deutschen AXA Konzerns das Geschäft mit der Kunstversicherung weltweit übertragen.

„WIR HABEN 2007 SO VIELE WERKE MIT EINEM ZWEISTELLIGEN MILLIONENWERT VERSICHERT WIE NIEMALS ZUVOR“

DR. ULRICH GUNTRAM, VORSITZENDER DES VORSTANDS DER AXA ART

So hat sich beispielsweise der Erbe des Kosmetikkonzerns Estée Lauder an die Versicherung gewandt, nachdem er das Porträt der Adele Bloch-Bauer von Gustav Klimt erworben hatte. Damit er

es sicher von den letzten Eigentümern in Kalifornien in seine Neue Galerie nach New York bringen konnte, hat AXA Art ihm nicht nur eine hochsummige Police ausgestellt, sondern ihn auch sicherheitstechnisch beraten. Für Transporte wertvoller Kunstwerke ist es wichtig, einen Spezialisten zu beauftragen, der sich mit den Risiken auskennt.

WERKE SCHÜTZEN UND ERHALTEN

AXA Art unterstützt seit Jahren zahlreiche internationale Kunstmesse und ist unter anderem Hauptsponsor der TEFAF und Förderer der Art Basel. Diese Messen dienen nicht nur der Kundenpflege, sie sind auch eine gute Gelegenheit, um Sammler auf zentrale Themen aufmerksam zu machen wie etwa die Empfindlichkeit von Kunstwerken. Denn während viele Liebhaber bei alten Meistern höchste Vorsicht walten lassen, erscheinen ihnen zeitgenössische Werke häufig robust. Dabei sind gerade Bilder und Skulpturen aus Kunststoff oder Acrylfarbe im Gegensatz zu Ölbildern sehr anfällig. Deshalb fördert AXA Art Restaurierungsprojekte wie zum Beispiel das „Tate AXA Art Modern Paints Project“ in Kooperation mit der Londoner Tate Gallery. Ziel ist es, neue Methoden zur Konservierung und Restaurierung von Acrylwerken zu erforschen.

KEINE CHANCE FÜR KUNSTRÄUBER

Aus der Züricher Sammlung Bührle haben Räuber im Februar 2008 impressionistische Gemälde im Wert von rund 110 Mio. Euro entwendet. Kurz zuvor wurden zwei Leihgaben des Sprengel Museums Hannover aus einer Picasso-Ausstellung im ebenfalls schweizerischen Pfäffikon entwendet. Das einträgliche Geschäft mit der Kunst rangiert laut Interpol bereits auf Platz vier der kriminellen Delikte – nach Drogengeschäften, Geldwäsche und Waffenhandel. Dabei lässt sich das Sicherheitsrisiko für Sammler, Aussteller und Museen in vielen Fällen ohne großen Aufwand reduzieren. Denn oft sind es Kleinigkeiten, die den Gangstern ihr Geschäft erleichtern: etwa kurze Fluchtwege, weil wertvolle Gemälde neben dem Eingang hängen, oder weil Autos direkt vor das Gebäude fahren können.

AXA Art setzt sich schon seit Jahren für höhere Sicherheitsstandards ein. Im Jahr 2007 hat der Versicherer ein großes Pilotprojekt für Kunstlagerhäuser und Museen ins Leben gerufen: die Risikoanalyse GRASP (Global Risk Assessment Platform), die AXA Art entwickelt hat und mit professionellen Sicherheitsfirmen anbietet. Anhand eines Kataloges von 1.000 Fragen werden Schwachstellen im Zusammenspiel von mechanischen, elektronischen und organisatorischen Maßnahmen ermittelt. Und falls dennoch ein Raub passiert, ist AXA Art ebenfalls der richtige Ansprechpartner: Der Versicherer verfügt über ein Netzwerk von Experten, die darauf spezialisiert sind, gestohlene Werke wieder aufzuspüren.



Die Experten von AXA Art machten auf der TEFAF mit der Ausstellung „Fragility“ darauf aufmerksam, wie anfällig Kunstobjekte sein können und wie wichtig es ist, sie zu schützen.

Jeder Transport hinterlässt Spuren. Und dass Kunstwerke auf Reisen gehen, ist auf dem heute schon globalen Markt gang und gäbe. In vielen Ländern, die im wirtschaftlichen Auf- und gesellschaftlichen Umbruch sind, entstehen neue, an Kunst interessierte Käuferschichten.

SPEZIALISTEN WELTWEIT VOR ORT

Eine Entwicklung, für die sich AXA Art gut positioniert hat: „Wir sind der einzige Spezialversicherer, der mit eigenen Experten in allen wesentlichen Kunstmärkten vertreten ist“, erklärt Dr. Guntram. Das schätzen vor allem private Sammler, die wichtigste Zielgruppe des Unternehmens. Denn sie reisen – wie auch die Werke – von einem Kunstereignis zum nächsten und verbringen einen Teil des Jahres in ihrem Zweitwohnsitz im Ausland. Anforderungen, denen AXA Art mit dem Produkt artplus

EINE FÜR ALLES: ARTPLUS

Der internationale Boom auf dem Kunstmarkt führt dazu, dass immer mehr Werke im Privatbesitz sind. Diese Kunden benötigen einen umfassenden und einfach zu handhabenden Schutz. AXA Art hat deshalb mit artplus ein wettbewerbsstarkes Produkt entwickelt: Es deckt außer Kunstwerken auch Schmuck, hochwertigen Hausrat und Gebäude. Um der Internationalität der Sammler Rechnung zu tragen, schließt es auch Auslandsimmobilien in zahlreichen Ländern ein.

**„WIR SIND DER EINZIGE SPEZIAL-
VERSICHERER, DER MIT EIGENEN EXPERTEN
IN ALLEN WESENTLICHEN KUNSTMÄRKTEN
VERTRETEN IST“**

DR. ULRICH GUNTRAM, VORSITZENDER DES VORSTANDS DER AXA ART

Rechnung getragen hat (siehe Info-Kasten). Mit großem Erfolg: Das Privatsegment von AXA Art ist 2007 nicht nur in Deutschland zweistellig gewachsen.

„AUSFÜHRLICH ERKLÄREN, WAS KUNDEN FÜR IHR GELD BEKOMMEN“

Seit diesem Jahr gilt das neue Versicherungsvertragsgesetz, kurz VVG genannt. Das Gesetz soll Beratung und Vertragsrecht transparenter für Kunden machen. Detlev Schäfer, Leiter des Programms VVG-Reform, zu den Eckpunkten der Reform.



Die Reform des Versicherungsvertragsgesetzes bedeutet tief greifende Änderungen für die gesamte Branche. Was ändert sich für AXA durch das neue VVG?

Die Änderungen sind vielfältig. So besteht beispielsweise nun nicht nur bei Vertragsabschluss, sondern während der gesamten Vertragslaufzeit eine Beratungspflicht. Bei den Lebensversicherungen wurde ein Anspruch auf die Beteiligung an den Bewertungsreserven, das heißt dem Unterschied zwischen Markt- und Buchwert von Kapitalanlagen, und die Verteilung der Abschluss- und Vertriebskosten auf die ersten fünf Jahre zur Erhöhung der Rückkaufswerte in den ersten Jahren verankert. Auch in den Schadenversicherungen gab es eine Reihe von Verbesserungen zugunsten unserer Kunden. Zudem wurde die maximale Vertragsdauer von fünf auf drei Jahre gekürzt. Längere Laufzeiten sind zwar theoretisch zulässig, aber es besteht Kündigungsrecht zum Schluss des dritten Versicherungsjahres. Eine der wichtigsten Änderungen ist sicherlich, dass der Gesetzgeber das sogenannte Policenmodell abgeschafft hat.

Was genau bedeutet das, auch für den Kunden?

Bislang haben die Versicherer dem Kunden erst mit der Versicherungspolice, also der offiziellen Vertragsurkunde, die kompletten Unterlagen zugeschickt. Jetzt händigen wir dem Kunden die Unterlagen schon im Beratungsgespräch vor der Antragsstellung aus. Hier hat der Gesetzgeber den zeitlichen Ablauf des Verkaufsprozesses sozusagen umgekehrt. Darauf haben wir uns aber schon lange eingestellt, indem wir unsere

Prozesse angepasst haben. Ganz wichtig: Auch unsere Vertriebspartner wurden von uns frühzeitig auf die Veränderungen vorbereitet. Auch die Einführung der Beratungs- und Dokumentationspflicht bedeutet für uns keine große Umstellung. Wir haben unsere Kunden schon immer ausführlich informiert und unsere Empfehlungen verständlich dargestellt, zum Beispiel mit einer umfassenden Finanz- und Vorsorgeanalyse. Jetzt ist dieser Service samt ausführlicher Dokumentation eben auch gesetzlich vorgeschrieben.

Nun ist es allerdings so, dass der Kunde auch transparenter als bisher die Höhe der mit einem Vertrag verbundenen Kosten erfährt ...

Stimmt. Laufende Kosten sowie die Abschluss- und Vertriebskosten müssen dem Kunden jetzt bei Lebens- und Krankenversicherungen offengelegt werden. Das bietet unseren Beratern im Gespräch die Chance, den Kunden zu erklären, was diese für ihr Geld bekommen. Nämlich Bedarfsanalyse, Beratung und – besonders wichtig – eine laufende Betreuung. In diesem Sinne schulen wir unsere Berater regelmäßig.

Auch wenn Sie sich auf vieles schon frühzeitig eingestellt haben, welche Auswirkungen hat die Reform des VVG auf die internen Abläufe im Unternehmen?

Wir haben die Prozesse zum Teil umgestellt oder von Grund auf neu definiert, zum Beispiel im Bereich IT: In den vergangenen beiden Jahren haben wir auch unsere Software und Programme zur Antrags- und Bestandsverwaltung umgeschrieben, damit die Abwicklung auch nach dem 1. Januar 2009 reibungslos funktioniert. Dann nämlich gelten die neuen Regelungen nicht nur für Neukunden, sondern auch für die Bestandskunden.

Was meinen Sie, wie wird sich das Versicherungsgeschäft unter den neuen Bedingungen entwickeln?

Die Reform soll für mehr Transparenz sorgen. Das kann uns nur recht sein: Wir werden uns weiterhin vor allem durch gute Beratung profilieren. Insgesamt wird der Versicherungsvertrieb damit noch professioneller werden, und die Kunden werden besser verstehen können, welche Leistungen sie erhalten. Darin liegt für uns eine große Chance.

NEUE PERSPEKTIVEN FÜR PRIVATE KRANKENVERSICHERUNGEN

Ab 2009 muss jeder Bundesbürger eine Krankenversicherung abschließen. Dies ist eine Auswirkung der Gesundheitsreform von 2007, offiziell Wettbewerbsstärkungsgesetz genannt. Zwar berührt die Reform primär die gesetzlichen Kassen, doch auch private Krankenversicherer können sich profilieren.



Das mehr als 500 Seiten umfassende Gesetzeswerk zur Gesundheitsreform regelt unter anderem im Detail, wie sich die Deutschen künftig krankenversichern müssen. So besteht nun eine Krankenversicherungspflicht für alle – also beispielsweise auch für Selbstständige und Unternehmer. Zudem müssen die privaten Krankenversicherer ab Januar 2009 einen sogenannten Basistarif anbieten, dessen Leistungsumfang dem der gesetzlichen Krankenversicherungen (GKV) entspricht. Der Tarif darf dabei nicht den durchschnittlichen Höchstbeitrag der GKV überschreiten. Außerdem wird der Wechsel von gesetzlichen zu privaten Anbietern und innerhalb der privaten Krankenversicherungen (PKV) neu geregelt. Unter dem Strich soll die Reform für mehr Wettbewerb sorgen – tatsächlich wird sie aber nach derzeitiger Einschätzung für die meisten Bürger zu höheren Kosten führen.

ZULAUF ZU PRIVATEN DURCH STEIGENDE KOSTEN BEI GESETZLICHEN

Anbietern von privaten Krankenversicherungen wie der AXA eröffnen sich aber auch Chancen, von der aktuellen Gesundheitsreform zu profitieren. „Denn auch diesmal ist das Umlagesystem der gesetzlichen Krankenkassen nicht angetastet worden. Aufgrund der demografischen Entwicklung werden deshalb immer weniger erwerbstätige Beitragszahler immer mehr Rentner finanzieren“, erklärt Gernot Schlösser, Vorsitzender des Vorstands der AXA Krankenversicherung. Damit bliebe aber die Unsicherheit bestehen, wie sich die Beiträge künftig entwickeln würden, so Schlösser. Schon ab 2009 sei mit zum Teil beträchtlichen Beitragssteigerungen für die rund fünf Millionen freiwilligen Mitglieder in den gesetzlichen Krankenversicherungen zu rechnen. Das wiederum wird wahrscheinlich dazu führen, dass viele Kunden zu den privaten Kassen wechseln. Hintergrund: Versicherte der GKV oder deren Arbeitgeber überweisen ab 2009 ihre Beiträge nicht mehr direkt an die Krankenkassen, sondern an einen Gesundheitsfonds. Dieser verteilt das Geld an die Kassen, die ihre Leistungen zu einem einheitlichen Beitragssatz anbieten müssen, der deutlich oberhalb des bisherigen Durchschnitts liegen wird. Einer Umfrage von PricewaterhouseCoopers zufolge rechnen 85 Prozent der Krankenkassen-Vorstände damit, die Beiträge anheben zu müssen. Dazu kommt, dass zusätzliche Leistungen nur noch mit hohen Aufpreisen angeboten werden.

ANREIZE FÜR WECHSEL INNERHALB DER PRIVATEN BIETEN

Auch den Wechsel innerhalb der privaten Versicherungen hat der Gesetzgeber erleichtert. Privatversicherte können im ersten Halbjahr 2009 den Versicherer wechseln und dabei einen Teil ihrer Altersrücklagen mitnehmen. Diese Alterungsrückstellung genannten Rücklagen sorgen dafür, dass die Tarife für ältere Menschen möglichst stabil bleiben, obwohl diese nun deutlich mehr Gesundheitsleistungen in Anspruch nehmen als in jungen Jahren. Dadurch, dass der Wechsel zu einem anderen Versicherer erleichtert wird, rücken als Zielgruppe nun auch privat Versicherte in den Blickpunkt, die unzufrieden mit der Höhe ihrer Beiträge oder der Dienstleistungsqualität bei anderen Anbietern sind. Sie können gezielt als Kunden angesprochen und von den Vorteilen überzeugt werden, die ihnen AXA zu bieten hat. Dazu Schlösser: „Wir haben attraktive Tarife mit einem überzeugenden Bonussystem und ein hoch effizientes Gesundheitsmanagement. Das bedeutet, dass wir auch chronisch Kranke gut behandeln und ihnen das Leben damit erleichtern können.“

„WIR HABEN ATTRAKTIVE TARIFE MIT EINEM ÜBERZEUGENDEN BONUSSYSTEM UND EIN HOCH EFFIZIENTES GESUNDHEITSMANAGEMENT“

GERNOT SCHLÖSSER, VORSITZENDER DES VORSTANDS DER AXA KRAKENVERSICHERUNG

MIT GESUNDEM PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS ÜBERZEUGEN

Eine der wichtigsten Neuerungen der Gesundheitsreform für Anbieter wie Kunden ist die Einführung des Basistarifs. Die Beiträge und Leistungen sollen dabei denen der gesetzlichen Versicherung entsprechen. Die PKV-Unternehmen müssen zudem alle Bewerber aufnehmen, die keinen Anspruch auf den gesetzlichen Krankenversicherungsschutz haben. Dazu zählen beispielsweise Selbstständige ohne Versicherungsschutz oder unversicherte Erwerbslose, die kein Arbeitslosengeld II beziehen. Die Aufnahmepflicht gilt selbst dann, wenn sofort teure Leistungen anfallen. Die privaten Krankenversicherer werden deshalb den Basistarif quersubventionieren müssen. Mit anderen Worten: Die Beiträge für alle privat Versicherten werden steigen. Angesichts dieser Entwicklung wird AXA künftig noch mehr Wert darauf legen, ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, eine attraktive und umfangreiche Produktpalette und einen vorbildlichen Kundenservice zu bieten. Damit kann AXA künftig zu den Gewinnern der Gesundheitsreform gehören.



VERANTWORTUNG UND ENGAGEMENT

WIR ARBEITEN FÜR DAS GEMEINSAME ZIEL, UNS VON DEN WETT-
BEWERBERN ABZUHEBEN: DURCH ATTRAKTIVITÄT ALS ARBEITGEBER,
AUFMERKSAMKEIT GEGENÜBER KUNDEN UND HANDFESTES,
GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT.

DIE ANDERE INTEGRATION

Durch die Integration der DBV-Winterthur ist AXA mit gut 12.000 Mitarbeitern an bundesweit 16 Standorten die Nummer vier im deutschen Versicherungsmarkt. Um diese Erfolgsgeschichte fortschreiben zu können, bedarf es des engagierten Einsatzes aller Mitarbeiter.



„BEIM ZUSAMMENWACHSEN LEGEN
WIR BESONDEREN WERT AUF DAS FAIRE
MITEINANDER ALLER BETEILIGTEN“

ULRICH C. NIESSEN, AXA VORSTAND, PERSONAL UND VERWALTUNG



AXA hat sich während der Integration der DBV-Winterthur bewusst für einen anderen Weg als viele Wettbewerber entschieden: einen Weg, bei dem die Mitarbeiter im Mittelpunkt stehen. „Ich habe ein offenes Klima bei AXA vorgefunden und arbeite mit meinen neuen Kollegen sehr konstruktiv zusammen“, berichtet André Werner, Abteilungsdirektor im Exklusivvertrieb, der im Zuge der Integration von der DBV-

„WIR ALLE WOLLEN DAS UNTERNEHMEN
MIT GEMEINSAMEN IDEEN NACH VORNE
BRINGEN“

ANDRÉ WERNER, ABTEILUNGSDIREKTOR IM EXKLUSIVVERTRIEB



Winterthur zur AXA nach Köln gewechselt ist. Der 34-Jährige leitet ein Projekt, das die Stärken der Exklusivvertriebe beider Unternehmen zusammenführt und die bundesweit rund 4.700 Vertriebspartner für die Zukunft rüstet.

Sowohl die Kollegen von AXA als auch von DBV-Winterthur sind von Anfang an sehr aufgeschlossen an das Projekt herangegangen: „Wir alle wollen das Unternehmen mit gemeinsamen Ideen nach vorne bringen“, sagt Werner. Eine Beobachtung, die sich auch in den Ergebnissen der regelmäßigen Mitarbeiterbefragung zum wahrgenommenen Fortgang der Integration widerspiegelt: Mehr als 70 Prozent der Mitarbeiter von AXA und DBV-Winterthur empfinden die Zusammenarbeit als offen und unvoreingenommen.

EIN FAIRES MITEINANDER

Da das Engagement aller Mitarbeiter der Schlüssel zum Gelingen der Integration von AXA und DBV-Winterthur ist, hat AXA von Anfang an die Interessen der Mitarbeiter berücksichtigt. „Beim Zusammenwachsen legen wir besonderen Wert auf das faire Miteinander aller Beteiligten“, betont Ulrich C. Niessen, Personalvorstand der AXA. So konnte nach Abschluss der konstruktiven Verhandlungen zwischen Arbeitnehmer- und Arbeitgebervertretern nicht nur die Unterzeichnung des „AXA Bündnis III“ – und somit der Ausschluss betriebsbedingter Beendigungskündigungen bis 2012 – bekannt gegeben werden, sondern auch der Erhalt aller Standorte. „Wir gehen ganz



„ICH BIN SICHER, DASS UNSERE GEMEINSAMEN PROJEKTE
DAZU BEITRAGEN, DAS GEFÜHL DER ZUSAMMEN-
GEHÖRIGKEIT ZU STÄRKEN UND EINE GEMEINSAME
UNTERNEHMENSKULTUR ZU FÖRDERN“

MANUELA GUNDLACH, VERSICHERUNGSKAUFFRAU

bewusst einen anderen Weg als viele unserer Wettbewerber“, sagt Nießen. „Während die Branche zunehmend Niederlassungen schließt und auf Zentralisierung setzt, bleiben wir vor Ort. Das ist ein klares Signal an unsere Mitarbeiter, aber auch an unsere Kunden.“

ZUHÖREN UND INFORMIEREN

Um die Ängste und Unsicherheiten der Mitarbeiter abzumildern, wurden sie regelmäßig und umfassend über den Fortgang des Integrationsprozesses informiert. Auch nach Abschluss der Verhandlungen zwischen Arbeitnehmer- und Arbeitgebervertretern wurde diese intensive Kommunikationspolitik fortgesetzt: Auf einer bundesweiten Roadshow erläuterten die Verhandlungspartner die Ergebnisse und ihre Bedeutung für die Mitarbeiter des jeweiligen Standortes. Außerdem entwickelten ressortübergreifende Projektteams umfangreiche Informationsmaterialien, um den rund 4.000 Mitarbeitern – deren Arbeitsverträge im Rahmen des Betriebsübergangs von der DBV-Winterthur auf die AXA übergangen – den Einstieg zu erleichtern. So erhielten alle neuen Kollegen ein sogenanntes Bordbuch als erste Orientierungshilfe, und das Nachschlagewerk „AXApedia“ wurde im Intranet eingerichtet. Hier finden die Beschäftigten alle wichtigen Daten und Fakten zum Unternehmen – von Arbeitszeit- und Vergütungsmodellen über Qualifizierungsangebote bis hin zur Bedeutung der zahlreichen Abkürzungen, die im Konzern verwendet werden.

Um all diese Informationsmaßnahmen treffsicher gestalten zu können, hören die Verantwortlichen ihren Mitarbeitern aktiv zu. Neben den unmittelbaren Gesprächen mit der jeweiligen Führungskraft oder den Verantwortlichen in der Personalabteilung können alle Mitarbeiter auch regelmäßig ihre Wahrnehmung des Integrationsprozesses im Rahmen des sogenannten Puls-Checks, einer onlinebasierten Mitarbeiterbefragung, mitteilen. So geben sie den Führungskräften und der Unternehmensleitung die Möglichkeit, darauf zu reagieren.

ZUSÄTZLICHE UNTERSTÜTZUNG IN WIESBADEN

Den rund 550 Mitarbeitern, deren Stellen im Zuge der Integration von Wiesbaden nach Köln verlagert werden, kommen zusätzliche Beratungsangebote zugute, die über die konzernweiten Kommunikationsmaßnahmen noch deutlich hinausgehen. Auf Informationsveranstaltungen und in von externen Beratern betreuten Orientierungscentren werden die Wiesbadener Mitarbeiter umfassend und objektiv über alle Aspekte des Arbeitsplatzwechsels informiert. Hinzu kommen Besichtigungstouren, die den Beschäftigten einen ersten Überblick über die Wohn- und Lebensverhältnisse in der Domstadt bieten.

ZUSAMMENGEHÖRIGKEIT FÖRDERN

Mit der Fusion von AXA und DBV-Winterthur erhielten alle Mitarbeiter der „neuen“ AXA nicht nur die Möglichkeit, sich an der weltweiten Mitarbeiterbefragung Scope zu beteiligen, sondern



„DIE INTEGRATION VON AXA UND DBV-WINTERTHUR IST EINE DER GRÖSSTEN IN DER DEUTSCHEN VERSICHERUNGSWIRTSCHAFT UND WIRD DIE STÄRKEN BEIDER UNTERNEHMEN VERBINDEN“

THOMAS MICHELS, VORSTAND DER AXA KRANKENVERSICHERUNG

auch an den Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen der AXA. So erhielten alle Mitarbeiter das kostenlose Aktienpaket AXA Miles. Fast ein Viertel der DBV-Winterthur Mitarbeiter zeichnete darüber hinaus im Rahmen des AXA Shareplan Aktien und bewies somit sein Vertrauen in die gemeinsame Zukunft der AXA. Auch im täglichen Geschäft setzten sich die Beschäftigten in zahlreichen Projekten dafür ein, dass die beiden Unternehmen zusammenwachsen. Ein Beispiel ist der Austausch, der im Ressort Kundendienst und Leistung stattgefunden hat. Beschäftigte von der DBV-Winterthur in Offenbach und Wiesbaden arbeiteten zeitweise in Köln – und umgekehrt. Auf diese Weise lernten die neuen Kollegen das AXA System der zentralen Erfassung und Bearbeitung von Versicherungsanträgen kennen.

„Die Kollegen der DBV-Winterthur waren hoch motiviert, begegneten der AXA Welt ohne Vorbehalte und haben sich schnell in das neue EDV-System zur Antragsbearbeitung eingearbeitet“, sagt Manuela Gundlach, verantwortlich für die Organisation der Schulungen. Die 30-jährige Versicherungskauffrau freut sich über die gute Teamarbeit und organisiert bereits weitere Schulungen. „Ich bin sicher, dass unsere gemeinsamen Projekte dazu beitragen, das Gefühl der Zusammengehörigkeit zu stärken und eine gemeinsame Unternehmenskultur zu fördern.“

WIN2GETHER – AKTIV FÜR DIE INTEGRATION

Unter der Bezeichnung win2gether nimmt die Integration Schritt für Schritt Gestalt an. Mehr als 400 Voll- und Teilzeitprojektmitarbeiter sorgen in unterschiedlichen Funktionen dafür, die DBV-Winterthur in den deutschen AXA Konzern zu überführen und die Stärken beider Unternehmen zu verbinden. Die Projektleitung von win2gether hat Thomas Michels, Mitglied des Vorstands der AXA Krankenversicherung, übernommen.

Unter seiner Federführung ist unter anderem ein Gesamtprojektplan entstanden, der bereits Ende 2007 mehr als 3.000 konkrete Aktivitäten zur Integration umfasste und regelmäßig erweitert wird. Zu den zentralen Meilensteinen des Plans gehören beispielsweise die Verhandlungen mit den Betriebsräten, die Verlagerung der Hauptverwaltungsfunktionen von Wiesbaden nach Köln und die Zusammenführung der IT-Systeme beider Unternehmen. Außerdem der Start des Cross-over-Verkaufs, also die Möglichkeit für Vermittler von AXA und DBV-Winterthur, Produkte des jeweils anderen Unternehmens zu vertreiben.

VOM MITARBEITER ZUM MIT-UNTERNEHMER

Investivlohn oder Deutschlandfonds? Die politische Debatte um Modelle der Mitarbeiterbeteiligung in Deutschland wird vielseitig geführt. Denn bislang bieten die wenigsten Betriebe ihren Beschäftigten Erfolgs- oder Kapitalbeteiligungen – anders die AXA.

„Wer für Erfolg sorgt, der sollte auch daran teilhaben“, sagt Ulrich C. Nießen, Personalvorstand der AXA. Bereits über fünf Prozent des Kapitals der AXA Gruppe gehören den Mitarbeitern. Denn schon seit Jahren

zeichnet sich durch einen besonderen Gewinnhebel aus: Wenn sich der Kurs der AXA Aktie erhöht, erhält der Anleger ein Vielfaches der Wertsteigerung seiner Investition. Im Jahr 2007 beispielsweise erzielten die Mitarbeiter bei der Auszahlung des Leverage Plan von 2002 über 1.500 Prozent Rendite! Über ein Drittel der Mitarbeiter haben allein im Jahr 2007 vom AXA Share-

plan Gebrauch gemacht. Also mehr als doppelt so viele wie noch 2006.

MITARBEITERAKTIEN FÜR ALLE

Mit dem AXA Miles Programm flankiert die Gruppe ihre Strategie Ambition 2012: AXA soll bis 2012 in der Branche zum Unternehmen erster Wahl für Kunden, Aktionäre und Mitarbeiter werden. Zur Motivation beteiligt der Konzern alle Mitarbeiter weltweit. Im Sommer 2007 haben über 110.000 Beschäftigte je 50 AXA Miles erhalten, die sie nach zwei Jahren zum Bezug von 50 kostenlosen AXA Aktien berechtigen – als Dank für die geleistete Arbeit. Auch 2009 wird der Konzern jedem Mitarbeiter zusätzliche 50 Anrechte auf Gratisaktien zuteilen – vorausgesetzt, die in der Strategie Ambition 2012 definierten Geschäftsziele für 2009 werden erreicht.

VARIABLE GEHALTSBESTANDTEILE

Als ein weiteres Instrument der Mitarbeiterbeteiligung sind variable Gehaltsbestandteile fest etabliert. Über tariflich vereinbarte Leistungen hinaus erhalten die Beschäftigten jedes Jahr eine kollektive Erfolgsbeteiligung, die an verschiedene Unternehmensziele wie zum Beispiel an die Höhe der Beitragseinnahmen

„WER FÜR ERFOLG SORGT, DER SOLLTE AUCH DARAN TEILHABEN“

ULRICH C. NIEßEN, PERSONALVORSTAND DER AXA

beteiligt das Unternehmen seine Arbeitnehmer mit einem breiten Instrumentarium an Erfolg und Vermögen: „Die Beteiligung der Beschäftigten ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für uns“, betont AXA Personalvorstand Ulrich C. Nießen. Ziel des Engagements sei es, die Mitarbeiter zu motivieren, sie an das Unternehmen zu binden und AXA für Talente auf dem Personalmarkt interessant zu machen.

ETABLIERTE ERFOLGSMODELLE

Bereits seit 1998 haben Mitarbeiter auf allen Ebenen des Unternehmens mit dem Shareplan die Möglichkeit, zu günstigeren Konditionen als am Kapitalmarkt Anteile an AXA zu erwerben – und so von hohen Renditen zu profitieren. Den Beschäftigten stehen dabei zwei Anlageformen zur Auswahl: Bei der ersten Variante, dem Classic Plan, erhalten Mitarbeiter Anteile mit einem Preisnachlass von 20 Prozent. Sie können bis zu 25 Prozent ihres Jahresbruttoeinkommens investieren. Die Wertsteigerung richtet sich nach der Entwicklung der AXA Aktie.

Das zweite Modell ist der Leverage Plan, der eine Geld-zurück-Garantie und zugleich überdurchschnittliche Wachstumschancen bietet. Hier können die Mitarbeiter rund zwei Prozent ihres Einkommens einzahlen. Das Investmentmodell



Einer von vielen Mitarbeitern, die am Unternehmenserfolg beteiligt werden: Olaf Althoff, Sachbearbeiter im Ressort Bilanzierung, nimmt unter anderem am AXA Shareplan teil.

oder des Unternehmensgewinns gekoppelt ist. Im Jahr 2007 wurden die Ziele mit 120 Prozent Zielerreichung wie bereits in den Vorjahren deutlich übertroffen.

ZUFRIEDENE MITARBEITER

Die Beteiligungsprogramme der AXA stoßen bei den Mitarbeitern auf großen Anklang. „Sie sind wichtige Bausteine, die dazu beitragen, das Unternehmen für die Beschäftigten attraktiv zu machen“, meint beispielsweise Olaf Althoff, der in der Kölner Konzernzentrale als Sachbearbeiter im Ressort Bilanzierung tätig ist. Der 41-Jährige begrüßt es, dass alle Mitarbeiter – unabhängig von ihrer Stellung im Unternehmen – am neuen AXA Miles Programm teilhaben können. Seit 2007 nimmt Althoff am AXA Shareplan teil und investiert auch in den Leverage Plan.

HELFER MIT HERZ

Ob es darum geht, Familien mit behinderten Kindern zu unterstützen, einen Klinikgarten anzulegen oder Sachspenden für Obdachlosenheime zu sammeln: Die über 700 Mitglieder des Vereins AXA von Herz zu Herz helfen Bedürftigen und Kranken oft und gerne.



Mit dem richtigen Schwung macht Schaukeln doppelt so viel Spaß: Dieser Meinung ist auch das kleine Mädchen, das am Familiennachmittag des Frühförderzentrums für blinde, sehbehinderte und mehrfach behinderte Kinder (FFZ) teilnimmt.



Damit jedes Kind unbeschwert spielen kann, ist es wichtig, dass auch jedes einen eigenen Betreuer bekommt. Deshalb helfen AXA Mitarbeiter immer wieder gerne beim Familiennachmittag des FFZ.

Konzentriert knetet das kleine Mädchen die bunte Modelliermasse. Einige Meter weiter sitzt ein Junge, der ein Spielzeugauto vorsichtig betastet. Beide Kinder können nur fühlen, was sie in den Händen halten. Sie gehören zu einer Gruppe, die das Frühförderzentrum für blinde, sehbehinderte und mehrfach behinderte Kinder (FFZ) zu einem Familiennachmittag nach Bergisch Gladbach eingeladen hat. Während die

Eltern sich zu Vorträgen und Gesprächsrunden treffen, dürfen die Kleinen spielen – und das geht am besten, wenn für jedes

**„AN DEN BEIDEN TAGEN WAREN
IMMER VIER KOLLEGEN VOR ORT,
UM MIT DEN KINDERN ZU SPIELEN“**

CONSTANCE ROOS, AXA MITARBEITERIN

Kind ein eigener Betreuer da ist. AXA von Herz zu Herz hat deshalb dem FFZ angeboten, die Mitarbeiterinnen bei

der Kinderbetreuung zu unterstützen. „An den beiden Tagen waren immer Kolleginnen vor Ort, um mit den Kindern zu spielen“, erklärt Constance Roos. Die AXA Mitarbeiterin hat den Einsatz mit dem FFZ abgestimmt und koordiniert.

Von der Wiese zum Bauerngarten: Damit der Garten der Kinder- und Jugendpsychiatrie des Krankenhauses Holweide heimeliger wird, legen AXA Mitarbeiter gerne neue Beete an.



EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT MIT TRADITION

Auf diese Weise arbeitet AXA von Herz zu Herz in Deutschland mit fast 100 sozialen Institutionen aus den verschiedensten Bereichen zusammen: Jede Partnerorganisation hat einen AXA Mitarbeiter als festen Ansprechpartner, der klärt, wo gerade Unterstützung notwendig ist, und diese dann plant. Das soziale Engagement hat im Unternehmen eine lange Tradition. 1991 ist AXA von Herz zu Herz in Paris gegründet worden, um die Mitarbeiter zu ehrenamtlichen Einsätzen zu motivieren. Mittlerweile hat jede größere Gesellschaft der AXA Gruppe eine eigene Initiative. In Deutschland gibt es AXA von Herz zu Herz seit dem Jahr 2000.

„Die Bandbreite unserer Aktivitäten ist sehr groß. Gerade das schätzen die Mitarbeiter sehr, weil sie sich spontan entscheiden können, wann, wie und für wen sie sich engagieren“, erklärt Marita Hillbrenner, Geschäftsführerin von AXA von Herz zu Herz. So hat der Verein beispielsweise auch einen Bauerngarten für die Kinder- und Jugendpsychiatrie auf dem Gelände des Krankenhauses nahe der AXA Hauptverwaltung in Holweide angelegt. Dafür haben AXA Kollegen gemeinsam mit einigen Mitarbeitern des Betreuungspersonals der Klinik die Grasnarbe abgetragen und Pflanzen gesetzt. Die Planung übernahm einer der Angestellten der Gartenbaufirma von AXA – er hatte sich spontan für die Idee begeistert. Das Ergebnis ist ein großer Gewinn für die kranken Kinder: Viele

von ihnen kommen aus der Stadt und staunen immer wieder darüber, wie eine Wurzel aussieht oder dass Beeren an Sträuchern wachsen.

HILFE GESUCHT UND GEFUNDEN

Der Kontakt zur Klinik kam eher zufällig zustande. Eigentlich hatten die Mediziner nur einen Raum für einen Vortrag gesucht. Doch im Gespräch stellte sich dann heraus, dass sie auch in anderen Bereichen Unterstützung brauchen konnten. Umgekehrt kommt es genauso vor, dass AXA Mitarbeiter nach Unterstützung für ihre eigenen ehrenamtlichen

MIT KINDERN IN DIE KLETTERHALLE

Als ich 2001 im Konzern anfang, bin ich über Kollegen zu AXA von Herz zu Herz gekommen. Wir haben bei Veranstaltungen Waffeln verkauft, um den Bau von Obdachlosenunterkünften zu unterstützen. Dieses soziale Engagement gefiel mir gut, und ich wollte mich stärker engagieren. Ich selbst habe keine Kinder, deshalb wollte ich gerne etwas für junge Menschen tun. Der Verein strebte gerade eine Partnerschaft mit der Jugend- und Behindertenhilfe Michaelshoven in Rösrath-Stephansheide an. Dort wohnen hyperaktive Kinder, teilweise mit geistiger Behinderung, in betreuten Wohngruppen zusammen. Seit drei Jahren organisiere ich nun schon Aktionen für eine Gruppe von acht Kindern. Ich bespreche alles mit ihren Betreuern und motiviere Kollegen, bei AXA mitzumachen. Kürzlich haben wir mit den Kindern eine Kletterhalle besucht. Diese Aktionen sind immer etwas Besonderes, da sie von den Betreuern allein nicht ohne Unterstützung geleistet werden können – zum einen aus finanziellen Gründen und zum anderen, weil jedes Kind einen eigenen Begleiter zum Aufpassen braucht. Wir sind etwa einmal im Monat mit der Gruppe unterwegs, waren beispielsweise schon im Zoo oder im Musical und haben ein großes Grillfest in Stephansheide organisiert. In einem Brief an die Eltern haben die Betreuer vor Kurzem geschrieben, dass auch für dieses Jahr wieder viele Aktionen mit den „Freunden“ von AXA geplant sind – dass so eine persönliche Beziehung entstanden ist, finde ich toll.

Heike Wolf, 41 Jahre,
Kampagnenmanagerin im Direktvertrieb



Klettern erfordert große Konzentration und eine Portion Mut: Kein Problem für die Kinder einer Wohngruppe von der Jugend- und Behindertenhilfe Michaelshoven – schließlich sind die Freunde von AXA dabei.



Projekte fragen. So etwa ein Kollege, der regelmäßig zu großen Sachspendenaktionen aufruft, um die Kleiderkammern von zwei Obdachlosenheimen zu füllen. Oder eine Mitarbeiterin, die sich ehrenamtlich im Kinderheim Dr. Ehmann in Siegburg engagiert, in dem mehrfach schwerstbehinderte Kinder leben.

WUNSCH AUFGESCHRIEBEN UND ERFÜLLT

Eine weitere gute Tat, die Jahr um Jahr stattfindet, ist die Wunschzettel-Weihnachtsaktion. Im Jahr 2007 haben allein in Köln mehr als 600 Kinder aus Heimen und sozial schwachen Familien ihren Wunsch auf eine Karte geschrieben.

Auch an den Standorten Düsseldorf, Dortmund, Hamburg und Stuttgart wurden Weihnachtswünsche vom Buntstift über Spielzeugautos bis hin zu Computerspielen gesammelt. Die AXA von Herz zu Herz Koordinatoren hängten die Zettel an den großen Tannenbäumen an den Standorten auf. Die AXA Mitarbeiter konnten sich dann einen Wunschzettel vom Baum nehmen und den Wunsch eines Kindes erfüllen – so wurden insgesamt 1.200 Kinder glücklich gemacht. An einem Nachmittag kurz vor Weihnachten haben die AXA Mitarbeiter die Kinder eingeladen, um nach einem bunten Nachmittag mit Spielen und Liedern „ihr“ Paket vom Weihnachtsmann in Empfang zu nehmen – für viele das einzige persönliche Geschenk an diesem Fest.



ORGANISATIONSTALENT GEFRAGT

Ich unterstütze AXA von Herz zu Herz erst seit Dezember. Anlass war die Kinder-Wunschzettel-Aktion: Nachdem ich selbst für ein Kind ein Geschenk besorgt hatte, habe ich auch bei der Feier geholfen. Es war ein großes Vergnügen, die Begeisterung der Kinder zu erleben. Besonders berührt haben mich die Kleinsten, die zappelig vor dem Weihnachtsmann standen und die Spannung, bis sie ihr Geschenk bekamen, kaum noch ertragen konnten. Die direkte Hilfe und der persönliche Kontakt zu den Kindern haben mich von der Vereinsarbeit so überzeugt, dass ich mich unmittelbar danach als Mitglied angemeldet habe. Seitdem unterstütze ich Kölner Aktionen organisatorisch. Zu einigen habe ich aus den Berichten und Fotos Präsentationen angefertigt, die dann im Intranet der AXA veröffentlicht werden und am Schwarzen Brett aushängen. Wir haben doch alles, was wir brauchen – von daher finde ich es sinnvoll, mich auch einmal für andere einzusetzen. Es gefällt mir sehr, dass mein Unternehmen die Vereinsarbeit unterstützt. Als positiven Nebeneffekt habe ich über AXA von Herz zu Herz schon viele nette Leute kennengelernt.

Claudia Schmitz, 40 Jahre,
Sekretärin für den Konzern- und Gesamtbetriebsrat

Ein Baum voller Wünsche steht Jahr für Jahr im Eingangsbereich verschiedener AXA Gebäude. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter suchen sich eine der Karten aus, um die Absender – sozial bedürftige Kinder – zu beschenken.



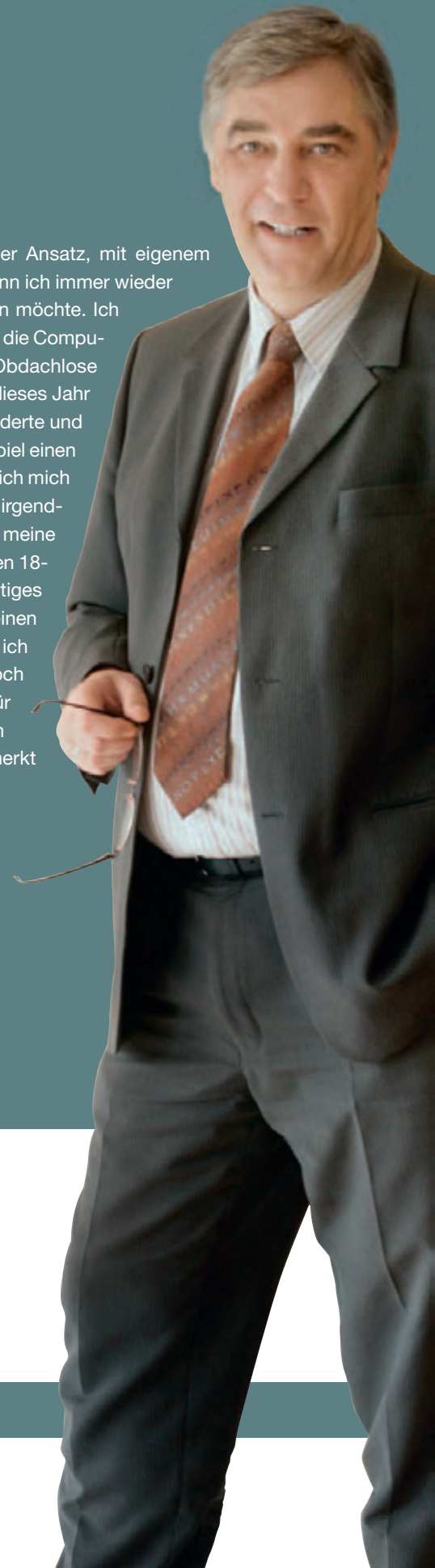
HIER EIN SCHAFZAUN, DORT EIN SOMMERFEST

Ich bin mehr oder weniger von Anfang an dabei. Der Ansatz, mit eigenem Engagement zu helfen, hat mich überzeugt. Zudem kann ich immer wieder neu entscheiden, bei welchen Aktionen ich teilnehmen möchte. Ich habe beispielsweise im Kinderdorf Bethanien geholfen, die Computer-Infrastruktur aufzubauen. Beim Sommerfest für Obdachlose war ich letztes Jahr zum ersten Mal dabei und werde dieses Jahr sicher wieder hingehen. Und in einer Schule, die behinderte und nicht behinderte Kinder besuchen, haben wir zum Beispiel einen Zaun für die dort lebenden Schafe gebaut. Meist muss ich mich gar nicht mehr über die Veranstaltungen informieren, irgend-ein Kollege fragt schon nach, ob ich mitmache – oder meine Frau, die auch bei AXA arbeitet. Selbst unser inzwischen 18-jähriger Sohn kommt gerne mit – das ist dann ein richtiges Familienereignis. Und am Wochenende gemeinsam einen Bauerngarten anzulegen, das macht doch Spaß! Wenn ich anderen damit auch noch helfen kann, dann ist das doch prima. Überhaupt nehme ich von den Aktionen auch für mich selbst sehr viel mit. Wenn man mit gesundheitlich oder sozial benachteiligten Menschen zu tun hat, merkt man schnell, wie gut es einem geht.

Wolfgang Buchwitz, 52 Jahre,
Leiter der Abteilung Cash-Direktinkasso



Persönliches Engagement ist den Mitgliedern und Helfern des Vereins AXA von Herz zu Herz wichtig. Sie helfen gern, auch wenn es darum geht, einen Zaun für Schafe zu bauen.



AUFKLÄREN, MOTIVIEREN, BEGLEITEN

Die AXA Krankenversicherung engagiert sich seit 2000 umfassend für die Gesundheitsvorsorge und unterstützt chronisch und schwerst erkrankte Kunden. Als einer der ersten privaten Krankenversicherer hat sich AXA vom reinen Kostenerstatter zum aktiven Gesundheitsmanager entwickelt.



Ziel ist es, die Eigenverantwortung der Kunden zu stärken, sie zu gesundheitsbewusstem Verhalten anzuregen und ihnen im Krankheitsfall Handlungsoptionen aufzuzeigen. AXA Versicherte können eine ganze Reihe von Leistungen des Aktiven Gesundheits-Service in Anspruch nehmen. Dazu gehören unterschiedliche Vorsorge- und Betreuungsprogramme, die richtungsweisend für die gesamte Branche sind.

Ein zentraler Bestandteil der Betreuungsprogramme des Aktiven Gesundheits-Service ist das Disease-Management: AXA ist der erste private Krankenversicherer, der alle von der Bundesregierung empfohlenen Betreuungsprogramme im Bereich des Disease-Managements anbietet. Allein im vergangenen Jahr begleitete AXA über 2.000 chronisch Erkrankte, die an Diabetes, Asthma, koronarer Herzkrankheit oder Brustkrebs leiden.

Medizinisch geschultes Personal bietet den AXA Kunden eine individuelle Beratung. Spezielle, auf die einzelnen Krankheitsbilder ausgerichtete Betreuungsprogramme unterstützen sie bei einer gesünderen Lebensführung.

Das Case-Management umsorgt Schwersterkrankte, zum Beispiel mit Diagnosen aus dem Bereich der Neurologie (Schlaganfall) oder schweren Unfallverletzungen. 2007 wurde das Angebot um die Betreuung von Blutern, Niereninsuffizienz-/Dialyse-Patienten und HIV-Infizierten erweitert. Seit Einführung des Case-Managements im Jahr 2003 wurden mehr als 1.000 Kunden und deren Angehörige unterstützt. Die intensive Betreuung umfasst die Organisation und Koordination stationärer Aufenthalte sowie die anschließende Versorgung nach Entlassung aus dem Krankenhaus oder der Rehabilitationsphase.

TARIFPOLITIK ALS INSTRUMENT FÜR EINE GESUNDHEITSORIENTIERTE LEBENSWEISE

In der Tarifgeneration Vital schreibt AXA ihre Firmenphilosophie konsequent fort. Ein wegweisendes Merkmal des Vital besteht darin, dem Kunden durch ein umfangreiches Bonussystem Anreize zur eigenen Gesundheitsverantwortung zu schaffen. So werden Nichtrauchen und ein „Normalgewicht“ (Body-Mass-Index zwischen 18 und 25) finanziell belohnt, ebenso die Einhaltung des Primärarztprinzips. Vorsorge nach gesetzlich eingeführten Programmen wird nicht auf den Selbstbehalt angerechnet.

EINE INVESTITION, DIE SICH LOHNT!

Von den angebotenen Programmen profitieren nicht nur die betroffenen Patienten, sondern die gesamte Versicherten-gemeinschaft. Die durch den Aktiven Gesundheits-Service eingesparten Mittel tragen dazu bei, die Beiträge zu stabilisieren: Allein im Zeitraum 2004 bis 2007 hat AXA durch den Aktiven Gesundheits-Service knapp 14 Millionen Euro an Kosten eingespart.

Durch die Initiative wird AXA als Gestalter im Gesundheitswesen ernst genommen, denn die Behandler und Kooperationspartner schätzen das Unternehmen als verlässlichen und kompetenten Partner. Auch die Medien heben das Gesundheitsmanagement positiv hervor.



HEUTE FÜR MORGEN SORGEN

Zum vierten Mal erscheint das AXA Ruhestand-Barometer, eine in 26 Ländern erhobene Studie zum dritten Lebensabschnitt. Wichtigstes Ergebnis für Deutschland: Mit rund 80 Prozent sehen Berufstätige 2007 erstmals die Hauptverantwortung für ihre Altersvorsorge nicht mehr beim Staat, sondern bei sich selbst.



REGELMÄSSIGER RUHESTANDS-CHECK

Das AXA Ruhestand-Barometer ist eine repräsentative, internationale Studie, die im Februar 2008 zum vierten Mal seit 2005 erschienen ist. Sie untersucht Erwartungen, Wünsche und Einstellungen von Erwerbstätigen und Ruheständlern in Bezug auf die dritte Lebensphase. Im Auftrag der AXA befragte die Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) mehr als 18.000 Menschen in insgesamt 26 Ländern.

Was erwarten die Deutschen und andere Nationen vom Ruhestand? Was sind ihre Wünsche, ihre Befürchtungen? Und vor allem: Wie sorgen sie für ihre Zukunft vor? Diese Fragen beantwortet das AXA Ruhestand-Barometer seit dem Jahr 2004/2005. Mit der internationalen Studie möchte AXA erfahren, was die Bevölkerung mit Blick auf den dritten Lebensabschnitt bewegt. Dafür wurden die Meinungen aus 17 Ländern aller Kontinente mit Deutschland verglichen. Zudem gibt die Untersuchung dem Unternehmen wichtige Anhaltspunkte, welche Produkte und Dienstleistungen noch zu entwickeln sind, um den Wünschen der Kunden noch besser gerecht zu werden.

MEHR EIGENVERANTWORTUNG IM RUHESTAND

Das aktuelle AXA Ruhestand-Barometer kommt zu dem Ergebnis, dass sich die Mehrheit der Deutschen auf die dritte Lebensphase freut, auf die „persönliche Freiheit“ und „Zeit für sich selbst“. Dennoch steigt auch die Sorge um das spätere finanzielle Auskommen, zumal Aktivitäten wie Reisen, Hobbys und Sport geplant sind. Acht von zehn Befragten erwarten ein niedrigeres Einkommen im Alter. Und über 60 Prozent der Erwerbstätigen befürchten, dass sie im späteren Ruhestand finanziell nicht mehr so gut gestellt sein werden wie heute ihre pensionierten Eltern. Demzufolge rechnen die Befragten damit, ihr Ersparnis später selbst in Anspruch nehmen zu müssen

und der nachfolgenden Generation nur noch wenig oder nichts vererben zu können. Zudem planen mehr als ein Drittel der Deutschen, nach Renteneintritt eine bezahlte Tätigkeit aufzunehmen.

Wenngleich die Zustimmung auch auf niedrigem Niveau steigt, lehnen die meisten Bundesbürger die beschlossene Rente mit 67 ab: Elf statt im Vorjahr sieben Prozent der Erwerbstätigen stimmen der Anhebung des Renteneintrittsalters zu. Am liebsten würden die Deutschen schon mit 59 in Rente gehen, für realistisch halten sie hingegen den Vorruhestand mit 64 Jahren.

DIE GESETZLICHE RENTE IM WANDEL

Die gesetzliche Rente steht seit einigen Jahren vor erheblichen Herausforderungen, vor allem aufgrund des demografischen Wandels. Deutschland hat eine der weltweit niedrigsten Geburtenraten. Zugleich erhöht sich die Lebenserwartung der Menschen kontinuierlich. Für die gesetzliche Rente bedeutet das: Weniger Beitragszahler müssen für immer mehr Ruheständler aufkommen.

Heute sehen über 90 Prozent der Deutschen das System der gesetzlichen Rentenversicherung problematisch oder gar in einer Krise, so ein weiteres Ergebnis des AXA Ruhestand-Barometers. Die Erkenntnis, dass private Vorsorge unerlässlich ist, setzt sich offenbar immer mehr durch. Erstmals seit Erscheinen des ersten Ruhestand-Barometers im Jahr 2005 sieht die Mehrheit der



Erwerbstätigen – nämlich 79 Prozent – die Hauptverantwortung für die Altersvorsorge bei sich selbst. Der Staat rückt mit 77 Prozent an die zweite Stelle, der Arbeitgeber mit 58 Prozent auf die dritte Position. Bernd Raffelhüschen, Professor für Finanzwissenschaft an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg, sieht die Entwicklung zu mehr Eigenverantwortung positiv, denn: „Was die gesetzliche Rentenversicherung den heutigen Ruheständlern gewährt – nämlich die Sicherung des Lebensstandards –, wird sie zukünftigen Rentnern nicht mehr bieten können. Eine ersetzende Altersvorsorge ist daher zwingend notwendig.“

„WAS DIE GESETZLICHE RENTENVERSICHERUNG DEN HEUTIGEN RUHESTÄNDLERN GEWÄHRT – NÄMLICH DIE SICHERUNG DES LEBENSSTANDARDS –, WIRD SIE ZUKÜNFTIGEN RENTNERN NICHT MEHR BIETEN KÖNNEN“

BERND RAFFELHÜSCHEN, PROFESSOR FÜR FINANZWISSENSCHAFT AN DER ALBERT-LUDWIGS-UNIVERSITÄT FREIBURG

DEUTSCHE BETREIBEN MEHR VORSORGE

Immerhin 72 Prozent der befragten Erwerbstätigen haben bereits private Vorsorge getroffen. Im Durchschnitt beginnen sie mit 31 Jahren und gehören damit im internationalen Vergleich zu den „Frühstartern“ – weltweit liegt der Mittelwert bei 33 Jahren. Das heißt im Umkehrschluss allerdings auch: Für knapp ein Drittel aller Erwerbstätigen ist die zusätzliche Zukunftsabsicherung noch kein Thema – sie wollen erst im Alter von 47 damit starten.

Wer aber bereits privat vorsorgt, legte 2007 mehr Geld zurück als im Vorjahr:

Die Deutschen sparen im statistischen Mittel 191 Euro pro Monat für ihren Ruhestand, im Jahr 2006 waren es nur 149 Euro. Bei ihrer Geldanlage legen die Erwerbstätigen Wert auf Sicherheit: 75 Prozent von ihnen bevorzugen Produkte mit hohen Garantien, selbst wenn sie geringe Renditeaussichten bieten.

Nach Meinung der Befragten bestehen bei den Themen Vorsorge und Ruhestand einige Unterschiede zwischen den Geschlechtern: Viele glauben zum Beispiel, dass Männer besser vorsorgen als Frauen. Ein Grund dafür könnte sein, dass sie sich mehr Sorgen über Gesundheitsprobleme im Alter machen. Frauen hingegen – so die Ansicht der Umfrageteilnehmer – betrachten den Ruhestand entspannter und optimistischer. Sie scheinen psychologisch besser vorbereitet, knüpfen dichtere soziale Netze und geben selbst an, im Alter aktiver zu sein als Männer.



USA

Gemeinsam mit den Kanadiern und den Indern gehören die amerikanischen Ruheständler zu den zufriedensten der 15 Länder, die mit Deutschland verglichen wurden. Rund 43 Prozent bezeichnen sich als „sehr glücklich“. Aber auch die deutschen Rentner sind keine Miesepeter: Immerhin 28 Prozent von ihnen sagen, sie seien „sehr glücklich“, weitere 57 Prozent stufen sich als „ziemlich glücklich“ ein.



SCHWEIZ

Ab welchem Alter fühlen sich die Menschen eigentlich alt? Die Schweizer Erwerbstätigen antworten: „Mit 75 Jahren.“ Die Ruheständler sagen sogar: „Mit 84 Jahren.“ Im internationalen Vergleich sind das absolute Spitzenwerte. In Deutschland beginnt das gefühlte „Altsein“ bereits mit 71 Jahren bei den Erwerbstätigen und mit 75 bei den Ruheständlern.



INDIEN

Viele Menschen im wirtschaftlich aufstrebenden Indien sind zuversichtlich: Rund 40 Prozent der Erwerbstätigen auf dem Subkontinent gehen davon aus, dass sich ihre Lebensqualität im Ruhestand erhöhen wird. In Deutschland sind es nur 15 Prozent. Die Mehrheit der Erwerbstätigen geht hierzulande davon aus, dass ihre Lebensqualität im dritten Lebensabschnitt gleich bleibt oder sogar sinkt.



ZAHLEN UND FAKTEN

DAS ERGEBNIS UNTERNEHMERISCHEN HANDELNS: 2007 WAR
FÜR UNS EIN WEITERES JAHR MIT PROFITABLEM WACHSTUM.

AXA WELTWEIT



DIE AXA GRUPPE IN ZAHLEN

Der deutsche AXA Konzern ist Teil der AXA Gruppe mit Sitz in Paris, die eine der größten internationalen Versicherungsgruppen und einer der bedeutendsten Vermögensmanager der Welt ist.

Kennzahlen 2007

Einnahmen:	94 Mrd. Euro
Konzernergebnis (IFRS):	5,7 Mrd. Euro
Operatives Ergebnis (Underlying Earnings):	5,0 Mrd. Euro
Verwaltetes Vermögen:	1.281 Mrd. Euro
Mitarbeiter und Vermittler:	150.000 weltweit
Kunden:	67 Mio. weltweit

DER AXA KONZERN IN ZAHLEN

Der AXA Konzern zählt zu den führenden Erstversicherern und Finanzdienstleistern in Deutschland.

Kennzahlen 2007

Einnahmen:	9,8 Mrd. Euro
Konzernergebnis (IFRS):	578 Mio. Euro
Operatives Ergebnis (Underlying Earnings):	499 Mio. Euro
Kapitalanlagen:	61 Mrd. Euro
Mitarbeiter:	12.000
Kunden:	8 Mio.
Außendienst:	4.700 Vermittler



AXA IN DEUTSCHLAND – EIN KONZERN WEITER AUF WACHSTUMSKURS

Der AXA Konzern ist im Geschäftsjahr 2007 in einem schwierigen Marktumfeld und in der Phase der Integration der DBV-Winterthur weiter gewachsen. Das gilt sowohl absolut als auch auf vergleichbarer Basis, wenn die DBV-Winterthur in die Vorjahreszahlen einbezogen wird. Das Konzernergebnis stieg auf eine neue Rekordhöhe.

Die Einnahmen des deutschen AXA Konzerns erreichten im vergangenen Jahr 9,8 Mrd. Euro. Gegenüber den 6,5 Mrd. Euro, die AXA Deutschland 2006 vor Übernahme der DBV-Winterthur erzielte, ist das ein Plus von 50,9 %. Wesentlicher Grund für diese Steigerung ist natürlich die erstmalige Einbeziehung der DBV-Winterthur Versicherungen, die im vergangenen Jahr auf ein Beitragsvolumen von 3,2 Mrd. Euro kamen¹. Doch auch auf vergleichbarer Basis, das heißt bei der Einbeziehung der DBV-Winterthur in die Vorjahreszahlen, erzielte die AXA Deutschland 2007 ein Wachstum von + 0,3 %. Das ist angesichts des derzeit schwachen Versicherungsmarktes in Deutschland, der umfangreichen Änderungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen und des zusätzlich zu leistenden Arbeits-einsatzes für die Integration ein großer Erfolg. In der Sachversicherung und der Krankenversicherung sowie im Lebensversicherungs-Neugeschäft wuchs der Konzern sogar stärker als der Markt.

Die Versicherungsbranche verzeichnete 2007 in ihrem direkten deutschen Geschäft nur ein verhaltenes Beitragswachstum von insgesamt 0,8 % – bei sehr unterschiedlicher Entwicklung in den einzelnen Bereichen. Durch hohe Steuer- und Abgabenbelastung sowie den zunehmenden Preisanstieg fehlen breiten Teilen der Bevölkerung ausreichende Mittel für die private Altersvorsorge, sodass die Lebensversicherung trotz aller Einsicht in die Notwendigkeit zur Eigen-

vorsorge lediglich ein bescheidenes Beitragswachstum von 0,6 % erreichte. In der Schaden- und Unfallversicherung sorgten die hohe Marktdurchdringung und der anhaltende Preiswettbewerb speziell in der Kraftfahrtversicherung sogar für ein Minus von 0,4 %. Lediglich die private Krankenversicherung entwickelte sich mit einem Beitragszuwachs von 3,4 % überdurchschnittlich.

Darüber hinaus hat sich das Umfeld der Versicherungsbranche im vergangenen Jahr durch zahlreiche gesetzliche Neueregungen massiv verändert. Am 1. April trat die als „Wettbewerbsstärkungsgesetz“ bezeichnete Gesundheitsreform in Kraft, die zahlreiche Neuerungen und Restriktionen für das Geschäftsmodell der privaten Krankenversicherung mit sich bringt. Seit Mai gelten durch die EU-Vermittlerrichtlinie neue Qualitätskriterien für die Vermittlung von Versicherungen. Schließlich wurde am 1. Januar 2008 das reformierte Versicherungsvertragsgesetz wirksam, das vor allem mehr Transparenz schafft und deshalb von uns in weiten Teilen begrüßt wird.

Größtes Geschäftsfeld der AXA ist mit einem Anteil von 42,5 % der Einnahmen das private Vorsorgegeschäft (Lebens- und Rentenversicherungen, betriebliche Altersversorgung, Bank). Der zweite große Geschäftsbereich ist die Schaden- und Unfallversicherung. Sie trägt 36,5 % zum Beitragsaufkommen bei. 21,0 % stammen aus der privaten Krankenversicherung.

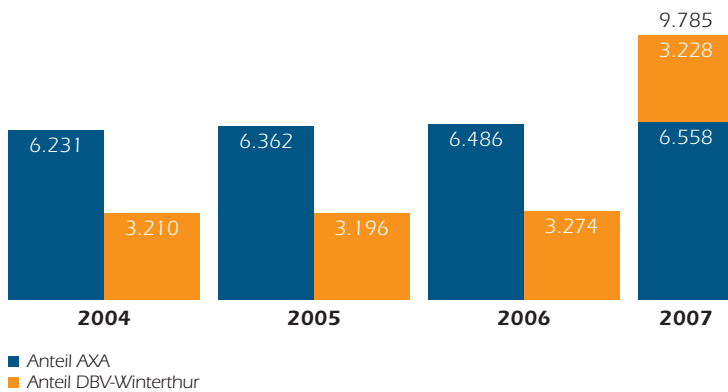
Einnahmen AXA Konzern	2005 (Mio. Euro)	2006 (Mio. Euro)	2007 (Mio. Euro)	Veränderung absolut	Veränderung auf vergl. Basis
Schaden und Unfallversicherung	2.749	2.779	3.561	+28,1 %	+2,3 %
davon Kraftfahrtversicherung	960	993	1.268	+27,7 %	+1,3 %
andere Sparten	1.789	1.786	2.294	+28,4 %	+2,8 %
Vorsorge	2.681	2.752	4.152	+50,9 %	–3,2 %*
Krankenversicherung	904	929	2.049	+120,6 %	+4,3 %
Bank	29	26	24	–10,9 %	–10,9 %
Gesamt	6.362	6.486	9.785	+50,9 %	+0,3 %

*Rückgang resultiert aus einmaligem Sondereffekt im Vorjahr.

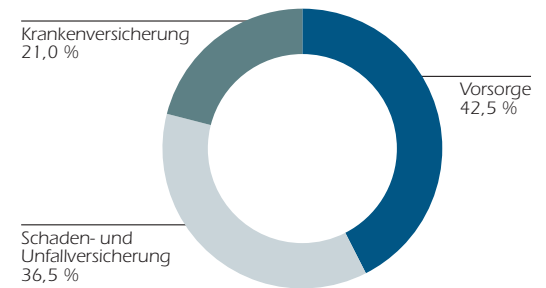
¹Bereits bereinigt um 0,6 Mrd. Euro Beitragsvolumen der im Jahr 2007 veräußerten DBV Niederlande.

BEITRAGSENTWICKLUNG AXA UND DBV-WINTERTHUR

Mio. Euro



AXA KONZERN: ANTEILE GESCHÄFTSSEGMENTE



KONZERNERGEBNIS AUF NEUEM HÖCHSTSTAND

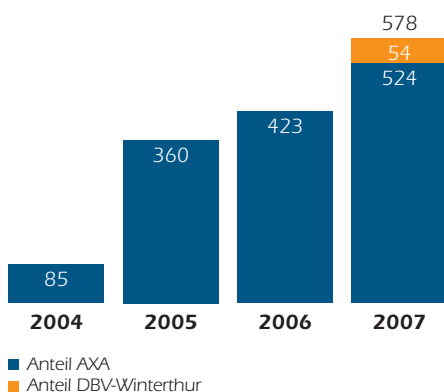
Der Erfolg des AXA Konzerns im Geschäftsjahr 2007 drückt sich auch in einer erneuten deutlichen Ergebnisverbesserung aus. Mit 578 Mio. Euro lag das nach internationalen Rechnungslegungsgrundsätzen² ermittelte Konzernergebnis, so wie es in den Konzernabschluss unserer Muttergesellschaft AXA S.A., Paris, eingeflossen ist, um 36,6 % höher als der im Vorjahr von den deutschen AXA Gesellschaften allein erzielte Wert von 423 Mio. Euro. Zum Konzernergebnis von 578 Mio. Euro trugen die AXA Gesellschaften mit 524 Mio. Euro und die DBV-Winterthur mit 54 Mio. Euro bei. Die gute Ergebnisentwicklung beruhte auf einem gegenüber dem Jahr 2006 nochmals verbesserten operativen Ergebnis aus dem Versicherungsgeschäft, einem steuerlichen Einmaleffekt aus der Absenkung des Steuersatzes von 40 % auf 32 % und einem gestiegenen Kapitalanlageergebnis.

In den vergangenen Jahren hat der AXA Konzern seine Ertragskraft kontinuierlich gesteigert. Das gilt besonders für die operativen Ergebnisse. Den Erfolg des operativen Geschäftes drückt die AXA Gruppe in den Underlying Earnings aus. Dabei wird das Konzernergebnis insbesondere um Veräußerungsgewinne und Verluste, Zu- und Abschreibungen sowie Marktwertveränderungen bei Kapitalanlagen bereinigt. Im Geschäftsjahr 2007 nahmen die Underlying Earnings im AXA Konzern von 316 Mio. Euro im Vorjahr auf 499 Mio. Euro zu. Das bedeutet eine Verbesserung um 57,9 %. Von den 499 Mio. Euro entfielen 407 Mio. Euro auf die AXA Gesellschaften und 92 Mio. Euro auf die Unternehmen der DBV-Winterthur, bei der die Underlying Earnings im vergangenen Geschäftsjahr erstmals errechnet wurden.

Den größten Beitrag zu den Underlying Earnings leistete mit 348 Mio. Euro (2006: 211 Mio. Euro – nur AXA) einmal mehr

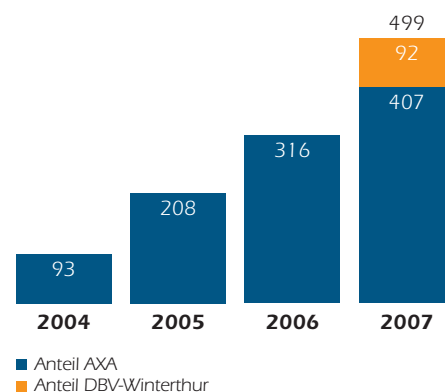
KONZERNERGEBNIS KONTINUIERLICH VERBESSERT

Mio. Euro



UNDERLYING EARNINGS: 499 MIO. EURO

Mio. Euro



²Die in diesem Bericht aufgeführten Zahlen sind, wenn nicht anders vermerkt, gemäß den IFRS-Rechnungslegungsgrundsätzen und Bewertungsansätzen des Konzernabschlusses der AXA S.A., Paris, ermittelt. Die dargestellten Zahlen stellen den Teilkonzern der AXA Deutschland dar und sind somit vollständig konsistent mit der Berichterstattung der AXA S.A. gegenüber Kapitalmärkten, Medien und sonstigen Gruppen.

der Schaden- und Unfallversicherungsbereich. Doch auch in der Lebensversicherung – mit einer Steigerung von 50 Mio. Euro auf 117 Mio. Euro – und in der Krankenversicherung (70 Mio. Euro nach 21 Mio. Euro im Vorjahr) verbesserten sich die Underlying Earnings erheblich.

Die hohe Finanzkraft des AXA Konzerns findet in den exzellenten Ratings der führenden Ratingagenturen ihren Ausdruck. So verfügen die AXA Versicherung AG, AXA Lebensversicherung AG und AXA Krankenversicherung AG über ein am 11. Juni 2007 bestätigtes ausgezeichnetes „AA“ Rating von Standard & Poor's. Auch Fitch Ratings hat seine „AA“ Bewertung am 23. Januar 2008 erneuert. Bei Moody's lautet

das Rating für die AXA Gesellschaften „Aa3“. Alle drei Agenturen haben ihr Rating mit einem stabilen Ausblick versehen.

Angesichts der erfolgreich verlaufenden Integration hat die Ratingagentur Standard & Poor's Anfang April 2008 auch die DBV-Winterthur Lebensversicherung AG, DBV-Winterthur Krankenversicherung AG, DBV-Winterthur Versicherung AG und DBV Deutsche Beamten-Versicherung AG als Kerngesellschaften der AXA Gruppe eingestuft und mit dem hervorragenden Rating „AA“ versehen. Bereits im Januar 2008 hatte auch Fitch Ratings das Finanzstärkerating der DBV-Winterthur Gesellschaften auf „AA“ heraufgestuft.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG IN DEN SEGMENTEN

VORSORGE: MIT TWINSTAR AUF ERFOLGSKURS

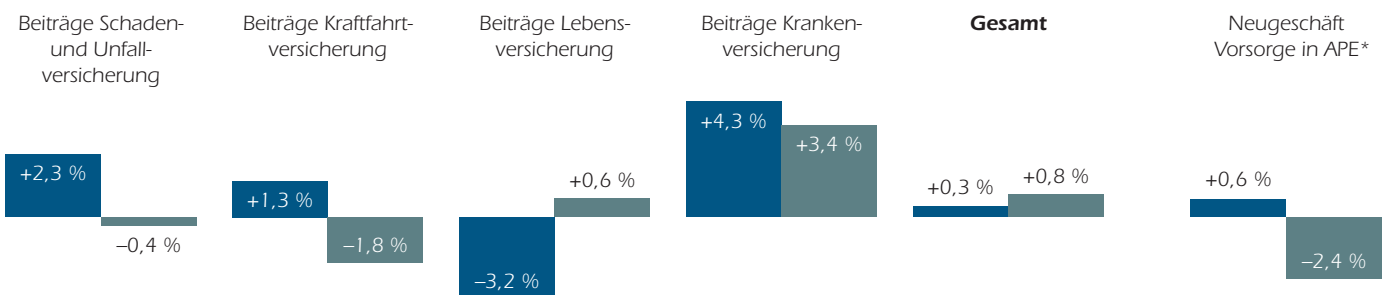
Mit Beitragseinnahmen von 4,2 Mrd. Euro – das sind 42,5 % des Gesamtaufkommens – stellt der Vorsorgebereich das größte Geschäftssegment der AXA Deutschland dar. In diesem Geschäftsfeld nahm der Neuzugang 2007 um 0,6 % auf 382 Mio. Euro APE (Annual Premium Equivalent = Neugeschäft an laufenden Beiträgen plus 10 % der Einmalbeiträge) zu. Der Erfolg ist vor allem auf den im Jahr 2006 eingeführten TwinStar zurückzuführen. Diese nach dem Vorbild eines vergleichbaren Produktes der AXA Financial in den USA entwickelte Innovation war 2007 mit 86 Mio. Euro APE (+ 126,3 %) das nachfragestärkste Produkt im Vorsorge-Neugeschäft. Aufgrund des großartigen Erfolgs dieses Produktkonzepts wird TwinStar seit Mai 2007 auch in drei Riester-Renten-Varianten angeboten.

Im Vertrieb der AXA Gesellschaften machen TwinStar und fondsgebundene Renten- und Lebensversicherungen inzwischen mehr als drei Viertel des Neugeschäfts aus. Daran zeigt sich deutlich, dass die Kunden neue innovative Lösungen zur Absicherung des Ruhestandes mit großem Interesse

aufnehmen. Dies deckt sich auch mit Ergebnissen verschiedener von uns durchgeführter Studien. Die Bedeutung der klassischen Kapital-Lebensversicherungen im Neugeschäft nahm 2007 weiter ab. Sie hatten nur noch einen Anteil von 15 % am Neugeschäftsvolumen; am gesamten Versicherungsbestand in Vorsorge machten sie 45 % (2006: 48 %) mit rückläufiger Tendenz aus.

Die Beitragsentwicklung im Vorsorgebereich zeigt ein differenziertes Bild. Trotz der positiven Neugeschäftsentwicklung insbesondere bei TwinStar verringerten sich die laufenden Beiträge wegen einer hohen Anzahl vertragsgemäßer Abläufe im vergangenen Geschäftsjahr leicht um 1,3 % auf 3,7 Mrd. Euro. Ebenso wirkte sich speziell bei der DBV-Winterthur die 2007 fehlende Stufe der „Riester-Treppe“ auf die Neugeschäfts- und Beitragsentwicklung aus. Das Einmalbeitragsgeschäft nahm von 546 Mio. Euro im Vorjahr auf 460 Mio. Euro ab. Der Grund hierfür war die geschäftspolitische Entscheidung, anders als im Vorjahr wegen nicht mehr ausreichender Margen auf Großgeschäfte (hochsummige Einzelverträge) zu verzichten.

AXA WÄCHST IN VIELEN SEGMENTEN STÄRKER ALS DER MARKT



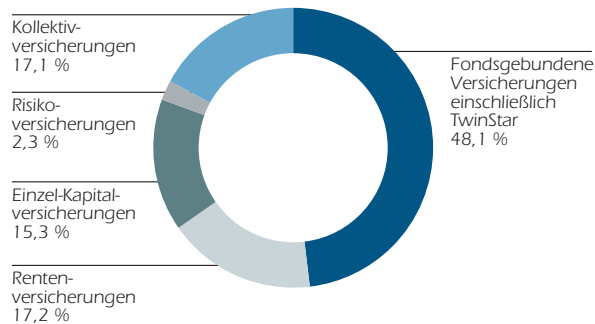
■ AXA inkl. DBV-Winterthur

■ Markt (auf Basis GDV-Zahlen, März 2008; Hochrechnung auf Datengrundlage von Meldungen bis Dezember 2007)

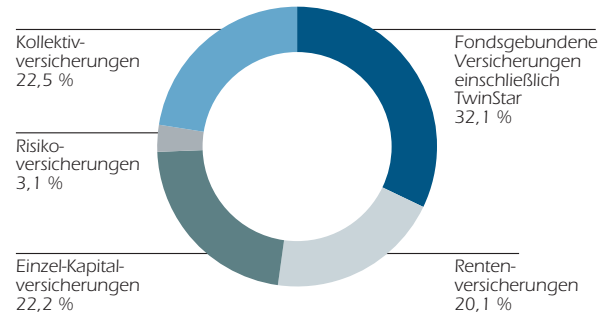
*APE = Annual Premium Equivalent (Neugeschäft an laufenden Beiträgen plus 10 % der Einmalbeiträge)

NEUZUGANG: DEUTLICHE VERSCHIEBUNG ZU FONDSGEBUNDENEN VERSICHERUNGEN

2007



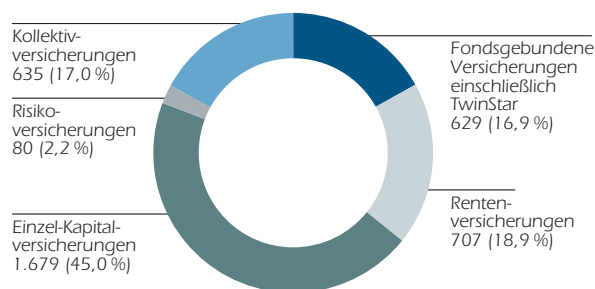
2006



ANTEILE DER VERSICHERUNGSFORMEN AM BESTAND

LFD. BEITRAG 2007

Mio. Euro (in %)

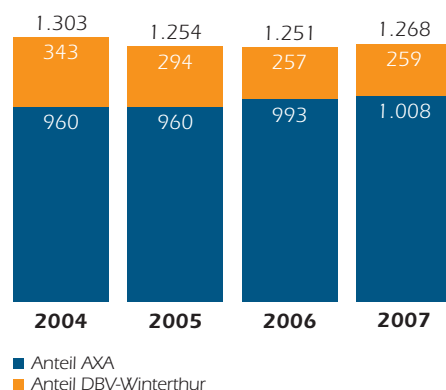


SCHADEN- UND UNFALLVERSICHERUNG: PRODUKTINNOVATIONEN TRAGEN WACHSTUM

In der Schaden- und Unfallversicherung ist die AXA Deutschland 2007 in einem schrumpfenden Markt weiter deutlich gewachsen. Das Beitragsaufkommen erhöhte sich bei AXA und DBV-Winterthur auf vergleichbarer Basis um 2,3 % auf 3,6 Mrd. Euro, während der gesamte Markt um 0,4 % zurückging. Vor allem zahlreiche Produktinnovationen wie beispielsweise die Allgefahrendeckung in der Kraftfahrtversicherung, die Unfall-Kombirente und die Profi-Schutz-Police für Firmenkunden bei AXA sowie die BoxPlus-Produkte der DBV-Winterthur sorgten für Wachstum. Im weiterhin hart umkämpften Markt der Kraftfahrtversicherung gelang es der AXA dank der risikogerechten Tarifierungspolitik und leistungsfähiger Produktreihen, den Bestand an Kraftfahrtversicherungen nochmals um rund 103.000 Verträge auf 2,9 Millionen Stück zu erhöhen. Damit konnte der Marktanteil auf 6,1 % ausgebaut werden. Im Bereich der industriellen und gewerblichen Versicherungszweige führte die 2006 begonnene Neuausrichtung des Firmenkundengeschäfts, insbesondere durch die Einführung des Zielgruppenproduktes Profi-Schutz, und die gezielte Nutzung von Wachstumschancen, beispielsweise in der Um-

KRAFTFAHRT: IN SCHRUMPFENDEM MARKT GEWACHSEN

Mio. Euro



weltschadensversicherung, zu einem über dem Marktdurchschnitt liegenden Wachstum. Darüber hinaus verhalf hier die gute konjunkturelle Entwicklung zu Mehreinnahmen. Ein weiterer Grund für das fortgesetzte Wachstum in der Schaden- und

BEITRAGSEINNAHMEN SCHADEN- UND UNFALLVERSICHERUNG NACH GESCHÄFTSFELDERN UND SPARTEN MIO. EURO

	2007	2006	Veränderung
Gesamt	3.561	3.482	+2,3 %
Privatkunden	2.203	2.174	+1,3 %
Kraftfahrtversicherung	1.268	1.251	+1,3 %
Sachversicherungen	448	438	+2,4 %
Haftpflichtversicherung	189	184	+2,7 %
sonstige Versicherungen	298	301	-1,1 %
Industrie- und Firmenkunden	1.101	1.084	+1,5 %
Sachversicherungen	302	306	-1,4 %
Technische Versicherungen	187	178	+5,5 %
Haftpflichtversicherung	448	436	+2,7 %
Transportversicherung	127	129	-1,4 %
Luftfahrtversicherung	12	13	-6,9 %
Garantie- und Kautionsversicherung	24	22	+10,0 %
Sonstige	257	224	+15,1 %
Kunstversicherung	131	124	+6,2 %
indirektes Geschäft	114	90	+27,4 %
andere Segmente	12	11	+14,3 %

Unfallversicherung: die intensive Pflege von Geschäftsverbindungen und die fachliche Unterstützung der Vermittler durch die Sparten.

Profitabel im operativen Geschäft

Die Belastungen durch den Sturm Kyrill im Januar 2007 und eine deutliche Stärkung der Schadenreserven in mehreren Sparten, insbesondere in der langfristig wirkenden Arzthaftpflichtversicherung, führten im vergangenen Geschäftsjahr zu höheren Schadenaufwendungen. Dennoch arbeiten AXA und DBV-Winterthur mit einer Netto-Schaden-Kostenquote gemäß IFRS-Reporting der AXA Gruppe von 98,2 % (ohne Einrechnung von Integrationskosten) weiterhin profitabel. Im Vorjahr betrug diese als Net Combined Ratio bekannte Quote bei AXA 98,1 %; sie blieb damit nahezu konstant. Die höheren Schadenaufwendungen im Geschäftsjahr 2007 konnten vor allem durch ein günstigeres Rückversicherungsergebnis sowie Einsparungen bei den Verwaltungs- und Schadenregulierungskosten ausgeglichen werden.

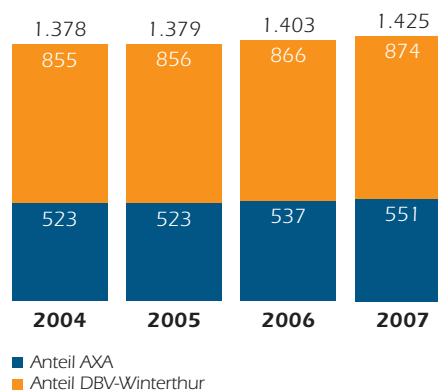
KRANKENVERSICHERUNG: BEITRAGSZUWACHS VON 4,3 %

Über 2 Mrd. Euro oder 21 % seiner Beitragseinnahmen erzielt der AXA Konzern in der privaten Krankenversicherung, die 2007 unter dem Eindruck der neuerlichen Gesundheitsreform – Wettbewerbsstärkungsgesetz genannt – stand. Auch hier übertraf der Konzern mit seinen beiden Gesellschaften AXA Krankenversicherung und DBV-Winterthur Krankenversicherung mit einem Zuwachs von 4,3 % das Marktwachstum von 3,4 % deutlich. Dabei profitierte dieses Segment neben dem überzeugenden Produktangebot – insbesondere mit Tarifen wie

EL Bonus und Vital der AXA oder Vision B der DBV-Winterthur – von der Nachfrage nach privaten Kranken-Vollversicherungen Ende 2006 und Anfang 2007 vor Inkrafttreten der Gesundheitsreform.

Das im Zuge der Gesundheitsreform erschwerte Neugeschäft wirkte sich auch bei den Krankenversicherern des AXA Konzerns aus. Seit Februar 2007 können Angestellte nur noch in die private Krankenversicherung wechseln, wenn ihr Einkommen drei Jahre in Folge über der zum 1. Januar 2003 ohnehin kräftig erhöhten Versicherungspflichtgrenze liegt. Hierdurch blieb der Neuzugang bei AXA im Gesamtjahr 2007 mit 118 Mio. Euro um 3,3 % hinter dem Vorjahr zurück. Marktwert beträgt der Rückgang voraussichtlich sogar 5 %.

ZAHL DER VERSICHERTEN PERSONEN (VOLL- UND ZUSATZVERSICHERUNG) in Tausend



KAPITALANLAGEN VON 61 MILLIARDEN EURO

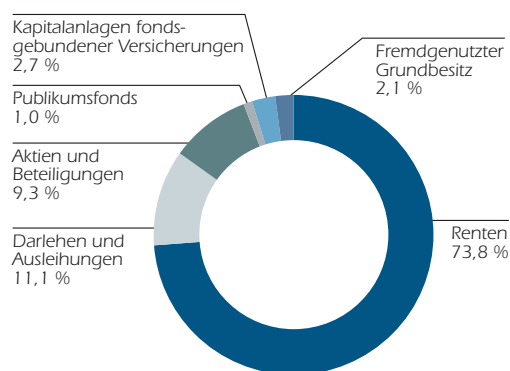
Um die an die Kunden gegebenen Leistungsversprechen jederzeit erfüllen zu können, verfügt der AXA Konzern über einen Kapitalanlagebestand von insgesamt 61 Mrd. Euro. Rund 85 % des Kapitals sind in festverzinslichen Wertpapieren angelegt; die Aktienquote im Konzern betrug zum Jahresende 2007 9,7 % der Marktwerte.

Das Jahr 2007 war – bei schwankendem Verlauf – durch den Aufwärtstrend der Aktienmärkte, das Ansteigen des Zinsniveaus sowie die Immobilienkrise in den USA geprägt. Der im Rahmen der AXA Kapitalanlagestrategie besonders wichtige europäische Aktienmarkt konnte gemessen am EuroStoxx 50 nach Einbußen im März sowie August auf das Jahr gesehen einen Zuwachs von 6,4 % auf 4.400 Punkte zum Jahresende verzeichnen. Gleichzeitig war ein anhaltender Anstieg der Zinsen im Euro-Raum zu beobachten, der die Anlage in festverzinsliche Wertpapiere zu verbesserten Konditionen ermöglichte. Vor diesem Hintergrund hat der AXA Konzern im Geschäftsjahr 2007 verstärkt in höherverzinsliche Unternehmensanleihen aus dem Europäischen Wirtschaftsraum investiert. Nach dem starken Zinsanstieg im Juni des Berichtsjahres auf

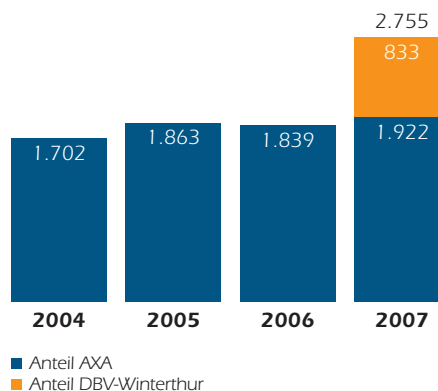
über 4,5 % wurde durch langfristige Anlagen in festverzinsliche Wertpapiere die Duration – die Kennzahl für die mittlere Zinsbindung unseres Portfolios – weiter erhöht, um langfristig hohe Zinserträge zu sichern.

Aus seinen Kapitalanlagen erzielte der AXA Konzern im Geschäftsjahr 2007 ein Ergebnis von insgesamt 2,8 Mrd. Euro. Davon stammten 2,6 Mrd. aus laufenden Erträgen. Diese nahmen aufgrund der Kapitalanlagestrategie, durch Durationsverlängerung die Zinseinnahmen aus festverzinslichen Wertpapieren zu erhöhen und in dividendenstarke Aktientitel zu investieren, eine sehr günstige Entwicklung. Das außerordentliche Kapitalanlageergebnis betrug 0,2 Mrd. Euro. Gewinnen aus dem Verkauf von Aktien standen Verluste aus der Veräußerung festverzinslicher Wertpapiere gegenüber. Diese entstanden, da durch die Strategie der Durationsverlängerung bei festverzinslichen Wertpapieren Kursrückgänge eintraten, sowie infolge von Abschreibungen, die durch die unbefriedigende Entwicklung der Kapitalmärkte aufgrund der Immobilienkrise in den USA erforderlich waren.

KAPITALANLAGEN: ANTEILE
IFRS-Buchwerte



STEIGENDE KAPITALANLAGEERGEBNISSE
Mio. Euro



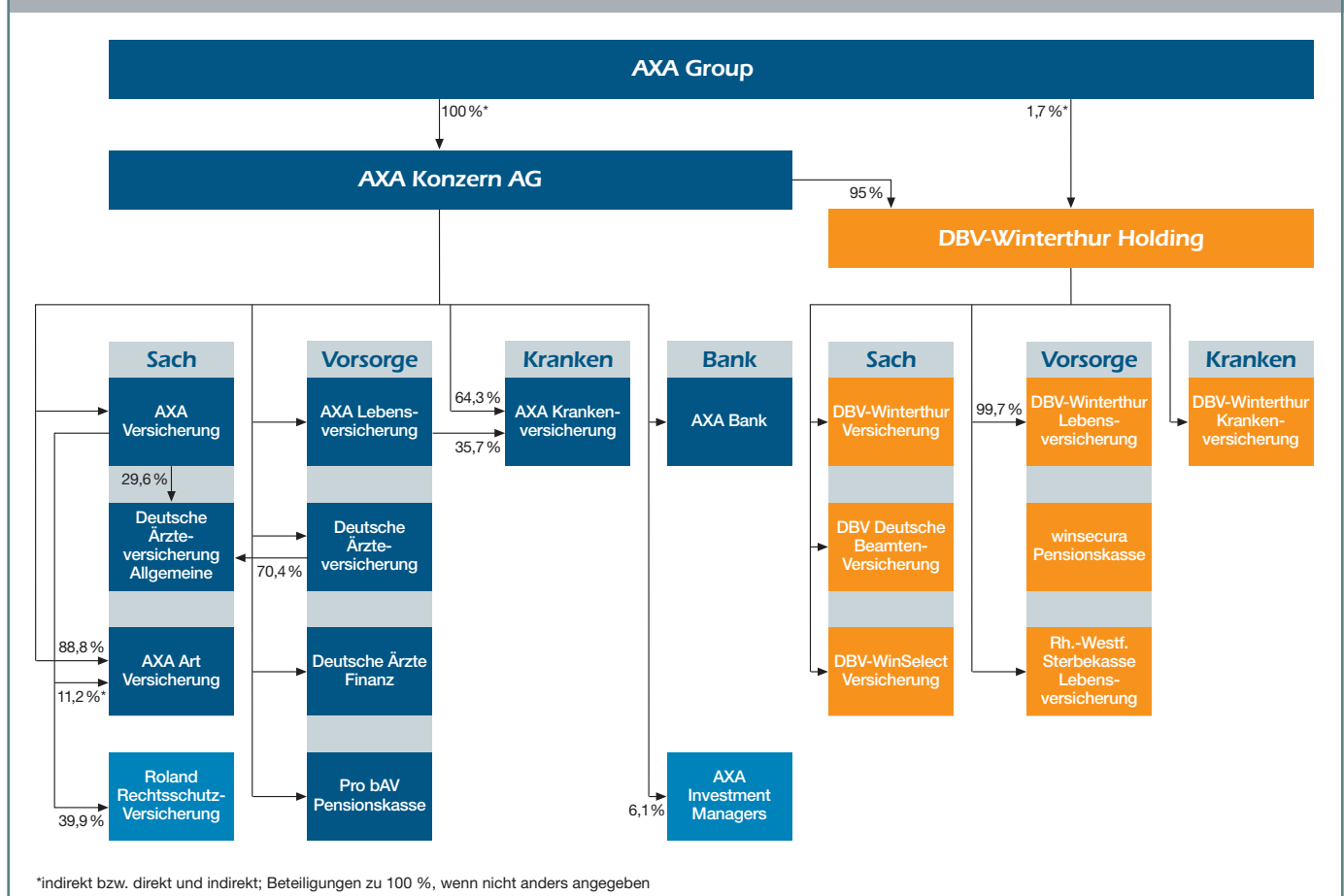
AXA IN DEUTSCHLAND – TEIL EINER GLOBALEN GRUPPE

Der AXA Konzern kommt zusammen mit der DBV-Winterthur auf einen Marktanteil von 5,8 %. Damit liegt er auf Rang vier unter den deutschen Erstversicherungsgruppen. In allen Segmenten zählt das Unternehmen zu den größten Anbietern im Markt.

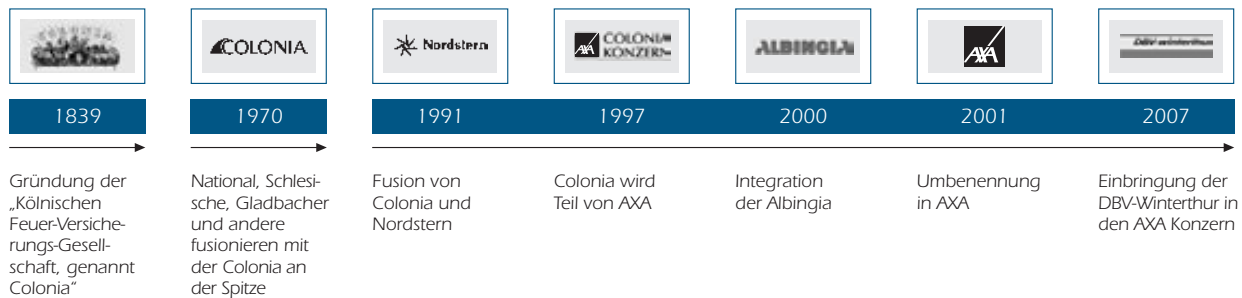
In der Schaden- und Unfallversicherung, in der der Konzern mit den Gesellschaften AXA Versicherung AG, AXA Art Versicherung AG, DBV-Winterthur Versicherung AG, DBV Deutsche Beamten-Versicherung AG, DBV-WinSelect Versicherung AG und Deutsche Ärzteversicherung Allgemeine Versicherungs-AG tätig ist, belegt die AXA Deutschland mit einem Marktanteil von 6,1 % Rang vier. Im Bereich Vorsorge (Gesellschaften: AXA Lebensversicherung AG, DBV-Winterthur Lebensversicherung AG, Deutsche Ärzteversicherung AG, Pro bAV Pensionskasse AG, winsecura Pensionskasse AG und Rheinisch-Westfälische Sterbekasse Lebensversicherung AG) nimmt

sie mit einem Anteil von 5,2 % am Gesamtmarkt Platz sechs ein. Im Segment der Krankenversicherung ist der Konzern mit den Gesellschaften AXA Krankenversicherung AG und DBV-Winterthur Krankenversicherung AG bei einem Marktanteil von 7,0 % zu den Top fünf aufgerückt. In allen Geschäftsegmenten bietet die AXA Deutschland sowohl Industrie- und Firmen- als auch Privatkunden eine breite Produktpalette in den Bereichen Vorsorge, Vermögensmanagement und Versicherung an. Rund 8 Millionen Kunden mit etwa 16 Millionen Verträgen vertrauen derzeit auf die Leistungen der AXA Deutschland.

DER AXA KONZERN UND SEINE WICHTIGSTEN GESELLSCHAFTEN



DIE AXA HISTORIE IN DEUTSCHLAND



FAST 170-JÄHRIGE GESCHICHTE

Ihren Ursprung hat die AXA Deutschland in der 1839 von Kölner Kaufleuten und Bankiers gegründeten „Kölnischen Feuer-Versicherungs-Gesellschaft, genannt Colonia“. Eine ähnlich lange Tradition hat die 1871 als Lebensversicherung für die Armee und Marine gegründete und bis heute dem öffentlichen Dienst eng verbundene DBV-Winterthur, die zurzeit im Rahmen der Ende 2006 erfolgten Übernahme der Winterthur-Gruppe durch die AXA in den deutschen Konzern integriert wird. Weitere traditionsreiche Namen aus der Geschichte des Unternehmens: Nordstern, 1866 in Berlin gegründet und ab dem Jahr 1991 mit Colonia fusioniert, und Albingia, 1901 in Hamburg als Transport- und Unfallversicherer ins Leben gerufen und 2000 in den Konzern eingegliedert. Seit 1997 ist die AXA Deutschland Teil der global agierenden AXA Gruppe, einem der größten Versicherungs- und Finanzdienstleistungsunternehmen der Welt und der Nummer zwei unter den europäischen Erstversicherern.

NEUE MASSSTÄBE SETZEN

Die AXA Deutschland ist eingebettet in die internationale AXA Gruppe, einen der führenden Versicherer und Vermögensverwalter weltweit. Für die AXA Gruppe sind insgesamt rund 150.000 Mitarbeiter und Vermittler tätig. Mit Schwerpunkten in Europa, Nordamerika und dem asiatisch-pazifischen Raum erzielte sie 2007 einen Umsatz von 94 Mrd. Euro, ein Konzernergebnis von 5,7 Mrd. Euro sowie ein operatives Ergebnis (Underlying Earnings) von 5,0 Mrd. Euro. 67 Millionen Kunden vertrauen weltweit auf AXA.

AXA ist der erste Versicherungskonzern, der sich einen weltweit einheitlichen Markennamen gab. Damit dokumentiert das

Unternehmen seine Größe und Stärke nach außen und gibt auch seinen Mitarbeitern und Kunden rund um den Globus ein sichtbares Zeichen zur besseren Identifikation mit ihrem Unternehmen. Wo immer die AXA Gruppe präsent ist, weltweit verfolgt sie das ehrgeizige Ziel, Maßstab ihrer Branche zu werden.

Die Ursprünge der AXA Gruppe reichen zurück in die späten 70er Jahre, als Claude Bébéar im französischen Rouen die Führung des kleinen Gegenseitigkeitsversicherers Ancienne Mutuelle übernahm, ihn sogleich mit mehreren regionalen Gegenseitigkeitsvereinen verschmolz und wenig später die fast doppelt so große Unternehmensgruppe Drouot kaufte. Unter dem eingängigen – und international aussprechbaren – Namen AXA, den Bébéar seiner Gruppe 1984 gegeben hatte, nahm die Expansion nach Bébéars Motto „Management by Opportunities“ ihren Lauf: in Frankreich, in Europa und schließlich weltweit. Besonders spektakuläre Akquisitionen der AXA waren 1992 der Einstieg in die amerikanische Equitable-Gruppe, 1996 die Fusion mit dem privatisierten größten französischen Versicherer Union des Assurances de Paris (UAP), damals Großaktionär der Colonia-Gruppe, und 2006 die Übernahme der Winterthur Gruppe mit Hauptsitz in der Schweiz. Seit 2000 wird die Gruppe von Henri de Castries geführt. Claude Bébéar wechselte in den Aufsichtsrat, bis er sich entschied, im April 2008 dieses Amt aus Altersgründen niederzulegen.

Die AXA Gruppe ist sowohl an der Pariser als auch an der New Yorker Börse notiert und in den wichtigsten internationalen Aktienindizes wie EuroStoxx 50, Dow Jones oder CAC 40 vertreten.

Aufsichtsrat

Alfred Bouckaert

Vorsitzender

Mitglied des Management Board der AXA, Paris, und Präsident der AXA Region Northern, Central and Eastern Europe (NORCEE)

Herbert Mayer*

stellv. Vorsitzender

Angestellter, Pfinztal

Uwe Beckmann*

Angestellter, Sarstedt

Harry Clemens*

Leitender Angestellter, Köln

Kurt Döhmelt

Vorsitzender der Geschäftsführung der Deutschen Shell Holding GmbH, Hamburg

Leonhard Fischer

Geschäftsführer der RHJ Swiss Management LLC, Zürich

Dr. Michael Frenzel

Vorsitzender des Vorstands der TUI AG, Hannover

Michael Garrecht*

Angestellter, Köln

Peter Heesen

Bundesvorsitzender der dbb beamtenbund und tarifunion, Berlin

Hans-Peter Lenssen*

Gewerkschaftssekretär der ver.di Bundesverwaltung, Gliencke

Friedrich Merz

Rechtsanwalt bei Mayer Brown LLP, Arnsberg

Frank Meyer*

Angestellter, Köln

Dr.-Ing. Ekkehard Schulz

Vorsitzender des Vorstands der Thyssen Krupp AG, Düsseldorf

Emmanuel de Talhouët

Director Business Support and Development der AXA Region Northern, Central and Eastern Europe (NORCEE)

Klaus Weber*

Bundesbeamtensekretär der ver.di, Berlin

Manfred Weyrich*

Angestellter, Overath

Claas Kleyboldt

Ehrevorsitzender des Aufsichtsrats, Köln

*Vertreter der Arbeitnehmer

Konzernbeirat

Friedrich Merz

Vorsitzender

Rechtsanwalt bei Mayer Brown LLP, Arnsberg

Detlef Bierbaum

Mitlinhaber des Bankhauses Sal. Oppenheim jr. & Cie. KGaA, Köln

Dr. Reinhard Göhner

Hauptgeschäftsführer und Mitglied des Präsidiums der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, Berlin

Dr. Achim Middelschulte

ehem. Vorstandsmitglied der E.ON Ruhrgas AG, Düsseldorf

Prof. Dr. Meinhard Miegel

Vorstand und wissenschaftlicher Leiter des Instituts für Wirtschaft und Gesellschaft Bonn, Bonn

Dr. Rolf Martin Schmitz

Vorstandsvorsitzender der RheinEnergie AG, Köln

Dr. Peter Schörner

Mitglied des Vorstands der Evonik Industries AG, Essen

Dr. Klaus Trützschler

Mitglied des Vorstands der Franz Haniel & Cie. GmbH, Duisburg

Gruppenvorstand (Stand 1. Mai 2008)

Vorstand AXA Konzern AG



Dr. Frank W. Keuper

Vorsitzender

Konzernkommunikation, Konzernrevision,
Konzernstrategie und Portfoliosteuerung,
Konzernorganisation und Prozessmanagement



Dr. Patrick Dahmen

(stellv. Mitglied),

Planung/Bilanzierung/Reporting, Cash,
Corporate Finance, Risiko- und Value-
management, Controlling, Procurement,
Steuern



Dr. Heinz-Peter Roß

Vorsorge, Bank, AXA Privatanlage



Wolfgang Hanssmann

Vertrieb, Consumer Marketing



Gernot Schlösser

Krankenversicherung, Ärzteversicherung



Dr. Markus Hofmann

Schaden- und Unfallversicherungen,
Rückversicherung, Fachbereich Schaden



Dr. Heinz-Jürgen Schwering

Kapitalanlagen, Asset Liability Management



Ulrich C. Nießen

Personal, Recht und Compliance,
Verwaltung



Jens Wieland

Informationstechnologie, Logistik

ergänzt durch:



Rainer Brune

Mitglied des Vorstands der
AXA Versicherung AG
Privatkundengeschäft Sach, Unfall,
Haftpflicht, Kraftfahrt



Bernd Jung

Mitglied des Vorstands der AXA Service AG
Kundendienst/COO

www.axa.de



**FÜR IHRE SICHERHEIT
FÜR IHR VERMÖGEN**

AXA KONZERN AG

Colonia-Allee 10-20 · 51067 Köln

Telefon: (0 180 3) 55 66 22* · Telefax: (02 21) 1 48-2 17 04 · E-Mail: service@axa.de

*9 Cent je angefangene Minute aus dem deutschen Festnetz, ggf. abw. Mobilfunktarif

Für Vertrauen im Leben