

Der AXA Konzern 2009



Maßstäbe / neu definiert



Absicherung von Familienmitgliedern

Schutz im Krankheitsfall

Absicherung von Dienstanfängern

**Schutz vor Sach- und
Personenschäden**

360°-Lösungen von AXA

Von der Geburt bis zum Ruhestand: AXA bietet Lösungen für jede Lebenslage. Dies betrifft alle Arten von Vorsorge und Absicherung von Risiken für Privat- und Firmenkunden sowie Beschäftigte aus dem Öffentlichen Dienst und aus den akademischen Heilberufen. Dazu gehört auch die ganzheitliche Beratung, denn Bedürfnisse verändern sich im Laufe eines Lebens.

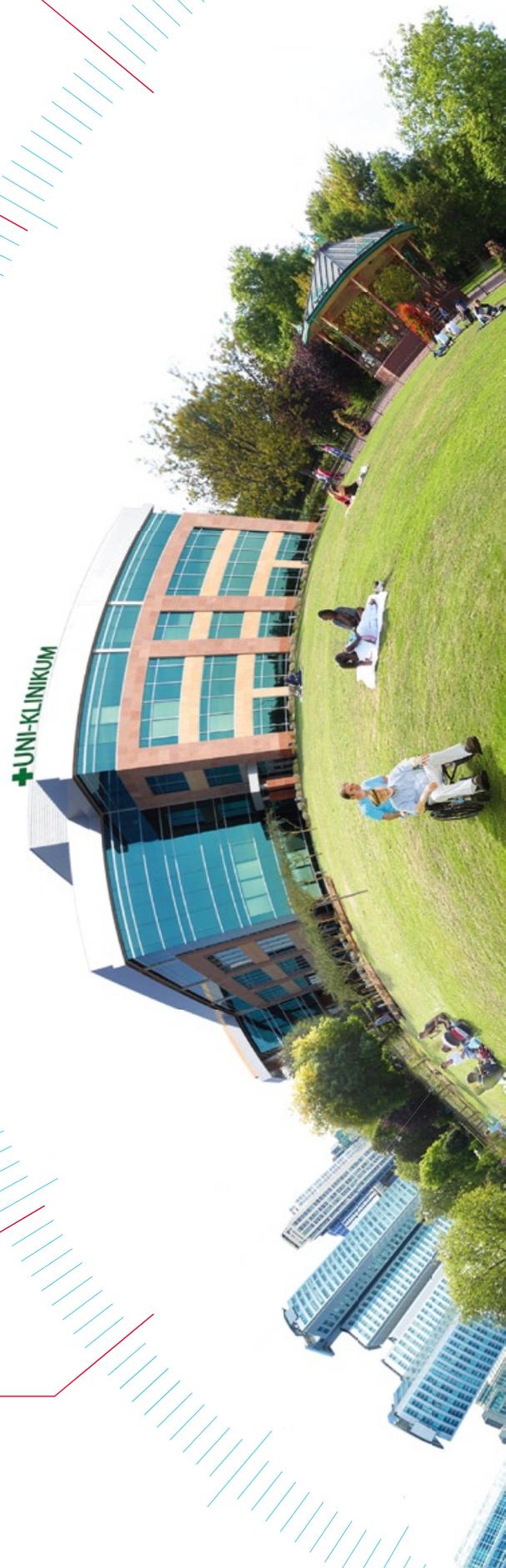
**Existenzsicherung bei
Erwerbsunfähigkeit**

Unternehmensschutz

Ruhestandsmanagement

Pflegevorsorge

UNI-KLINIKUM







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

*Liebe heseim,
Liebes hese,*

vor Ihnen liegt unser Jahresreport 2009, mit dem wir Ihnen einen Überblick über die Aktivitäten und die Geschäftsentwicklung von AXA Deutschland im vergangenen Jahr geben möchten.

Dabei war das Jahr 2009 ein Jahr der besonderen Herausforderungen. Denn einerseits ist auch die Versicherungswirtschaft von der Finanzmarktkrise und ihren mitunter dramatischen Konsequenzen für die Wirtschaft und Bürger unseres Landes nicht verschont geblieben. Andererseits haben wir trotz dieser massiven Turbulenzen unser Unternehmen und unser Lösungsangebot – nach der erfolgreichen Integration der ehemaligen DBV-Winterthur – konsequent weiterentwickelt und an der Umsetzung unserer Strategie, zum Unternehmen erster Wahl in unserer Branche zu werden, festgehalten.

Erfreut können wir sagen, dass wir dieses schwierige Jahr mit Erfolg gemeistert haben. AXA zeigt sich auch in der anhaltenden Wirtschafts- und Finanzmarktkrise in einer sehr soliden Verfassung und bestätigt den Anspruch, verlässlicher Partner für unsere mehr als acht Millionen Privat- und Geschäftskunden zu sein, die uns rund um ihre Versicherungs-, Vorsorge- und Vermögensangelegenheiten ihr Vertrauen schenken.

Unser Geschäft ist 2009 sehr erfolgreich verlaufen. Die Beitragseinnahmen haben erstmals die 10-Milliarden-Euro-Grenze übersprungen und mit einem Wachstum von 4,5 Prozent haben wir den Marktdurchschnitt übertroffen. Das nochmals gesteigerte operative Ergebnis und das deutlich verbesserte Konzernergebnis von 142 Millionen Euro belegen, dass wir auch in einem Jahr, in dem die Wirtschaftsleistung in Deutschland um fünf Prozent – und damit so stark wie niemals zuvor in der Geschichte der Bundesrepublik – zurückging, unser Geschäft erfolgreich betrei-

ben. Das ist ein wichtiges Signal für unsere Kunden, denn wir beweisen dadurch unsere Fähigkeit, auch und gerade in schwierigen Zeiten das gewachsene Bedürfnis der Menschen nach langfristiger Sicherheit zu erfüllen.

Dennoch: Bei vielen Menschen hat die Finanzmarktkrise zu Verunsicherung und geringerem Vertrauen in den Finanzsektor geführt. Davon ist auch die Versicherungswirtschaft betroffen, obwohl sie nicht Auslöser der Entwicklung, sondern vielmehr ein stabilisierender Faktor war und weiter ist. Das verlorene Vertrauen gilt es zurückzugewinnen.

Wir profitieren dabei zunehmend von unserer im Vorjahr eingeleiteten Strategie, die Bedürfnisse der Kunden mehr denn je zum Maßstab unserer geschäftlichen Aktivitäten zu machen und ihnen immer wieder durch unsere Leistung und unser Handeln zu bestätigen, dass sie sich mit AXA richtig entschieden haben.

Schon immer haben sich die Bedürfnisse nach Schutz und Absicherung im Laufe eines Lebens verändert. Aber die moderne Gesellschaft sorgt für Beschleunigung und verlangt nach immer mehr Flexibilität. Und weil sich Menschen grundsätzlich nicht gerne mit Versicherungen befassen, ist das Gespräch mit ihnen über notwendige Vorsorge- und Absicherungsfragen, eine lebenslange Beratung und Betreuung, umso wichtiger. Speziell dafür haben wir mit unserem plan360° einen neuen ganzheitlichen Beratungsansatz entwickelt sowie unser Produktsortiment passend dazu erneuert und ergänzt. Damit sind wir in der Lage, unseren Kunden die für sie geeigneten Lösungen zu bieten.

Dies ist Ausdruck unserer Verantwortung, die wir für unsere Kunden genauso wahrnehmen wie gegenüber unseren Mitarbeitern, Vertriebspartnern, der Umwelt und der Gesellschaft, deren Teil wir sind.

„Es liegt in unserer Verantwortung als Versicherer, die Absicherungs- und Vorsorgelücken der Bürger aufzuzeigen, sie abzudecken und damit deren individuelle Lebensrisiken abzusichern.“

Dr. Frank W. Keuper

Verantwortlich handeln heißt manchmal aber auch, unbequeme Wahrheiten auszusprechen. Hier treibt mich persönlich besonders die Sorge vor einer wachsenden Altersarmut in Deutschland. Die Staatsverschuldung steigt, im Gesundheitswesen und in der Pflege steigen die Kosten enorm. Die derzeitige Vorsorge der Deutschen wird in vielen Fällen nicht ausreichen, um den erwünschten Lebensstandard im Alter halten zu können. Angesichts der demographischen und gesellschaftlichen Entwicklungen sollten wir die Menschen aufklären und zum rechtzeitigen Vorsorgesparen motivieren. Hier bedarf es eines konstruktiven Dialogs aller Beteiligten und kreativer zukunftsfähiger Lösungsansätze. Wir leisten dazu gerne unseren Beitrag und stellen unser Wissen zur Verfügung.

Ich danke allen unseren Kunden für ihr Vertrauen in AXA und unseren Partnern, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr Engagement. Ich wünsche Ihnen Freude bei der Lektüre dieses Berichts und viele neue Einblicke in unser Unternehmen.



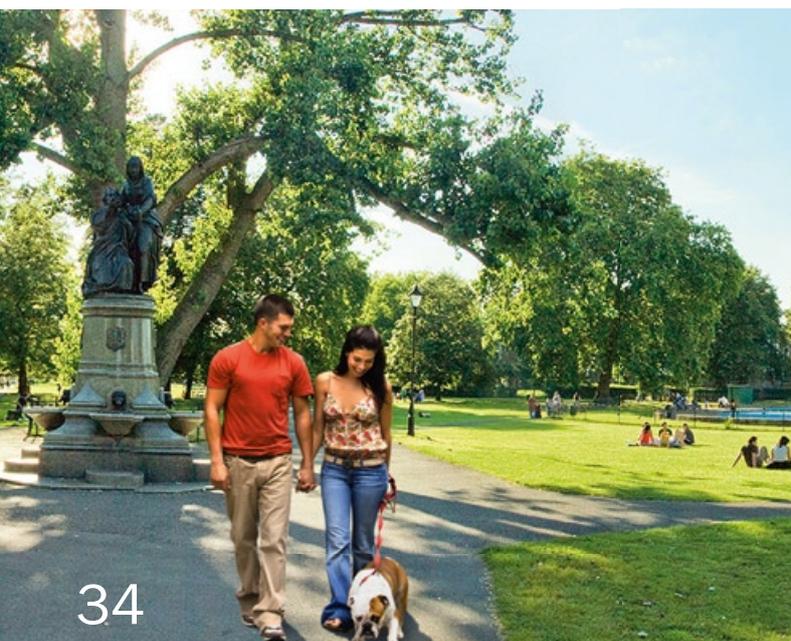


Strategie und Vision

- 06 **Unsere 360°-Lösungen:
der AXA-Weg**
- 08 Konsequenz in Richtung
Unternehmen erster Wahl
- 10 Risikomanagement als
wesentlicher Erfolgsfaktor
und Grundlage unseres
Geschäftsmodells

Produkte und Leistung

- 12 **Lösungen für alle Lebenslagen**
- 14 Nur wer seine Kunden versteht,
kann für sie zum Partner erster
Wahl werden
- 16 Privatkunden
- 20 Firmenkunden
- 24 Ärzte und Heilwesen
- 28 Öffentlicher Dienst
- 32 Provisionssysteme der Zukunft:
Kunden brauchen Beratung und
Vermittler Anreize



Nachhaltigkeit und Verantwortung

34 Wir übernehmen Verantwortung

- 36 Verantwortung übernehmen – Vertrauen zurückgewinnen
- 38 Verantwortung für die Gesellschaft
- 40 Verantwortung für die Umwelt
- 43 Verantwortung für Mitarbeiter
- 44 Engagement für Soziales

Zahlen und Fakten

46 Unser Jahr in Zahlen

- 48 AXA Deutschland wächst über Markt und verbessert Ergebnis deutlich
- 56 AXA in Deutschland – Teil einer globalen Gruppe
- 58 Gremien des AXA Konzerns
- 61 Impressum

Unsere 360°-Lösungen: der AXA-Weg



Aufmerksamkeit

ganzheitliche
Lösungen

lebenslange
Betreuung

Vorsorgebedarf

Service

Glaubwürdigkeit

Qualität

Perspektivwechsel

Risiko
minimieren

Kunden

Zuverlässigkeit

erste Wahl



Beratungskompetenz

Rundum-
absicherung

Erreichbarkeit

Ambition 2012

Verantwortung

Strategie

Neuausrichtung

Komplettanbieter

Mitarbeiter

Dienstleistungsunternehmen

Produktportfolio

Konsequent in Richtung Unternehmen erster Wahl

Für den AXA Konzern war 2009 ein erfolgreiches Jahr – trotz schwieriger Rahmenbedingungen wie Konjunkturunbruch und anhaltender Finanzmarktkrise. Darüber hinaus haben unternehmensstrategische Aktivitäten wie die weitere Umsetzung der Konzernstrategie und der Abschluss der DBV-Winterthur-Integration Kapazitäten im Konzern gebunden. Und dennoch ist es AXA gelungen, den Umsatz über die 10-Milliarden-Euro-Marke zu steigern und mit einem Wachstum von 4,5 Prozent den Marktdurchschnitt zu übertreffen. Schritt für Schritt setzt der Konzern seinen Weg fort, zum Unternehmen erster Wahl für Kunden, Vertriebspartner und Mitarbeiter zu werden. Die konsequente Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse bleibt auch für 2010 das zentrale Ziel.

Unternehmen erster Wahl zu werden bedeutet für AXA, das gesamte Handeln darauf auszurichten, Kundenanforderungen zu erfüllen und dabei neue Qualitätsmaßstäbe in Beratung, Service und bei Produkten zu setzen. „Nach der Integration der DBV-Winterthur haben wir das Fundament für eine neue Unternehmensausrichtung gelegt. Wir haben im vergangenen Jahr Unternehmensstruktur, Produktportfolio, Vertriebskonzept sowie Serviceangebot deutlich weiterentwickelt, und das in einem schwierigen Umfeld. Ich bin mir sicher, dass wir auch 2010 auf diesem Weg weiter vorankommen werden“, betont Dr. Frank W. Keuper, Vorstandsvorsitzender des AXA Konzerns.

Geschäft über alle Ressorts hinweg steuern

Als erstes Unternehmen der Branche richtet der AXA Konzern seine Aktivitäten konsequent nach Kundensegmenten aus: Privatkunden, Firmenkunden, Öffentlicher Dienst sowie Ärzte und Heilwesen. Die Ausrichtung nach Kundensegmenten spiegelt sich auch in der Organisation des Unternehmens wider. Für jedes der vier Kundensegmente gibt es ein verantwortliches Vorstandsmitglied. „Sinn der Neuausrichtung ist, dass wir unser Geschäft

so viel besser im Sinne unserer Kunden steuern können. Ich bin fest davon überzeugt, dass wir uns mit konsequenter Kundenzentrierung auch weiterhin einen deutlichen Wettbewerbsvorteil erarbeiten und erfolgreich sein werden“, sagt Dr. Keuper.

Ausgangspunkt der strategischen Ausrichtung der AXA Deutschland waren Marktuntersuchungen, die aufzeigen, welche Erwartungen Kunden heute an Versicherungsunternehmen haben. Das wichtigste Ergebnis: Entscheidend für die Wahl eines Anbieters ist in erster Linie die Qualität seiner gesamten Dienstleistung. Kunden erwarten von einem Versicherer ihrer Wahl hauptsächlich, dass er erreichbar, aufmerksam und zuverlässig ist.

AXA hat diesen Kundenwunsch in der Unternehmensstrategie verankert und wandelt sich vom Produkthanbieter zum Lösungsversicherer, der die Kunden möglichst ein Leben lang bei der Absicherung ihrer Risiken sowie in Vorsorgefragen begleitet.

Der Kunde steht Pate bei der Entwicklung der Produkte

AXA hat im vergangenen Jahr mit großer Intensität an Lösungen – ob bei

Produkten, Leistungen, Beratung oder Service – gearbeitet, die in noch größerem Maße als bisher den Kundenexpectationen und -bedürfnissen entsprechen. Mit Angeboten, die einfach, klar und transparent sind, setzt AXA Deutschland in der Beziehung zum Kunden neue Maßstäbe. Das reicht vom neuen Beratungs- und Betreuungsansatz plan360° für die Ruhestandsplanung bis hin zu neuen oder weiterentwickelten Produkten wie den jetzt noch leistungsstärkeren BOXplus Sachversicherungsprodukten.

Im Mai 2010 sind innovative Lösungen zur Pflegevorsorge hinzugekommen, die neben der rein finanziellen Absicherung auch eine Vielzahl wichtiger Hilfestellungen enthalten: Das Angebot von AXA umfasst Leistungen wie die Förderung von Präventionsmaßnahmen oder die konkrete Unterstützung bei Eintritt eines Pflegefalls. Darüber hinaus hat AXA mit einer neuen Existenzschutzversicherung eine Alternative zur Berufsunfähigkeitsvorsorge eingeführt, die für Personen interessant ist, für die eine Berufsunfähigkeitsversicherung nicht in Frage kommt. Sie schützt bei Invalidität, schwerer Krankheit und Pflegebedürftigkeit lebenslang mit einer monatlichen Rente.

Dr. Keuper: „Besonders die neuen Pflege- und Existenzschutzangebote sind ein Beweis dafür, dass unsere Strategie ‚AXA erste Wahl‘ Zug um Zug Realität wird: Diese Produkte wurden konsequent aus der Perspektive des Kunden entwickelt. Wir investieren weit mehr in Marktforschung als früher und entwickeln spartenübergreifende Lösungen für Absicherung und Vorsorge. In Verbindung mit unserem neuen 360°-Beratungsansatz können wir unseren Kunden damit passgenaue Angebote aus einer Hand unterbreiten.“

Versicherungen übernehmen Verantwortung

AXA zeigt in der konsequenten Ausrichtung der Unternehmensstrategie an den Bedürfnissen der Kunden, welche zentrale Rolle Versicherungen in der Gesellschaft zukommt. Während gesellschaftliche Veränderungsprozesse zu nicht planbaren Änderungen in Lebensentwürfen von Menschen führen können, bedarf es zuverlässiger Partner, die genau diese Risiken und Herausforderungen antizipieren und Lösungen anbieten können. Aus diesem Grund wird die Bedeutung der privaten Versicherungswirtschaft für die Gesellschaft immer wichtiger. So sind beispielsweise die gesetzlichen Alters- und Gesundheitssysteme mit der demografischen Entwicklung und der Kostenentwicklung im Gesundheitswesen zunehmend überfordert und müssen durch private Absicherung ergänzt werden.

Dr. Keuper: „Für viele Deutsche wird ihre derzeitige Vorsorge nicht ausreichen, um im Rentenalter den erwünschten Lebensstandard halten zu können und im Pflegefall angemessen betreut zu werden. Das ist eine große

Herausforderung für uns alle. AXA ist sich dieser besonderen Verantwortung bewusst, und ich persönlich treibe den Prozess innerhalb unseres Unternehmens voran, hier die entsprechenden Lösungen und Angebote zu entwickeln und unsere Kunden aktiv auf das Thema aufmerksam zu machen. Solche Gespräche sind nicht immer angenehm, aber sie beweisen, dass wir die Verantwortung dafür übernehmen, unsere Kunden kompetent zu beraten, ein Leben lang zu begleiten und Absicherung zu garantieren.“

Servicequalität wichtiger denn je

Die Qualität eines Versicherers zeigt sich dem Kunden aber nicht nur bei Beratung und Produkten, sondern auch im Schadenfall oder dem Tag der Auszahlung seiner Lebensversicherung. Gerade dann erwartet der Kunde, dass er seinen Versicherer immer erreichen kann, dieser ihm aufmerksam begegnet und er einen zuverlässigen Service erlebt. AXA hat diese Kerneigenschaften – Erreichbarkeit, Aufmerksamkeit und Zuverlässigkeit – daher zum zentralen Gegenstand der Unternehmensstrategie gemacht. Das gesamte Management und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durchlaufen Schulungsprogramme, und Prozesse und Abläufe werden – wenn nötig – neu gestaltet. „Durch die Integration der DBV-Winterthur ist AXA Deutschland um 50 Prozent größer geworden. Es ist nur natürlich, dass bei einer Fusion dieser Größenordnung nicht alles von Anfang an rund läuft. Doch wir haben Hemmnisse im operativen Geschäft schnell erkannt und sukzessive behoben. Dabei stellen wir Qualität eindeutig vor Zeit“, so Dr. Keuper. „Entscheidend ist, dass Mitarbeiter und Vertrieb unseren

Kunden einen bedarfsgerechten Service anbieten können, der vom Kunden als zusätzlicher Wert wahrgenommen wird.“

Wachstum als Beweis gestiegenen Kundenvertrauens

Mit einer Strategie der Kundenzentrierung und starker Finanzkraft verfügt der AXA Konzern über ein Geschäftsmodell, das Vertrauen, Stabilität und Glaubwürdigkeit ausstrahlt. Davon hat das Unternehmen auch im Geschäftsjahr 2009 profitiert und ist überdurchschnittlich gewachsen. Ein klarer Beweis, dass die Kunden AXA vertrauen, und die Strategie, Unternehmen erster Wahl zu werden, beginnt Früchte zu tragen.

Im laufenden Geschäftsjahr wird AXA weiter daran arbeiten, das Versicherungsunternehmen zu werden, das die Erwartungen der Kunden an Produkt- und Servicequalität am besten erfüllt. Mit Produktinnovationen und der Weiterentwicklung bestehender Produkte, dem Ausbau der plan360°-Beratung und -Betreuung sowie der weiteren Steigerung der Servicequalität strebt der Konzern nachhaltiges Wachstum an und will Beitragseinnahmen, Neugeschäft und Kundenzahl steigern. Dr. Keuper: „Ich bin davon überzeugt, dass unsere auf Vertrauen und langjährige Kundenbindung zielende Strategie gerade in der Krise die richtige ist. Wenn es uns gelingt, unseren Kunden zu beweisen, dass sie sich mit der AXA richtig entschieden haben, werden sie uns auch weiterempfehlen. Dabei geben ihnen unsere positiven Ergebnisse, die wir auch in den Krisenjahren erzielt haben und für die unser hervorragendes Risikomanagement mit verantwortlich ist, zusätzliche Sicherheit.“

Risikomanagement als wesentlicher Erfolgsfaktor und Grundlage unseres Geschäftsmodells

Die Kalkulation und das Management von Risiken sind zentrale Parameter für den Erfolg eines Versicherungsunternehmens. Zu den wesentlichen Risiken eines Versicherers gehören Kapitalanlage- und versicherungstechnische sowie operationale Risiken. AXA verfügt über ein professionelles Risikomanagementsystem, mit dem der Konzern auch die Herausforderungen der Finanzmarktkrise erfolgreich gemeistert hat. Damit hat der Konzern seinen Kunden wieder einmal bewiesen, dass er auch unter schwierigsten Rahmenbedingungen ein verlässlicher Partner ist.

Der Umgang mit Risiken ist die Basis des Versicherungsgeschäfts – Versicherer sind die Spezialisten für die Absicherung von Risiken. Ein gut funktionierendes Risikomanagement sichert gegen Risiken ab und unterstützt Entscheidungen der Unternehmensführung durch die Quantifizierung und Analyse von Risiken. Bei AXA ist Risikomanagement ein integraler Bestandteil der Geschäftsführung mit einem ganzheitlichen Ansatz. Ziel ist es, alle Arten von Risiken für ein Versicherungsunternehmen zu erkennen, zu bewerten und gegebenenfalls schnell und präzise Maßnahmen gegen Gefahren zu ergreifen, aber auch Chancen zu nutzen, die sich aus veränderten Marktgegebenheiten ableiten lassen.

Die Kompetenz im Risikomanagement ermöglicht es AXA, die Versprechen und Garantien gegenüber den Kunden zu halten. Mit dem von der Ratingagentur Standard & Poor's als „sehr gut“ bezeichneten Risikomanagementsystem hat AXA einen maßgeblichen Wettbewerbsvorteil.

Konzern fängt Risiken auf

Dank seinem nachhaltigen Risikomanagementsystem war der AXA Konzern

auch 2009 in der Lage, angemessen auf Risiken zu reagieren, und hat damit die außerordentliche Leistungsfähigkeit seiner Geschäftssteuerung unter Beweis gestellt.

Die infolge der Finanzmarktkrise gesunkenen Marktwerte trafen alle Kapitalanleger und damit auch AXA direkt. Eine indirekte Auswirkung der Finanzmarktkrise, die ebenso nachhaltige Folgen haben könnte, ist der Vertrauensverlust der Verbraucher in die Finanzdienstleistungsbranche. Dies trifft zwar vorrangig die Banken, doch in diesen Sog ist zum Teil auch die Versicherungswirtschaft geraten. Das Vertrauen zu wahren bzw. wiederzugewinnen, ist bei AXA eine Aufgabe, an der alle Bereiche des Unternehmens mitarbeiten.

Dr. Carsten Hoffmann, Chief Risk Officer von AXA Deutschland, sagt dazu: „Wir betrachten dies als weitere Motivation, die Abläufe und Methoden zur Steuerung von Risiken im Unternehmen noch effizienter und transparenter zu machen. Denn je genauer Kunden wissen, wie AXA ihre Investitionen in die Vorsorge absichert und sie vor Risiken schützt, desto größer wird

ihr Vertrauen in das Unternehmen und seine Produkte sein.“

Nachhaltige Risikomodelle im Einsatz

AXA hat die umfangreiche Erfahrung im Management von Risiken stetig in die Entwicklung der Risikomodelle einfließen lassen. Aufgrund der eigenen Größe und Erfahrung ist die AXA Gruppe in der Lage, eigene Modelle zu entwickeln, ohne auf Standardsysteme zurückgreifen zu müssen. Unternehmensindividuelle Risiken können so besser dargestellt und gemanagt werden. Die unternehmensinternen Modelle werden kontinuierlich auf ihre Leistungsfähigkeit hin überprüft und weiterentwickelt, oft bevor gesetzliche Veränderungen dies erfordern. Neue rechtliche Rahmenbedingungen, wie zum Beispiel die „Mindestanforderungen an das Risikomanagement in Versicherungen“ (MaRisk VA), hat AXA schon umgesetzt.

Solvency II Compliance bis 2012

Ebenso ist der Konzern bereits auf die nationale Umsetzung von Solvency II, die grundlegende Reform des Versicherungsaufsichtsrechts in Europa, vorbereitet. Ihr Kernstück sind die Vorschriften für die Eigenmittelausstattung

von Versicherungsunternehmen. Die entsprechende EU-Rahmenrichtlinie wurde am 22. April 2009 vom EU-Parlament und am 10. November 2009 von den EU-Finanzministern verabschiedet. Nach Erlass der entsprechenden Durchführungsbestimmungen wird die Reform voraussichtlich von 2013 an national umgesetzt. Wie bei Basel II (Eigenkapitalvorschriften für Banken) wird ein Drei-Säulen-Ansatz verfolgt.

Anders als bei der Bankenbranche stehen aber weniger die Einzelrisiken, als vielmehr ein ganzheitliches System zur Gesamtsolvabilität im Mittelpunkt. Neben quantitativen Aspekten werden bei Solvency II auch qualitative Aspekte betrachtet. Entsprechend werden Versicherer zukünftig noch stärker nachweisen müssen, ob ein ausreichendes Solvenzkapital zur Verfügung steht und ob ein adäquates Risikomanagementsystem im Unternehmen vorhanden ist.

AXA hat sich diesen Fragen bereits gestellt und arbeitet im Rahmen eines Projektes intensiv auf die Zertifizierung des eigenen internen Risikomodells durch die Aufsichtsbehörden hin. Ziel ist die vollständige Solvency II Compliance bis 2012. Die Zertifizierung des internen Modells ist das offizielle Gütesiegel für AXA und zeigt, dass sich das Risikomanagement schon lange erfolgreich bewährt.

Risikomanagement hat sich bewiesen

Wie gut ein Risikomanagement tatsächlich funktioniert und vor hohen Verlusten schützt, zeigt sich vor allem in Extremsituationen wie in der globalen Finanzmarktkrise, ausgelöst durch die Immobilienkrise in den USA im Jahr 2007. Die Herausforderungen, die hierdurch für Kapitalmärkte, Wirtschaft und Gesellschaft entstanden, entsprechen keinem zuvor für möglich gehaltenen Szenario. Und selbst unter diesen

Parametern hat AXA dort, wo es nötig war, schnell und professionell auf sich kurzfristig ändernde Situationen reagieren können. So konnte AXA auch in den Krisenjahren positive Ergebnisse verzeichnen und musste nicht wie andere Unternehmen staatliche Finanzhilfe in Anspruch nehmen.

Die gute Positionierung von AXA zeigt, dass das Risikomanagement den gegenwärtigen und zukünftigen Erfordernissen der Identifikation, Bewertung und Steuerung von Risiken vollaufgerecht wird. Das schafft die Voraussetzung für eine nachhaltig positive Entwicklung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Damit bestimmt es maßgeblich die Zukunftsfähigkeit von AXA und folglich den Unternehmenswert – genauso wie es den Kunden die Sicherheit gibt, die versprochenen Leistungen zu erhalten.

Risiken der Versicherer

Im Fokus des Risikomanagements stehen die versicherungstechnischen, operationalen, strategischen und sonstigen Risiken sowie die Risiken aus der Kapitalanlage. Als versicherungstechnische Risiken gelten neben dem Risiko erhöhter Leistungszahlungen an die Versicherungsnehmer aus den Sparten Sach, Unfall, Haftpflicht und Kraftfahrt auch die biometrischen Risiken (Sterblichkeit, Langlebigkeit und Invalidität) und Unsicherheiten im Kundenverhalten (Rückkaufsquoten und Kapitaloptionen). Operationale Risiken entstehen bei Verlusten im Zusammenhang mit Betriebsabläufen, Mitarbeitern oder

IT-Systemen. Ein strategisches Risiko kann sich aus Entscheidungen des Vorstands über die Geschäftsstrategie und deren Umsetzung ergeben, sofern sie eine nachteilige Auswirkung auf den Unternehmenswert hat. Diese Risikokategorie schließt auch die Fähigkeit des Managements ein, bei Veränderung externer Faktoren die Geschäftsstrategie entsprechend anzupassen. Auch andere Anbieter von Versicherungsprodukten können ein Risikofaktor sein – der Wettbewerb fällt unter sonstige Risiken. Zu den Risiken aus Kapitalanlagen zählen sowohl das Marktrisiko, das Kreditrisiko als auch das Liquiditätsrisiko.

Lösungen für alle Lebenslagen



Pflege

sorgenfrei

lebenslanger

Vorsorge

Verbraucher

Schutz

Haftpflicht

Firmenkunden

Krankenversicherung

Prävention



BOXplus

Privatkunden

Öffentlicher
Dienst

plan360°

individuell

Heilwesen

Ärzte

Familie

Existenzschutz

Altersvorsorge

Nur wer seine Kunden versteht, kann für sie zum Partner erster Wahl werden

Der AXA Konzern hat im Jahr 2009 intensiv an der Umsetzung der neuen Unternehmensstrategie „AXA – erste Wahl“ gearbeitet. Im Mittelpunkt stehen dabei die ganzheitliche Beratung und Betreuung der Kunden nach dem 360°-Prinzip, die Verbesserung der Servicequalität und die Weiterentwicklung und Ergänzung des Produktportfolios. Um die individuellen Erwartungen der Kunden noch besser zu erfüllen, hat AXA eine Kundensegmentorganisation eingeführt und damit den Grundstein für den Wandel vom Produkt- zum Lösungsanbieter gelegt.

Den eigenen Anspruch einer maximalen Kundenorientierung verankert der AXA Konzern fest im Unternehmen. Dazu hat sich der Konzern als erstes Unternehmen der Versicherungsbranche Anfang 2009 nach den vier Zielgruppen Privatkunden, Firmenkunden, Öffentlicher Dienst sowie Ärzte und Heilwesen aufgestellt und dies auch in seiner Organisationsstruktur abgebildet. Diesem Schritt war eine umfangreiche Marktforschung vorausgegangen, in der AXA die Erwartungen und Bedürfnisse von privaten Verbrauchern und Firmen analysiert hatte. Dabei wurde deutlich: Nur wenige Kunden möchten sich ihren Vorsorgeplan und ihre Risikoabsicherung mit einzelnen Produkten eigenständig zusammenstellen oder sind in der Lage dazu.

Klassischerweise bieten viele Versicherungen jedoch nach wie vor lediglich Einzelprodukte an, über die nur punktuell Risiken abgesichert oder Vorsorge getroffen werden kann. Dem steht der Wunsch von immer mehr Kunden nach ganzheitlichen Lösungen gegenüber. Denn sowohl Privat- als auch Firmenkunden wünschen sich eine umfassende Beratung und Betreuung sowie auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Lösungen, mit denen sie in jeder Phase

ihres Lebens angemessen abgesichert sind bzw. sich gegen alle spezifischen Risiken ihres Unternehmens geschützt wissen.

Qualifizierte Beratung – hohe Kundenzufriedenheit

Voraussetzung für eine umfassende Versicherungs- und Vorsorgelösung ist zunächst die Bedarfsanalyse, an die sich eine darauf aufbauende Beratung entlang der individuellen Lebens- bzw. Unternehmensziele anschließt. Hierfür hat AXA einen völlig neuartigen Beratungsansatz entwickelt, den plan360°. Er wurde zunächst für die Ruhestandsplanung eingeführt und wird sukzessive auf andere Bereiche ausgeweitet.

Beispiellos: der plan360° Ruhestandsplanung

Kernelement des plan360° ist die ganzheitliche Betrachtung aller Themenfelder, die für den Kunden im Laufe verschiedener Lebensphasen eine Rolle spielen. Der plan360° Ruhestand ist als das Beratungskonzept speziell für die Bedürfnisse und Ansprüche der Generation 55plus entwickelt worden. Das Konzept erfasst alle wichtigen Fragen des Ruhestands und hilft, diesen rundum abzusichern: von der Planung eines lebenslang garantierten Einkommens

über die Absicherung von Eigentum bis hin zur Existenzsicherung im Pflegefall und richtigen Strategie für die Vermögensanlage. In Verbindung mit dem modernen und leistungsstarken Produktangebot von AXA lassen sich so passgenaue Lösungen realisieren.

Der plan360° Ruhestandsplanung geht sogar noch darüber hinaus. Denn wer sich um Absicherung und Vorsorge kümmert, muss sich häufig auch mit rechtlichen Aspekten auseinandersetzen. So sind Altersvorsorge und Erbrecht, Pflegevorsorge und Patientenverfügung thematisch unweigerlich miteinander verbunden. plan360° Ruhestand berücksichtigt dies und bietet für diese Fälle aktuelle Informationen zu allen relevanten Themen und persönliche Beratung durch den Vermittler. Dieser prüft auch regelmäßig gemeinsam mit dem Kunden, ob Absicherung und Vorsorge noch ausreichend sind und den individuellen Bedürfnissen entsprechen. Auch wenn Vorsorgepläne in der Regel langfristig angelegt sind, ergibt sich oftmals durch persönliche, berufliche oder andere Ereignisse Änderungs- und Anpassungsbedarf. Der Beratungsansatz plan360° Ruhestand wurde bereits zum zweiten Mal in Folge von

der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) e.V. mit dem Prädikat „empfehlenswert“ ausgezeichnet.

Das **Segment Privatkunden** bietet ein spartenübergreifendes, umfassendes Beratungs- und Lösungsangebot für die Absicherung von Risiken, den Auf- und Ausbau von Vermögenswerten und die Altersvorsorge. Mit innovativen Produktlösungen wie BOXplus und TwinStar sowie dem Beratungsansatz plan360° Ruhestand geht der AXA Konzern ganz gezielt auf die Bedürfnisse von Verbrauchern ein, die finanziellen Schutz und mehr in verschiedenen Lebensphasen suchen. Privatkunden erhalten bei AXA eine Beratungsanalyse mit darauf aufbauender Beratung, die die wesentlichen Aspekte ihrer individuellen Lebenssituation berücksichtigen. Auf dieser Grundlage wird anschließend gemeinsam mit dem Kunden ein Vorsorge- und Absicherungspaket geschnürt. Privatkunden sind somit bei AXA rundum abgesichert mit flexiblen Produkten, die sich an Veränderungen anpassen.

Im **Segment Firmenkunden** stehen das Unternehmen, seine Mitarbeiter und der Unternehmer im Vordergrund. AXA bietet Firmenkunden maßge-

schneiderte Lösungen zum Schutz des Unternehmens, zur Versorgung seiner Mitarbeiter und zur persönlichen Absicherung des Firmeninhabers. In diesem Kundensegment wurde im vergangenen Jahr der Fokus auf die Entwicklung von Produkt- und Ansprachekonzepten für definierte Zielbranchen sowie auf die Entwicklung des plan360° Firmen gelegt. Er bildet künftig die Grundlage für die ganzheitliche Beratung von Firmenkunden.

Im **Segment Öffentlicher Dienst** bietet die DBV bereits heute einen umfassenden Beratungs- und Vorsorgeansatz mit plan360° für die Ruhestandsplanung an. In der Krankenversicherung profitieren Beamte von den attraktiven Produkten der DBV im Beihilfegeschäft. Das Produkt BOXplus (Unfall-, Privat- und Diensthaftpflicht-, Vermögensschadenhaftpflicht-, Hausrat-, Haushaltsglas-, Wohngebäude- und Rechtsschutzversicherung) ist mit seinen überragenden Leistungen und seiner hohen Flexibilität auch für Beamte und Arbeitnehmer des Öffentlichen Dienstes besonders attraktiv.

Das **Segment Ärzte und Heilwesen** richtet sich an alle Angehörigen aus den akademischen Heilberufen. Diese

erhalten durch die zum AXA Konzern gehörende Deutsche Ärzteversicherung einen Schutz, der auf ihre berufsspezifischen Bedürfnisse zugeschnitten ist. Dieser beinhaltet sowohl die Risikoabsicherung für Praxis und Berufsausübung, wie beispielsweise die Absicherung gegen Haftungsansprüche, als auch die eigene Vorsorge, wie beispielsweise die finanzielle Ruhestandsplanung. Dabei profitieren Ärzte und Apotheker besonders von der langjährigen Erfahrung der Deutschen Ärzteversicherung als Marktführer in diesem Segment.

Um Unternehmen erster Wahl zu werden, arbeitet AXA darüber hinaus daran, neue Maßstäbe im Bereich Service zu setzen. Denn Kunden erwarten von ihrem Versicherer nicht nur gute Produkte und Beratung. Sie haben auch feste Vorstellungen davon, wie die Zusammenarbeit mit ihrem Versicherungsunternehmen aussehen soll – sei es im Schaden- oder Leistungsfall oder im Kontakt mit dem Unternehmen bei Fragen und Anliegen. AXA erhebt den Anspruch, in der Beziehung zu den Kunden stets erreichbar, aufmerksam und zuverlässig sein – Werte, die im Rahmen der Unternehmensstrategie ganz oben stehen.



Privatkunden

BOXplus

Der Umfang der Leistungen zählt zu den wesentlichen Merkmalen eines Versicherungsvertrages – schließlich will der Versicherungskunde im Schadenfall auch wirklich gut geschützt sein. Das ist bei dem innovativen und in puncto Leistungen Maßstäbe setzenden BOXplus besonders der Fall. Kunden können hier nach eigenen Wünschen und Bedürfnissen bis zu sechs verschiedene Versicherungsprodukte miteinander kombinieren und so ihr ganz persönliches Sicherheitspaket schnüren. Dazu zählen die Privat- und Tierhalterhaftpflichtversicherung, die Hausrat-, Glas- und Wohngebäudeversicherung sowie die Unfallversicherung.



Kinder-Unfallversicherung

Einen großen Teil des Tages verbringen Kinder mit Toben und Spielen, Rennen und Raufen. Was viele Eltern nicht wissen: Die gesetzliche Unfallversicherung bietet zwar Schutz bei Unfällen, die in der Schule beziehungsweise im Kindergarten oder auf dem Weg dorthin eintreten. Während der restlichen Zeit des Tages aber besteht kein Unfallschutz, obwohl sich 70 Prozent aller Unfälle in der Freizeit ereignen. Eltern sollten daher darauf achten, diese Absicherungslücke zu schließen. Denn: Ein Unfall, der dauerhafte gesundheitliche Beeinträchtigungen des Kindes zur Folge hat, ist schlimm genug. Umso fataler ist es, wenn zusätzlich hohe finanzielle Belastungen hinzukommen. Speziell für diesen Ernstfall bietet AXA zwei Varianten einer Kinderunfallversicherung an.



plan360° Ruhestand

Veränderte Lebensumstände, sich wandelnde Bedürfnisse oder neue Gesetze erfordern ein regelmäßiges Überdenken der Vorsorgeplanung. Daher ist es sinnvoll, die eigene Altersvorsorge und -absicherung hin und wieder auf Lücken und Unzulänglichkeiten zu überprüfen. Dabei kommt es besonders darauf an, alle wesentlichen Themenfelder des Ruhestandes gleichermaßen zu berücksichtigen. Das Beratungskonzept plan360° Ruhestand von AXA erfasst alle wesentlichen Aspekte eines umfassenden Vorsorge-managements und kann so für eine gute Rundum-absicherung im Alter sorgen. Das Konzept ist speziell auf die Bedürfnisse der Generation 55plus zugeschnitten.

Pflegevorsorge

Wer im Pflegefall optimal abgesichert sein möchte, muss neben der Pflegepflichtversicherung, die an die Krankenversicherung gekoppelt ist, zusätzlich privat vorsorgen. AXA hat drei neue Lösungen für eine umfassende Unterstützung im Pflegefall entwickelt. Das Besondere: Diese Pflegevorsorge-Produkte sind generationenübergreifend, flexibel und unterstützen Betroffene und ihre Angehörigen nicht nur finanziell, sondern auch durch praktische Soforthilfe wie beispielsweise bei der Suche nach einem Pflegedienstleister oder einem Menüservice.

Privatkunden: Angebot noch stärker auf Kundenwünsche ausgerichtet

Für AXA stehen die Bedürfnisse der Kunden – angepasst an ihre jeweilige individuelle Lebenssituation – im Vordergrund des Handelns. Denn private wie berufliche Lebensumstände unterliegen Veränderungen. Ein Vorsorgekonzept oder eine Risikoabsicherung muss flexibel darauf reagieren können, damit die Bedürfnisse und Risiken des Einzelnen immer passend abgesichert sind. Mit neuen und überarbeiteten Produkten sowie Leistungsverbesserungen beispielsweise im Vorsorgebereich kommt AXA diesen Anforderungen entgegen.

Das Leben passt weder in eine Schablone noch richtet es sich nach Standards. Wer sich richtig absichern und umfassend vorsorgen möchte, benötigt daher Lösungen, die sich an das Leben anpassen. Bei AXA werden kontinuierlich das Kundenverhalten und die Kundenwünsche analysiert, um sicher zu gehen, dass sowohl die Beratung als auch die angebotenen Lösungen immer den jeweiligen, individuellen Bedürfnissen entsprechen. In den vergangenen Monaten geschah dieses unter anderem auch im Hinblick darauf, welche Auswirkungen die Finanzmarktkrise auf das Vorsorgeverhalten hat.

AXA ist ein starker Komplettanbieter

Die Finanzmarktkrise hat im Jahr 2009 das Vorsorgeverhalten beeinflusst. So wandten sich Kunden unter anderem wieder stärker konventionellen Vorsorgeprodukten zu. Auch die Nachfrage nach Lösungen, die Renditechancen und Garantien vereinen, ist gestiegen. Die Unsicherheit über die weitere wirtschaftliche Entwicklung und den Erhalt des eigenen Arbeitsplatzes ließ demgegenüber die Bereitschaft sinken,

sich langfristig finanziell zu binden – beispielsweise durch Abschluss einer Lebens- oder Rentenversicherung gegen laufenden Beitrag. Das Einmalbeitragsgeschäft wiederum wuchs stark an.

AXA hat sich den veränderten Kundenwünschen und -bedürfnissen angepasst und das Angebot entsprechend neu gestaltet und weiter entwickelt. 2010 wird der Konzern den Weg zu einem in allen Bereichen starken Komplettanbieter fortsetzen. Im Fokus stehen dabei insbesondere Produkte, die den Kunden ermöglichen, Versorgungslücken im Alter oder im Pflegefall zu schließen.

Lösungen für moderne Bedürfnisse

Für die ersten Vorsorgeschritte jüngster Kunden hat AXA ein spezielles Produkt auf Basis der ausgezeichneten fondsgebundenen Rentenversicherung entwickelt: die AXA Kinderpolice. Zu den neuen und überarbeiteten Produkten im Bereich Vorsorge gehören außerdem eine neue, auf die veränderten Marktgegebenheiten angepasste

Fondspalette in der fondsgebundenen Rentenversicherung, Angebote für die langfristige oder auch vorübergehende Wiederanlage auslaufender Lebensversicherungen sowie eine verbesserte Risikolebensversicherung und Riester-Rente.

Zukunftsgerechte neue Pflegevorsorge

Auf der Grundlage einer Umfrage unter Kunden und deren darin geäußerten Wünschen zur Pflegeversicherung hat AXA drei neue Pflege-Versicherungsprodukte entwickelt. Wichtige Pfeiler darin sind generationenübergreifende Lösungen, Prävention und die sofort greifende Rundum-Absicherung im Ernstfall – auch durch verschiedene Serviceleistungen. In diesem Zusammenhang hat AXA auch das neue Internetportal www.axapflegewelt.de rund um das Thema Pflege entwickelt, das im Mai 2010 startete. Pflegebedürftige, deren Angehörige und Interessierte finden auf dieser Website Informationen rund um die Schwerpunktthemen „Gut vorbereitet“, „Pflegefall – was nun?“ und „Den Alltag meistern“.

Ergänzend zur neuen, zukunftsorientierten Pflegeproduktpalette bietet AXA ab sofort auch eine neue Existenzschutzversicherung und im zweiten Halbjahr 2010 eine verbesserte Berufsunfähigkeitsversicherung an.

TwinStar Invest überarbeitet

Seit Jahresbeginn ist AXA wieder mit allen sechs TwinStar-Varianten auf dem Markt. Der Konzern hat die Vorsorgelösung TwinStar Invest überarbeitet und bietet seit Januar 2010 zwei weiterentwickelte Invest-Varianten für die Vorsorgeschichten 1 (Rürup-Rente) und 3 (Privatvorsorge) an. Damit reagiert AXA auf die veränderten Marktgegebenheiten, welche die Absicherung der ursprünglichen Garantien aufgrund der besonders volatilen Kapitalmärkte deutlich teurer gemacht hatten. Für die Kunden bewies sich TwinStar jedoch selbst unter diesen schwierigen Kapitalmarktbedingungen als verlässliches Vorsorgeprodukt: AXA trug die Risiken und Kosten für die Darstellung der Garantien bei TwinStar jederzeit selbst. Diese sichere Zusage konnte AXA in erster Linie aufgrund der anhaltenden eigenen Finanzstärke treffen, die für Kunden besonders im Bereich der langfristigen finanziellen Vorsorge wichtig ist. Die Erfahrungen der letzten Monate zeigen eindeutig, dass AXA

auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten die Zusagen und Garantien gegenüber den Kunden einhalten kann.

Besonders verbraucherfreundlich: BOXplus

Im Bereich Schaden- und Unfallversicherungen hat AXA die Angebote für Privatkunden mit der Produktfamilie BOXplus neu gestaltet und den Beratungsansatz ausgebaut. Grund war die Zusammenführung der Produktwelten von AXA und DBV-Winterthur, die 2009 vollständig in den AXA Konzern integriert wurde. Der Name bleibt, inhaltlich ändert sich vieles zum Vorteil der Kunden: BOXplus umfasst alle wichtigen Aspekte einer umfangreichen Sachversicherungslösung für den Privatkunden: Privathaftpflicht-, Tierhalterhaftpflicht-, Hausrat-, Wohngebäude-, Glas- und Unfallversicherungen mit den dazugehörigen Bausteinen. Bereits das Vorgängerprodukt der DBV-Winterthur hatte bei Versicherungstests mehrfach beste Bewertungen erhalten, unter anderem bei Stiftung Warentest, Ökotest oder Capital.

Mit den drei Varianten von BOXplus, „Extra“, „Standard“ und „Basis“, hält AXA für jeden Absicherungsbedarf und jedes Budget die passende Lösung bereit. Für Kunden, die älter als 55

Jahre sind, gibt es darüber hinaus die Variante „BOXplus Aktiv“. Sie enthält Angebote aus der BOXplus-Familie, die speziell auf die Lebenssituation etwas älterer Kunden zugeschnitten sind.

Innovative Kooperationen mit renommierten Partnern

Mit innovativen Kooperationskonzepten konzentriert sich AXA im Bereich Sachversicherung auch auf die Erschließung neuer Kundensegmente. Gemeinsam mit renommierten Partnern wie Deutsche Telekom, eBay und Amazon bietet sie Schutzbriefe für Elektrogeräte an und damit eine Lösung, wenn die Herstellergarantie nicht mehr greift. Wie wichtig dies sein kann, ist den meisten gar nicht klar: Eine beim Kauf erworbene Herstellergewährleistung schützt beispielsweise nicht gegen Risiken wie Diebstahl oder Beschädigung. Zum Ärger der Kunden entstehen im Schadenfall so zusätzliche hohe Kosten für die Reparatur oder den Nachkauf. Diese Lücke schließen AXA und die Kooperationspartner. Damit sind Reparaturkosten bei selbstverursachten Schäden oder hohe Ausgaben für die Ersatzbeschaffung bei Totalschäden, Raub oder Einbruchdiebstahl abgedeckt.



Firmenkunden

Profi-Schutz

Unternehmen sind zahlreichen Risiken ausgesetzt, die außerhalb des eigenen Einflusses liegen. So reicht schon ein Kurzschluss an einem Faxgerät, um nachts ein Großfeuer im Büro auszulösen. Greift der Brand auch auf umliegende fremde Gebäude über, drohen zusätzliche hohe Schadensersatzforderungen. Für kleine und mittelständische Unternehmen sowie für Selbstständige und Freiberufler ist Profi-Schutz konzipiert. Hier lässt sich das eigene Versicherungspaket zum Beispiel aus Sachinhalt-, Gebäude-, Ertragsausfall- sowie Haftpflichtversicherung zusammenstellen. Profi-Schutz berücksichtigt alle relevanten Risiken und vermeidet überflüssige Deckungen.



IT-Haftpflichtversicherung

Eine störungsfrei arbeitende IT-Infrastruktur ist die „Hauptschlagader“ vieler Unternehmen. Selbst kurze Unterbrechungen können kostspielige Folgen haben. AXA hat speziell für IT-Dienstleister eine branchenspezifische Lösung entwickelt. Die IT-Haftpflichtversicherung bietet einen zuverlässigen Schutz bei Ansprüchen aus Sach- und Personenschäden. Ebenfalls versichert sind Vermögensschäden von Kunden und Dritten, zum Beispiel durch Ausfall von Internetseiten, Absturz von Programmen oder versehentliches Löschen von Daten.



Betriebliche Krankenversicherung

Mit der betrieblichen Krankenversicherung von AXA werden Versorgungslücken im Gesundheitswesen geschlossen und die Mitarbeiter somit finanziell entlastet – ob bei Zuzahlungen für Sehhilfen, bei Zahnersatz- und -behandlungen oder für ergänzende Vorsorgeleistungen. Mit ausgesuchten Zusatzleistungen bis zum Top-Schutz wird die Gesundheit der Mitarbeiter gestärkt, was dem Unternehmen ebenfalls zugute kommt. Mit den frei kombinierbaren FlexMed Gesundheitsbausteinen von AXA wird ein erlebbares Belohnungssystem geschaffen. Die einzelnen Bausteine können dabei nach Firmenbedarf ausgestaltet und zusammengestellt werden. Mit FlexMed Premium wird die exzellente medizinische Versorgung mit sofortigem Privatpatienten-Status für ambulante und stationäre Behandlung für eine festgelegte Gruppe von mindestens 20 Top-Mitarbeitern gesichert.

Betriebliche Altersversorgung

Mit dem klaren Bekenntnis zur betrieblichen Altersversorgung hat AXA das Vertrauen im Markt zurück gewonnen. AXA steht als kompetenter Partner sowohl für einfache als auch für komplexe Versorgungslösungen. Mit einem differenzierten Angebot aus fondsgebundenen und klassischen Versicherungsprodukten durch die beiden Pensionskassen Pro bAV und winsecura hat AXA eine starke Position im Pensionskassenmarkt erworben. Von hoher Attraktivität ist das Lösungsangebot für Pensionsauslagerungen über den Pensionsfonds. Sowohl für Teil- als auch für vollständige Pensionsauslagerungen können durch die Kombination des Pensionsfonds und der Unterstützungskasse Wiesbaden Qualitätslösungen in diesem Bereich angeboten werden.

Passgenaue Versicherungen für Firmenkunden

Das Segment Firmenkunden bietet maßgeschneiderte Versicherungslösungen für Unternehmen, deren Mitarbeiter und die private Absicherung des Firmeninhabers an. Ein optimiertes Produktportfolio, fundierte Branchenkenntnisse und geprüfte Servicequalität sind die Erfolgsfaktoren des zweitgrößten Kundensegments von AXA. Im vergangenen Jahr wurden weitere Investitionen in dieses Kundensegment getätigt. So wurde die Versicherungslösung „Profi-Schutz“ überarbeitet und die betriebliche Krankenversorgung mit dem Produkt „FlexMed“ vollständig neu positioniert. Durch die Einführung des Pensionsfonds bietet AXA nun alle Finanzierungsvarianten in der betrieblichen Altersversorgung an. Im Jahr 2009 hat AXA das ganzheitliche Beratungsangebot plan360° Firmen entwickelt und ist hiermit mehr denn je Partner erster Wahl.

Das Segment Firmenkunden hat sich 2009 sehr positiv entwickelt. Die Beitragseinnahmen stiegen, zu einem großen Teil getragen vom Einmalbeitragsgeschäft, um 11,5 Prozent auf knapp 3,2 Milliarden Euro. Dies ist vor dem derzeitigen wirtschaftlichen Umfeld besonders bemerkenswert, da 2009 bereits viele Unternehmen zu massiven Einsparungen gezwungen waren. Hier konnte AXA mit einem verbesserten Produktportfolio punkten – aber auch mit langjähriger Branchenerfahrung überzeugen. Beides zusammen macht AXA zum wichtigen und beständigen Partner für Unternehmen.

„Wir haben unsere Marktposition erfolgreich ausgebaut“, sagt Dr. Markus Hofmann, im Vorstand des AXA Konzerns für das Segment Firmenkunden verantwortlich. „Bestätigt sehen wir auch unsere strategische Neuausrichtung nach Kundensegmenten. In Zukunft wird unsere Serviceorientierung ein noch klareres Differenzierungsmerkmal sein, durch das wir uns in einem Markt mit ausgeprägtem Wettbewerb von anderen Anbietern unterscheiden.“

Ein Schwerpunkt der Aktivitäten im vergangenen Geschäftsjahr war die Entwicklung des plan360° Firmen. Er bildet ab Mitte 2010 die Grundlage für eine ganzheitliche Beratung von Firmenkunden. „Unternehmen und Firmeninhaber legen bei Versicherern und Vermittlern großen Wert auf entsprechendes Branchen-Know-how, das mit einer kompetenten persönlichen Beratung kombiniert werden muss. Eine ganzheitliche Beratung nach dem plan360° Firmen erfüllt diese hohen Anforderungen unserer Firmenkunden“, betont Hofmann.

Profi-Schutz ist optimiert worden

Erfolgreiche Unternehmer – ob Existenzgründer oder schon etabliert – benötigen ein gutes Gespür für Marktchancen und exzellente Fachkenntnisse. Darüber hinaus müssen sie die unternehmerischen Risiken und Chancen realistisch einschätzen und steuern. Für Risiken, die ein Unternehmer nicht selbst tragen will oder kann, weil sie die Existenz des Betriebes gefährden können, benötigt er passgenaue Versicherungen bei einem Partner, der sein Geschäft versteht. Mit Profi-Schutz werden alle relevanten

Gefahren eines Unternehmens abgedeckt – risiko- und bedarfsgerecht. Das Konzept deckt Sach-, Haftpflicht- und Rechtsschutzversicherungen ab.

Profi-Schutz fragt zudem automatisch einmal im Jahr Veränderungen ab – zum Beispiel, ob sich die Betriebswerte erhöht haben oder das Unternehmen zusätzliche Geschäftstätigkeiten aufgenommen hat. So denkt der Unternehmer auf jeden Fall daran, der Versicherung relevante Änderungen mitzuteilen. Das verhindert Lücken im Versicherungsschutz.

Betriebliche Lösungen als Mitarbeiterbindung

Kompetente Mitarbeiter sind für den Unternehmenserfolg unverzichtbar. Arbeitgeber engagieren sich für den Auf- und Ausbau dieser Kompetenz – eine Investition, die nicht verloren gehen sollte. Die betriebliche Altersversorgung ist ein wichtiges Argument, sich als Arbeitnehmer langfristig an ein Unternehmen zu binden. AXA bietet Lösungen im Rahmen aller möglichen Durchführungswege, sowohl für arbeitgeber- als auch arbeitnehmerfinanzierte Versorgungen. Ob Direktver-

sicherung oder Pensionskasse, Unterstützungskasse oder Rückdeckung einer Direktzusage – AXA unterstützt kompetent bei der Wahl des richtigen Durchführungsweges. Darüber hinaus können im Rahmen der Pensionsfondslösung bestehende Verpflichtungen des Unternehmens ausgelagert werden. Als Full-Service-Anbieter rund um die betriebliche Altersversorgung wird die Produktpalette durch Gutachtenservice nach internationalen Standards sowie einer Rechtsberatung zum Thema Arbeits- und Steuerrecht in der betrieblichen Altersversorgung komplettiert.

Doch moderne Unternehmen denken über diesen Rahmen hinaus und bieten ihren Mitarbeitern weitere freiwillige betriebliche Leistungen. Mit der betrieblichen Krankenversorgung können Unternehmer in die Gesundheit ihrer Mitarbeiter investieren. Damit steigern sie die Produktivität ihres Betriebs und ihre Attraktivität als Arbeitgeber. AXA stellt Firmenkunden hierfür eine große

Auswahl an Bausteinen zur Verfügung. Je nach Absicherungswunsch reichen diese von Basis- bis Top-Schutz unter anderem für Zahnersatz, Sehhilfen oder Vorsorgeleistungen bis hin zum Privatpatienten-Status. Die betriebliche Krankenversorgung von AXA stellt eine wichtige zusätzliche Sozialleistung für Belegschaft und Management dar. Sie stärkt nicht nur den Präventionsgedanken in der Belegschaft, sondern stellt auch ein Instrument der Mitarbeiterbindung und Gewinnung von qualifiziertem Personal dar. Die Versicherungsbeiträge werden vom Unternehmen über einen Rahmenvertrag voll oder anteilig finanziert. Eine entsprechend große Anzahl von Mitarbeitern vorausgesetzt, können die Beiträge besonders günstig kalkuliert und in der Regel auf Gesundheitsprüfungen verzichtet werden.

Private Versicherungsangebote für Unternehmer

Selbstständige sind nicht nur für ihr Einkommen, sondern auch für ihre

Altersvorsorge selbst verantwortlich. Umso wichtiger ist es daher, rechtzeitig die Voraussetzungen für ein sorgenfreies Leben im Alter zu schaffen, zum Beispiel mit der Basis-Rente: Dieses Vorsorgemodell steht jedem Selbstständigen offen und wird staatlich gefördert. Gemeinsam mit dem Kunden erarbeitet AXA ein maßgeschneidertes Versorgungskonzept, das die steuerlichen Begünstigungen bestmöglich nutzt und auch die Absicherung der Berufsunfähigkeit berücksichtigt. Die Produkte von AXA bieten dabei die notwendige Flexibilität, die selbständige Unternehmer brauchen. So können durch individuelle jährliche Zuzahlungen die Steuervorteile optimal genutzt und dabei die finanzielle Belastung durch einen überschaubaren monatlichen Beitrag kalkulierbar gehalten werden. Die Absicherung der Familie darf dabei natürlich nicht zu kurz kommen. Auf Sicherheitsbedürfnisse und bevorzugte Anlageformen wird dabei mit unterschiedlichen Produktvarianten eingegangen.

TÜV-zertifizierte Servicequalität

Als eines der ersten Unternehmen der Versicherungsbranche hat AXA die hohe Servicequalität, die sie ihren Vermittlern im Firmenkunden-Sachversicherungsgeschäft bietet, vom TÜV zertifizieren lassen. AXA hat das Ziel, ihre Vermittler schon in der Phase der Vertragsanbahnung zu Firmenkunden möglichst schnell mit allen erforderlichen Informationen zu versorgen. Hierzu hatte der Konzern schon im Jahr 2008 Serviceversprechen ausgegeben, deren Einhaltung nun von unabhängiger Stelle geprüft

und für gut befunden wurde. Zu den Versprechen zählt im Firmenkundenservice unter anderem, dass während der lokal vereinbarten Geschäftszeiten jederzeit ein kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung steht. Außerdem hat AXA sich verpflichtet, auf Vermittleranfragen werktags binnen 48 Stunden eine qualifizierte Rückmeldung zu geben. Ziel ist es, in dieser Frist jede Anfrage abschließend beantworten zu können.



Ärzte und Heilwesen

Berufsunfähigkeitsabsicherung

Ärzte erhalten über das Versorgungswerk eine solide Grundversorgung. Wenn allerdings eine Berufsunfähigkeit eintritt, kann es finanziell schnell eng werden. Bereits jeder fünfte Arbeitnehmer wird heute berufsunfähig. Die Deutsche Ärzteversicherung erhält regelmäßig Bestnoten von Finanztest und namhaften Ratingspezialisten für ihre Berufsunfähigkeitsabsicherung. Sie bietet die volle Leistung bereits bei 50 Prozent Berufsunfähigkeit, bei Pflegebedürftigkeit aufgrund von Berufsunfähigkeit ab einem Pflegepunkt sowie volles Ersatzeskommen auch bei Bezug anderer Versorgungsleistungen.

Fondsgebundene Rentenversicherung mit Anlagestrategie „DuoPlus“

In Kooperation mit der Deutschen Apotheker- und Ärztebank bietet die Deutsche Ärzteversicherung die fondsgebundene Rentenversicherung mit der Anlagestrategie „DuoPlus“ an. DuoPlus basiert auf der „Best-of-Two-Strategie“, einem Prinzip der intelligenten Umschichtung innerhalb eines aus zwei Anlageklassen bestehenden Portfolios. Die Anlageentscheidungen erfolgen nach einem regelbasierten mathematischen Prozess – und zwar unabhängig von Kapitalmarktprognosen. So wird das „Bauchgefühl“ des Fondsmanagers außer Kraft gesetzt und das Risiko emotionaler Entscheidungen in der Anlagepolitik vermieden. Mit DuoPlus lassen sich so positive Aktienmärkte nutzen und negative Entwicklungen begrenzen.



Berufshaftpflicht MedProtect und DentProtect

Für Ärzte und Zahnärzte ist eine Berufshaftpflichtversicherung rechtlich vorgeschrieben. Die Deutsche Ärzteversicherung ist der führende Arzt-Haftpflichtversicherer in Deutschland. Sie unterstützt Ärzte und Zahnärzte mit Fach- und Sozialkompetenz im Schadenfall. Mit MedProtect bietet die Deutsche Ärzteversicherung für angestellte und niedergelassene Ärzte von 14 Landesärztekammern sowie mit DentProtect allen Zahnärzten einen umfassenden und exklusiven Berufshaftpflichtschutz. Im Gegensatz zu anderen Marktteilnehmern nimmt die Deutsche Ärzteversicherung auch Ärzte auf, die bereits einen Schadenfall hatten, und verzichtet auf das Kündigungsrecht im Schadenfall. Ein weiterer entscheidender Vorteil ist das grundsätzliche Anerkennungsrecht eines Verschuldens vor der Gutachterkommission oder der Schlichtungsstelle der Ärzte- bzw. Zahnärztekammer, ohne dadurch den Versicherungsschutz zu gefährden.

Vorsorgekonzept DocD'or

DocD'or ist ein richtungweisendes Altersvorsorgekonzept für Ärzte, die Mitglieder der Berufsverbände Marburger Bund, Hartmannbund, Deutscher Hausärzteverband, Freier Verband Deutscher Zahnärzte und Bundesverband Praktizierender Tierärzte sind. Es kombiniert einen intelligenten Vermögensaufbau mit dem mehrfach ausgezeichneten Berufsunfähigkeitsschutz. Zudem können die attraktiven Dachfonds der Deutschen Apotheker- und Ärztekasse und das neue Anlagekonzept DuoPlus genutzt werden. DocD'or ist eingebettet in ein spezielles EDV-gestütztes Analyse- und Beratungs-Tool zur Bewertung der persönlichen Vorsorgesituation.

Spezialist für die Begleitung des Arztes auf seinem gesamten Berufsweg

Wenn sich Angehörige der akademischen Heilberufe für Versicherungs- und Vorsorgeprodukte interessieren, dann finden sie in der Deutschen Ärzteversicherung einen zuverlässigen Partner. Die zum AXA Konzern gehörende Gesellschaft ist Marktführer in der Arzthaftpflichtversicherung. Ebenso zählt die Deutsche Ärzteversicherung bei Lebensversicherungen und Vorsorgeprodukten für niedergelassene Ärzte, angestellte Ärzte in Krankenhäusern und Berufseinsteiger zu den führenden Anbietern mit der mit Abstand größten Erfahrung in diesem Kundensegment.

Als Spezialist auf dem Gebiet der Versicherungs- und Vorsorgeprodukte für die akademischen Heilberufe begleitet die Deutsche Ärzteversicherung Mediziner auf dem gesamten Berufsweg – vom Studium über den Eintritt ins Krankenhaus, den Aufbau einer eigenen Praxis und deren Übertragung an einen Nachfolger bis hin zum Ruhestand. Das ist das Kerngeschäft des 1881 gegründeten Unternehmens, das sich als Standesversicherer eine bedeutende Position im Heilberufemarkt erarbeitet hat.

Nicht zuletzt aufgrund der fundierten Kenntnisse über die Bedürfnisse von Ärzten und den Angehörigen der verschiedenen Berufsgruppen im Heilberufemarkt konnte sich die Deutsche Ärzteversicherung als Partner der ärztlichen und zahnärztlichen Standesorganisationen wie Marburger Bund, Hartmannbund, Freier Verband Deutscher Zahnärzte, Deutsche Psychotherapeuten-Vereinigung sowie der Ärzte- und Zahnärztekammern und der studentischen Nachwuchsorganisationen der akademischen Heilberufe etablieren. Die Qualität der Produkte

und Dienstleistungen wird durch einen ständigen Erfahrungsaustausch mit Vertretern der Berufsstände garantiert. Produkte und Lösungen richten sich dadurch passgenau am Bedarf von Ärzten, Zahnärzten, Tierärzten, Apothekern und Psychotherapeuten aus; für ihre Beratung stehen besonders qualifizierte und zertifizierte Vertriebspartner wie die Deutsche Ärzte Finanz und die Deutsche Apotheker- und Ärztebank zur Verfügung.

Positive Entwicklung im Segment

Deutschlandweit betreut die Deutsche Ärzteversicherung mehr als 150.000 Kunden. Im Geschäftsjahr 2009 ist das Kundensegment Ärzte und Heilwesen um 4,5 Prozent gewachsen. „Vor allem das von der Deutschen Ärzteversicherung in Kooperation mit der Deutschen Apotheker- und Ärztebank entwickelte fondsgebundene Vorsorgeprodukt mit der Anlagestrategie „Duo-Plus“ ist stark nachgefragt worden und hat zu unserer positiven Entwicklung beigetragen“, betont Jörg Arnold, der Anfang 2010 den Vorsitz des Vorstandes der Deutschen Ärzteversicherung übernommen hat. DuoPlus basiert

auf der „Best-of-Two-Strategie“, einem Prinzip der intelligenten Umschichtung innerhalb eines aus zwei Anlageklassen bestehenden Portfolios. Mit Duo-Plus können Kunden positive Verläufe der Aktienmärkte nutzen und negative Entwicklungen begrenzen.

Vom Studium bis zum Ruhestand

Die Deutsche Ärzteversicherung begleitet den Arzt in allen Berufsphasen – vom Studium über das Praktische Jahr, in der Klinik, bei der Existenzgründung bis hin zur Ruhestandsplanung. Sie berät den Arzt in allen Kernfragen der Risikoabsicherung und Vorsorge. Das beginnt mit dem Medi-Learn Club, einem speziellen Serviceangebot für Medizinstudenten. Hier kooperiert die Deutsche Ärzteversicherung exklusiv mit dem Hartmannbund und dem studentischen Internetportal Medi-Learn, der mit monatlich rund 400.000 Besuchern führenden Onlineplattform für Medizinstudenten und junge Ärzte. Der Medi-Learn Club bietet Studienbewerbern, Medizinstudenten in der Vorklinik- und klinischen Ausbildung sowie Assistenzärzten neben redaktionellen Informationen verschiedene



Serviceangebote und ein umfangreiches Forum. Die Highlights sind der halbjährliche Examensservice, der die Prüfungsfragen und -ergebnisse des medizinischen Staatsexamens taggleich mit den bundesweit durchgeführten Multiple-Choice-Prüfungen im Internet veröffentlicht, und eine kostenfreie Berufshaftpflichtversicherung, die der Hartmannbund für seine Mitglieder zur Verfügung stellt. Anfang Juni 2009 wurde der Medi-Learn Club überarbeitet. Daraufhin haben sich bis Jahresende die aktiven Mitgliederzahlen auf knapp 11.000 Mitglieder versechsfacht.

Weitere essentielle Services und Produktangebote bieten die Deutsche Ärzteversicherung und die Deutsche Ärzte Finanz zum Beispiel mit dem Niederlassungsnavigator „praxispilot“,

speziellen Existenzgründerseminaren, der Vermittlungsplattform „praxisbörse“, dem „Praxiskonzept“ für den Bereich der Existenzgründung sowie weiteren Angeboten für alle Berufs- und Lebensphasen des Arztes.

„Sehr gut“ von Finanztest

Eine gute Absicherung gegen Berufsunfähigkeit ist für die Beschäftigten der akademischen Heilberufe von grundlegender Bedeutung. Wegen der hohen physischen und psychischen Arbeitsbelastung in Krankenhäusern oder der eigenen Praxis sollten Ärzte besonders gut abgesichert sein. Die Berufsunfähigkeitsvorsorge der Deutschen Ärzteversicherung ist hier besonders attraktiv – sie hat im jährlichen Test der Stiftung Warentest erneut das Urteil „sehr gut“ erhalten. Mit einer Gesamtnote von 1,2 gehört

die Deutsche Ärzteversicherung damit zu den Top 5 aller 82 bewerteten Berufsunfähigkeitstarife.

„Die Berufsunfähigkeitsversicherung gehört zu den ‚Paradedisziplinen‘ der Deutschen Ärzteversicherung. Die erneute Bestnote des Finanztest-Urteils bestätigt unsere außerordentlich kundenfreundlichen Konditionen und deren permanente Verbesserung“, sagt Jörg Arnold. Und dabei sind die besonderen arzt-spezifischen Vorteile der Berufsunfähigkeitsversicherung der Deutschen Ärzteversicherung noch nicht einmal eingeflossen, weil diese von Stiftung Warentest nicht mitbewertet werden. Auch von Rating-spezialisten wie Morgen & Morgen und Franke & Bornberg erhielt der Berufsunfähigkeitstarif der Deutschen Ärzteversicherung Bestnoten.

Arzt-Haftpflichtschäden steigen überproportional

Mit mehreren 100.000 bearbeiteten Ansprüchen hat die Deutsche Ärzteversicherung besonders großes Know-how in der Regulierung von Arzt-Haftpflichtschäden. In den vergangenen zehn Jahren haben sich allerdings die Rahmenbedingungen für die Arzt-Haftpflichtversicherung drastisch verändert. Die durchschnittlichen Schadenaufwendungen haben sich zwischen 1998 und 2008 nahezu verdoppelt. Gerichte sprechen geschädigten Patienten heute durchweg höhere Entschädigungen zu als noch vor zehn Jahren. Dieser Trend ist über alle Fachrichtungen hinweg zu beobachten. Dabei machen den in diesem Markt tätigen Versicherungsunternehmen vor allem die Großschäden ab einer Schadenssumme von 200.000 Euro und darüber Sorgen. Sie schlagen zwar in der Anzahl nur mit etwa einem Prozent zu Buche, verursachen aber

inzwischen rund 50 Prozent des finanziellen Aufwandes. Der massiv gestiegene Schadenaufwand konnte durch die bisherigen Beiträge nicht mehr gedeckt werden. Aufgrund dieser Entwicklung und weiter zu erwartenden überproportional steigenden Kosten hat die Deutsche Ärzteversicherung im Jahr 2009 die Beitragskalkulation in der Arzt-Haftpflichtversicherung diesen Marktgegebenheiten angepasst. Dabei kommt dem Arzt die langjährige Erfahrung und Expertise der Deutschen Ärzteversicherung zugute, denn sie ermöglicht die Berücksichtigung des individuellen Risikoprofils jedes einzelnen Arztes und damit die Sicherheit für diesen, auch unter den veränderten Bedingungen passend und vor allem nachhaltig abgesichert zu sein.



Öffentlicher Dienst

Dienstanfänger-Police

Wer in jungen Dienstjahren als Beamter auf Probe oder Widerruf wegen schwerer Krankheit oder infolge eines Unfalls arbeitsunfähig wird, steht ohne Absicherung da – in der Regel sind Entlassung und Nachversicherung in der gesetzlichen Rentenversicherung die Folge. Daher hat die DBV die Dienstanfänger-Police entwickelt, die als Dienstunfähigkeitsversicherung kombiniert mit einer Altersvorsorge hohen Schutz von Anfang an garantiert. Dabei ist die Dienstanfänger-Police deutlich günstiger als vergleichbare Produkte am Markt und passt sich nach der Verbeamtung auf Lebenszeit der neuen Bedarfssituation an. Uniformierten Beamten bietet eine Klausel zur „speziellen Dienstunfähigkeit“ besonderen Schutz.



Krankenversicherung

Die Beihilfe für Beamte ist ein spezielles Krankenfürsorgesystem. Von ihrem Dienstherrn erhalten Beamte im Krankheitsfall eine finanzielle Beihilfe zu den entstandenen Krankheitskosten. Die von der Beihilfe nicht gedeckten Krankheitskosten müssen Beamte privat absichern. Eine umfangreiche Prüfung des privaten Versicherungsschutzes für Beamte hat die Zeitschrift Focus Money in ihrer Ausgabe 51/2009 veröffentlicht. In der Gesamtwertung schloss die DBV mit deutlichem Abstand als bester Beamtenversicherer ab. Insbesondere die außergewöhnlich verbraucherfreundlichen Versicherungsleistungen der DBV überzeugten. Dazu gehören neben der über den Höchstsätzen der ärztlichen Gebührenordnung liegenden Erstattung auch die Mitversicherung von Heilmitteln ohne Summenbegrenzung sowie der Rechtsanspruch auf Gesundheitsmanagementleistungen.



plan360° Ruhestand

Eine besondere Rolle spielt die wachsende Gruppe der über 50-Jährigen, die sich für den Ruhestand rundum absichern wollen. Das Beratungskonzept plan360° für die Ruhestandsplanung spricht insbesondere auch Beamte und Arbeitnehmer des Öffentlichen Dienstes an, die eine Versorgung im Pflegefall und ein lebenslang garantiertes Einkommen sicherstellen wollen. plan360° Ruhestand beinhaltet auch den Schutz von Eigentum und die Optimierung bestehender Kapitalanlagen. Hiermit wendet sich die DBV vor allem an Lehrer, Lehramtsanwärter und den sogenannten Sicherheitsbereich – also Soldaten, Polizisten und Feuerwehrleute.

Dienstaftpflichtversicherung

Eine sinnvolle Ergänzung zur Privathaftpflichtversicherung ist für Beamte und Arbeitnehmer des Öffentlichen Dienstes die Dienstaftpflichtversicherung. Allein ein verlorener Zentralschlüssel einer Schule oder Universität kann teure Folgen nach sich ziehen. Auch die Schülerbeaufsichtigung und Klassenfahrten bergen besondere Risiken, für die Beamte und Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst in Haftung genommen werden können. Die BOXplus Dienstaftpflichtversicherung sichert den Berufsalltag zuverlässig ab. So übernimmt sie Personen- und Sachschäden pauschal bis zehn Millionen Euro. Mitversichert sind außerdem alle Schäden an Einrichtungen und Geräten des Dienstherrn, die bei der Ausübung des Berufes entstehen können.

Kundensegment Öffentlicher Dienst: Mit DBV eine starke Zielgruppenmarke

Mit der DBV Deutsche Beamtenversicherung verfügt der AXA Konzern über eine starke Zielgruppenmarke für Beamte und Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst. Im Geschäftsjahr 2009 ist das Kundensegment Öffentlicher Dienst um 11,8 Prozent und damit deutlich stärker als der Versicherungsmarkt insgesamt gewachsen. Damit war die DBV ein wesentlicher Treiber für den Erfolg des AXA Konzerns. Von den fünf Millionen Beschäftigten und den etwa 3,5 Millionen Versorgungs- und Rentenempfängern des Öffentlichen Dienstes in Deutschland sowie ihren Familienangehörigen haben über zwei Millionen einen oder mehrere Versicherungsverträge bei der DBV.

Ein Jahr nach Abschluss der erfolgreichen Integration der DBV-Winterthur in den AXA Konzern hat die DBV ihre Position als Spezialist für den Öffentlichen Dienst gefestigt. „Unsere Entscheidung, im Rahmen unserer Strategie für das Geschäft mit dem Öffentlichen Dienst ein eigenes Kundensegment einzurichten und zu steuern, hat sich ausgezahlt“, sagt Rainer Brune, im Gruppenvorstand der AXA Deutschland für das Kundensegment Öffentlicher Dienst verantwortlich. „Wir sind mit dem ersten Jahr, in dem sich die DBV neu aufgestellt hat, sehr zufrieden. Die neue DBV bringt bereits ihre volle Kraft zur Entfaltung, da sie die 138-jährige Tradition im Beamtengeschäft mit der Stärke des AXA Konzerns kombiniert.“

Mit der Marke DBV und ihrer Produkt- und Servicequalität sieht der AXA Konzern im Kundensegment Öffentlicher Dienst weitere Wachstumschancen. Neben den fünf Millionen Beamten und Arbeitnehmern des Öffentlichen Dienstes selbst werden über die Marke DBV auch deren rund sieben Millionen

Angehörige angesprochen. Insgesamt sind das also rund zwölf Millionen potenzielle Kunden, die von der DBV mit ihrem Beratungs- und Betreuungsansatz über alle Bereiche hinweg erreicht werden können: Im Bereich Vorsorge etwa mit plan360° für Berufseinsteiger oder für die Ruhestandsplanung.

In der Krankenversicherung profitieren Beamte von den attraktiven Produkten und Leistungen der DBV im Beihilfegeschäft. Und in der Schaden- und Unfallversicherung ist BOXplus wegen seiner besonders umfangreichen Leistungen, die zum Beispiel auch eine Dienst- und Vermögensschadenhaftpflichtversicherung umfassen, und seiner hohen Flexibilität für diese Kundengruppe besonders attraktiv.

AXA Kunden aus dem Öffentlichen Dienst über DBV informiert

Infolge der erfolgreich abgeschlossenen Fusion sprechen der AXA Konzern und AXA Vermittler inzwischen auch zielgerichtet solche Kunden an, die

zwar Verträge bei AXA Versicherungsgesellschaften haben, aber dem Kundensegment Öffentlicher Dienst zuzurechnen sind. Vielen dieser AXA Kunden waren und sind die Marke DBV, deren spezielles Produktangebot sowie die Vorteile der Betreuung durch Vermittler mit dem Spezialwissen rund um die Belange des Öffentlichen Dienstes bisher nur unzureichend oder sogar noch gar nicht bekannt. Um das zu ändern, wurden diese Kunden aktiv über die neue DBV informiert und zu Beratungsgesprächen eingeladen, um die DBV und deren Vorteile besser kennenzulernen.

In diesem Jahr wird das Programm fortgeführt. „Wir konzentrieren uns zunächst auf die Ansprache von Lehrern und Lehramtsanwärtern und dann auf den sogenannten Sicherheitsbereich, also Soldaten, Polizisten und Feuerwehrleute. Eine besondere Rolle spielt dabei die wachsende Gruppe der über 50-Jährigen, die für ihren Ruhestand rundum abgesichert sein wollen. plan360° für die Ruhestandsplanung

Spezialist für den Öffentlichen Dienst. **IDBV**

ist auch für Zielgruppen in diesem Segment sehr interessant. Beamte und Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst erkennen zunehmend auch für sich einen Vorsorgebedarf“, betont Rainer Brune.

Enge Kooperationen mit Berufsverbänden

Einen Schwerpunkt des Geschäfts im Kundensegment Öffentlicher Dienst bil-

den Kooperationen mit Berufsverbänden und Gewerkschaften. Traditionell ist die DBV diesen sehr stark verbunden. Die DBV intensiviert die seit langem bestehenden Kooperationen mit rund 190 Verbänden des Öffentlichen Dienstes und den Gewerkschaften, wie dem dbb beamtenbund und tarifunion, der Interessenvertretung für Beamte und Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst, oder ver.di.

Allein die Verbandsgruppenversicherung betreut mehr als 600.000 versicherte Verbands- und Gewerkschaftsmitglieder – sowohl aus Einzelgewerkschaften des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB) als auch aus dem dbb. Die in den Gruppen- und Verbandsverträgen vereinbarten Konditionen sind für die Mitglieder dieser Organisationen besonders vorteilhaft.

Spezialisierung: „Fachberater der DBV für den Öffentlichen Dienst“

Die Beratung und Betreuung von Beamten und Arbeitnehmern des Öffentlichen Dienstes erfordert wegen der speziellen Versorgungs- und Bedarfssituation dieser Berufsgruppe ein besonderes Fachwissen von Versicherungsvermittlern. Hier setzt ein neuer Lehrgang an, den die DBV zusammen mit der IHK Wiesbaden und dem Weiterbildungsanbieter Going Public! entwickelt hat. Seit September 2009 durchlaufen die ersten 22 Versicherungsfachleute den Pilotlehrgang zum Fachberater der DBV für den Öffentlichen Dienst. Die zwölfmonatige berufsbegleitende Spezialisierung baut auf den allgemein

qualifizierenden Abschluss „Versicherungsfachmann/-fachfrau“ auf und schließt mit einem IHK-Zertifikat ab. Der erste Teil des Lehrgangs vermittelt Kenntnisse aus Betriebs- und Volkswirtschaftslehre, Vermögensbildung und Immobilien sowie ausgewählte Rechts- und Steuerthemen. Im zweiten Teil stehen die Versorgungssysteme des Öffentlichen Dienstes im Mittelpunkt. Ein mehrtägiges Gesprächstraining schult die Teilnehmer darin, Kunden des Öffentlichen Dienstes fachlich versiert und kundengerecht zu beraten. Der Lehrgang schließt mit einer Klausur und einem verkaufspraktischen mündlichen Test ab.

Provisionssysteme der Zukunft: Kunden brauchen Beratung und Vermittler Anreize

Die öffentliche Diskussion um die Entlohnung von Versicherungs- und Bankberatern wird seit einiger Zeit kontrovers geführt. In Deutschland überwiegt traditionell die provisionsabhängige Beratung, während sich Verbraucherschützer, Politik und Medien in Teilen für die Honorarberatung stark machen. Ist dies nur ein vorübergehender Trend oder wird diese Entwicklung die Provisionssysteme der Zukunft nachhaltig verändern? Ein Denkanstoß von Wolfgang Hanssmann, Vorstandsmitglied Vertrieb bei AXA Deutschland.

In den vergangenen Jahren hat sich eine lebhafte Diskussion über Vergütungsformen für die Vermittlung von Versicherungsprodukten entwickelt. Im Kern geht es um Themen wie mehr Transparenz bei der Entlohnung von Beratung und Vermittlung, Unabhängigkeit der Beratung und Vermeidung von Interessenskonflikten. Diese Fragen haben in einigen Ländern Europas schon zu veränderten Rahmenbedingungen geführt. So wurden bzw. werden in naher Zukunft in den Niederlanden, in Skandinavien, England und in der Schweiz Begrenzungen oder gar Verbote von Provisionen und Courtagen ausgesprochen. In manchen Ländern nimmt die Honorarberatung einen breiteren Raum ein als hierzulande.

Auch in Deutschland werden Forderungen nach Honorarberatung lauter. Als Begründung wird vor allem angeführt, dass ein provisionsbasiertes Vergütungssystem zu Falschberatung führe, da der Vermittler lieber das besser verprovisionierte Produkt anbiete als das für den Kunden passende. Doch ist das – auch wenn es zunächst plausibel klingt – wirklich so? Und vor allem: Welche Konsequenzen hat ein Verbot des Provisionssystems, an dessen Stelle ein Beratungshonorar tritt, für die Kunden wirklich?

Zunächst bin ich nicht davon überzeugt, dass ein per Honorar für die Beratung entlohnter Vermittler zwangsweise besser berät. Vollkommen unabhängig von seiner Vergütung gilt doch, dass langfristig nur der erfolgreich sein kann, der sich um die Interessen seiner Kunden bemüht und ihnen nach bestem Wissen und Gewissen die passende Lösung anbietet. Nur dann wird er auf Dauer zufriedene Kunden haben, die ihn auch weiterempfehlen. Natürlich gibt es Gegenbeispiele – die schwarzen Schafe – wie in jeder anderen Branche auch.

Aber das populäre Argument, dass Provisionen die Fehlberatung geradezu immanent befördern, entbehrt der objektiven Grundlage. Auch die Beratung gegen Gebühr kann schlecht sein, wenn der Berater nicht gut genug ausgebildet ist oder wegen zu geringer Vergütung seiner Beratungsleistung im „Hau-Ruck-Verfahren“ arbeitet. Studien belegen, dass die Kunden maximal 50 Euro für eine umfassende Beratung zahlen möchten. Das ist ein Widerspruch in sich. Qualität ist die Folge intensiver Aus- und Weiterbildung der Vermittler sowie der – oftmals zeitintensiven – ausführlichen Bedarfsanalyse und Empfehlung. Für 50 Euro ist dies nicht kostendeckend zu leisten.

Qualität hat ihren Preis, das ist unabhängig vom Vergütungssystem richtig. Das provisionsbasierte System bietet dem Kunden heute allerdings die Möglichkeit, für die Beratung erst dann zu bezahlen, wenn er mit ihr zufrieden ist – also das Produkt kauft. Ist er sich unsicher, hat er die Möglichkeit, zu einem anderen Vermittler zu gehen, und hat kein Geld verloren. Bei der Honorarberatung ist dies anders. Hier wird für die Beratung an sich bezahlt. Ist der Kunde nicht überzeugt, hat er auch ohne die Lösung seines Problems die Kosten zu tragen. Zudem werden gerade Menschen mit geringerem Einkommen von Beratungshonoraren abgeschreckt, die in der adäquaten Höhe manches verfügbare Monatsbudget übersteigen werden. Auch hier liegt ein Vorteil des Provisionssystems, das Abschlusskosten für den Kunden auf die Zeit verteilt und den Vermittler anspornt, den Kunden so gut zu beraten, dass dieser auch überzeugt bei ihm kauft.

Versicherungen müssen aktiv verkauft werden

Versicherungsprodukte sind etwas komplett anderes als Bankprodukte. Sie sind in den allermeisten Fällen erklärungsbedürftig und werden – insbesondere gilt dies für Vorsorgepro-

dukte und solche zur Absicherung der persönlichen Existenz – selten aktiv eingekauft. Das ist auch verständlich, denn die allermeisten Menschen mögen sich nicht mit etwas befassen, was ein negatives Ereignis (Schäden) als Ausgangspunkt hat, Konsumverzicht ohne unmittelbaren Nutzen bedeutet und oftmals eine intensive Auseinandersetzung mit der eigenen – unsicheren – Zukunft bedeutet und obendrein noch erklärungsbedürftig ist. In so einem Umfeld sind Kunden keine aktiven Einkäufer und suchen daher in der Regel auch nicht von sich aus einen Berater auf. Vielmehr muss der Bedarf erläutert und geweckt werden. Ob 12,6 Millionen Riester-Verträge mit reiner Honorarberatung erzielt worden

für unsere Kunden heraus – das Interesse haben, die aktuelle Diskussion ernst zu nehmen, und uns konstruktiv in sie einbringen. Denn gerade wenn es auch nur Einzelfälle oder einige wenige Organisationen sein mögen, die durch Provisionsexzesse oder kundenschädliches Verhalten den Ruf der Branche beschädigen, müssen wir uns aktiv damit befassen, wie wir das System zur provisionsbasierten Honorierung von Beratungsleistungen verbessern können. Tun wir dies nicht, besteht die Gefahr, dass die populäre Forderung nach dessen Verbot in Gesetze gegossen wird – mit all den negativen Konsequenzen, die auch und gerade für den Kunden damit verbunden sind.

Und schließlich ist zu überlegen, ob wir nicht schlichtweg beides anbieten, also zu dem Bestehenden auch die Beratung gegen Honorar in Verbindung mit sogenannten „Nettotarifen“ ermöglichen.

Warum nicht den Kunden entscheiden lassen?

Wie die Diskussion ausgehen wird, vermag ich nicht abzuschätzen. Ich bin aber sicher, dass die Vergütungslandschaft in zehn Jahren anders aussehen wird als heute. Ein generelles Provisions- und Courtageverbot halte ich allerdings für falsch. Hier würde das Kind mit dem Bade ausgeschüttet. Aber die Diskussion zur Förderung von mehr Transparenz für den Kunden und deutlichen Verbesserungen im Provisionsmodell ist ebenso wichtig wie ein Nachdenken über Mischmodelle oder die Deckelung der Abschlussprovision, wie es in den Niederlanden praktiziert wird.

Um auch weiterhin unserem inhärenten Auftrag nachzukommen, breite Bevölkerungsschichten gegen Vorsorgerisiken und existenzielle sowie individuelle Risiken abzusichern, müssen aber die Eckpfeiler des Verkäufermarktes erhalten bleiben. Wenn es dann gelingt, dass sich Branche, Politik und Verbraucherorganisationen auf gleiche Bedingungen und Spielregeln für alle Beteiligten einigen – so sollten z. B. alle, die Kunden in Versicherungsfragen beraten, gleichermaßen den Bedingungen der EU-Vermittlerrichtlinie unterliegen, eine Sachkundeprüfung abgelegt haben und über eine entsprechende Vermögensschadenhaftpflichtversicherung verfügen –, dann ist die beste Lösung aus meiner Sicht, beide Systeme parallel in den Wettbewerb um den Kunden zu schicken. Dann entscheidet weniger das Vergütungssystem als die erlebbare und vergleichbare Qualität der Beratung und es verdienen auch nur die gutes Geld, die sich im gewünschten Sinne um das Wohl des Kunden bemühen.



„Wir sollten ein gemeinsames Interesse daran haben, die Qualität der Beratung und Betreuung zu verbessern. Populistisch geführte Debatten sind dazu wenig hilfreich. Sie schaden mehr als sie Nutzen bringen.“

Wolfgang Hanssmann, Vorstandsmitglied Vertrieb bei AXA

wären, muss bezweifelt werden. Hier ist beispielhaft ablesbar, dass sich die Provisionsberatung auch auf Kunden-seite als nützliches und akzeptiertes Instrument erwiesen hat. Ohne ein attraktives Anreizsystem wäre es sicher nicht gelungen, übrigens ganz im Sinne der Politik, für eine umfassende private Ergänzung der sozialen Sicherungssysteme zu sorgen. Das Problem der Altersarmut würde sich in ganz anderer Dimension darstellen.

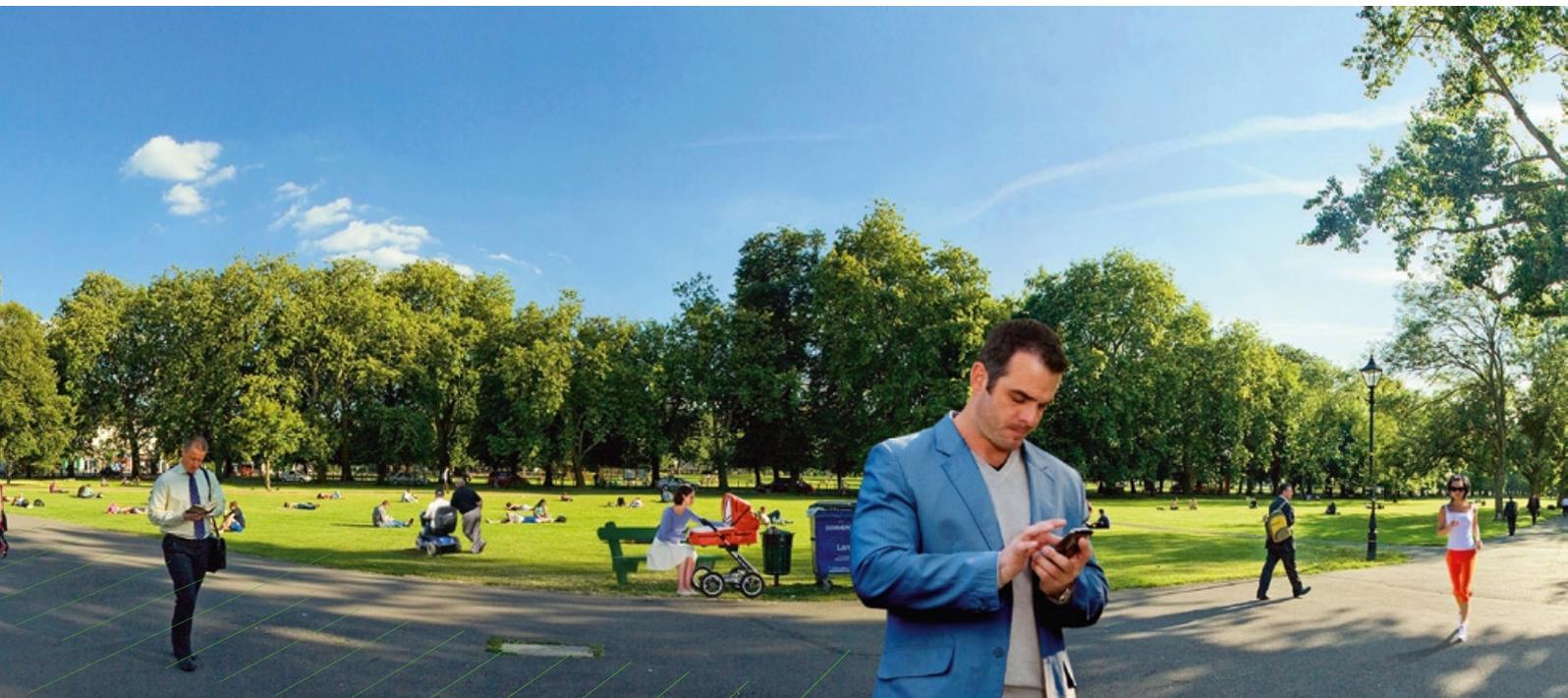
Mehr Transparenz und gleiche Spielregeln

Wir müssen also Anreize für Vermittler und Makler beibehalten, damit sie ihren gesetzlichen Verpflichtungen laut Versicherungsvertragsgesetz nachkommen und aktiv auf den Kunden zugehen können. Aber zugleich müssen wir – aus unserer eigenen Verantwortung

Zu diskutieren ist dabei eine Reihe von Punkten:

- Klare Regeln, nach denen die Qualität einer Beratung bemessen wird.
- Klare und allgemein gültige Regelungen zum Ausweis von Vermittlungshonoraren.
- Mehr Transparenz in den Produkten und besser verständliche Informationen.
- Für alle in der Beratung tätigen Anbieter müssen gleichermaßen gültige Ausbildungs- und Qualitätsstandards geschaffen werden.
- Und wir sollten uns auch nicht verschließen, Provisionshaftungszeiten, z. B. bei Krankenvollversicherungen, zu verlängern und Obergrenzen für Provisionen und Courtagen zur Vermeidung von Exzessen festzulegen.

Wir übernehmen Verantwortung



Soziales Engagement

Hilfe

AXA von Herz zu Herz

Work-Life-Balance

Umwelt

Menschlichkeit

Sicherheit

Vertrauen

Prävention

Gleichberechtigung

Mitarbeiter

Hufeland-Preis



Verantwortung

Dialog Corporate Responsibility Risikoforschung

Gesellschaft Unterstützung Partnerschaften

Vereinbarkeit Familie und Beruf Zukunft Ehrenamt

Ökobilanz Nachhaltigkeit

Verantwortung übernehmen – Vertrauen zurückgewinnen

Der Finanzdienstleistungssektor hat durch die Finanzmarktkrise viel Vertrauen in der Gesellschaft eingebüßt. Davon ist auch die Versicherungswirtschaft nicht verschont geblieben. Gerade für Versicherer ist es jedoch unabdingbar, dass Kunden und Öffentlichkeit Vertrauen in das Unternehmen haben. Es ist ein zentraler Erfolgsfaktor und die Grundlage für einen langfristigen Unternehmenserfolg.



schnell mühsam aufgebautes Vertrauen wieder verspielt werden kann.

Corporate Responsibility – für AXA nichts Neues

In den vergangenen Jahren hat die Debatte um die Notwendigkeit nachhaltigen unternehmerischen Handelns deutlich an Fahrt aufgenommen. Wir bei AXA verstehen unter Corporate Responsibility (CR) unseren Beitrag zu einer nachhaltigen ökonomischen Entwicklung unseres Unternehmens im Einklang mit den Interessen der Gesellschaft, indem wir Verantwortung für die direkten und indirekten Einflüsse unserer Aktivitäten auf die verschiedenen Interessensgruppen wie Kunden, Vertriebspartner, Lieferanten, Mitarbeiter, Aktionäre, Gesellschaft und Umwelt übernehmen.

Bereits 1966 haben die beiden US-amerikanischen Universitätsprofessoren Davis und Blomstrom einen Leitsatz formuliert, der heute mehr denn je Bestätigung erfährt: „Auf lange Sicht werden diejenigen, die ihre Macht nicht in einer Form einsetzen, die von Seiten der Gesellschaft als verantwortlich verstanden wird, dieselbe verlieren.“ Anders formuliert heißt dies: Unternehmen, die sich nicht fortwährend darum bemühen, das Vertrauen von Kunden, Öffentlichkeit und Gesellschaft zu gewinnen und zu

bestätigen, werden von der Liste der präferierten Anbieter gestrichen.

Dies gilt insbesondere für Versicherungsunternehmen, denn für ihren Erfolg und Fortbestand ist es entscheidend, dass der Kunde ihnen vertraut. Er will sich auf die versprochene Leistung verlassen können und erwartet, dass Versicherer im Schadenfall oder nach vielen Jahren der Einzahlung z. B. in die Lebensversicherung ihren vertraglich zugesagten Beitrag leisten. Die Finanzmarktkrise hat gezeigt, wie

Das Thema ist für uns nicht neu, denn Nachhaltigkeit und Verantwortung sind die Grundfesten unseres Geschäfts. Bereits heute gehen wir mit einer Vielzahl von produktnahen Leistungen über unser eigentliches Kerngeschäft hinaus und engagieren uns vielfältig mit unserem Wissen und unserer Erfahrung für die Lösung der Probleme von heute und morgen. Einige Beispiele für unser Engagement haben wir in diesem Kapitel zusammengestellt.

Insofern betreiben wir, wenn wir dem Thema Corporate Responsibility nun

einen noch größeren Raum geben, auch kein „Windowdressing“. Vielmehr sind wir in Zeiten rückläufigen Vertrauens der Überzeugung, dass wir deutlicher als bisher über die Themen und Felder unseres Engagements informieren müssen. Darüber hinaus wollen wir unseren gesellschaftlichen Beitrag ausbauen und haben das Thema Corporate Responsibility mit Beginn des Jahres 2010 auch als solches in unsere Unternehmensstrategie integriert.

Wir verfolgen damit auf der einen Seite das Ziel, den Gedanken der Nachhaltigkeit und der gelebten Verantwortung zum immanenten Teil unserer Kultur zu machen und damit im Handeln jedes einzelnen Mitarbeiters zu verankern. Auf der anderen Seite werden wir unsere CR-Aktivitäten in den Bereichen Risikoforschung, Bildung, Umwelt, soziales Engagement und Qualität als Arbeitgeber weiter ausbauen.

Forschen, ausbilden, besser werden – weltweit

Wie wichtig die AXA Gruppe weltweit gesellschaftliche Fragestellungen nimmt, zeigt der AXA Forschungsfonds, der mit 100 Millionen Euro die Grundlagenforschung zu Risiken und deren Vermeidung über fünf Jahre unterstützt. Auch werden beispielsweise jedes Jahr Crash-Tests und Risikostudien durchgeführt, um ein noch besseres

Verständnis für vorhandene Risiken im Straßenverkehr zu erhalten. Die daraus resultierenden Erkenntnisse sollen einen Beitrag leisten, Menschen über vorhandene Gefahren aufzuklären und zu sensibilisieren. Als Versicherer hat AXA zudem die Möglichkeit, verantwortungsvolles Verhalten zu fördern, um Risiken zu vermeiden oder zu reduzieren – eine wichtige Voraussetzung für die Gestaltung unserer Produkte. Doch auch Themen wie die Verbesserung der finanziellen Allgemeinbildung bewegen uns, damit Verbraucher mit wichtigen Fragen – wie dem eigenen Vermögensaufbau für den Ruhestand – kompetent umgehen können.

Mit Blick auf das Thema Umwelt hat sich die AXA Gruppe weltweit verpflichtet, die eigene Ökobilanz zu verbessern, Treibhausgase zu reduzieren und damit einen Beitrag zum Thema Klimawandel zu leisten. Daneben beraten und unterstützen wir auch Unternehmen, die unsere Kunden sind, bei Maßnahmen zum Umweltschutz. Dabei leitet uns der Gedanke, dass es besser ist, Umweltschäden nicht nur zu versichern, sondern sie gar nicht erst entstehen zu lassen.

In Bezug auf die Qualität als Arbeitgeber und die Verantwortung für die Mitarbeiter haben wir in den vergangenen Jahren viel getan – mit nachweisbarem Erfolg. Bei der renommierten

Studie des „Great Place to Work Institute“ hat sich AXA nach einem fünften Rang im Jahr 2009 in der Kategorie Unternehmen über 5.000 Mitarbeiter im Jahr 2010 auf Platz drei verbessert. Die Förderung von Vielfalt und Entwicklung der Mitarbeiter sowie Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben sind nur zwei Beispiele von vielen.

Viele unserer Mitarbeiter übernehmen darüber hinaus gesellschaftliche Verantwortung, indem sie sich ehrenamtlich im Rahmen von AXA von Herz zu Herz für sozial Benachteiligte stark machen. Der Verein wurde 1991 nach einer Idee von Claude Bébéar, ehemaliger Präsident und Aufsichtsratsvorsitzender von AXA, gegründet. Heute engagieren sich über 700 registrierte Mitglieder sowie zahlreiche Mitarbeiter an 14 deutschen Standorten ehrenamtlich für die nachbarschaftlichen Ziele des Vereins.

Derzeit laufen im AXA Konzern weit über 50 verschiedene Projekte und Initiativen zu den unterschiedlichen Themen. Diese werden nunmehr in einem Projekt gebündelt und weiterentwickelt – um sie so ganz vorn auf der Agenda von AXA rund um die Themen Verantwortung und Nachhaltigkeit zu positionieren.

Risikoforschung für mehr Sicherheit im Straßenverkehr



Die Förderung der Verkehrssicherheit ist AXA ein wichtiges Anliegen. Das bringt die Gruppe in vielseitigen länderübergreifenden Aktivitäten zum Ausdruck – von der Durchführung jährlicher Crash-Tests bis zum Verkehrssicherheits-Report. Darüber hinaus hat AXA Deutschland ebenso wie andere AXA Ländergesellschaften in Europa 2009 die Europäische Charta für Verkehrssicherheit unterzeichnet. Ziel hiervon ist es, die Zahl der Todesopfer infolge von Verkehrsunfällen weiter zu verringern.

Als einer der größten europäischen Kraftfahrtversicherer verfügt AXA hier über eine besondere Verantwortung und kennt viele Probleme konkret aus dem Tagesgeschäft. „Wir werden unsere Aktivitäten in Sachen Verkehrssicherheit fortsetzen und damit die Ziele der Europäischen Charta aktiv unterstützen. Jeder verhinderte Verkehrsunfall ist dabei ein Erfolg“, so Rainer Brune, im Vorstand der AXA Versicherung unter anderem auch für die Kraftfahrtversicherung verantwortlich.

Zu diesem Zweck spielt für AXA die Risikoforschung und -aufklärung eine wichtige Rolle. Wo liegen Gefahren im täglichen Verkehr? Und wie können sie vermieden werden? Um ein klareres Bild hierüber zu erlangen, wurde 2009 zum zweiten Mal der AXA Verkehrssicherheits-Report veröffentlicht – eine vergleichende Studie über das Sicherheitsbewusstsein von Autofahrern in zehn europäischen Ländern. Die wichtigsten Resultate: Deutsche Autofahrer fahren besonders gerne schnell. Davon lassen sie sich auch durch Bußgelder oder Punkte in Flensburg nicht abhalten. Männer fahren deutlich risikofreudiger als Frauen – sei es durch das Telefonieren ohne Freisprechanlage oder durch Nichteinhalten des Sicherheitsabstands.

Bereits seit vielen Jahren betreibt AXA zudem praktische Unfallforschung: In Kooperation mit der DEKRA veranstaltet AXA Crash-Tests, um damit auf die Gefahren für verschiedene Verkehrsteilnehmer hinzuweisen. Vor Ort lassen sich Verbesserungs- und Präventions-

möglichkeiten gut veranschaulichen. 2009 standen die Crash-Tests in Wildhaus in der Schweiz unter dem Thema „Landstraßen – wie sicher sind sie wirklich?“ Der Verkehrssicherheits-Report hatte ergeben, dass sich die Deutschen auf Landstraßen am sichersten fühlen – ein Trugschluss, denn tatsächlich ereignet sich etwa die Hälfte aller Unfälle mit Todesopfern genau dort. Die Crash-Tests konnten das Gefahrenpotenzial deutlich aufzeigen: Besonders Überholmanöver und Bäume am Fahrbahnrand sind auf Landstraßen oftmals tödliche Gefahrenquellen.

Die Erkenntnisse, die AXA aus den Tests zieht, werden kontinuierlich in praktische Konsequenzen überführt. So bietet AXA etwa durch besondere Versicherungstarife finanzielle Anreize und damit eine zusätzliche Motivation für ein sicheres, risikoreduziertes Verkehrsverhalten. Beispielsweise profitieren Fahranfänger, die am „begleiteten Fahren“ teilgenommen haben und keine Punkte in Flensburg aufweisen, oder Motorradbesitzer, deren Fahrzeug mit ABS ausgerüstet ist, von günstigeren Tarifen.



Rainer Brune, Vorstand Privatkunden bei AXA, bei der Unterzeichnung der Europäischen Charta für Verkehrssicherheit in Berlin

Verantwortung leben: 50 Jahre Hufeland-Preis

Ein Zeichen gelebter Verantwortung von AXA ist der Hufeland-Preis, der seit 1959 von der zum Konzern gehörenden Deutschen Ärzteversicherung verliehen wird. Die Mitglieder des Kuratoriums Hufeland-Preis umfassen Repräsentanten der Bundesärztekammer, der Bundeszahnärztekammer, der Bundesvereinigung für Prävention und Gesundheitsförderung e. V. und der Deutschen Ärzteversicherung. Dieser mit 20.000 Euro dotierte Preis würdigt die besten wissenschaftlichen Arbeiten auf dem Gebiet der Präventivmedizin und gilt als einer der wichtigsten Medizinpreise Deutschlands. Namensgeber für den Preis war Wilhelm Christoph Hufeland (1762–1835), der als bedeutender Arzt seiner Zeit und Pionier der Präventivmedizin gilt. Er soll auch die Devise „Vorbeugen ist besser als Heilen“ geprägt haben.

Bei der Einführung des Hufeland-Preises stand genau dieser Gedanke im Mittelpunkt: Die Bemühungen des Arztes um die Gesundheit des Menschen sollten gleichrangig neben die Behandlung von Krankheiten gestellt werden. „Heute, nach fünf Jahrzehnten, kann festgestellt werden, dass diesem Stiftungsgedanken eine geniale Vision innewohnt. Denn die Gesundheitsvorsorge ist nach eher zögerlichen Fortschritten in der Mitte des vorigen Jahrhunderts – vor allem im Bewusstsein und Tun der Menschen – heute in weiten Kreisen der Bevölkerung zu einem wichtigen Thema geworden“, so Gernot Schlösser, Aufsichtsratsvorsitzender der Deutschen Ärzteversicherung.

Zu den in der 50-jährigen Geschichte des Hufeland-Preises geehrten medizinischen Arbeiten gehören unter anderem ein Modell zur Prävention berufsbedingter Hauterkrankungen

und Allergien, ein Neugeborenen-Hörscreening zum Erkennen von möglichen Folgeschäden bei kindlicher Schwerhörigkeit sowie die Identifizierung und Betreuung von Kindern mit hohem Kariesrisiko.

Im Jubiläumsjahr 2009 erhielt Dr. med. Iris F. Chaberny den Hufeland-Preis. Die Privatdozentin der Medizinischen Hochschule Hannover erhielt die Auszeichnung für ihre Präventionsstudie über das Bakterium MRSA (Methicillin-resistenter *Staphylococcus aureus*), das bei Patienten u. a. Wundinfektionen, Blutvergiftungen und Lungenentzündungen verursacht. In ihrer Arbeit hat Dr. Chaberny ein Verfahren entwickelt, mit dem die Anzahl solcher MRSA-Infektionen deutlich reduziert werden kann.



Dr. med. Iris F. Chaberny
von der Medizinischen Hochschule Hannover

Gernot Schlösser mit Iris Chaberny



Ehrenamtlicher Einsatz zum Schutz vor Hochwasser

Der Klimawandel und seine Folgen für die Gesellschaft gehören zum täglichen Geschäft von globalen Versicherungsunternehmen. AXA ermittelt mit modernen Informationssystemen und Katastrophenmodellen Risikosituationen. Diese Modelle basieren auf komplexen mathematischen Funktionen. Mit ihrer Hilfe werden internationale und regionale Gefährdungsanalysen erstellt.

Durch die Klimaerwärmung haben extreme Regenfälle, Hochwasserschäden und Überschwemmungen stark zugenommen. Sie verursachen hohe Schäden an Privateigentum oder sorgen für Betriebsunterbrechungen bei Unternehmen. Besonders für kleine

und mittelständische Firmen kann das wirtschaftlich problematisch sein.

Auch in Deutschland beobachtet AXA intensiv die klimatischen Entwicklungen. Guido Stier, Direktor im AXA Firmenkundengeschäft, beschäftigt sich mit diesen Fragestellungen und den daraus resultierenden Auswirkungen. Weil Verantwortung übernehmen für ihn auch heißt, aktiv zu handeln, engagiert er sich ehrenamtlich in der Hochwasserforschung.

AXA ist Mitbegründer des Hochwasser-KompetenzCentrums (HKC) in Köln – eines einzigartigen Netzwerks, das Theorie und Praxis im Hochwasser-

schutz verbindet. Gemeinsam mit Vertretern aus Verwaltung, Wissenschaft und Wirtschaft sowie technischen Hilfeleistern vor Ort setzt sich Guido Stier nicht nur in der Rheinmetropole Köln, sondern darüber hinaus aktiv für den Hochwasserschutz ein. Mit dem Wissen, dass Hochwasser kein rein regionales Problem und Phänomen ist, stößt das HKC holistische Ursachenforschung über die Landesgrenzen hinaus an. Zudem sind präventive bauliche Maßnahmen in Hochwassergebieten und die Aufklärung der Bevölkerung ebenso wie akutes Hochwassermanagement und die Nachsorgearbeit vorrangige Aufgaben des HKC.



Senkung des Energieverbrauchs in der Hauptverwaltung

Als gesellschaftlich engagiertes Unternehmen hat sich die AXA Gruppe verpflichtet, die eigene Ökobilanz zu verbessern. Im Rahmen dieser Initiative werden auch in Deutschland jährlich die Verbrauchsdaten an allen Standorten mit mehr als 50 Mitarbeitern erhoben. Aus diesen Daten werden dann in einem zweiten Schritt konkrete Maßnahmen abgeleitet, die dabei helfen, den Verbrauch von Wasser, Energie und Büromaterial sowie die CO₂-Emissionen zu reduzieren.

In den vergangenen Jahren konnten so bereits viele Projekte angestoßen und umgesetzt werden:

- Neue Beleuchtungsanlagen mit automatischer Lichtsteuerung sorgen in der Hauptverwaltung in Köln für geringeren Stromverbrauch.
- Eine Wärmerückgewinnungsanlage speist die im Kühlsystem der EDV-Serverräume entstehende Wärme direkt in das interne Heizungssystem ein.
- In den neueren Gebäuden auf dem AXA Hauptverwaltungsgelände wurden Aluminiumrohre in den Decken installiert. Durch diese kann die kühle Nachtluft einströmen, die Decke kühlen und so im Sommer die Temperatur in den Büroräumen angenehm halten – ohne energieaufwendige Klimatisierung.
- Auf den Parkhäusern sind die Dächer begrünt. Die Begrünung filtert das Regenwasser und lässt dieses ohne Umwege über eine Kanalisation in den Grund ableiten.

Ein Großteil der internen Kommunikation wurde von Papier auf elektronische Dokumente umgestellt. Ebenso wird von Kunden eintreffende Post in immer größerem Umfang elektronisch eingelesen. Sie ist damit einfacher bearbeitbar und es entsteht kein Transportaufwand.



Nachhaltigkeit auch im Procurement immer wichtiger



Der Kauf von nachhaltigen Produkten ist nicht nur ein gesellschaftlicher Trend, Nachhaltigkeit ist inzwischen auch ein fester Bestandteil in vielen Unternehmen. Die Abteilung Procurement (Einkauf/Beschaffung) hat in den vergangenen Jahren viele Nachhaltigkeitsprojekte innerhalb des AXA Konzerns und in der Zusammenarbeit mit Dienstleistern angestoßen. Ein zentraler Punkt war die Einführung der sogenannten Corporate Responsibility-Vereinbarung, die jeder AXA Lieferant bei Vertragsabschluss unterzeichnen muss.

Diese Vereinbarung benennt auch die Prinzipien und Praktiken, denen sich AXA verpflichtet fühlt: soziale Verantwortlichkeit und die Förderung einer nachhaltigen geschäftlichen Entwicklung durch Verpflichtungen gegenüber Kunden, Lieferanten, der Umwelt und

der Gesellschaft. Gleichzeitig hält die Vereinbarung die Lieferanten von AXA dazu an, ihre soziale und umweltpolitische Verantwortung wahrzunehmen sowie offen den Dialog zu suchen.

AXA verlangt von den Vertragspartnern die Einhaltung dreier Prinzipien, die auch von der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) festgeschrieben wurden:

- Keinen Einsatz von Kinder-, Zwangs- oder Pflichtarbeit
- Sichere und gesunde Arbeits- und Lebensbedingungen für die Mitarbeiter
- Keine Diskriminierung nach Geschlecht, Rasse, Religionszugehörigkeit oder politischer Überzeugung

Bei Nichteinhaltung beendet AXA die Zusammenarbeit mit dem Dienstleister

vorzeitig. Darauf aufbauend sind künftig weitere Maßnahmen geplant. Die Corporate Responsibility-Standards von AXA sollen auch bei den Zulieferern verankert werden. So wird sichergestellt, dass die eingekauften Produkte unter Einhaltung der gesetzlich gültigen Bedingungen hergestellt wurden.

AXA verfügt seit längerem über einen Lieferantenauswahlprozess, bei dem auch Corporate Responsibility-Richtlinien in die Bewertung einfließen und der nun auf eine höhere Stufe gebracht werden soll. Darüber hinaus ist geplant, Schulungen für die Einkäufer zu organisieren, damit diese ein breiteres Verständnis für Nachhaltigkeit und Umweltschutz in der Beschaffung erhalten und so aktiv Initiativen in lokalen Unternehmensorganisationen anstoßen können.

Verstärkte Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Einer der besten Arbeitgeber Deutschlands

Der AXA Konzern ist ein attraktiver Arbeitgeber. Im bundesweiten Wettbewerb „Deutschlands Beste Arbeitgeber 2010“ des Great Place to Work Institutes erreichte der AXA Konzern in diesem Jahr den dritten Platz in der Kategorie „Unternehmen mit über 5.000 Mitarbeitern“. Damit hat sich der Konzern gegenüber dem vergangenen Jahr um zwei Plätze verbessert. „Die erneute Auszeichnung ist für uns Bestätigung und ein weiterer Ansporn, die Strategie konsequent weiterzuentwickeln“, sagt Ulrich C. Nießen. Denn AXA möchte nicht nur für Kunden und Vertriebspartner, sondern auch als Arbeitgeber erste Wahl sein.

Eltern-Kind-Büro und Telearbeitsplätze

Deswegen fördert der AXA Konzern als verantwortungsbewusster Arbeitgeber seine Mitarbeiter in ihrer beruflichen Entwicklung und hält über die Entlohnung hinaus eine ganze Reihe von zusätzlichen Angeboten für sie bereit. „Die Zufriedenheit und das Engage-



Ulrich C. Nießen nimmt in Berlin die Auszeichnung entgegen

ment unserer Mitarbeiter wirken sich direkt auf unsere Unternehmensleistung aus“, so Nießen. Dazu gehört auch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Auf Grundlage einer Mitarbeiterbefragung zum Thema „Kinderbetreuung“ hat AXA Deutschland gezielte Maßnahmen entwickelt. Fällt die Kinderbetreuung aus, können Mütter und Väter von ihrem regulären Arbeitsplatz in ein Eltern-Kind-Büro wechseln. Alternativ können sie auch vorübergehend von zu Hause aus arbeiten und dafür Arbeitsmittel wie einen Laptop aus dem eigens einge-

richteten „Laptop-Pool“ mitnehmen. In den Schulferien können sie ihren Nachwuchs in die Kinderbetreuung „Kids@AXA“ geben. Mitarbeitern, die pflegebedürftige Angehörige haben, bietet AXA über einen Kooperationspartner Informations-, Beratungs- und Vermittlungsleistungen an. Seit kurzem testet AXA neue Formen der Telearbeit. Teile der Mitarbeiterschaft sollen nicht ortsgebundene Arbeiten auch von zu Hause aus erledigen können. Mit all diesen Aktivitäten stärkt AXA die Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben, die sogenannte Work-Life-Balance.



Soziales Engagement: Seit Jahren eine Herzensangelegenheit

AXA Mitarbeiter und deren Familien engagieren sich das gesamte Jahr über für vielfältige soziale Projekte. Im Mittelpunkt aller Aktivitäten steht der konzerneigene Verein AXA von Herz zu Herz, der sich für hilfsbedürftige und kranke Menschen in der unmittelbaren Region einsetzt. Die kraftvolle Idee hinter der Gründung von AXA von Herz zu Herz war, neben finanzieller Hilfestellung für notleidende und kranke Menschen vor allem aktiv Hilfe zu leisten. Der Vorteil: Jeder, der sich engagiert, kann direkt die Auswirkungen seiner Arbeit sehen. Darüber hinaus wird

das Verständnis füreinander und die Gemeinschaft durch die persönliche Initiative gefördert.

Seit fast zehn Jahren findet der Verein auch im AXA Konzern in Deutschland immer mehr Anhänger. Heute engagieren sich über 700 registrierte Mitglieder sowie zahlreiche Mitarbeiter an 14 Standorten ehrenamtlich für die nachbarschaftlichen Ziele des Vereins. AXA von Herz zu Herz bildet eine Plattform für handfeste Hilfe und bringt Hilfesuchende mit hilfsbereiten AXA Mitarbeitern zusammen. In zahlreichen

Einzelinitiativen renovieren sie Räume oder bauen Spielgeräte, organisieren Erlebnisausflüge für Behinderte, pflegen Kranke und kümmern sich um Kinder aus sozial schwachen oder zerbrochenen Familien.

Neben der Finanzierung solcher Projekte durch den Konzern gibt es auch regelmäßige Spendenaktionen und Veranstaltungen, bei denen AXA Mitarbeiter Geld sammeln. In der Kunstauktion 2009, die bereits zum vierten Mal stattfand, versteigerten sie beispielsweise 40 Kunstwerke aus

Kunstauction



Adventsbasar
im November 2009



Wunschzettel-
Weihnachtsaktion 2009





Schadenabwicklungen, die die AXA Art Versicherung gespendet hatte. Der Reinerlös von über 11.000 Euro kam schwerstbehinderten Kindern sowie benachteiligten und belasteten Jugendlichen zugute.

Tradition hat auch der alljährliche Adventsbasar in der Hauptverwaltung, bei dem Handarbeiten, Kalender, Schmuck und kulinarische Köstlichkeiten für den guten Zweck verkauft werden. Die Premiere: 2009 fand diese Weihnachtsaktion auch am Standort Wiesbaden statt. Bei der alljährlichen Wunsch-

zettel-Aktion durften Kinder aus integrativen Schulen, Kinderheimen und sozialen Treffs der beiden Regionen ihre Weihnachtswünsche niederschreiben. AXA Mitarbeiter besorgten die Geschenke und ein Weihnachtsmann überreichte sie den Kindern im Rahmen einer vorweihnachtlichen Feier mit Animationen, Spielen und einem großen Kuchenbuffet.

In besonderen Fällen engagieren sich Mitarbeiter und Unternehmen auch für überregionale Hilfsprojekte. Nach dem verheerenden Erdbeben auf Haiti, bei

dem unter anderem das Waisenhaus in Trichet zerstört wurde, sammelten die Mitarbeiter 168.000 Euro für den Wiederaufbau. Diese Summe verdoppelte das Unternehmen anschließend, so dass insgesamt 336.000 Euro als Spende an die „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern“ übergeben werden konnten. Wolfram Kons, RTL Charity Gesamtleiter, zeigte sich beeindruckt und versprach, dass jeder Cent dafür genutzt werde, den Kindern ein neues Zuhause zu bauen.

Spende an die „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern“



Unser Jahr in Zahlen



Absicherung
von Risiken

Kapitalanlage

Leistungsfähigkeit

Fortschritt

Risikomanagement

Transparenz

Vorstand

Finanzdienstleistungen

Marktsituation

Herausforderungen



internationales Unternehmen

Kunden

Ergebnisse

Wirtschaftlichkeit

Geschäftsjahr 2009

Ausblick

Versicherungsprodukte

zukunftsorientiert

Verlässlichkeit

stabile Finanzen

AXA Deutschland wächst über Markt und verbessert Ergebnis deutlich

Mit einer Beitragssteigerung von 4,5 % auf 10,3 Mrd. Euro und einem auf 142 Mio. Euro verbesserten Konzernergebnis ist die AXA Deutschland im Geschäftsjahr 2009 weiter profitabel gewachsen. Und das in einem Jahr, in dem die Wirtschaftsentwicklung in Deutschland im Zeichen einer schweren Rezession stand.

Dramatischer Konjunkturunbruch:

Reales Bruttoinlandsprodukt schrumpft um 5 %

Die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland war 2009 geprägt von den weltweit anhaltenden Turbulenzen an den Finanzmärkten und einer starken Rezession. Denn mit dem Konjunkturunbruch im Winterhalbjahr 2008/2009 erreichte die internationale Krise an den Finanzmärkten endgültig die Realwirtschaft. Als Indikator für die gesamtwirtschaftliche Leistung einer Nation spiegelt das Bruttoinlandsprodukt (BIP) diese Entwicklung wider. Im Jahresdurchschnitt 2009 ging das BIP um 5 % zurück – so stark wie niemals zuvor in der Geschichte der Bundesrepublik. Damit war das Jahr 2009 für die deutsche Wirtschaft das schwächste seit der Nachkriegszeit.

Insolvenzen namhafter und traditionsreicher Unternehmen, große Fusionen in vielen Branchen sowie Staatshilfe für strauchelnde Unternehmen bestimmten im vergangenen Jahr das globale Wirtschaftsbild. Obwohl an den Kapitalmärkten die Talfahrt gebremst werden konnte und sich sogar in einen Aufschwung beträchtlichen Ausmaßes wandelte, wird das Jahr 2009 für viele Wirtschaftsbereiche als eines der schwierigsten in Erinnerung bleiben. So konnten im zweiten Quartal zwar einige Staaten wieder positive Wachstumsraten für Industrie und Wirtschaft vorweisen, doch waren in Deutschland Kosteneinsparungen, Umstrukturierungen und Kurzarbeit vorerst für viele Unternehmen der einzig mögliche Weg, ihr Geschäftsfeld zu stabilisieren und sicherzustellen. Der von der Bundesregierung eingerichtete Deutsche Rettungsfonds hatte maßgeblichen Anteil an der Stabilisierung bestimmter Branchen und konnte gerade in der Automobilindustrie durch die staatliche Subventionierung des Neuerwerbs (Abwrackprämie) den Absatzeinbrüchen innerhalb der Branche sowie eines gesamten Industriezweigs entgegenwirken.

Die noch für 2008 zu verzeichnende positive Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt wurde durch die anhaltende Schiefelage deutscher Unternehmen im Jahr 2009 unter Druck gesetzt. Vor dem Hintergrund des Einbruchs der Wirtschaftsleistung ist die Erwerbslosenquote im Vergleich zum Vorjahr zwar um 0,4 Prozentpunkte auf 7,8 % gestiegen. Durch Zunahme von Kurzarbeit, Abbau von Überstunden und weitere

Maßnahmen konnten die zu erwartenden Beschäftigungsverluste aber zumindest vorübergehend begrenzt werden.

Deutlicher Aufschwung an den Aktienmärkten – Zinsniveau auf Tiefstand

Einen deutlichen Aufschwung nahmen weltweit die Aktienmärkte. So stieg der Deutsche Aktienindex (DAX) im Jahresverlauf 2009 um etwa 1.400 Punkte und näherte sich zum Jahresende somit wieder der Marke von 6.000 Punkten. Diese Entwicklung muss jedoch beobachtet werden, da dies keinesfalls als ein Indiz für den Scheitelpunkt der Finanzmarktkrise gesehen werden kann. Demgegenüber erreichte das Zinsniveau einen historischen Tiefstand, da die Europäische Zentralbank die Zinsen schrittweise bis auf 1 % senkte. Der Zinssatz für 10-jährige Bundesanleihen stieg im Jahresverlauf unter Schwankungen von knapp 3 % auf 3,3 % an.

Deutsche Versicherer in schwierigem Umfeld weiterhin stabil

Die deutsche Versicherungswirtschaft hat sich in dem herausfordernden Jahr 2009 wiederum sehr zufriedenstellend geschlagen und sich erneut als stabilisierender Faktor bewiesen. So meldete der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. (GDV) für das abgelaufene Geschäftsjahr ein Beitragsplus von 4,1 % (2008: 1,0 %) auf 171,3 Mrd. Euro, während viele andere Branchen zum Teil erhebliche Umsatzeinbrüche hinnehmen mussten.

Besonders der Lebensversicherungsmarkt (einschließlich Pensionskassen und Pensionsfonds) konnte sich mit Beitragseinnahmen von 85,2 Mrd. Euro (+7,1 %) gut behaupten. Das Vertrauen der Bevölkerung in die Fähigkeit der Lebensversicherer, ihre Leistungsversprechen zu erfüllen und das Langlebighkeitsrisiko zu beherrschen, führten zu einem unerwartet starken Anstieg der Einmalbeiträge im Neugeschäft. Die Auszahlungen der Lebensversicherer an ihre Kunden bewegten sich mit 71,9 Mrd. Euro (-1,0 %) auf einem ähnlich hohen Niveau wie im Vorjahr.

Die private Krankenversicherung verzeichnete 2009 ein Beitragswachstum von 3,8 % auf 31,5 Mrd. Euro. Davon entfielen 29,4 Mrd. Euro (+3,7 %) auf die Kranken- und 2,1 Mrd. Euro (+5,7 %) auf die Pflegeversicherung. Auch

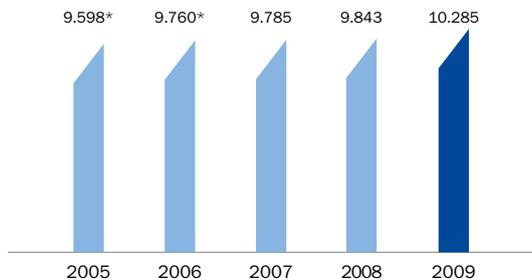
der Nettozuwachs war mit +99.000 versicherten Personen positiv. Die ausgezahlten Leistungen der privaten Krankenversicherer stiegen um 4,7 % auf 21,1 Mrd. Euro.

Die Schaden- und Unfallversicherer haben ihre Einnahmen im vergangenen Jahr mit 54,6 Mrd. Euro lediglich stabil halten können – bei einer sehr unterschiedlichen Entwicklung: Während die Sachversicherungssparten insgesamt ein Beitragsplus von 2,2% erzielten, machte sich in einigen Zweigen des industriellen Geschäfts wie bei der Transportversicherung die Wirtschaftskrise negativ bemerkbar. Mit einem Minus von 1,5% auf 20,1 Mrd. Euro sanken die Beitragseinnahmen in der größten Schadensparte Kraftfahrtversicherung bereits im fünften Jahr in Folge. Zugleich war dieses Geschäft im vergangenen Jahr bei einem marktweiten versicherungstechnischen Verlust von 700 Mio. Euro höchst defizitär.

Einnahmen der AXA Deutschland erstmals über 10 Mrd. Euro

Die Einnahmen des AXA Konzerns überschritten 2009 erstmals die 10-Mrd.-Euro-Grenze und nahmen um 4,5% auf 10,3 Mrd. Euro (2008: 9,8 Mrd. Euro) zu. Mit diesem Wachstum übertraf der Konzern den Marktdurchschnitt von 4,1%. Damit hat der AXA Konzern trotz der Finanzmarktkrise, des schwachen wirtschaftlichen Umfelds und der Zusatzbelastungen durch die im Mai 2009 abgeschlossene Integration der DBV-Winterthur seinen langjährigen Wachstumskurs fortgesetzt.

Stetiges Wachstum (Mio. Euro)



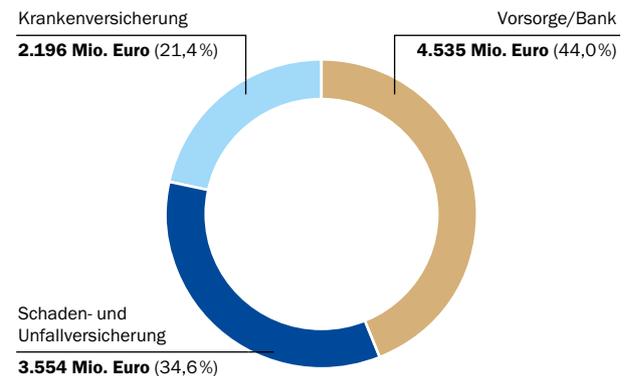
* AXA Konzern plus ehemalige DBV-Winterthur.

Einnahmen erstmals über 10 Mrd. Euro

	2008 (Mio. Euro)	2009 (Mio. Euro)	Veränderung
Vorsorge	4.142	4.520	+9,1%
davon laufende Beiträge	3.647	3.582	-1,8%
davon Einmalbeiträge	494	938	+89,7%
Schaden- und Unfallversicherung	3.595	3.554	-1,1%
davon Kraftfahrtversicherung	1.230	1.202	-2,3%
davon andere Sparten	2.365	2.352	-0,6%
Krankenversicherung	2.091	2.196	+5,0%
Bank	15	15	-1,3%
Gesamt	9.843	10.285	+4,5%

Den stärksten Beitragszuwachs erzielte die AXA Deutschland mit +9,1% auf 4,5 Mrd. Euro in ihrem größten Geschäftsfeld Vorsorge. Vor allem Versicherungen gegen Einmalbeitrag waren im vergangenen Jahr stark nachgefragt. Dieses Geschäft wuchs dank den besonders konkurrenzfähigen Produkten WinCash und Portfolio Plus Police um +89,7% auf 938 Mio. Euro, während die laufenden Beiträge vor allem wegen hoher vertragsgemäßer Abläufe um 1,8% auf 3,6 Mrd. Euro zurückgingen.

Vorsorge das größte Geschäftsfeld



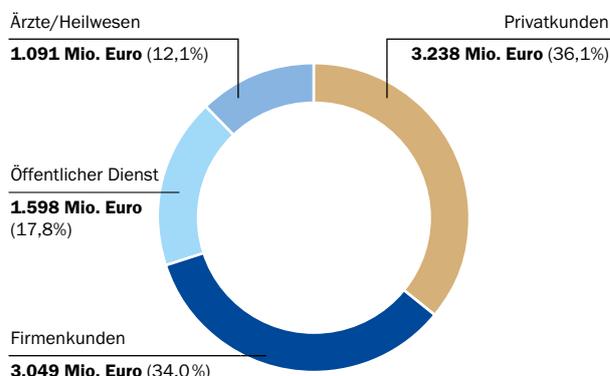
Auch in der privaten Krankenversicherung gelang dem AXA Konzern ein über dem Durchschnitt des PKV-Marktes liegendes Wachstum. Die Beitragseinnahmen stiegen um 5,0% auf 2,2 Mrd. Euro. Die Hauptgründe hierfür waren der hohe Neuzugang aus dem letzten Quartal 2008 vor Einführung neuer Tarifwelten im Markt, Beitragsanpassungen sowie das fortgesetzte Neugeschäftswachstum im vergangenen Jahr.

In einem stagnierenden Schaden- und Unfallversicherungsmarkt verringerte sich das Beitragsvolumen bei der AXA Deutschland um -1,1% auf 3,6 Mrd. Euro. Der Rückgang betraf vor allem die Kraftfahrtversicherung (-2,3% auf 1,2 Mrd. Euro). In dieser besonders wettbewerbsintensiven Sparte stellt der AXA Konzern weiterhin Ertrag vor Wachstum.

Stärkstes Wachstum im Kundensegment Öffentlicher Dienst

Die Strategie, sein Geschäft nach Kundensegmenten zu steuern, zahlt sich für den AXA Konzern immer mehr aus: In drei seiner vier definierten Kundensegmente erzielte das Unternehmen im Geschäftsjahr 2009 ein mitunter sogar deutliches Wachstum. Am stärksten war das Wachstum im Kundensegment Öffentlicher Dienst, das der Konzern im vergangenen Jahr unter der Zielgruppenmarke „DBV Deutsche Beamtenversicherung“ neu positioniert hat. Hier nahmen das Beitragsvolumen um 11,8% auf knapp 1,6 Mrd. Euro zu. Ähnlich erfolgreich war die AXA Deutschland im Geschäft mit Firmenkunden. In diesem Kundensegment stiegen die Beitragseinnahmen um 11,5% auf nahezu 3,1 Mrd. Euro. Auch im Kundensegment Ärzte/Heilwesen, das vor allem durch die Deutsche Ärzteversicherung repräsentiert wird, konnte der AXA Konzern weiter wachsen und seine Einnahmen um 4,6% auf nahezu 1,1 Mrd. Euro steigern. Im Segment Privatkunden stiegen die Beiträge geringfügig um 2,0% auf 3,2 Mrd. Euro. Die Ursachen für das niedrige Wachstum waren vor allem geringere laufende Beiträge in der Lebensversicherung und die Situation in der Kraftfahrtversicherung. Das Kundensegment Privatkunden ist stark von der

Anteile der Kundensegmente an den Beitragseinnahmen



Kraftfahrtversicherung geprägt, in der es 2009 marktweit aufgrund der Wettbewerbssituation zu deutlichen Rückgängen kam. Ein Beitragsvolumen von etwa 1,3 Mrd. Euro entfällt auf Bereiche wie die Kunstversicherung, Industripolicen oder übernommene Rückversicherung und lässt sich nicht den Kundensegmenten zuordnen.

Höheres Neugeschäft in Sach- und Krankenversicherung

Das Beitragswachstum des AXA Konzerns beruht zu einem großen Teil auf den 2009 erzielten Erfolgen im Neugeschäft. So wuchs das Neugeschäft in der Krankenversicherung um +8,5% auf 120 Mio. Euro. Auch im wettbewerbsintensiven Privatkundengeschäft der Schaden- und Unfallversicherung konnte der AXA Konzern die Neuabschlüsse um +0,7% auf 414 Mio. Euro steigern. In Vorsorge (Lebens- und Rentenversicherungen einschließlich Pensionskassen) entwickelte sich das Neugeschäft stark gegensätzlich: Dieses drückt die AXA Gruppe in APE (Neugeschäft an laufenden Beiträgen zuzüglich 10% der Einmalbeiträge) aus. Während der Neuzugang an laufenden Beiträgen um -20,6% auf 268 Mio. Euro APE zurückging, nahm das Neugeschäft bei Einmalbeiträgen um 89,7% auf 94 Mio. Euro APE zu. Insgesamt verringerte sich das Neugeschäft in Vorsorge um -6,5% auf 361 Mio. Euro APE. Bereinigt um die Auswirkungen der letzten Förderstufe der Riester-Treppe erhöhte es sich um 1,5%.

Erfolgreiches Neugeschäft

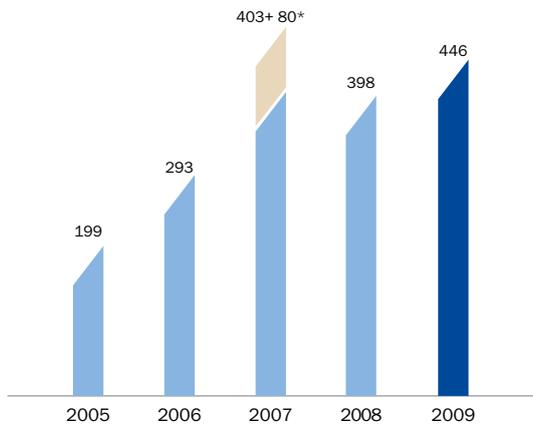
	Mio. Euro	Veränderung
Neuabschlüsse Schaden- und Unfall Privat	414	+0,7%
Neugeschäft Vorsorge in APE *	361	-6,5%
davon an laufenden Beiträgen	268	-20,6%
davon an Einmalbeiträgen	94	+89,7%
Einmalbeiträge ohne Kapitalisierungsprodukte	47	+17,7%
Neugeschäft Vorsorge in APE (ohne Riester-Stufe aus 2008)		+1,5%
Neugeschäft Krankenversicherung	120	+8,5%

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

Operatives Ergebnis nochmals verbessert

Im Geschäftsjahr 2009 konnte der AXA Konzern seine hohe operative Ertragskraft nochmals verbessern. Die Underlying Earnings, die den operativen Geschäftserfolg (ohne Veräußerungsgewinne und -verluste, Zu- und Abschreibungen sowie Marktwertveränderungen bei Kapitalanlagen) ausdrücken, verbesserten sich von +398 Mio. Euro im Vorjahr auf +446 Mio. Euro. Insbesondere im Bereich Vorsorge, der im Vorjahr durch hohe Absicherungskosten für die TwinStar-Produkte geprägt war, trat eine deutliche Verbesserung ein.

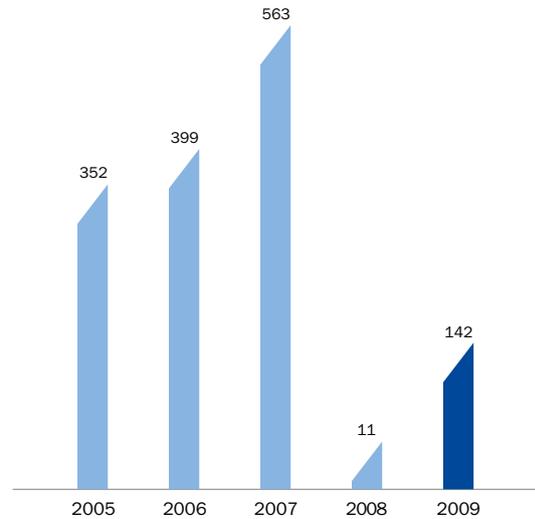
**Starkes operatives Geschäft
(Underlying Earnings in Mio. Euro)**



*Einmaleffekt aus Unternehmensteuerreform

Angaben ohne Einbeziehung des Geschäfts von AXA Liability Managers, 2005 und 2006 AXA Konzern ohne DBV-Winterthur.

Konzernergebnis deutlich gesteigert (Mio. Euro)



Angaben ohne Einbeziehung des Geschäfts von AXA Liability Managers, 2005 und 2006 AXA Konzern ohne DBV-Winterthur.

Zu den Underlying Earnings des Konzerns trug erneut die Schaden- und Unfallversicherung den größten Teil bei, auch wenn ihr operatives Ergebnis von +357 Mio. Euro auf +284 Mio. Euro zurückging. Die Ursachen hierfür waren vor allem eine nochmalige Stärkung der Schadenreserven in der Arzt-Haftpflichtversicherung und rückläufige Margen aufgrund des starken Wettbewerbs insbesondere in der Kraftfahrtversicherung. Eine deutliche Verbesserung trat demgegenüber in der Lebensversicherung ein. Hier erhöhten sich die Underlying Earnings auf +113 Mio. Euro (2008: -3 Mio. Euro). Sie waren im Vorjahr aufgrund der Finanzmarktkrise durch hohe Kosten für die Absicherung der TwinStar-Garantien stark beeinflusst worden. In der Krankenversicherung nahmen die Underlying Earnings vornehmlich durch höhere Leistungsaufwendungen auf +45 Mio. Euro (2008: +47 Mio. Euro) ab. Weitere +5 Mio. Euro erwirtschaftete der Konzern aus Bank- und Holdingaktivitäten.

Konzernergebnis nach dem Krisenjahr deutlich erholt

Im Geschäftsjahr 2009 erzielte die AXA Deutschland ein Konzernergebnis von +142 Mio. Euro und damit deutlich mehr als im Vorjahr. Auch 2008, auf dem Höhepunkt der Finanzmarktkrise, hatte der AXA Konzern – anders als viele Finanzdienstleistungsunternehmen – mit +11 Mio. Euro ein positives Ergebnis erreicht. Die um +48 Mio. Euro gestiegenen Underlying Earnings waren ein wesentlicher Grund für die deutliche Verbesserung des Konzernergebnisses. Außerdem wirkte sich die 2009 eingetretene Erholung an den Finanzmärkten – und hier insbesondere die erheblich gestiegenen Marktwerte bei den festverzinslichen Wertpapieren – sehr positiv auf das Konzernergebnis aus.

Ratings seit Jahren im Bereich AA

Seit Jahren bringen die führenden Ratingagenturen das stabile finanzielle Fundament des AXA Konzerns in konstant guten Ratings im Bereich AA (sehr stark) zum Ausdruck.

Standard & Poor's hat am 30. März 2010 das Insurance Financial Strength Rating für AXA von AA um eine Nuance auf AA- verändert und gleichzeitig den Ausblick von „negativ“ auf „stabil“ angehoben. Dieses Rating umfasst auch die deutschen Konzerngesellschaften AXA Versicherung AG, AXA Lebensversicherung AG, AXA Krankenversicherung AG, DBV Deutsche Beamtenversicherung Lebensversicherung AG und DBV Deutsche Beamtenversicherung AG. Das AA- (sehr stark) von Fitch Ratings vom 19. März 2009 mit negativem Ausblick und das AA3 (sehr stark) Insurance Financial Strength Rating der Ratingagentur Moody's Investors Service vom 20. Februar 2009 mit stabilem Ausblick haben nach wie vor ihre Gültigkeit.

Versicherungsgesellschaften mit starken Solvabilitätsquoten

Der AXA Konzern verfügt unverändert über eine hohe finanzielle Stabilität und Solvabilität. Die Solvabilitätskennziffern – darunter ist das Verhältnis der vorhandenen Eigenmittel zu den für den Geschäftsbetrieb und die Risiken als mindestens erforderlichen Eigenmittel zu sehen – liegen bei den einzelnen Gesellschaften weit über den Mindestanforderungen. Sie betragen bei den einzelnen Versicherungsgesellschaften des Konzerns:

AXA Versicherung	199,5%
AXA Lebensversicherung	159,0%
AXA Krankenversicherung	149,8%
DBV Deutsche Beamtenversicherung	138,7%
DBV Deutsche Beamtenversicherung Lebensversicherung	149,2%
Deutsche Ärzteversicherung	164,0%
Pro bAV Pensionskasse	245,8%
winsecura Pensionskasse	174,9%
Rheinisch-Westfälische Sterbekasse	183,1%

Die Entwicklung in den einzelnen Geschäftsfeldern

Vorsorge: Beitragswachstum dank Einmalbeiträgen

Der AXA Konzern konnte 2009 sein Beitragsvolumen im Bereich Vorsorge (Lebens- und Rentenversicherungen einschließlich Pensionskassen) um 378 Mio. Euro oder 9,1% steigern und damit das Marktwachstum von 7,1% deutlich übertreffen. Wie im Markt insgesamt verlief auch bei AXA die Beitragsentwicklung unterschiedlich. Auf der einen Seite war die Entwicklung durch ein starkes Wachstum der Einmalbeiträge gekennzeichnet. Diese wurden im vergangenen Jahr bevorzugt, da viele Bürger sich angesichts der Unsicherheiten über die weitere wirtschaftliche Entwicklung nicht langfristig finanziell binden wollten und insbesondere für frei werdende Gelder aus ablaufenden Lebensversicherungen oder anderen Geldanlagen vorübergehende Anlagemöglichkeiten suchten. Dadurch stiegen die Einnahmen des AXA Konzerns im Einmalbeitragsgeschäft 2009 um 89,7% auf 938 Mio. Euro. Besonders mit dem Produkt WinCash der DBV, auf das 471 Mio. Euro und damit etwa die Hälfte des Einmalbeitragsvolumens entfielen, war der Konzern sehr erfolgreich.

Doch auch das Einmalbeitragsgeschäft bei fondsgebundenen Versicherungen, TwinStar und konventionellen Rentenversicherungen lief mit einem Wachstum von 17,7% sehr zufriedenstellend. Auf der anderen Seite gingen die Einnahmen aus Verträgen gegen laufenden Beitrag wegen hoher Abläufe und weniger Neuabschlüssen um 1,8% auf 3,6 Mrd. Euro zurück. Die gesamten Beiträge im Vorsorgegeschäft beliefen sich auf 4,5 Mrd. Euro (2008: 4,1 Mrd. Euro).

Anteile der Versicherungsformen am Lebensversicherungsbestand

	lfd. Beitrag 2009 (Mio. Euro)	Anteil 2009 (%)
Fondsgebundene Versicherungen einschließlich TwinStar	751	21,2%
Rentenversicherungen	527	14,9%
Einzel-Kapitalversicherungen	1.446	40,9%
Risikoversicherungen	79	2,2%
Berufsunfähigkeitsversicherung	123	3,5%
Kollektivversicherungen	561	15,9%
Fondsgebundene Versicherungen, kollektiv	48	1,4%
Gesamt	3.536	100%

Das operative Ergebnis des Vorsorgebereiches erreichte mit +113 Mio. Euro (2008: -3 Mio. Euro) wieder das Niveau von 2007. Im Vorjahr war es wegen der hohen Kosten für die Garantieabsicherung bei TwinStar leicht negativ gewesen. Durch die großen Schwankungen an den Kapitalmärkten waren dem Konzern 2008 deutlich höhere Kosten entstanden für die Erzeugung der TwinStar-Garantien, die den Kunden langfristig zugesagt und die für sie in Zeiten unsicherer Kapitalmärkte von besonderem Wert sind.

Wachstum in Vorsorge deutlich über Markt

	AXA	Markt *
Beiträge Vorsorge (Lebens- und Rentenversicherungen einschließlich Pensionskassen)	+9,1%	+7,1%
Beiträge Schaden- und Unfallversicherung	-1,1%	+0,0%
Beiträge Kraftfahrtversicherung	-2,3%	-1,5%
Beiträge Krankenversicherung	+5,0%	+3,8%
Gesamt	+4,5%	+4,1%

* Auf Basis GDV-Zahlen, März 2010 (Hochrechnung auf Datengrundlage von Meldungen bis Dezember 2009).

Schaden- und Unfallversicherung in starkem Wettbewerbsumfeld

Das Beitragsvolumen in der Schaden- und Unfallversicherung verringerte sich bei der AXA Deutschland im Geschäftsjahr 2009 um 41 Mio. Euro oder -1,1% auf 3,6 Mrd. Euro. Der Rückgang ist vor allem auf die Kraftfahrtversicherung zurückzuführen. AXA beteiligte sich weiterhin nicht in vollem Umfang an dem starken Preiswettbewerb, der seit mehreren

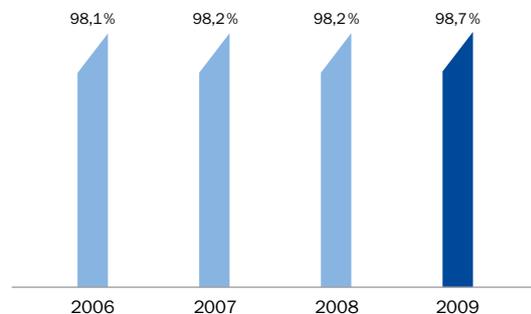
Jahren in dieser Sparte herrscht. Daneben kam es aufgrund der rückläufigen Konjunktur in der industriellen Haftpflichtversicherung und der Transportversicherung zu Beitragsrückgängen. Diese konnten durch teilweise deutliche Zuwächse in der Gebäudeversicherung des Privatkundengeschäfts und Verkaufserfolge bei unserem innovativen Produktkonzept BOXplus zu einem großen Teil ausgeglichen werden.

Beitragseinnahmen Schaden- und Unfallversicherung nach Geschäftsfeldern und Sparten (Mio. Euro)

	2008	2009	Veränderung
Gesamt	3.595	3.554	-1,1%
davon Kraftfahrtversicherung	1.230	1.202	-2,3%
andere Sparten	2.061	2.058	-0,2%
Sachvers. Firmen und Privat	965	982	+1,8%
Haftpflichtversicherung	643	653	+1,6%
Transportversicherung	125	124	-1,4%
Luftfahrtversicherung	10	9	-10,5%
andere	318	290	-8,9%
sonstige	304	294	-3,2%
Kunstversicherung	148	138	-6,3%
übernommene Rückversicherung	156	156	-0,2%

Für die Begleichung von Schäden in der Schaden- und Unfallversicherung wendete der AXA Konzern im Geschäftsjahr 2009 insgesamt 2,0 Mrd. Euro (+1,8%) auf. Höhere Aufwendungen entstanden vor allem in den ersten Wochen des vergangenen Jahres, als es durch den strengen Winter zu mehr Schäden in der Kraftfahrtversicherung und insbesondere zu mehr Leitungswasserschäden kam. Außerdem hat der Konzern die Schadenreserven in der Haftpflichtversicherung nochmals erhöht. Hier sieht sich das Unternehmen einem verstärkten Trend zu höheren Schäden in der Arzt-Haftpflichtversicherung gegenüber. Durch diese Entwicklungen erhöhte sich die Schaden-Kosten-Quote gemäß IFRS-Reporting der AXA Gruppe um 0,5 Prozentpunkte. Bei einer Schaden-Kosten-Quote (Net Combined Ratio) von 98,7% arbeitet der AXA Konzern weiterhin profitabel. Mit Underlying Earnings von +284 Mio. Euro (2008: +357 Mio. Euro) ist die Schaden- und Unfallversicherung weiterhin das ertragsstärkste Geschäftsfeld des Konzerns.

Stabile Schaden-Kosten-Quoten

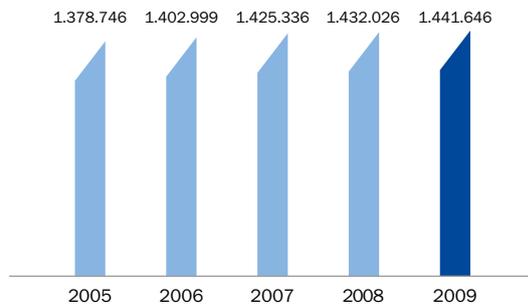


Krankenversicherung: Beitragszuwachs von +5%

Im Geschäftsfeld Krankenversicherung erzielte der AXA Konzern im Geschäftsjahr 2009 ein Neugeschäft (Neuverträge mit Vertragsbeginn im Jahr 2009) von 120 Mio. Euro, ausgedrückt in APE. Das sind 9,4 Mio. Euro mehr als im Jahr zuvor. Sowohl der Makler- als auch der Exklusivvertrieb konnten gegenüber dem Vorjahr deutlich zulegen. Besonders zum Jahresanfang war das Neugeschäft sehr stark, als sich eine Vielzahl von Kunden entschied, vor Eintritt einer Gesetzesänderung noch zu den bis dahin gültigen Bedingungen in die private Krankenversicherung zu wechseln.

Die Beitragseinnahmen erhöhten sich im Berichtsjahr um 5,0% auf 2,2 Mrd. Euro. Das Wachstum übertraf den Marktdurchschnitt und ist auf die gute Neugeschäftsentwicklung sowie notwendige Beitragsanpassungen zurückzuführen. Im Jahr 2009 konnte die AXA Krankenversicherung mit ihrer Zweigniederlassung DBV Deutsche Beamtenversicherung 9.620 Versicherte hinzugewinnen und die Zahl der versicherten Personen auf insgesamt 1,44 Millionen Voll- und Zusatzversicherte steigern.

Zahl der versicherten Personen (Voll- und Zusatzversicherung)



Für ihre Versicherten erbrachte die AXA Krankenversicherung im vergangenen Jahr Leistungen von insgesamt 1,4 Mrd. Euro, ein Anstieg von +6,7%. Bei den Leistungsauszahlungen waren erhöhte Ausgaben über beinahe alle Leistungsarten und Tarife festzustellen. Zum operativen Ergebnis des AXA Konzerns trug die Krankenversicherung mit Underlying Earnings von +45 Mio. Euro (2008: +47 Mio. Euro) und damit in ähnlicher Größenordnung wie im Vorjahr bei.

Kapitalanlagen: Bestand erhöht und Ergebnis verbessert

Die internationalen Kapitalmärkte erholten sich 2009 nach den schweren Einbrüchen der beiden Vorjahre, auch wenn die Folgen der schwerwiegendsten Finanzmarktkrise der Nachkriegszeit weiterhin spürbar waren. Die bereits im ersten Halbjahr 2009 zu verzeichnende Erholung setzte sich im weiteren Jahresverlauf fort. Die Aktienmärkte legten im Laufe des Jahres signifikant zu, und die stetig gesunkenen Risikoaufschläge und das gesunkene Zinsniveau führten zu einem deutlichen Wertanstieg bei festverzinslichen Wertpapieren.

Der Deutsche Aktienindex (DAX) notierte im Dezember 2009 mit 5.957 Punkten und verzeichnete somit im Vergleich zum Jahresanfang einen Zuwachs von 23,8%. Der europäische Aktienmarkt konnte zum Jahresende gemessen am EuroStoxx 50 einen ähnlichen Zuwachs von 21,0% auf 2.966 Punkte verzeichnen. Der für den amerikanischen Aktienmarkt repräsentative S & P 500 Index notierte ebenfalls um 23,5% höher als zu Jahresbeginn.

Während im vergangenen Geschäftsjahr die Leitzinsen im US-Raum unverändert bei Null bis 0,25% blieben, war in Folge der Rezession ein weiteres Absinken der Zinsen im Euro-Raum zu beobachten. Die Zinssenkungen der Europä-

ischen Zentralbank (EZB) erfolgten schrittweise in der ersten Jahreshälfte. Zuletzt senkte die EZB im Mai das Zinsniveau auf 1%. Damit wurde ein historischer Tiefstand erreicht. Der Zinssatz für 10-jährige Bundesanleihen stieg unter Schwankungen von 2,95% Anfang 2009 auf 3,32% Ende Dezember.

Die AXA Deutschland hat an der Erholung der Kapitalmärkte partizipiert und durch ein ausgewogenes Kapitalanlagenportfolio die ihren Kunden gegebenen Leistungsversprechen erfüllt. Zudem nutzte der AXA Konzern die Vorteile als Teil einer internationalen Versicherungsgruppe, um die zur Verfügung stehenden Mittel in Kapitalanlagen mit attraktiven Konditionen zu investieren. Im Geschäftsjahr 2009 wurden verstärkt Investitionen in sichere Staatsanleihen, Kommunalobligationen und hoch geratete Unternehmensanleihen in Euro und US-Dollar getätigt. Des Weiteren wurde das Aktienexposure durch Verkäufe im Vergleich zum Vorjahr nochmals leicht reduziert.

Der Bestand an Kapitalanlagen erhöhte sich bei der AXA Deutschland im Jahr 2009 auf 60,9 Mrd. Euro (59,0 Mrd. Euro). Hiervon sind fast 90% in festverzinslichen Wertpapieren angelegt.

Kapitalanlagen: Anteile (IFRS-Buchwerte)

	2008	2009
Renten	77,1%	79,1%
Darlehen und Ausleihungen	11,8%	10,5%
Aktien und Beteiligungen	5,8%	3,7%
Publikumsfonds	0,7%	0,7%
Kapitalanlagen fondsgebundener Versicherungen	2,5%	3,8%
Fremdgenutzter Grundbesitz	2,2%	2,2%

Gesamter Kapitalanlagebestand: 60,9 Mrd. Euro (2008: 59,0 Mrd. Euro).

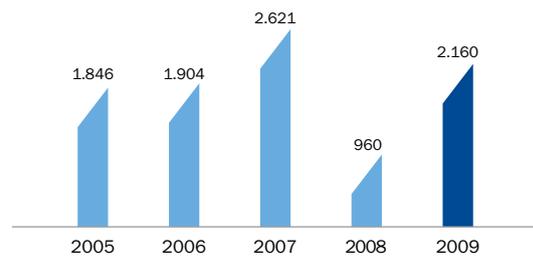
Kapitalanlageergebnis um 1,2 Mrd. Euro verbessert

Der AXA Konzern erzielte 2009 ein Kapitalanlageergebnis von 2,2 Mrd. Euro, das sich damit gegenüber dem Vorjahr um mehr als 1,2 Mrd. Euro verbesserte. Nach dem für alle Kapitalanleger schwierigen Jahr 2008, in dem auch die AXA Deutschland nach den Vorgaben der International Financial Reporting Standards (IFRS) in größerem Umfang bilanzwirksame Marktwertanpassungen vornehmen musste, erholte es sich damit wieder deutlich. Die laufenden Erträge nahmen um 6,1% auf 2,5 Mrd. Euro ab, da als Auswirkung der Finanzmarktkrise die Dividendenerträge aus dem Aktienbestand sanken und die Zinseinnahmen aus festverzinslichen Wertpapieren zurückgingen. Abschreibungen und realisierte Verluste auf Wertpapiere fielen in einer Größenordnung von 720 Mio. Euro an. Demgegenüber weisen die nach IFRS vorzunehmenden bilanzwirksamen Marktwertanpassungen für 2009 ein positives Resultat von +417 Mio. Euro (2008: -1,0 Mrd. Euro) aus und trugen damit entscheidend zur Verbesserung des Kapitalanlageergebnisses bei.

Kapitalanlageergebnis deutlich verbessert (Mio. Euro)

	2008	2009
Laufendes Kapitalanlageergebnis	2.623	2.463
Abschreibungen und realisierte Verluste	-659	-720
Marktwertanpassungen	-1.004	+417
Gesamtes Kapitalanlageergebnis	960	2.160

Kapitalanlageergebnis deutlich erholt (Mio. Euro)



Der AXA Konzern hat alle Abschreibungen auf Kapitalanlagen zeitnah gemäß den gesetzlichen Vorschriften und den Regeln der AXA Gruppe vorgenommen. Für die Ermittlung eines potenziellen Abschreibungsbedarfs wurden Börsenkurse herangezogen. Dabei gilt für Aktien, dass abgeschrieben werden muss, wenn der Marktwert nach IFRS sechs Monate unter dem Buchwert liegt oder am Bilanzstichtag um mehr als 20%. Festverzinsliche Wertpapiere werden abgeschrieben, wenn ein Ausfall von Zinsen oder Teilen des Nominals erwartet wird.

Die 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.

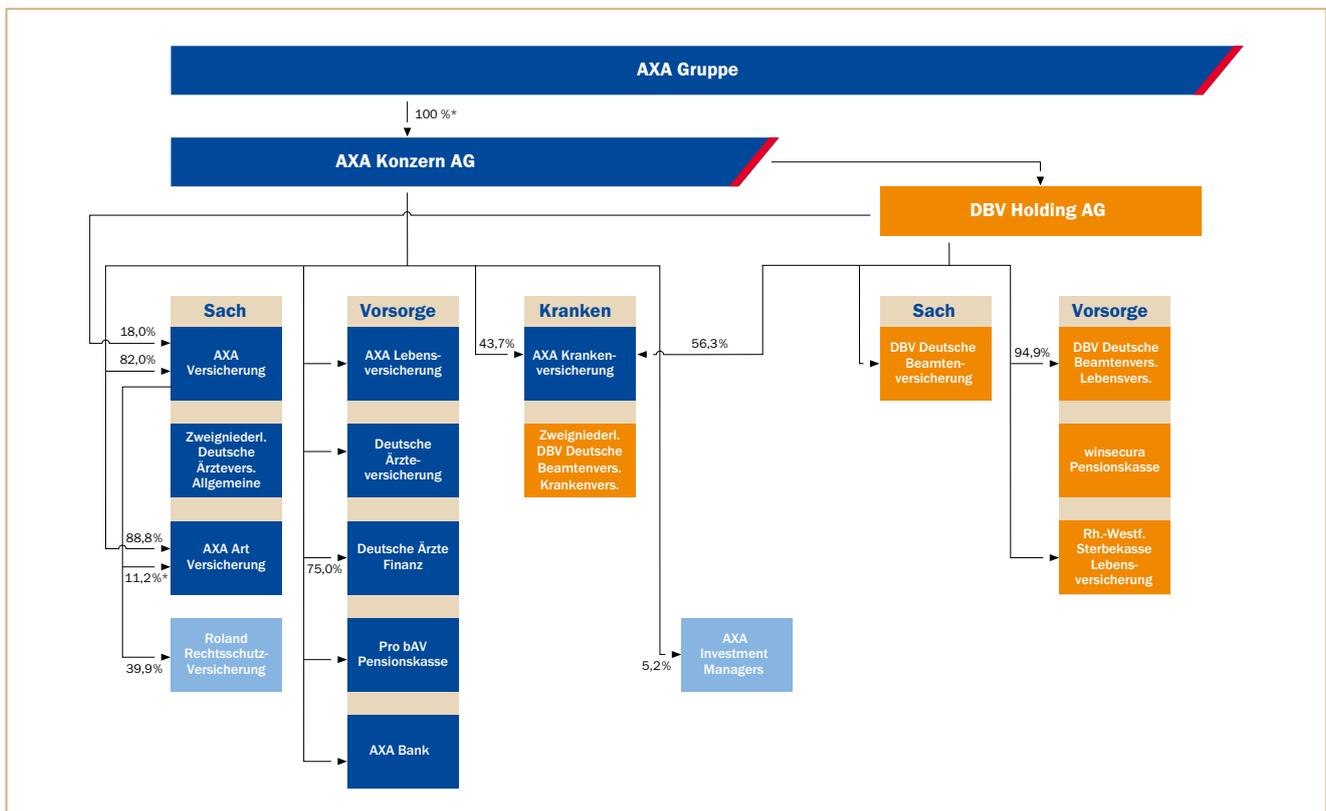
AXA in Deutschland – Teil einer globalen Gruppe

Der deutsche AXA Konzern steht mit seinen Einnahmen von 10,3 Mrd. Euro für mehr als 11% des Umsatzes des AXA Gruppe und bildet damit einen bedeutenden Teil des globalen Unternehmens. In Deutschland kommt er auf einen Marktanteil von 6,0%. 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 und DBV Deutsche Beamtenversicherung AG tätig ist, belegt die AXA Deutschland mit einem Marktanteil von 6,2% Rang 3. Im Bereich Vorsorge (Gesellschaften: AXA Lebensversicherung AG, DBV Deutsche Beamtenversicherung Lebensversicherung AG, Deutsche Ärzteversicherung AG, Pro bAV Pensionskasse AG und Rheinisch-Westfälische Sterbekasse Lebensversicherung AG) nimmt sie mit einem Anteil von 5,2% am Gesamtmarkt Platz 6 ein. Im Segment der Krankenversi-

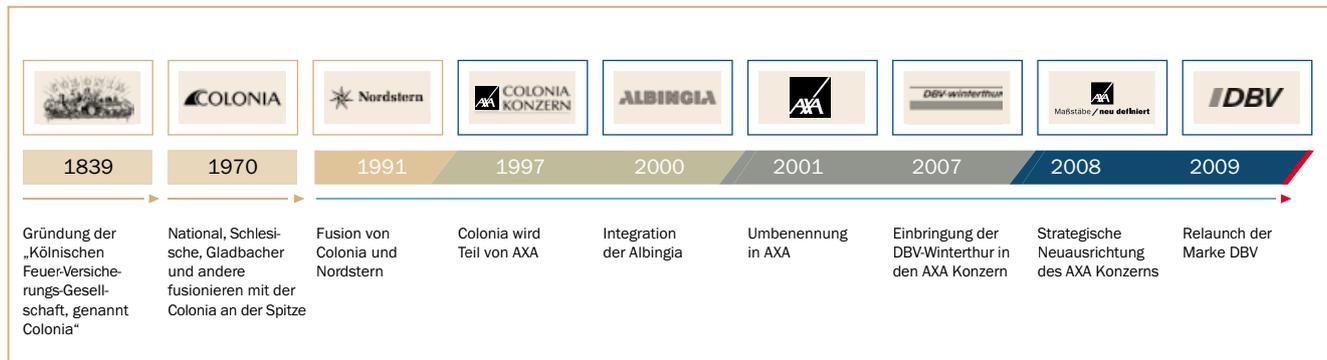
cherung ist der Konzern mit der AXA Krankenversicherung AG und ihrer für das Geschäft mit dem Öffentlichen Dienst errichteten Zweigniederlassung DBV Deutsche Beamtenversicherung Krankenversicherung in Wiesbaden bei einem Marktanteil von 7,0% die Nummer 5. In allen Geschäftssegmenten bietet die AXA Deutschland sowohl Firmen- als auch Privatkunden eine breite Produktpalette in den Bereichen Vorsorge, Vermögensmanagement und Versicherung an. Über 8 Millionen Kunden vertrauen derzeit auf die Leistungen der AXA Deutschland.

Der AXA Konzern und seine wichtigsten Gesellschaften



*Indirekt bzw. direkt und indirekt; Beteiligungen zu 100%, wenn nicht anders angegeben.

Die AXA Historie in Deutschland



Im Zusammenhang mit dem Abschluss der Integration der DBV-Winterthur in den AXA Konzern und der strategischen Neuausrichtung der AXA Deutschland traten im Jahr 2009 einige gesellschaftsrechtliche Veränderungen ein. Die DBV-Winterthur Versicherung AG, Wiesbaden, die DBV-WinSelect Versicherung AG, Wiesbaden, und die Deutsche Ärzteversicherung Allgemeine Versicherungs-AG, Köln, wurden zum 1. Januar 2009 zur AXA Versicherung AG verschmolzen. Gleichzeitig wurden die Bestände des Öffentlichen Dienstes von der DBV-Winterthur Versicherung auf die Schwester-gesellschaft DBV Deutsche Beamtenversicherung AG sowie des Rechtsschutzversicherungsgeschäftes auf die Roland Rechtsschutz-Versicherungs-AG, Köln, übertragen. Das Ärzte- und Heilwesengeschäft wird seit Juni 2009 in der Zweigniederlassung Deutsche Ärzteversicherung Allgemeine der AXA Versicherung AG fortgeführt. Die DBV-Winterthur Lebensversicherung AG wurde in DBV Deutsche Beamtenversicherung Lebensversicherung AG umbenannt, um ihre Ausrichtung auf die Beamten und Arbeitnehmer des Öffentlichen Dienstes noch stärker zu betonen.

Mehr als 170-jährige Geschichte

Der AXA Konzern blickt inzwischen auf eine mehr als 170-jährige Geschichte in Deutschland zurück. Seinen Ursprung hat das Unternehmen in der 1839 von Kölner Kaufleuten und Bankiers gegründeten „Kölnische 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 im vergan-genen Jahr im Rahmen der Ende 2006 erfolgten Übernahme der Winterthur-Gruppe durch die AXA in den deutschen Konzern integriert wurde. Sie ist traditionell dem Öffentli-chen Dienst eng verbunden; dieses Geschäft führt der AXA Konzern unter der Marke DBV Deutsche Beamtenversiche-rung fort und baut es aus. Weitere traditionsreiche Namen aus der Geschichte des Unternehmens: Nordstern, 1866 in Berlin gegründet und ab dem Jahr 1991 mit Colonia fusio-niert, 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, eines der größten Versiche-

rungs- und Finanzdienstleistungsunternehmen der Welt und der Nummer 2 unter den europäischen Erstversicherern.

Teil einer starken Gruppe und Region

Die AXA Deutschland ist eingebettet in die internationale AXA Gruppe, einen der führenden Versicherer und Ver-mögensverwalter weltweit. Mit Schwerpunkten in Europa, Nordamerika und dem asiatisch-pazifischen Raum erzielte sie 2009 einen Umsatz von 90,1 Mrd. Euro, ein operatives Ergebnis (Underlying Earnings) von 3,9 Mrd. Euro sowie ein Nettoergebnis von 3,6 Mrd. Euro. Ende 2009 verwaltete sie ein Vermögen von 845 Mrd. Euro. Die Gruppe ist in insgesamt 56 Ländern vertreten; 80 Millionen Kunden vertrauen ihr.

AXA ist der erste Versicherungskonzern, der sich einen welt-weit 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 Identifikation mit ihrem Unternehmen. Wo immer die AXA Gruppe präsent ist, 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, diesen sogleich mit mehreren regiona-len Gegenseitigkeitsvereinen verschmolz und wenig später die fast doppelt so große Unternehmensgruppe Drouot kaufte. Unter dem eingängigen – und international aus-sprechbaren – Namen AXA, den Bébéar seiner Gruppe 1984 gegeben hatte, nahm die Expansion nach Bébéars Motto „Management by Opportunities“ ihren Lauf: in Frank-reich, in Europa und schließlich weltweit. Besonders spekta-kuläre 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.

Gremien des AXA Konzerns

Aufsichtsrat

Jacques de Vacleroy

Vorsitzender
Chief Executive Officer der Region Northern,
Central and Eastern Europe (NORCEE) der AXA,
Paris

Herbert Mayer*

stellv. Vorsitzender
Angestellter, Pfinztal

Uwe Beckmann*

Angestellter, Sarstedt

Harry Clemens*

Leitender Angestellter, Köln

Kurt Döhmel

Hamburg

Leonhard Fischer

Geschäftsführer der RHJI Swiss Management LLC, Zürich

Dr. Michael Frenzel

Vorsitzender des Vorstands der TUI AG, Hannover

Michael Garrecht*

Angestellter, Mannheim

Peter Heesen

Bundesvorsitzender der dbb beamtenbund und tarifunion, Berlin

Patrick Lemoine

Head of Business Support & Development for Northern,
Central and Eastern Europe der AXA, Paris

Hans-Peter Lensen*

Gewerkschaftssekretär der ver.di Bundesverwaltung, Glienicke

Friedrich Merz

Rechtsanwalt bei Mayer Brown LLP, Arnberg

Frank Meyer*

Angestellter, Wiesbaden

Dr.-Ing. Ekkehard Schulz

Vorsitzender des Vorstands der Thyssen Krupp AG, Düsseldorf

Klaus Weber*

Bundesbeamtensekretär der ver.di, Berlin

Manfred Weyrich*

Angestellter, Overath

Claas Kleyboldt

Ehrenvorsitzender des Aufsichtsrates, Köln

* Vertreter der Arbeitnehmer

Konzernbeirat

Friedrich Merz

Vorsitzender
Rechtsanwalt bei Mayer Brown LLP
Arnsberg

Detlef Bierbaum

Bankier
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 Vorstandes der Evonik Industries AG
Essen

Dr. Klaus Trützschler

Mitglied des Vorstandes der Franz Haniel & Cie. GmbH
Duisburg

Gruppenvorstand



Dr. Frank W. Keuper

Vorsitzender
Konzernkommunikation, Konzernrevision,
Konzernstrategie und Portfoliosteuerung



Rainer Brune

Kundensegment Öffentlicher Dienst
Privatkundengeschäft Sach, Unfall,
Haftpflicht, Kraftfahrt



Bernd Jung

Kundendienst / COO



Dr. Patrick Dahmen

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



Ulrich C. Nießen

Personal, Recht und Compliance,
Zentrale Dienste



Thomas Gerber

Kundensegment Privatkunden
Vorsorge, Bank, AXA Privatanlage



Thomas Michels

Krankenversicherung



Wolfgang Hanssmann

Vertrieb, Marketing



Dr. Heinz-Jürgen Schwing

Kapitalanlagen, Asset Liability Management



Dr. Markus Hofmann

Kundensegment Firmenkunden
Schaden- und Unfallversicherungen,
Rückversicherung, Schaden



Jens Wieland

Informationstechnologie, Logistik,
Konzernorganisation und
Prozessmanagement



Impressum

Herausgeber

AXA Konzern AG Konzernkommunikation, Colonia-Allee 10-20, 51067 Köln
Telefon: 0221 148-24113, Telefax: 0221 148-21704, E-Mail: presse@axa.de

Konzeption und Gestaltung

Cohn & Wolfe Public Relations GmbH & Co. KG, Torhaus Westhafen, Speicherstraße 59,
60327 Frankfurt am Main

Druck

klr mediapartner Druck und Medien GmbH, Schulstraße 44-48
49525 Lengerich

www.axa.de

AXA Konzern AG
Colonia-Allee 10-20
51067 Köln
Tel. : 0180 3 55 66 22*
Fax : 0221 148-21704
service@axa.de



Maßstäbe / **neu definiert**

*9 Cent aus dem deutschen Festnetz, Mobilfunk maximal 42 Cent, jeweils je angefangene Minute