

Der AXA Konzern 2010



Maßstäbe / neu definiert





A high-angle photograph of a wooden deck. On the left, a person's legs in a blue denim dress and white pants are visible, sitting on a round wicker chair with a white cushion. In the center, a wicker ottoman holds a red and white checkered picnic basket containing a silver thermos and three cups. To the right, a stuffed toy with a pink face and green body sits on the deck. In the foreground, a pair of white flat shoes and a pair of light blue flip-flops are on the wooden planks. A metal railing is visible at the top of the frame.

Rundum abgesichert:
**Bei AXA dreht sich alles
um den Kunden**

Liebe Leserin, lieber Leser,

das Geschäftsjahr 2010 war für die AXA Deutschland erneut ein erfolgreiches Jahr. Unser Unternehmen ist ein weiteres Mal gewachsen und wir konnten unser Konzernergebnis deutlich steigern. Wir haben im vergangenen Geschäftsjahr konsequent weiter an der Umsetzung unseres Zieles, „Unternehmen erster Wahl“ zu werden, gearbeitet. Durch welche Aktivitäten wir diesem Ziel ein gutes Stück näher gekommen sind und wie sich diese positiv auf den Geschäftsverlauf ausgewirkt haben, wollen wir Ihnen im vorliegenden Jahresreport 2010 beschreiben.

Unser auf Qualität, Leistung, Stabilität und Verantwortung basierendes Geschäftsmodell hat in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld erneut seine Beständigkeit bewiesen. Wenngleich sich die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland im Laufe des Jahres 2010 insgesamt verbessert haben, steht die Versicherungswirtschaft vor einer ganzen Reihe von Herausforderungen: anhaltendes Niedrigzinsniveau und Unsicherheit der Verbraucher als Nachwirkung der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise, verändertes Kundenverhalten, starker Preiswettbewerb und nicht zuletzt Unklarheit über zukünftige Regulierungsvorschriften. Ebenso wissen wir aus früheren Schwächeperioden der Wirtschaft, dass ein konjunktureller Aufschwung bei der Versicherungswirtschaft immer erst mit Verzögerung ankommt. Auf der einen Seite sind Einnahmen aus volumen- und umsatzabhängigen Policen zunächst noch rückläufig, während auf der anderen Seite die anziehende Konjunktur schon zu mehr Schäden und damit zu steigenden Belastungen auf der Kostenseite führt.

Der AXA Konzern hat das durch alle diese Themen gekennzeichnete, schwierige Jahr 2010 wirtschaftlich erfolgreich gemeistert. Mit einer Steigerung der Beitragseinnahmen um 1,2 Prozent auf 10,41 Milliarden Euro sind wir weiter gewachsen. Wachstumstreiber waren vor allem die Private Krankenversicherung und der Bereich Vorsorge. Wir haben

damit unsere Position als der viertgrößte Erstversicherer in Deutschland erfolgreich behauptet. Das operative Geschäft ist mit Underlying Earnings von 367 Mio. Euro weiterhin sehr profitabel und das Konzernergebnis hat sich 2010 sogar auf 413 Mio. Euro nahezu verdreifacht. Das verdeutlicht die finanzielle Stabilität des AXA Konzerns – eine Eigenschaft, der Verbraucher nach den Erfahrungen der Finanzmarktkrise zunehmend höhere Bedeutung beimessen.

Wir haben im vergangenen Geschäftsjahr konsequent weiter an der Umsetzung unseres Zieles, „Unternehmen erster Wahl“ zu werden, gearbeitet.

Die Finanzmarktkrise hat die Erwartungshaltung der Kunden an ihre Versicherung auch in anderer Hinsicht nochmals deutlicher verändert. Vor dem Hintergrund eines gewachsenen Bewusstseins für Sicherheit wünschen sie eine bessere Beratung und Betreuung. Zugleich ist die Bereitschaft der Kunden, sich langfristig zu binden, spürbar gesunken und die Forderung nach mehr Flexibilität entsprechend gestiegen. Wer langfristig erfolgreich sein will, muss in der Lage sein, diesen veränderten Bedürfnissen Rechnung zu tragen – einerseits gegenüber den Kunden, aber auch gegenüber seinen Vertriebspartnern, die tagtäglich als erste Ansprechpartner für die Kunden unseren Konzern vertreten. Im Rahmen der Umsetzung unserer Strategie „AXA – erste Wahl“ haben wir so konsequent wie kein anderer Anbieter im deutschen Markt kundenzentriertes Verhalten zum Kern unserer Entwicklung gemacht. Wir haben unsere Organisation schon 2008 nach Kundensegmenten ausgerichtet und dabei tieferes Wissen über die Bedürfnisse unserer Kunden erlangt. Im Geschäftsjahr 2010 haben wir auf dieser Basis unser Beratungs-, Produkt- und Lösungs-

angebot weiterentwickelt und konnten somit auch den veränderten Kundenbedürfnissen Rechnung tragen.

Den Kern bildet unverändert die im vorjährigen Jahresreport ausführlich dargestellte Rundum-Beratung und -Betreuung nach unserem plan360°. Mit diesem ganzheitlichen Ansatz ermitteln wir transparent – gemeinsam mit dem Kunden – für die unterschiedlichen Lebensphasen den Bedarf an Absicherung und Vorsorge. Mit Produkten und Leistungen, die immer öfter die bisher limitierenden Grenzen der klassischen Versicherungssparten überwinden, sind wir zugleich in der Lage, bedarfsorientierte Lösungen anzubieten. Unsere AXA Pflegevorsorge, die Existenzschutzversicherung, die verbesserte Berufsunfähigkeits- und die neue Risikolebensversicherung, die eine gesunde Lebensweise honoriert, sind nur einige Beispiele für neue Produktlösungen, die konsequent aus Kundenperspektive entwickelt wurden.

Die vergangenen Jahre haben eines besonders deutlich gemacht: Nur wer Verantwortung übernimmt, erhält Vertrauen. Schon aus unserem Kerngeschäft heraus, Menschen vor den Auswirkungen von Lebensrisiken zu schützen, übernehmen wir bei AXA Verantwortung für die Gesellschaft und ihre Mitglieder. Unternehmerische Verantwortung ist für die AXA Gruppe fester Bestandteil der Strategie und einer der

Bausteine auf dem Weg, „Unternehmen erster Wahl“ zu werden. Der AXA Konzern hat sich 2010 auf vielfältige Weise engagiert, um seiner Verantwortung gegenüber Kunden und Geschäftspartnern, Mitarbeitern, der Gesellschaft und der Umwelt gerecht zu werden. Als Beispiele seien unser Engagement für mehr Verkehrssicherheit und Hochwasserschutz, vielfältige Maßnahmen zur Verringerung des „ökologischen Fußabdrucks“ oder der Einsatz der Mitarbeiter im Verein „AXA von Herz zu Herz“ genannt. Näheres dazu finden Sie in einem separaten Kapitel dieses Reports.

Wir möchten unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und allen Geschäftspartnern, die mit uns an dem Ziel, „Unternehmen erster Wahl“ zu werden, gearbeitet haben, Dank und Anerkennung aussprechen. Die erfolgreiche Weiterentwicklung unseres Unternehmens ist das Ergebnis ihres Einsatzes und ihrer Leistungsbereitschaft. Ebenso und ganz besonders danken wir allen unseren Kunden, dass sie AXA erneut ihr Vertrauen geschenkt haben. Wir verstehen dies als Aufforderung, kontinuierlich daran zu arbeiten, dieses Vertrauen in uns zu bestätigen.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre.

Ihr AXA Gruppenvorstand

Dr. Frank Keuper

Rainer Brune

Dr. Patrick Dahmen

Thomas Gerber

Wolfgang Hanssmann

Jens Hasselbacher

Dr. Markus Hofmann

Thomas Michels

Ulrich C. Nießen

Dr. Heinz-Jürgen Schwing

Jens Wieland



Strategie und Visionen

- 06 Vom Produkthanbieter zum Lösungsversicherer**
- 08 Mit bester Beratung und Begleitung „Unternehmen erster Wahl“ werden
- 12 Gastbeitrag:
Die Lebensversicherung als Säule der Altersvorsorge

Produkte und Leistungen

- 14 Kunden verstehen, beraten und begleiten**
- 16 Privatkunden
- 20 Firmenkunden
- 24 Ärzte und Heilwesene
- 28 Öffentlicher Dienst



32



44

Nachhaltigkeit und Verantwortung

32 Verantwortung übernehmen

- 34 Corporate Responsibility – Verantwortung übernehmen, Vertrauen gewinnen
- 36 Kunden und Vertriebspartner
- 37 Mitarbeiter
- 38 Lieferanten
- 39 Aktionäre
- 40 Umwelt
- 42 Gesellschaft

Zahlen und Fakten

44 AXA Deutschland im Geschäftsjahr 2010

- 46 Wachstumskurs fortgesetzt und Nettoergebnis deutlich gesteigert
- 56 AXA – ein führender Versicherer in Deutschland
- 58 Gremien des AXA Konzerns
- 61 Impressum

Vom Produktanbieter zum Lösungsversicherer





Mit bester Beratung und Begleitung „Unternehmen erster Wahl“ werden

Die Integration der damaligen DBV-Winterthur in den AXA Konzern hat einen der größten Erstversicherer in Deutschland hervorgebracht. Mit Entstehung dieser „neuen“ AXA hat der Vorstand eine neue Strategie entwickelt, deren Ziel es war und ist, das Unternehmen durch konsequente Kundenorientierung zum „Unternehmen erster Wahl“ zu entwickeln. Im dritten Jahr der kontinuierlichen Umsetzung dieser „AXA – erste Wahl“ genannten Konzernstrategie kann die AXA Deutschland – trotz der massiven Verwerfungen an den Finanzmärkten und der daraus folgenden Wirtschaftskrise – erste Früchte ernten. Die Erfahrungen und Konsequenzen aus der Krise aufgreifend, hat der Konzern jüngst die Intensität der strategischen Initiativen verstärkt, um seine Ziele schneller zu erreichen und die Effizienz des Konzerns weiter zu steigern.

Der Versicherungsmarkt in Deutschland hat sich in den zurückliegenden Jahren deutlich gewandelt. In einem weitgehend gesättigten Markt – das gilt vor allem für die Schaden- und Unfallversicherung – herrscht intensiver Wettbewerb, der vielfach über den Preis ausgetragen wird. Neue Vergleichsmöglichkeiten insbesondere in den neuen Medien bieten den Verbrauchern heute ein nie dagewesenes Maß an Transparenz, die diesen Wettbewerb beschleunigt. Ebenso sind die Wünsche der Kunden individueller und ihr Verhalten hybrider geworden. Einerseits zeigen sie sich sehr preissensibel, andererseits sind sie auf Service und Qualität bedacht. Gleichzeitig haben sich die Erwartungen der Kunden an einen Versicherer oder anderen Finanzdienstleister deutlich verändert. In dem Bewusstsein, dass Lebens- und Erwerbsbiografien häufig nicht mehr so geradlinig verlaufen wie in früherer Zeit, wünschen die Kunden heute zunehmend weniger starre Versicherungsprodukte, sondern flexible Lösun-

gen, die sich an den veränderten Absicherungs- und Versorgungsbedarf ihres Lebens oder ihrer Firma anpassen.

Vom Produktanbieter zum Lösungsversicherer

Der AXA Konzern hat diese Entwicklung früh erkannt und im Rahmen der strategischen Ausrichtung die Erfüllung der Kundenbedürfnisse an die erste Stelle allen Handelns gestellt. Anspruch ist, durch ganzheitliche Lösungen aus Beratung, Produkten und Service die Bedürfnisse der Kunden bei ihrer finanziellen Absicherung zu erfüllen und sich damit eindeutig zu differenzieren. Frank Keuper, Vorstandsvorsitzender der AXA Konzern AG: „Wir wollen als Lösungsversicherer, der an der ganzheitlichen Erfüllung der Kundenbedürfnisse interessiert ist, unseren Kunden bei jedem Kontakt beweisen, dass AXA ihr Vertrauen wert ist.“

Die Erfahrungen der jüngsten Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise haben den AXA Konzern darin bestärkt, mit seiner

Strategie der Kundenzentrierung auf dem richtigen Weg zu sein. Denn durch die Krise ist das Misstrauen der Verbraucher gegenüber der Finanzindustrie gestiegen. Zugleich ist der Wunsch nach Sicherheit gewachsen und damit das Bedürfnis nach einem Partner, der sie versteht und dem sie in Absicherungs- und Vorsorgeangelegenheiten vertrauen können.

Kunden verstehen, bestens beraten und begleiten

Um sein Angebot noch besser auf den Kunden auszurichten, hat AXA die interne Organisation so konsequent wie kein anderer Versicherungskonzern in Deutschland nach vier Kundengruppen aufgestellt: Privatkunden, Firmenkunden, Öffentlicher Dienst (repräsentiert durch die Marke DBV Deutsche Beamtenversicherung) und Ärzte/Heilwesen (Deutsche Ärzteversicherung). Jedes Kundensegment wird von einem funktionsübergreifenden Team geleitet und ist durch einen Vorstand repräsentiert. Diese Struktur

Weil in einer älter werdenden Gesellschaft Fragen der Altersversorgung zunehmende Bedeutung erlangen und Kunden hierzu den höchsten Beratungs- und Betreuungsbedarf signalisieren, hat AXA mit plan360° Ruhestand einen übergreifenden Lösungsansatz rund um alle Fragen der Ruhestandsplanung entwickelt.

erleichtert es enorm, vom Kunden ausgehende Lösungen zu entwickeln und dabei sämtliche Ressourcen des Konzerns zu nutzen. Dabei kann der Konzern nicht nur auf mehr als 160 Jahre Erfahrung als Personen- und Firmenversicherer, regelmäßige intensive Marktforschung und den ständigen Dialog mit den Vertriebspartnern zurückgreifen. Auch die enge Vernetzung und Zusammenarbeit mit Verbänden, Standes- und Berufsorganisationen insbesondere in den Segmenten Öffentlicher Dienst und Ärzte/Heilwesen schaffen für AXA besondere Möglichkeiten, die spezifischen Anliegen der Kunden früh zu erkennen und Lösungen zu entwickeln.

plan360° – Beratung und Begleitung mit System

Am Anfang jeder Kundenbeziehung stehen Bedarfsanalyse und Beratung. AXA hat hierfür mit „plan360°“ ein neuartiges Konzept geschaffen. AXA ermöglicht dem Kunden mit plan360° eine Rundum-Beratung und -Betreuung,

die seine individuelle Lebenssituation oder die Risikosituation seiner Firma analysiert. Gemeinsam mit ihm entwickelt AXA darauf aufbauend einen individuellen Versorgungsplan, der die Dimensionen Existenz sichern, Altersvorsorge gestalten, Vermögen planen und Eigentum schützen umfasst. Mit diesem ganzheitlichen Beratungs- und Betreuungsansatz geht AXA über herkömmliche statische Beratungsansätze hinaus. Denn plan360° bildet die Grundlage für eine regelmäßige Betreuung durch den Vermittler, der seine Kunden damit transparent und nachvollziehbar durch alle Phasen des Lebens hindurch begleiten kann. Unter Berücksichtigung der jeweils individuellen Bedürfnisse existiert ein solcher plan360° für jedes Segment.

Weil in einer älter werdenden Gesellschaft Fragen der Altersversorgung zunehmende Bedeutung erlangen und Kunden hierzu den höchsten Beratungs- und Betreuungsbedarf signalisieren, hat AXA mit plan360°



Ruhestand zusätzlich einen übergreifenden Lösungsansatz rund um alle Fragen der Ruhestandsplanung entwickelt.

Lösungsorientierte Produktentwicklung definiert Maßstäbe neu

Hinter jeder Lösung stehen Produkte, Leistungen und Services. Während in traditionell organisierten Versicherungsunternehmen oftmals die interne Spartenstruktur die Entwicklung wirklich kundenorientierter Produkte und Leistungen limitiert, konnte AXA im abgelaufenen Geschäftsjahr vielfältig die Vorteile der segmentorientierten, spartenübergreifenden Organisation beweisen. Mit der AXA Pflegevorsorge, der Existenzschutzversicherung und dem Kinderschutzpaket entstanden in den vergangenen Monaten Produktangebote, die Leistungsbausteine unterschiedlicher Sparten in sich ver-



einen. Viele dieser neuen Produkte sind inzwischen von unabhängigen Stellen ausgezeichnet worden und haben in Vergleichstest vordere Plätze erreicht. Details zu diesen innovativen Lösungen werden im zweiten Kapitel dieses Berichtes erläutert.

Darüber hinaus hat der AXA Konzern in jüngster Zeit seine Produktpalette überarbeitet und größtenteils stark verbessert. Der Bereich Vorsorge hat sein Produktangebot nahezu vollständig neu gestaltet. So wurden die vielfach ausgezeichneten Berufsunfähigkeits-tarife nochmals verbessert und die Risikolebensversicherung mit Merkmalen versehen, die vor allem eine gesunde Lebensweise durch einen günstigeren Beitrag honoriert. In der Schaden- und Unfallversicherung hat AXA schon vor geraumer Zeit mit der Einführung der dualen Produktpalette seine Innovationskraft unter Beweis gestellt. Mit der integrierten Produktlösung BOXplus und den 2010 neu eingeführten Kraftfahrttarifen mobil

komfort und mobil kompakt schließt AXA hieran erfolgreich an.

Bester Service – auf vielen Wegen erreichbar

Zum Wandel im Versicherungsmarkt gehört auch, dass Kunden jederzeit frei entscheiden wollen, auf welchem Weg sie mit ihrem Versicherer in Kontakt treten. Abhängig von gewünschtem Grad an Beratung, persönlichen Vorlieben, Zeit und Ort wählen sie den Weg über den Vermittler in ihrer Nähe, einen Makler, E-Mail oder Telefon und zunehmend das Internet. Bei AXA ist der vielfältige Zugang zu den Angeboten und Services bereits seit über zehn Jahren fest etabliert. „Mit unserem Multikanalansatz waren wir seinerzeit Vorreiter in dieser Entwicklung. Heute sind Erreichbarkeit, Aufmerksamkeit und Zuverlässigkeit mehr denn je unabdingbare Voraussetzungen für eine vertrauensvolle und beständige Verbindung mit dem Kunden. Wir haben diese Kerneigenschaften fest in unserem Wertesystem verankert“, sagt Keuper.

Die Zufriedenheit von Kunden und Vertriebspartnern mit dem Service der AXA ist Basis für nachhaltigen Geschäftserfolg. AXA misst die Zufriedenheit regelmäßig und passt die Serviceleistungen an. Auch organisatorisch hat AXA dem gestiegenen Servicebewusstsein von Kunden und Vertriebspartnern Rechnung getragen und ein eigenes Ressort „Kunden- und Partnerservice“ eingerichtet. Der Konzern hat im vergangenen Jahr an vielen Stellen an seiner Servicequalität gearbeitet. Die telefonische Erreichbarkeit wurde ebenso verbessert wie die Qualität der telefonischen Auskunft- und Beratungsfähigkeit. Der Bereich Schadenmanagement wurde neu strukturiert und bietet von Assistenzleistungen bis zur Möglichkeit der mobilen Schadenmeldung mit dem iPhone eine Reihe neuer Leistungen. Das neu eingerichtete Beschwerdemanagement zeigt, dass bei AXA Kundenorientierung auch in strittigen Situationen höchste Priorität hat. „Es ist unser Anspruch, unsere Produkt- und Serviceversprechen

„Mit unserem Multikanalansatz waren wir seinerzeit Vorreiter in dieser Entwicklung. Heute sind Erreichbarkeit, Aufmerksamkeit und Zuverlässigkeit mehr denn je unabdingbare Voraussetzungen für eine vertrauensvolle und beständige Verbindung mit dem Kunden. Wir haben diese Kerneigenschaften fest in unserem Wertesystem verankert.“

(Dr. Frank Keuper, AXA Vorstandsvorsitzender)

beweisbar einzuhalten und unsere Kunden überall mit gleich hoher Aufmerksamkeit und Qualität zu bedienen. Natürlich lassen sich strittige Situationen nicht vermeiden. Entscheidend ist aber, dass Beschwerden ernst genommen werden und wir aus ihnen lernen“, betont Keuper und will mit AXA auch beim Kundenservice Maßstäbe neu definieren.

Engagierte Mitarbeiter als Fundament der Strategieumsetzung

Die wertvollste Ressource für den AXA Konzern zur Erreichung des Ziels, Unternehmen erster Wahl zu werden, sind seine kundenorientierten und engagierten Mitarbeiter: Kompetente und motivierte Mitarbeiter und Vermittler sowie verlässliche Führungskräfte sind der Schlüssel zum Erfolg. AXA will nicht nur gegenüber Kunden und Vermittlern den Beweis erbringen, dass sie uns vertrauen können, sondern auch gegenüber den Mitarbeitern. Unternehmen erster Wahl zu werden schließt ein, auch als Arbeitgeber erste Wahl zu sein.

AXA fördert eine offene Kommunikationskultur: Durch turnusmäßig stattfindende Mitarbeiterbefragungen fördert AXA sowohl den regelmäßigen als auch informellen Meinungsaustausch, um über Zufriedenheit und Optimierungsvorschläge informiert zu sein und ein offenes Ohr für die Bedürfnisse der Mitarbeiter zu haben. Gute Mitarbeiter für sich zu gewinnen, zu motivieren und weiterzuentwickeln

sowie eine Unternehmenskultur, die durch Vertrauen, Hilfsbereitschaft und Respekt geprägt ist, unterstützen das Ziel, Unternehmen erster Wahl zu werden.

Finanzielle Stärke auch in veränderten Rahmenbedingungen

So wie die gesamte internationale AXA Gruppe hat auch der AXA Konzern in Deutschland in der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise durch finanzielle Stabilität überzeugt. Auch unter Berücksichtigung der künftigen regulatorischen Rahmenbedingungen, die sich vor allem aus der grundlegenden Reform des Versicherungsaufsichtsrechts in Europa (Solvency II) ergeben, ist der Konzern gut aufgestellt. Kernstück von Solvency II sind die Vorschriften für die Eigenmittelausstattung von Versicherungsunternehmen. Durch seine Einbindung in die weltweite AXA Gruppe und seine breit diversifizierte Basis in Deutschland bietet der Konzern seinen Kunden eine hohe Risikotragfähigkeit, die sich schon heute in hohen Solvabilitätsquoten der Konzerngesellschaften ausdrückt. Vor diesem Hintergrund hat AXA sich als eines der ersten Unternehmen in Deutschland bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) für die Prüfung seines individuellen Modells zur Risikobewertung unter Solvency II angemeldet. „Wir sind uns der Verantwortung, die wir als Versicherer für unsere Kunden und Partner übernehmen, bewusst. Das Fundament dafür bildet unsere ausgeprägte finan-

zielle Stabilität und unser Expertenwissen im Umgang mit Risiken“, betont Keuper. Um die Solvency II Compliance möglichst früh zu erzielen, hat der Konzern ein konzernweites Projektteam aus Experten aller relevanten Fachbereiche gebildet. Mit der Anmeldung zur sogenannten Pre-Application – der Vorphase zur eigentlichen Zertifizierung – ist ein erster wichtiger Meilenstein erreicht worden.

Auch weiterhin wird das Marktumfeld von hoher Volatilität und intensivem Preiswettbewerb gekennzeichnet sein. Um seine Position weiter auszubauen, hat der Konzern zudem begonnen, seine Prozesse entlang der Wertschöpfungsketten zu analysieren. Dabei wird jeder Prozess auf unnötige Komplexität und kostentreibende Faktoren hin überprüft und gegebenenfalls angepasst. Dadurch sollen die Leistungen schneller und effizienter erbracht werden. Ziel ist es, durch intelligentes Kostenmanagement bei gleichzeitigen Investitionen in die Zukunft die Effizienz zu steigern. Keuper: „Unsere Bemühungen tragen Früchte und der Konzern entwickelt sich in die richtige Richtung. Wir werden nicht nachlassen, unseren Konzern zum „Unternehmen erster Wahl“ weiterzuentwickeln und einen Versicherer zu schaffen, bei dem sich Kunden gut aufgehoben fühlen, mit dem Vertriebspartner gerne arbeiten, der seine Verantwortung auch gegenüber der Gesellschaft wahrnimmt und auf den die Mitarbeiter stolz sein können.“

Die Lebensversicherung als Säule der Altersvorsorge

Gastbeitrag von Prof. Dr. Fred Wagner, Professor für Versicherungsbetriebslehre und Direktor des Instituts für Versicherungslehre an der Universität Leipzig

Deutschland steht vor tiefgreifenden Veränderungen demografischer Rahmenbedingungen. Die Bevölkerung schrumpft und altert. Mit einer konstant bleibenden Geburtenrate von etwa 1,4 Kindern pro Frau, einer Verlängerung der Lebenserwartung auf 89 (Frauen) bzw. 85 (Männer) Jahre und einem fast ausgeglichenen Wanderungssaldo werden bis zum Jahr 2060 nur noch etwa 64,7 Mio. Menschen in Deutschland leben. Dabei wird die Altersgruppe der 20- bis 60-Jährigen von derzeit etwa 57 % auf 45 % sinken, während der Anteil der über 60-Jährigen von circa 25 % auf 39 % steigen wird. Im Jahr 2060 werden etwa 9,1 Mio. Menschen in Deutschland über 80 Jahre alt sein.¹ Das hat tief greifende Auswirkungen auf die Sozialversicherungssysteme.

Die umlagefinanzierte soziale Rentenversicherung wird nicht nachhaltig auf dem bisherigen Leistungsniveau zu erhalten sein – vorausgesetzt, die Beiträge sollen bezahlbar bleiben. Es gibt nur drei Auswege: (1) höhere Beitragsätze, alternativ eine Verbreiterung der Finanzierungsgrundlagen auf weitere Einkommensarten, jedenfalls drastisch steigende Einzahlungen in die gesetzliche Rentenversicherung, (2) drastisch sinkende Rentenhöhen und/oder (3) drastisch längere Lebensarbeitszeiten.

In der Realität wird es zu einer Mischung aus diesen Varianten kommen müssen, um die gesetzliche Rentenversicherung nachhaltig zu sanieren. Eine höhere Staatsfinanzierung der Rentenversicherung aus Steuermitteln oder durch Schuldenaufnahme ist keine wirkliche Alternative; denn auch diese müsste gegenfinanziert werden – entweder durch Steuererhöhungen, was steigenden Einzahlungen in die Rentenversicherung gleichkäme, oder durch zusätzliche Schuldenaufnahmen, die am Ende auf dem Rücken nachfolgender Generationen erfolgen würden.

Auf die soziale Pflegeversicherung kommen ebenfalls dramatische Verhältnisse zu. Unstrittig korreliert die Pflegebedürftigkeit hoch mit dem Lebensalter. Im Alter von 80 – 85 liegt die Pflegewahrscheinlichkeit nach aktuellen Zahlen bei etwa 20 %, im Alter 85 – 90 bei 37 % und im Alter über 90 bei 60%.² Für das Jahr 2050 werden in Deutschland nach absoluten Zahlen zwischen 4 und 4,7 Mio. Pflegebedürftige prognostiziert.³ Die Finanzierungsfrage stellt sich daher in der Pflegeversicherung im Grunde analog wie in der Rentenversicherung.

Die Versorgungslücken werden unweigerlich steigen, wenn die Alters- und Pflegeversorgung allein oder weitest-

gehend auf den umlagefinanzierten gesetzlichen Versicherungssystemen basiert. Wie keine andere Branche ist die private Lebensversicherung dazu fähig und prädestiniert, diese Versorgungslücken zu schließen. Mit ihren Produkten und Angeboten stellt die Lebensversicherung in Deutschland seit jeher eine tragende Säule der Altersvorsorge dar, die von der Bevölkerung auch bereits substantiell genutzt wird:

- Knapp 38 Mio. Haushalte in unserem Land verfügen über mindestens einen Lebensversicherungsvertrag (Stand: 2009).⁴
- In die Lebensversicherung fließen jährlich rund 85 Mrd. Euro an Prämien (Stand: 2009),⁵ das sind über 1.000 Euro pro Person, wenn die Gesamtbevölkerung zugrunde gelegt wird – einschließlich der jüngst neu geborenen Kinder und der ältesten Menschen in Deutschland, die kaum schon/noch über einen Lebensversicherungsvertrag verfügen. Die tatsächliche durchschnittliche Beitragszahlung dürfte damit noch wesentlich höher ausfallen.
- Aus der Lebensversicherung wurden 2009 fast 49 Mrd. Euro an Versicherungsleistungen bezahlt,⁶ vorwiegend zum Zweck der Alters- und Hinterbliebenenversorgung.

¹ Vgl. Statistisches Bundesamt (Hrsg.): 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung, Variante 1-W1, URL: <http://www.destatis.de/bevoelkerungspyramide/>, (Abruf: 28. April 2011).

² Vgl. Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2008): Datenreport 2008 – Ein Sozialbericht für die Bundesrepublik Deutschland, S. 243.

³ Vgl. Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (Hrsg.): Zukunft der Pflege, S. 12.

⁴ Vgl. Knospe, J. (17/2009): Keine Abstriche beim Versicherungsschutz, in: VW, 64. Jg., S. 1319.

⁵ Vgl. Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (Hrsg.): Statistisches Taschenbuch der Versicherungswirtschaft 2010, Tabelle 4.

⁶ Vgl. BaFin (Hrsg.): Statistik der BaFin, Erstversicherungsunternehmen 2009, Tabelle 140 http://www.bafin.de/clin_171/nn_722564/DE/Service/Statistiken/st__erstvu.html (Abruf:

28. April 2011). Anmerkung: Dabei bleiben vorzeitige Leistungen sowie ausgezahlte Überschussguthaben unberücksichtigt. Der Gesamtbetrag der ausgezahlten Versicherungsleistungen an die Versicherungsnehmer beträgt 70,8 Mrd. Euro. (Quelle: Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (Hrsg.): Statistisches Taschenbuch der Versicherungswirtschaft 2010, Tabelle 34.)

„Die Versorgungslücken werden unweigerlich steigen, wenn die Alters- und Pflegeversorgung allein oder weitestgehend auf den umlagefinanzierten gesetzlichen Versicherungssystemen basiert. Wie keine andere Branche ist die private Lebensversicherung dazu fähig und prädestiniert, diese Versorgungslücken zu schließen.“

Prof. Dr. Fred Wagner



- Zur Deckung künftiger Leistungsausgaben verwalten die privaten Lebensversicherer für ihre Kunden schon heute rund eine dreiviertel Billion Euro an Kapitalanlagen.⁷ Die Lebensversicherung ist damit nach dem Kapitaldeckungsverfahren, genauer nach dem sogenannten Anwartschaftsdeckungsverfahren finanziert, das (anders als das Umlageverfahren in der gesetzlichen Rentenversicherung) weitestgehend demografieresistent die Leistungsversprechen der Zukunft sichert, weil das Geld bereits vorhanden ist und besonders sicher (deckungsstockfähig!) an den Kapitalmärkten für die Kunden angelegt wird.

Mit den Produkten und Leistungen zur Altersversorgung einschließlich der Hinterbliebenenversorgung, zur Absicherung gegen die Berufs- und Erwerbsunfähigkeit sowie gegen das Pflegerisiko erfüllt die Lebensversicherung

die gesellschaftlichen Aufgaben der Lebensversicherungswirtschaft einen gesellschaftlichen Auftrag, der vor dem Hintergrund der zunehmenden Problemlagen in den gesetzlichen Versicherungssystemen immer bedeutsamer wird. Dazu werden langfristige Anspar- und Entsparvorgänge, die vielfach durch Garantien einschließlich Zinsgarantien unterlegt sind, mit biometrischen Absicherungen kombiniert. Im Vergleich zu anderen privaten Versorgungsträgern sind nur die Versicherer in der Lage, biometrische Risiken, wie vorzeitigen Tod, überlanges Leben, Berufs- und Erwerbsunfähigkeit sowie die Pflege, abzusichern.

Die Erfüllung des gesellschaftlichen Auftrags durch die Lebensversicherungswirtschaft ist im Interesse aller. Dazu zählen vornehmlich die Kunden, verallgemeinert die Bevölkerung, deren Vorsorgeprobleme gelöst werden. Dies wiederum dient im besten Sinne dem Verbraucherschutz. Auch der Staat wird unterstützt, zu dessen Kernaufgaben die Sicherung und Wahrung der Belange in der Bevölkerung gehört; denn die Lebensversicherungswirtschaft flankiert die soziale Alters-, Hinterbliebenen- und Pflegeversorgung und hilft diese zu sichern. Daran dürfte

auch die Politik ein zentrales Interesse haben, die auf Nachhaltigkeit ausgerichtet ist und langfristig wirkende Rahmenbedingungen schaffen möchte, unter denen die Versorgung der Bevölkerung auch bei den gegebenen demografischen Rahmenbedingungen gewährleistet werden kann.

In der Altersversorgung muss eine garantierte lebenslange Rente das Hauptziel und die Kernleistung der Lebensversicherung bleiben. Renditeerwägungen mögen die Attraktivität der Lebensversicherungsprodukte aus Kundensicht beeinflussen, und garantierte Zinssätze, die über lange Zeiträume von keiner anderen Branche ähnlich wie der Lebensversicherungswirtschaft geboten werden, mögen die Leistungsfähigkeit der Produkte und Anbieter in der Lebensversicherung besonders unterstreichen. Allerdings sollten die Renditeüberlegungen nicht im Vordergrund stehen. Maßgeblich sind die Sicherheit der Altersversorgung und die Absicherung gegen die Lebensrisiken ihrer Kunden, die von den privaten Lebensversicherern bis heute und in der absehbaren Zukunft wie von keiner anderen Branche erbracht werden können.

⁷ Vgl. BaFin (Hrsg.): Kapitalanlagen der Erstversicherer – 4. Quartal 2010, http://www.bafin.de/nn_722754/SharedDocs/Veroeffentlichungen/DE/Unternehmen/VersichererUndPensionsfonds/Kapitalanlagen/Statistiken/stat_kapitalanlagen_4q2010.html (Abruf: 28. April 2011).

Kunden verstehen, beraten und begleiten







Privatkunden

Existenzschutzversicherung

Für Berufstätige ist die Absicherung des Einkommens von elementarer Bedeutung. Denn wer heute berufsunfähig wird, kann nur mit wenig staatlicher Unterstützung rechnen. Erste Wahl ist eine Berufsunfähigkeitsversicherung, denn nur sie sichert für den Fall ab, dass der eigene Beruf nicht mehr ausgeübt werden kann. Nicht jeder hat aber die finanziellen Möglichkeiten oder erfüllt die gesundheitlichen Voraussetzungen, um eine solche Police abzuschließen. AXA bietet mit der 2010 eingeführten neuen Existenzschutzversicherung jetzt eine günstige Alternative. Sie zahlt dem Versicherungsnehmer eine monatliche Rente, wenn er nach einem Unfall zu 50 Prozent oder mehr invalide ist, wenn ein wichtiges Organ geschädigt ist, wenn er nicht mehr sehen, hören oder sprechen kann oder ab Pflegestufe I pflegebedürftig wird.

Vorsorge-Produktpalette „runderneuert“

Der Vorsorgebedarf und das Vorsorgeverhalten der Deutschen haben sich in den vergangenen Jahren gewandelt, sei es durch veränderte Lebens- und Berufssituationen, demografische Entwicklung oder unter dem Eindruck der Finanzmarktkrise. AXA entwickelt deshalb das Vorsorgeangebot Schritt für Schritt weiter und stellt sich breiter auf. Dies zeigt sich unter anderem durch deutlich verbesserte Leistungen in der Berufsunfähigkeitsvorsorge, Erweiterungen in der Fondspalette und neuen Investmentideen in der Fonds-Rente sowie der Einführung einer klassischen Riester-Rente für Kunden, die konventionelle Produkte wünschen. Anfang 2011 ist eine verbesserte Risikolebensversicherung hinzugekommen, bei der maßgeblich eine nachhaltige gesunde Lebensweise die Höhe der zu zahlenden Beiträge bestimmt.



Krafftfahrtversicherung mobil

Mit den Tarifen mobil komfort und mobil kompakt bietet AXA für jeden Autobesitzer den passenden Versicherungsschutz. Das neue Leistungsversprechen im Tarif mobil komfort setzt dabei ein Zeichen in Sachen Kundenservice: Verbessert AXA den Versicherungsschutz in neueren Tarifen, gilt diese Änderung automatisch für bestehende Verträge – ohne Kosten und ohne dass sich der Versicherungsnehmer darum kümmern muss. Auch andere Leistungen und Services wurden in den beiden neuen Tarifen weiterentwickelt: So sind sogenannte Eigenschäden mitversichert und eine Fahrerschutzversicherung bietet finanzielle Sicherheit, wenn der Fahrer sich bei einem selbst- oder mitverschuldeten Unfall erheblich verletzt. Mit dem Schadenservice Spezial gewährleistet AXA außerdem einen schnellen und reibungslosen Ablauf aller Reparaturen am Auto.

Kinderschutzpaket

Eltern wollen ihre Kinder rundum vor Gefahren schützen. Besonders fürchten sie das Risiko von Unfällen. Bleibende körperliche oder geistige Beeinträchtigungen sind aber viel häufiger auf Erkrankungen zurückzuführen. AXA hat die Bedürfnisse und Sorgen junger Familien untersucht und mit dem im Mai 2011 eingeführten Kinderschutzpaket ein Produkt entwickelt, das beides bietet: umfassenden Schutz gegen die Folgen von schweren Krankheiten und Unfällen. Eine lebenslange monatliche Rente sowie ein einmaliger Kapitalbetrag von 50.000 Euro federn die einmaligen und laufenden Kosten für Behandlung, Pflege und Lebensführung ab. Durch ein zielgerichtetes Reha-Management sorgt AXA zudem dafür, dass das Kind später in Schule und Beruf wieder Fuß fassen kann. Abgerundet wird das Paket durch zahlreiche Serviceleistungen wie eine Kinderbetreuung im Notfall oder einen Erste-Hilfe-Kurs am Kind. Wegen seiner hohen Familienfreundlichkeit empfiehlt die Deutsche Familienstiftung das Kinderschutzpaket.

Privatkunden: Rundum-Beratung und Lösungen für jede Lebensphase

Im Geschäft mit Privatkunden steht AXA für Versicherungs- und Vorsorgelösungen, die auf die Bedürfnisse und Risiken der zahlenmäßig größten Kundengruppe zugeschnitten sind. Dabei orientiert sich der Konzern an den verschiedenen Lebensphasen der Kunden, die von der Familiengründung über den Einstieg in die Berufswelt und das Erwerbsleben bis hin zum Eintritt in den Ruhestand reichen. Die Arbeit im Segment ist konsequent auf die Bedürfnisse von Privatkunden ausgerichtet. Diese erwarten von ihrem Versicherer zunehmend ganzheitliche Lösungen statt einzelner Produkte. Dem kommt AXA mit dem Rundum-Beratungsansatz plan360° entgegen, der den Kunden die bedarfsgerechte Absicherung in jeder Lebensphase garantiert. Darüber hinaus hat der AXA Konzern auf die sich verändernden Bedürfnisse dieser Kundengruppe im Jahr 2010 mit einer Vielzahl von Produktneuerungen und -verbesserungen reagiert.

Das Segment Privatkunden bei AXA arbeitet ständig an neuen, spartenübergreifenden Ideen und zielgruppenspezifischen Lösungen, mit denen Kunden ihre Risiken absichern, ihre Vermögenswerte schützen und ausbauen sowie für das Alter vorsorgen können. Am Anfang der Kundenbeziehung steht eine ganzheitliche Bedarfsanalyse nach plan360°. Darauf basierend wird gemeinsam mit dem Kunden ein Vorsorge- und Absicherungspaket geschnürt, das sich flexibel an Veränderungen anpasst und damit den Anforderungen nicht nur von heute, sondern auch von morgen gerecht wird. Ziel ist eine möglichst lebenslange Begleitung und Betreuung der Kunden in allen Vorsorge- und Absicherungsfragen. „Unser Ziel ist es, aus Kundenperspektive einfach an mehr zu denken als andere Anbieter, so dass sich unsere Kunden rundum gut aufgehoben fühlen. Eine große Herausforderung, der wir uns mit Überzeugung und viel Engagement stellen“, sagt Thomas Gerber, im Gruppenvorstand der AXA Deutschland für das Segment Privatkunden verantwortlich.

Zahlreiche Befragungen von Kunden und viele Gespräche mit Vertriebspartnern haben gezeigt, dass die meisten Privatkunden zu bestimmten Zeitpunkten im Leben das Bedürfnis haben, ihre finanzielle Absicherung und Vorsorge ganzheitlich neu zu ordnen. Typische Zeitpunkte dafür sind der Start in das Berufsleben, die Gründung einer Familie und die Vorbereitung auf den Ruhestand. AXA hat sich bei der Einführung des Rundum-Beratungsansatzes zunächst auf die Ansprüche, Wünsche und Bedürfnisse der zahlenmäßig wachsenden Generation 55plus konzentriert und den plan360° Ruhestand geschaffen. Mit dem plan360° Familie und dem plan360° Berufswelt baut AXA im laufenden Jahr den Beratungsansatz auf weitere Zielgruppen aus.

Gerade für Eltern ist es wichtig zu wissen, welchen Versicherungsschutz sie für ihre Kinder und die gesamte Familie benötigen. Deshalb führt AXA mit dem plan360° Familie eine Rundum-Beratung ein, die Kindern und Eltern eine finanziell sorgenfreie Zukunft ermöglicht. Wie sichern wir uns bei Krankheit, Unfall oder Behinderung

ab? Wie finanzieren wir die Ausbildung der Kinder? Ist unser Eigentum ausreichend abgesichert? Wie erreichen wir ein lebenslanges Einkommen im Alter? Das sind nur einige der Fragen, die sich Familien stellen und auf die sie mit dem plan360° Familie eine Antwort bekommen.

Für Berufstätige steht die Frage im Vordergrund, wie sie mit rechtzeitiger finanzieller Planung den gewohnten Lebensstandard nachhaltig sichern und an neue Anforderungen anpassen können. plan360° Berufswelt geht nicht nur auf das richtige Rentenmodell für die Zeit nach dem Berufsausstieg ein, sondern bietet insbesondere auch Lösungen zur Einkommenssicherung bei einer Berufsunfähigkeit an.

Existenzsicherheit – ein Leben lang

Vor dem Fall von Berufsunfähigkeit oder Pflegebedürftigkeit haben sich bisher weniger als 25 Prozent aller Haushalte privat geschützt. Dabei reichen für die meisten die staatlichen Leistungen im Ernstfall bei weitem nicht aus, um die notwendigen Ausgaben zu decken. Umso mehr gilt, für



beide Risiken frühzeitig Vorsorge zu treffen. Das Risiko, wegen Krankheit seinen Beruf nicht mehr ausüben und kein Arbeitseinkommen mehr erzielen zu können, deckt die Berufsunfähigkeitsversicherung. AXA hat die Berufsunfähigkeitsversicherung im vergangenen Jahr umfassend überarbeitet und wurde dafür im Rating vom unabhängigen Analysehaus Morgen & Morgen mit der Höchstwertung von fünf Sternen ausgezeichnet. Für alle diejenigen, für die der Abschluss einer Berufsunfähigkeitsvorsorge aus finanziellen oder gesundheitlichen Gründen nicht infrage kommt, hat AXA als Alternative die Existenzschutzversicherung (siehe Seite 16) als Basisschutz entwickelt.

Pflegevorsorge von AXA setzt neue Maßstäbe im Markt

In einer alternden Gesellschaft werden immer mehr Menschen pflegebedürftig. Aktuell gibt es in Deutschland rund 2,4 Millionen Pflegebedürftige. Prognosen zufolge dürften es in 20 Jahren bereits 3,4 Millionen sein. Ab dem 85. Lebensjahr ist bereits fast jeder Dritte pflegebedürftig. Gleichzeitig nimmt die Zahl der jungen Menschen seit Jahren kontinuierlich ab. Wie können vor diesem Hintergrund wachsende Pflegekosten finanziert werden? AXA hat auf Basis umfangreicher Marktforschung drei innovative Pflegevorsorge-Produkte entwickelt, die im Markt selten zu findende Leistungsmerkmale besitzen. Dazu gehören zum Beispiel die Beitragsbefreiung schon ab Pflegestufe I oder Leistungen schon vor der Pflegestufe I. Einige Lösungen waren am Markt bisher gar nicht erhältlich. Dazu zählen die für Familien konzipierte generationenübergreifende Pflegeabsicherung und die Förderung

von gesundheitsbewusstem Verhalten als Bestandteil der Pflegevorsorge. Die praktische Hilfe für Betroffene übertrifft den sonst am Markt angebotenen Umfang deutlich.

Zusätzlich hat AXA im vergangenen Jahr ein Internet-Pflegeportal ins Leben gerufen, das Interessierten eine große Bandbreite an Informationen zur Verfügung stellt. Auf www.axa-pflegewelt.de lassen sich verschiedene Themengebiete abrufen – von der richtigen Vorsorge mit einer gesunden Ernährung und regelmäßiger Bewegung über Pflegeformen und Varianten der Pflegeversicherung bis hin zu Hilfen bei der Antragstellung, Informationen zu Anlaufstellen und weiterführenden Links.

Einblicke ins Thema Ruhestand

Das „AXA Ruhestand-Barometer“ untersuchte 2010 zum fünften Mal in Folge, welche Erwartungen, Wünsche und Einstellungen Erwerbstätige und Ruheständler bezüglich des Lebensabschnitts Ruhestand haben. Die repräsentative, internationale Studie wurde im Auftrag von AXA von der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) in insgesamt 13 Ländern durchgeführt. Besonders interessant: Das Wissen um ihr Renteneinkommen ist bei den befragten Deutschen im Vergleich überdurchschnittlich gut. Auch das Bewusstsein darüber, dass privat vorgesorgt werden muss, ist vorhanden. Aber: 54 Prozent der befragten deutschen Erwerbstätigen haben bislang keine private Altersvorsorge. 34 Prozent der Befragten planen, erst im Alter von durchschnittlich 48 Jahren mit der Vorsorge starten zu wollen. Das ist aber viel zu

spät, um in den verbleibenden Jahren bis zum Ruhestand noch ausreichend Kapital ansparen und vom Zinseszins-effekt profitieren zu können. Zumal die Deutschen im Ländervergleich nicht zu den fleißigen Altersvorsorge-Sparern gehören: Im Durchschnitt legen sie jährlich nur rund 3.900 Euro für die Altersvorsorge zurück. Damit liegen sie international auf dem vorletzten Platz. Jeder fünfte Deutsche gibt sogar an, gar nicht für das Alter vorzusorgen.

Serviceorientiert: Zulagenaktion bei Riester

Über 14 Millionen Menschen „riestern“. Sie haben eine private Altersvorsorge gewählt, bei der der Staat durch Zulagen und Steuervorteile kräftig mithilft. Doch immer noch verschenken viele Riester-Sparer Geld, weil sie ihren Antrag für die staatlichen Zulagen nicht rechtzeitig stellen. Diese Kunden unterstützt AXA bereits im dritten Jahr erfolgreich mit einer breit angelegten Service-Aktion. Dadurch konnte für mehr als 10.000 Kunden die noch nicht beantragte staatliche Förderung fristgerecht sichergestellt werden.

Starke Partnerschaft für die Zukunft

Der AXA Konzern und die Santander Consumer Bank haben 2010 vereinbart, Versicherungsprodukte von AXA über das Filialnetz der Santander zu vertreiben. Damit setzt AXA den 2007 mit der SEB Bank begonnenen Vertrieb von Versicherungsprodukten über den Bankschalter mit dem neuen Partner Santander fort, der das Privatkundengeschäft der SEB übernommen hatte. Der Schwerpunkt der Angebote liegt bei Produkten für die private Altersvorsorge.



Firmenkunden

BonLine R und BonLine M

Wenn es um Liquidität geht, hat jedes Unternehmen individuelle Ansprüche. In jedem Fall ermöglichen finanzielle Spielräume flexibles und gleichzeitig sicheres Wirtschaften. Ergänzend zum Kreditrahmen der Hausbank können Unternehmen deshalb mit einer Bürgschaft zusätzlichen Finanzbedarf decken. AXA unterstützt Firmenkunden des Bauhaupt- und Bauneben-gewerbes mit verschiedenen Bürgschaftsversicherungsgewissen wie den 2010 optimierten Rahmenprämienprodukten BonLine R und BonLine M. Erstmals erreicht AXA durch bonitätsabhängige Nachlässe eine Flexibilisierung der Produktinhalte und kann somit an Bedarf und Budget orientierte Leistungen für Unternehmen anbieten.

Druck-Police

Die rasante Entwicklung der Druck- und Verarbeitungstechnik eröffnet Druckereibetrieben und der papierverarbeitenden Industrie eine Reihe neuer Produktionsmöglichkeiten. Zunehmende Technisierung bedeutet aber auch erhöhte Risiken und steigende Anforderungen an den Versicherungsschutz. Ob Bedienungsfehler, Kurzschluss oder Datenverlust durch Übertragungsfehler – fallen Maschinen in einer Druckerei aus, sind kostspielige Reparaturen, Betriebsunterbrechungen oder Ertragsausfälle die Folge. Mit der Druck-Police als pauschaler Maschinen- und Elektronikversicherung führte AXA 2010 eine branchenspezifische Komplettlösung für Technik, Software und Daten ein. Sie versichert alle maschinellen und elektronischen Anlagen der technischen und kaufmännischen Betriebseinrichtung. AXA stellt damit einmal mehr das Know-how im Bereich Spezialversicherungen für Unternehmen unter Beweis.



Betriebliche Krankenversicherung

Mit der betrieblichen Krankenversicherung von AXA können sich Unternehmen über den üblichen sozialen Rahmen hinaus für ihre Mitarbeiter engagieren, indem sie einzelne Zusatzleistungen oder kompletten Rundum-Schutz als attraktive Boni mit erlebbarem Mehrwert einsetzen. Angesichts des akuten Fachkräftemangels unterstützen die Produkte FlexMed und FlexMed Premium von AXA so die Möglichkeit, qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen und langfristig zu binden. Ob Zuzahlungen für Sehhilfen, Zahnbehandlungen oder ergänzende Vorsorgeleistungen – die frei kombinierbaren Gesundheitsbausteine von FlexMed lassen sich je nach Firmenbedarf ausgestalten und zusammensetzen. Von der exzellenten medizinischen Versorgung und sofortigem Privatpatienten-Status für ambulante und stationäre Behandlung profitieren Top-Arbeitnehmer bei FlexMed Premium.

bAV-RentePlus

Durch die Kürzung der Leistungen der gesetzlichen Rentenversicherung gewinnt der Aufbau einer zusätzlichen Altersvorsorge an Bedeutung. Für die vom Staat geförderte betriebliche Altersvorsorge bietet AXA maßgeschneiderte Lösungen, von denen Arbeitgeber und -nehmer gleichermaßen profitieren. Eine Innovation unter den konventionellen Rentenversicherungen ist die „bAV-RentePlus“. In einem konzern-eigenen Konsortium wurde eigens für die betriebliche Altersvorsorge ein Produkt entwickelt, welches die finanzielle Stärke der Pro bAV Pensionskasse mit der Flexibilität des Lebensversicherers DBV kombiniert. Die „bAV-RentePlus“ gewährleistet hohe Garantien und Überschussleistungen auf überdurchschnittlichem Niveau. 2010 wurde das Produkt erfolgreich für die Rückdeckung von Versorgungszusagen und Unterstützungskassen eingeführt, seit April 2011 ist es auch als Direktversicherung für eine breite Masse an Arbeitnehmern verfügbar.

Maßgeschneiderte Konzepte und Schutz für Unternehmen

Jedes Unternehmen ist einzigartig und hat spezifische Anforderungen an bedarfsgerechten Schutz. Das Segment Firmenkunden von AXA konzentriert sich deshalb auf passgenaue Versicherungslösungen für Unternehmen, deren Mitarbeiter und die private Absicherung von Firmeninhabern. Dabei standen 2010 ganzheitliche, individuelle Konzepte wie plan360° Firmen im Vordergrund, der den Rund-Beratungsansatz verfolgt. Zusätzlich wurde das Portfolio an branchenspezifischen Spezialversicherungen ausgebaut und um weitere Lösungen betrieblicher Altersversorgung und betrieblicher Krankenversorgung ergänzt. Sehr erfolgreich verlief im vergangenen Jahr die Einführung der „Schwerpunktagenturen Firmen“. Sie bilden den Ausgangspunkt für ein flächendeckendes Netz von auf Firmenversicherungen spezialisierten Ansprechpartnern für Unternehmen. Damit steigert AXA nachhaltig die Beratungsqualität im Segment Firmenkunden und festigt die Position als starker Partner für Unternehmen.

Mit Beitragseinnahmen von 3,1 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2010 repräsentiert das Segment Firmenkunden 30 Prozent der Einnahmen des AXA Konzerns. Durch den stetigen Ausbau der Fachkompetenzen im Segment Firmenversicherungen, die Verbesserung der Servicequalität und die sinnvolle Erweiterung des Produktportfolios ist es gelungen, die Position im deutschen Firmenversicherungsmarkt zu festigen.

AXA hat zeitnah auf die wachsende Kundennachfrage nach individuell anpassbaren Versicherungskonzepten mit modularem Aufbau reagiert und mit plan360° Firmen eine Beratungsstrategie aus dem Privatkundenbereich erfolgreich für das Firmenkundengeschäft adaptiert. „Wir haben unsere ganzheitlichen Konzepte mit Modulstruktur zu einem klaren Wettbewerbsvorteil entwickelt“, erklärt Dr. Markus Hofmann, im Vorstand des AXA Konzerns für das Segment Firmenkunden verantwortlich. „2011 werden wir diese weiter ausbauen. So bleiben wir ein wichtiger und beständiger Partner für Unternehmen.“

Ein Netz aus Kompetenz: Schwerpunktagenturen Firmen

Der Fokus der Entwicklungen lag auch im Geschäftsjahr 2010 auf dem Full-Service-Beratungsansatz plan360° Firmen, dessen Pilot aus dem Vorjahr AXA erfolgreich weiterführte. Er bietet ganzheitliche Beratung rund um alle relevanten Aspekte des Versicherungsschutzes – von der individuellen Absicherung unternehmensspezifischer Risiken bis hin zum Schutz des Unternehmers und dessen Familie. Durch die strukturierte Herangehensweise können außerdem überflüssige Deckungen und Überschneidungen erkannt werden, was optimalen Schutz zu einem fairen Preis ermöglicht. Anknüpfend an diese Erfolge, werden 2011 weitere Agenturen im Bereich plan360° Firmen geschult.

Besonders durch zahlreiche branchenspezifische Lösungen hat sich AXA als Spezialversicherer und Partner für Unternehmen etabliert. Die Experten von AXA aus unterschiedlichen Fachrichtungen gewährleisten ein umfassendes Verständnis für die individuellen Bedürfnisse von Unter-

nehmen und können mit plan360° Firmen bedarfsgerechten Versicherungsschutz für Unternehmen aller Branchen aus einer Hand anbieten.

Eine breite Produktpalette mit zahlreichen Kombinations- und Individualisierungsmöglichkeiten erfordert besonderes Know-how in der Beratung. AXA hat deshalb 2010 begonnen, sogenannte „Schwerpunktagenturen Firmen“ zu identifizieren. Diesen 560 Versicherungsagenturen stellt AXA ausgesuchte Services und Tools für die Kundenberatung zur Verfügung, um sie in der Beratung von Unternehmen vor Ort noch besser unterstützen zu können.

Fortschritte bei betrieblichen Versicherungslösungen

Der Erfolg eines Unternehmens hängt entscheidend von dessen Mitarbeitern ab. Besonders in Zeiten des akuten Fachkräftemangels und des zunehmenden „War for talents“ können sich Unternehmen mit Angeboten betrieblicher Vorsorge und Versorgung als attraktive Arbeitgeber positionieren und somit

hochqualifizierte Mitarbeiter gewinnen und langfristig binden. Mit der betrieblichen Krankenversorgung von AXA haben Arbeitgeber die Möglichkeit, sich von ihren Wettbewerbern zu differenzieren und ihrem Personal einen Vorteil mit attraktivem Stellenwert zu gewähren. Neben klassischen Gruppenverträgen in der privaten Krankenversicherung bietet AXA seit 2010 die Produktfamilie FlexMed an. Sie kombiniert verschiedene Kranken-Zusatzleistungen in Form einzelner, frei wählbarer Gesundheitsbausteine, die individuell an die Anforderungen und das vorhandene Budget des Unternehmens angepasst werden können. Darüber hinaus gewährt FlexMed Premium wertvollen Mitarbeitern sofortigen Privatpatientenstatus und erstklassige medizinische Versorgung. Mit FlexMed Premium hat AXA eine arbeitgeberfinanzierte Krankenzusatzversicherung im Angebot, deren Ausgestaltung einzigartig im deutschen Markt ist.

Um den Wachstumsmarkt „betriebliche Altersversorgung“ noch professioneller zu bedienen, hat AXA im vergangenen Jahr die dafür notwendigen Kompetenzen des Konzerns in einem neu gegründeten Geschäftsfeld gebündelt. Das umfangreiche

Produktangebot in allen fünf Durchführungswegen der betrieblichen Altersversorgung wird damit um notwendige Zusatzleistungen wie zum Beispiel die Erstellung von Bilanzgutachten oder rechtlichen Rat durch eine spezialisierte Rechtsabteilung ergänzt. Mit der professionellen und flexiblen Verwaltung der Versorgungswerke hat der Arbeitgeber einen Partner zur Seite, der das Handling der Verträge einfach und sicher gestaltet. Ob Direktversicherung, Pensionskasse, Unterstützungskasse, Direktzusage oder Pensionsfonds – AXA unterstützt Unternehmen kompetent mit ausgezeichneter Beratung. Das bestätigt das Institut für Vorsorge und Finanzplanung IVFP, welches Anfang 2011 die Kompetenz von AXA im Bereich betriebliche Altersversorgung in allen untersuchten Kategorien mit der Bestnote „exzellent“ prämierte. Viele Kunden haben die Qualität der AXA als bAV-Versicherer ebenfalls erkannt, wie die signifikante Beitragssteigerung von 11 Prozent im Jahr 2010 in diesem Bereich eindrucksvoll belegt.

Private Versicherungsangebote für Unternehmer

Unternehmer tragen Risiken sowohl für ihr Unternehmen als auch für

sich selbst und die eigene Familie. Selbstständige müssen sich neben der Versorgung der Mitarbeiter auch um ihre private Vorsorge kümmern. Denn es ist wichtig, im Fall eines Unfalls, einer schweren Krankheit sowie im Alter finanziell abgesichert zu sein. AXA bietet mit dem Beratungsansatz plan360° neben maßgeschneiderten Versicherungskonzepten zum Schutz der unternehmerischen Existenz auch unterschiedliche Leistungen zur Absicherung für den Unternehmer selbst und seine Familie. Dabei sind die Lösungen stets flexibel, so dass zum Beispiel die finanzielle Belastung des Unternehmers durch überschaubare Beiträge stets kalkulierbar bleibt und Steuervorteile durch individuelle jährliche Zuzahlungen optimal genutzt werden können. Im breiten Produktportfolio von AXA gibt es zahlreiche Lösungen, die auf unterschiedliche Sicherheitsbedürfnisse und bevorzugte Anlageformen eingehen. Bei der Auswahl des optimalen Schutzes unterstützt AXA Unternehmer mit Rundum-Beratung zu allen relevanten Aspekten.

Neue Technologie für lückenlose Beratung auf einen Blick

Zur Unterstützung des Vertriebs entwickelte AXA für das Segment Firmenkunden eine Applikation für das iPad, die die Risikosituation verschiedener Zielbranchen abbildet und zeitgleich entsprechende Lösungsmöglichkeiten anbietet. Die Entwicklung der App startete 2010; im Jahr 2011 werden insgesamt 27 Agenturen der Vertriebsdirektion Düsseldorf an dem zunächst sechsmonatigen Pilotprojekt teilnehmen. Nach Eingabe verschiedener Parameter und Bedürfnisse stellt die Anwendung genau das Informationsmaterial zusammen, das für die Beratung

des Kunden in dessen spezifischer Situation wichtig ist. So können Vermittler stets alle nötigen Daten und Fakten auf einen Blick abrufen und im Beratungsgespräch unterstützend einsetzen. Zudem leitet die App strukturiert durch das komplexe Produktangebot im breiten Firmenversicherungsportfolio von AXA; sie bietet auch die Möglichkeit, Broschüren und Informationen an den Kunden zu versenden. Durch den Einsatz aktueller Technologie im Vertrieb erschließt AXA neue Wege, um Informationen passgenau und präzise an Firmenkunden heranzutragen.



Ärzte und Heilwesen

Ergänzungs-Berufsunfähigkeitsversicherung (EBUZ)

Viele Ärzte und Zahnärzte haben ihre Berufsunfähigkeitsabsicherung höchstens bis zum 65., oft nur bis zum 60. Lebensjahr abgeschlossen. Wie bei der gesetzlichen Rentenversicherung beginnt die Regelaltersgrenze jetzt aber auch bei den Versorgungswerken erst mit 67 Jahren. Im Falle einer Berufsunfähigkeit zwischen dem Endalter der schon existierenden privaten Berufsunfähigkeitsabsicherung und dem 67. Lebensjahr besteht dann keine Absicherung. Als bislang einziger Anbieter löst die Deutsche Ärzteversicherung das Problem mit der „Ergänzungs-Berufsunfähigkeitsversicherung (EBUZ)“. Sie kann eigenständig, unabhängig von einer bereits bestehenden Berufsunfähigkeitsversicherung abgeschlossen werden.

Praxiskonzept

Das Praxiskonzept ist eines der Kernprodukte des Kundensegments und ermöglicht Ärzten, flexibel und kostenoptimiert ihre Praxis zu finanzieren und dabei in Bezug auf Altersversorgung und Finanzierung alle steuerlichen Möglichkeiten zu nutzen. Praxisgründer zahlen regelmäßig Beiträge in eine private Rentenversicherung, beispielsweise eine Fondspolice, und vereinbaren eine lange Laufzeit, zum Beispiel bis zum Alter von 65 Jahren. Der Beitrag wird so kalkuliert, dass zum geplanten Zeitpunkt der angesparte Rückkaufswert zur Tilgung des Darlehens zur Verfügung steht. Durch die konsequente Nutzung der Steuer- und Renditevorteile ist das Praxiskonzept die ideale Lösung zur Finanzierung der Niederlassung und weiterer Wünsche.



KlinikRente

Als Konsortialpartner im Versorgungswerk KlinikRente bietet die Deutsche Ärzteversicherung Ärzten die Möglichkeit an, durch Entgeltumwandlung für den Ruhestand vorzusorgen. Mehr als 1.200 Kranken- und Pflegeeinrichtungen bieten ihren Mitarbeitern bereits die Vorteile der KlinikRente. Die Umsetzung ist ganz einfach. Der Arzt definiert einen beliebig hohen Betrag, den das Krankenhaus dann an das Versorgungswerk KlinikRente in den Durchführungsweg Unterstützungskasse abführt. Die Besonderheit bei diesem Durchführungsweg der betrieblichen Altersversorgung: Die verwendeten Beiträge sind in unbegrenzter Höhe steuerfrei. Dies ermöglicht bis zu 40 Prozent mehr Rente als bei einem privat abgeschlossenen Rentenvertrag mit gleichem Beitragsaufwand. Die Besteuerung findet erst beim Zufluss in der Rentenphase statt. Dann sind die Steuersätze in der Regel niedriger und zusätzlich können Freibeträge genutzt werden.

Risikolebensversicherung

Angehörige der akademischen Heilberufe können mit der Risikolebensversicherung ihre Familie absichern. Sie ist dazu gedacht, im Falle eines Todes die Hinterbliebenen finanziell zu unterstützen, damit diese ausreichend versorgt sind. Sie kann aber auch zur Absicherung eines Darlehens für die Praxisfinanzierung verwendet werden. Die Risikolebensversicherung der Deutschen Ärzteversicherung bietet darüber hinaus etwas Einmaliges: Sie honoriert eine gesunde Lebensweise. Hierzu zählen der Body-Maß-Index (BMI) sowie das Rauchverhalten. So profitieren langjährige Nichtraucher von besonders günstigen Beiträgen. Der Hinterbliebenenschutz kann über dynamische Erhöhungsoptionen an steigende Lebenshaltungskosten oder geänderte Lebensumstände wie zum Beispiel Hochzeit, Geburt eines Kindes oder Niederlassung in einer eigenen Praxis ohne erneute Gesundheitsprüfung angepasst werden.

Erste Wahl für den spezifischen Versicherungsbedarf der akademischen Heilberufe

Die zum AXA Konzern gehörende Deutsche Ärzteversicherung ist seit über 130 Jahren als Versicherungsunternehmen ausschließlich für die akademischen Heilberufe tätig. Von Ärzten für Ärzte gegründet, ist sie ihr Partner in allen Lebens- und Berufsphasen, vom Studium über den Berufsstart in der Klinik und den Aufbau einer eigenen Praxis bis hin zum Ruhestand. Die Deutsche Ärzteversicherung verfügt mit Abstand über die größte Erfahrung bei Lebensversicherungen und Vorsorgeprodukten für niedergelassene Ärzte und Zahnärzte, angestellte Ärzte und Zahnärzte in Krankenhäusern sowie Tierärzte und Apotheker. Sie kooperiert eng mit den wichtigen berufsständischen Organisationen und entwickelt gemeinsam mit ihnen Lösungen zur Absicherung und Vorsorge. Davon profitieren die Kunden in Form von Produkten, die zielgenau auf die Bedürfnisse der akademischen Heilberufe zugeschnitten sind.

Die Deutsche Ärzteversicherung bildet zusammen mit der Vertriebsgesellschaft Deutsche Ärzte Finanz den Kern des Kundensegments Ärzte/Heilwesen im AXA Konzern. In diesem Kundensegment verlief das Geschäftsjahr 2010 erfreulich positiv. Die Einnahmen stiegen, bereinigt um Sondereffekte, um über vier Prozent.

„Überdies war 2010 für die Deutsche Ärzte Finanz das beste Lebensversicherungs-Absatzjahr in unserer Unternehmensgeschichte“, erklärt Jörg Arnold, Vorstandsvorsitzender von Deutsche Ärzteversicherung und Deutsche Ärzte Finanz. Darüber hinaus verzeichnete die Deutsche Ärzte Finanz auch in der Krankenversicherung ihr bestes Absatzjahr mit entsprechendem positiven Einfluss auf die AXA Krankenversicherung. Hier war das Wachstum maßgeblich durch den Wegfall der Drei-Jahres-Regel beeinflusst. Arbeitnehmern wurde der Wechsel in die private Krankenversicherung erleichtert, da ihr Einkommen nur noch ein Jahr lang oberhalb der Verdienstgrenze liegen muss.

Der Deutschen Ärzteversicherung bestätigte Standard & Poor's im Geschäftsjahr 2010 finanzielle Stärke mit dem Rating A+ bei stabilem Ausblick. Die Ratingagentur begründet ihre Bewertung unter anderem mit der starken Wettbewerbsposition im Sektor Heilberufe, der überzeugenden operativen Entwicklung sowie der hohen strategischen Bedeutung innerhalb des AXA Konzerns. Das unabhängige Analysehaus Morgen & Morgen erteilte der Deutschen Ärzteversicherung die Bestnote „ausgezeichnet“.

Erfolgsfaktor Heilberufenetzwerk

Maßgeblicher Erfolgsfaktor der Deutschen Ärzteversicherung ist ihre enge Verankerung im Heilberufeverbund. Dessen Mitglieder sind neben der Deutschen Ärzteversicherung und der Deutschen Ärzte Finanz die Deutsche Apotheker- und Ärztebank als Standesbank, ärztliche und zahnärztliche Standesorganisationen wie der Marburger Bund, der Hartmannbund, der Deutsche Hausärzteverband, der Freie Verband Deutscher Zahnärzte

sowie zahlreiche Ärzte- und Zahnärztekammern. Zudem haben Vertreter der akademischen Heilberufe wichtige Positionen bei der Deutschen Ärzteversicherung inne, sowohl im Aufsichtsrat als auch im Beirat, der die Interessen der Kunden vertritt. Dies ist einmalig in der Versicherungsbranche und für die Kunden von vielfachem Nutzen.

Passgenaue Beratung und Versicherungslösungen

Durch die Zusammenarbeit im Heilberufeverbund entwickelt die Deutsche Ärzteversicherung immer wieder innovative Beratungsansätze und Versicherungslösungen. Dazu gehören beispielsweise die GesundheitsRente, die in Kooperation mit der Deutschen Apotheker- und Ärztebank und der Pro bAV Pensionskasse konzipiert wurde, sowie der Vorsorgevertrag DocDor als Resultat der erfolgreichen Zusammenarbeit mit den großen deutschen Berufsverbänden.

Gemeinsam mit dem Internetportal Medi-Learn haben Deutsche Ärzteversicherung und Deutsche Ärzte Finanz

den Medi-Learn Club eingerichtet. Mit monatlich über 500.000 Besuchern ist Medi-Learn die führende Online-Plattform für Medizinstudenten und junge Ärzte.

Auch Praxisgründer profitieren in besonderem Maße von dem gebündelten Know-how der Deutschen Ärzte Finanz und Deutschen Ärzteversicherung. Das „Praxiskonzept“ hilft ihnen, bei der Existenzgründung von Anfang an alles richtig zu machen. Außerdem bieten Deutsche Ärzte Finanz und Deutsche Ärzteversicherung gemeinsam Seminare und weitere hilfreiche Leistungen für Praxiseinsteiger an. Dazu zählen zum Beispiel nützliche Inhalte im Internet unter der Überschrift „Facharzt – was nun?“ sowie der Niederlassungsnavigator „praxispilot“ und die Vermittlungsplattform „praxisbörse“.

Exzellente Testnoten für Produkte

Die konsequente Orientierung der Deutschen Ärzteversicherung an den Wünschen der Kunden findet ihre Bestätigung in hervorragenden Produkt-Ratings und Testnoten. Die Berufsunfähigkeitsversicherung der Deutschen Ärzteversicherung hat 2009 im Test der Stiftung Warentest das Urteil „sehr gut“ erhalten. Mit einer Gesamtnote von 1,2 gehört die Berufsunfähigkeitsversicherung der Deutschen Ärzteversicherung zu den Top 5 aller bewerteten Tarife.

Auch das Analyseunternehmen Franke & Bornberg bewertete den Berufsunfähigkeitstarif als hervorragend. Es vergab im Jahr 2010 zweimal die Bestnote „FFF“ an die

Deutsche Ärzteversicherung: einmal für die Berufsunfähigkeitszusatzversicherung und dann in der Kategorie Berufsunfähigkeitsversicherungen mit erweiterten Bedingungen. Im Test des Analysehauses Morgen & Morgen erhielt ihr Berufsunfähigkeitstarif im Gesamt-Rating des gleichen Jahres fünf Sterne und damit die Höchstnote.

In den hervorragenden Gesamtbewertungen sind die entscheidenden arzt-spezifischen Konditionen der Deutschen Ärzteversicherung noch nicht einmal besonders berücksichtigt. Diese sind unter anderem:

- die genau auf die ärztliche Berufstätigkeit abgestimmte Definition der Berufsunfähigkeit. Versichert ist die zuletzt ausgeübte berufliche Tätigkeit als Arzt, Zahnarzt, Tierarzt, Apotheker oder Psychotherapeut – unabhängig davon, wie lange der Arzt eventuell schon aus seinem Beruf beispielsweise wegen Elternzeit ausgeschieden ist;
- keine konkrete Verweisung außerhalb des Arztberufes: Die abstrakte Verweisung auf einen theoretisch noch auszuübenden Beruf ist selbstverständlich ausgeschlossen;
- Leistung bei vollständigem Tätigkeitsverbot von mehr als sechsmonatiger Dauer aufgrund des Infektionsschutzgesetzes;
- speziell auf die Berufs- und Lebensphasen der akademischen Heilberufe abgestimmte Erhöhungsmöglichkeiten ohne erneute Gesundheitsprüfung und unabhängig von einer damit verbundenen Gehaltserhöhung.

Neue Angebote für Zahnärzte und Apotheker

Ein Schwerpunkt im Geschäftsjahr 2011 wird die Erweiterung des Service- und Leistungsangebotes für Apotheker und Zahnärzte sein. So wird die Deutsche Ärzte Finanz das Beratungskonzept „FiwaMed“ für Humanmediziner auf die Bedürfnisse von Zahnmedizinern und Apothekern ausweiten. Mit Hilfe dieses Beratungsansatzes können Mediziner ihre Finanz- und Wirtschaftsentscheidungen planen, überprüfen und optimieren. Mit „FiwaDent“ und „FiwaPharm“ bietet die Deutsche Ärzte Finanz nun auch Zahnärzten und Apothekern einen systematischen Beratungsansatz.

Darüber hinaus erweitert die Deutsche Ärzteversicherung im Verbund mit der Deutschen Ärzte Finanz das Heilberufenetzwerk durch Kooperationsverträge mit dem Bundesverband der Zahnmedizinstudenten in Deutschland e. V. (BDZM), dem Bundesverband der zahnmedizinischen Alumni e. V. (BDZA) und dem Bundesverband der Pharmaziestudierenden in Deutschland e. V. (BPhD).

Das Ziel der Deutschen Ärzteversicherung ist, in den Kerngeschäftsfeldern für alle Partner innerhalb des Heilberufverbundes und auch für Zahnärzte, Physiotherapeuten, Tierärzte und Apotheker die „erste Wahl“ zu sein. Auch die Strategie, den Angehörigen der Heilberufe über das eigentliche Versicherungs- und Finanzdienstleistungsgeschäft hinaus als partnerschaftlicher Dienstleister zur Verfügung zu stehen, wird konsequent fortgeführt.



Öffentlicher Dienst

Dienstunfähigkeitsversicherung

Noch immer scheidet jeder vierte Beamte vorzeitig wegen Dienstunfähigkeit aus dem Öffentlichen Dienst aus. Denn schon bei einer längeren vorübergehenden Erkrankung können Beamte von ihrem Dienstherrn dienstunfähig entlassen oder in den Ruhestand versetzt werden. Passiert das in den ersten Dienstjahren, haben Beamtenanwärter in der Regel keinen Versorgungsanspruch – sie sind dann auf die Leistungen einer Versicherung angewiesen. Aber auch nach der Verbeamtung auf Lebenszeit reicht die Versorgung des Dienstherrn meist nicht aus. Private Vorsorge für den Fall, nicht mehr arbeiten zu können, ist daher auch für Beamte von großer Bedeutung. Als Spezialversicherer orientiert sich die DBV am spezifischen Bedarf ihrer Zielgruppe: Sie leistet, sobald der Dienstherr über die Dienstunfähigkeit entschieden hat, und bietet mit der Dienstanfänger-Police auch Beamtenanwärtern optimalen Schutz.

Kfz-Versicherungen

Im vergangenen Jahr hat die DBV zwei neue Kfz-Tarife eingeführt. Mit mobil komfort und mobil kompakt wählen Kunden zwischen einem umfangreichen, komfortablen Versorgungspaket und einer soliden und preislich sehr attraktiven Absicherung. Mit ihrem Leistungsversprechen im Tarif mobil komfort setzt die DBV ein Zeichen in Sachen Kundenservice: Verbessert die DBV den Versicherungsschutz in neueren Tarifen, gilt diese Änderung auch automatisch für alle bestehenden Verträge. Damit bleibt der Versicherungsschutz immer aktuell. Sachschäden am Eigentum des Fahrers, zum Beispiel am Garagentor oder am Zweitfahrzeug, sind mitversichert. Ein „Rabatt-Retter“ sorgt dafür, dass die Schadenfreiheitsklasse auch bei einem Schadenfall erhalten bleibt. Optional bietet eine Fahrerschutzversicherung zusätzliche Sicherheit, falls sich der Fahrer bei einem selbst- oder mitverschuldeten Unfall erheblich verletzt.



Krankenversicherung

Im Krankheitsfall erhalten Beamte finanzielle Beihilfe. Das heißt, ein Teil der Krankheitskosten wird von der Beihilfe übernommen, den anderen Teil müssen Beamte privat absichern. Entsprechende Versicherungslösungen hat das Magazin Euro am Sonntag zuletzt in der Ausgabe 01/2011 getestet und das Angebot der DBV mit Bestnote bewertet. So garantiert Vision B, der Tarif für Beihilfeberechtigte, umfassenden Schutz zu einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis. Der Spezialversicherer kommt nicht nur für die Krankheitskosten auf, sondern bietet darüber hinaus auch umfangreiche medizinische Serviceleistungen. Beamtenanwärtern kommt die DBV dabei mit Ausbildungskonditionen entgegen. Darüber hinaus honoriert die DBV gesundheitsbewusstes Verhalten. Das gilt auch für Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst, die sich bei der DBV privat krankenversichern.

BOXplus

Beschäftigte im Öffentlichen Dienst müssen sich nicht nur im Privatleben, sondern auch im Dienst vor den Folgen unachtsamer Momente schützen. Für Lehrer bergen die Schülerbeaufsichtigung oder Klassenfahrten besondere Risiken. Bei Polizei oder Feuerwehr kann schon der Verlust der persönlichen Ausrüstung teuer werden. Die Grenzen zur Privathaftpflicht sind dabei fließend. Privaten und dienstlichen Versicherungsschutz optimal aufeinander abzustimmen, ermöglicht BOXplus. Nach eigenen Wünschen und Bedürfnissen lässt sich ein Paket aus bis zu sechs Versicherungen kombinieren, um gleichzeitig von Nachlässen zu profitieren. Neben dem Haftpflichtschutz und der Unfallversicherung sind der Schutz für Wohngebäude, Hausrat und Glas mögliche Komponenten. Während des Versicherungsjahres sind Veränderungen, zum Beispiel die größere Wohnung oder der Familienzuwachs, beitragsfrei mitversichert.

DBV Deutsche Beamtenversicherung: Starker Partner für den Öffentlichen Dienst

Die DBV Deutsche Beamtenversicherung hat sich als Spezialversicherer für den Öffentlichen Dienst auch im Jahr 2010 gut entwickelt. Von den rund zwölf Millionen Beschäftigten und ihren Angehörigen im Öffentlichen Dienst ist nahezu jeder sechste bereits heute Kunde der DBV. Im vergangenen Jahr konnte die DBV ihren Bekanntheitsgrad weiter steigern und neue Kunden und Vertriebspartner hinzugewinnen. So erwirtschaftete das Segment Öffentlicher Dienst im Geschäftsjahr 2010 Bruttobeitragseinnahmen in Höhe von 1,62 Milliarden Euro und trug damit als drittstärkstes Segment zum Gesamterfolg des AXA Konzerns bei.

„Die DBV befindet sich weiterhin auf einem sehr guten Weg. Mit konsequenter Kundenorientierung bauen wir unsere Position als Spezialversicherer kontinuierlich aus“, so Rainer Brune, der als Mitglied des Gruppenvorstands von AXA Deutschland das Kundensegment Öffentlicher Dienst verantwortet. „Im vergangenen Jahr haben wir unseren vielfach ausgezeichneten Dienstunfähigkeitsschutz nochmals gestärkt und an neue Anforderungen wie die Teildienstunfähigkeit angepasst.“ Auch die neu eingeführten Pflegevorsorge- und Kraftfahratlösungen trafen auf hohe Nachfrage in der Zielgruppe.

Demografie fordert Öffentlichen Dienst heraus

Angesichts des demografischen Wandels und knapper Staatskassen steht der Öffentliche Dienst vor großen Herausforderungen. Bereits heute ist die Altersstruktur deutlich anders als in der freien Wirtschaft: Über die Hälfte der Beschäftigten in diesem Sektor ist über 45 Jahre alt. So gehört es zu den Kernaufgaben des Spezialversicherers, ältere Beschäftigte mit bedarfsgerechten Lösungen in den Ruhestand zu begleiten. Denn die Welt der Pensionäre hat sich nach zahlreichen Einschnitten

in der Versorgung verändert – und das Pensionsniveau vor und nach Steuern wird zukünftig weiter sinken. Aber auch die große Zahl der Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst, deren Versorgungsbedarf vergleichbar ist mit Arbeitnehmern in der freien Wirtschaft, gehört zum Kundenkreis der DBV.

Aufgrund der heutigen Altersstruktur ist allein im Bereich Bildung bis 2020 von einem Einstellungsbedarf von etwa 400.000 Lehrern auszugehen. Ähnlich sieht es im Bereich Innere Sicherheit, beispielsweise bei der Polizei, beim Zoll oder im Justizvollzug aus. Die jungen Nachwuchskräfte in den Bereichen Bildung und Innere Sicherheit spricht die DBV gezielt mit leistungsstarken Einstiegsprodukten wie der Dienstanfänger-Police, Anwartschaften und speziellen Ausbildungstarifen in der privaten Krankenversicherung als Ergänzung zur Beihilfe an.

Nachwuchskräfte stehen nach der Abschaffung der Wehrpflicht auch bei der Bundeswehr im Mittelpunkt – neben weiteren Veränderungen, die als Konsequenz der Strukturreform in den Streitkräften zu erwarten sind. Seit ihrer Gründung steht die DBV als

Versicherer an der Seite der Soldaten, unter anderem als Partner der Förderungsgesellschaft des Deutschen Bundeswehrverbandes sowie als Konsortialführer des Rahmenvertrags mit dem Bundesministerium der Verteidigung.

Kunden der DBV können sich bundesweit flächendeckend persönlich beraten lassen. Über 620 Schwerpunktagenturen legen einen besonderen Fokus auf den Öffentlichen Dienst und die Lösungen der DBV. Mit einem umfangreichen Schulungskonzept sorgt der Versicherer für die Ausbildung seiner Vertriebspartner. So vermittelte die DBV allein in Online-Schulungen bisher rund 1.500 Kundenbetreuer Grundlagen und spezifisches Fachwissen. Die Online-Schulungen sind ein Beispiel eines umfangreichen Maßnahmenpaketes, mit dem die DBV die vertrieblichen Aktivitäten unterstützt. Denn die Besonderheiten des Öffentlichen Dienstes – von Beihilfe und Heilfürsorge über Pensionsregelungen bis hin zu sonstigen Versorgungsordnungen und Haftungsfragen – verlangen besondere Beratungskompetenz. Zur umfassenden und bedarfsgerechten

Beratung der Kunden aus dem Öffentlichen Dienst trägt auch das Beratungs- und Betreuungssystem plan360° bei. Dieses ermöglicht eine kontinuierliche Beratung entlang der Lebensphasen eines Menschen, sei es die Absicherung der beruflichen oder familiären Situation oder auch die vorausschauende Planung des Ruhestands.

Angebot erweitert

Im Herbst 2010 hat die DBV ihr bereits vielfach ausgezeichnetes Angebot der Dienstunfähigkeitsabsicherung nochmals verbessert. „Die Neupositionierung war sowohl bei unseren Kunden als auch bei unseren Vertriebspartnern ein voller Erfolg. Seitdem verzeichnen wir zweistellige Zuwächse im Neugeschäft“, freut sich Brune. Durch eine Neueinteilung profitieren einzelne Berufsgruppen von deutlichen Vergünstigungen. Auch die Versicherungs- und Leistungszeiträume wurden verlängert. Außerdem bietet die DBV nun auch für den Fall der Teildienstunfähigkeit Versicherungsschutz. Ähnlich wie in der Privatwirtschaft zählt auch für Beschäftigte im Öffentlichen Dienst die Absicherung der Erwerbsunfähigkeit zu den wichtigsten Vorsorgemaßnahmen

überhaupt. Je nach Berufsgruppe und Dienstalter unterscheidet sich der Absicherungsbedarf wesentlich: So benötigen uniformierte Polizisten eine weitergehende Vorsorge als beispielsweise Verwaltungsbeamte. Gleichzeitig ist der Absicherungsbedarf in den ersten Dienstjahren besonders hoch. Denn erst Beamte auf Lebenszeit sind finanziell zumindest teilweise durch ihren Dienstherrn abgesichert.

Auch für den Pflegefall sind Beamte trotz Beihilfe und Pflegepflichtversicherung nicht umfassend geschützt. Daher stießen die Fachbeiträge der DBV rund um das Thema Pflege beim 5. Demographie-Kongress im dbb forum berlin auf großes Interesse. „Auch wenn der eine oder andere die Leistungen der Beihilfe noch über- und die Kosten der Pflege unterschätzt – grundsätzlich ist die Zielgruppe für die Thematik sensibilisiert“, so Brune. Das zeigt sich auch im Erfolg der neuen Pflegevorsorge-Lösungen: Pflegevorsorge Flex und FamilyFit finden auch im Öffentlichen Dienst großen Anklang. Auch das Leistungsangebot von Pflegevorsorge Akut, im Ernstfall konkret unterstützt zu werden, schätzen viele Kunden sehr.

Verlässlicher Partner an der Seite von Berufsverbänden

Auch im vergangenen Jahr hat die DBV ihre Zusammenarbeit mit Gewerkschaften im Öffentlichen Dienst weiter ausgebaut. Mit der Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW), der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) und der Industriegewerkschaft Bauen, Agrar und Umwelt (IG BAU) hat der Zielgruppenversicherer weitere mitgliedsstarke Organisationen für eine Zusammenarbeit gewinnen können. Die Kooperation mit Berufsverbänden hat Tradition, denn sechs von zehn Erwerbstätigen im Öffentlichen Dienst sind gewerkschaftlich organisiert. Mit dem dbb beamtenbund und tarifunion sowie der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di gehören auch die beiden größten Interessensvertretungen aus diesem Bereich zu den rund 190 Partnern der DBV. Die Bandbreite der Kooperationen reicht dabei von Sonderkonditionen für Mitglieder und ihre Angehörigen bis hin zu Gruppenversicherungen. So betreut allein die Verbandsgruppenversicherung der DBV mehr als 600.000 versicherte Verbands- und Gewerkschaftsmitglieder.

Neuer Spezialist für Innere Sicherheit

Ihr besonderes Fachwissen im Bereich Innere Sicherheit bietet die DBV seit Mai 2010 gebündelt an. Ausgehend von der Gebietsdirektion Mainz steht der Spezialist für Innere Sicherheit, Markus Merker, mit seinem Team Angehörigen von Polizei, Zoll, Straf- und Justizvollzugsdiensten als kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung. Jahrelange Erfahrungen in diesem Bereich sowie über die Zeit gewachsene, gute Kontakte zu Behörden

und Verbänden helfen dem Team um Merker, Kunden optimal zu beraten und passgenaue Lösungen aus den Bereichen Versicherung und Vorsorge anzubieten. Auf Veranstaltungen von Gewerkschaften nutzen Merker und seine Mitarbeiter die Gelegenheit, Versorgungslücken aufzuzeigen und ein Bewusstsein für Schwachstellen in der Absicherung im Privat- und Dienstleben zu schaffen.

Verantwortung übernehmen





Corporate Responsibility – Verantwortung übernehmen, Vertrauen gewinnen

Die jüngste Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise hat eine Menge Misstrauen insbesondere gegenüber großen Unternehmen erzeugt. Zugleich hat sie bestätigt, dass solide und verantwortungsbewusst handelnde Unternehmen gebraucht werden, die mit großer Stabilität auch schwere Krisen überstehen. Das gilt ganz besonders für ein Unternehmen wie AXA, einen der größten Versicherer und Kapitalanleger weltweit, dessen Geschäft es ist, Menschen langfristig Sicherheit zu bieten. Ein Geschäft, bei dem es ganz entscheidend auf Vertrauen und solide Beziehungen ankommt. Die AXA Gruppe hat daher Corporate Responsibility (CR) – die unternehmerische Verantwortung – zum festen Bestandteil ihrer weltweiten Strategie gemacht. Schon in der Vergangenheit hat AXA bewiesen, dass das Unternehmen zuverlässige Lösungen für die Bedürfnisse seiner Kunden entwickelt, Risiken professionell managt, seine Partner fair behandelt und Arbeitsbedingungen schafft, die auf starken Werten, Integration und Vertrauen beruhen. Im Rahmen seiner Strategie „AXA – erste Wahl“ geht AXA noch einen Schritt weiter und will seinen Interessenspartnern – Kunden, Mitarbeitern, Vertriebspartnern, Lieferanten, Aktionären, Umwelt und Gesellschaft – Tag für Tag durch sein Handeln beweisen, dass AXA ihr Vertrauen verdient. Darüber hinaus will der Versicherer verstärkt eine Rolle beim Schutz der Umwelt und bei der Entwicklung des Gemeinwesens spielen, in dessen Mitte er tätig ist, um damit einen Beitrag beim Aufbau einer stärkeren und nachhaltigeren Gesellschaft zu leisten. Deshalb hat AXA Corporate Responsibility nunmehr fest in seinen Grundsätzen verankert und als ein Element seiner Arbeit am Aufbau eines nachhaltigen und langlebigen Unternehmens zum Bestandteil seiner weltweiten Strategie gemacht.

In den vergangenen Jahren hat der Finanzdienstleistungssektor durch die Finanzmarktkrise viel Vertrauen verloren. Von dieser Entwicklung ist auch die Versicherungswirtschaft betroffen. Trotz der unter Beweis gestellten Stabilität ist es der Branche nicht gelungen, diese Stabilität in einen messbaren Vertrauensvorsprung zu wandeln. Um den langfristigen Erfolg eines Unternehmens zu sichern, ist es jedoch mehr denn je wichtig, das Vertrauen der Kunden und der Öffentlichkeit zu erhalten. Nur wer es schafft, mit verlässlichem Handeln zu überzeugen, wird sich langfristig im Wettbewerb behaupten.

Gesellschaftliches und soziales Engagement seit Gründung der Gruppe

AXA versteht unter Corporate Responsibility den Beitrag zu einer nachhaltigen ökonomischen Entwicklung des Unternehmens im Einklang mit den Interessen der Gesellschaft und übernimmt Verantwortung für die direkten und indirekten Auswirkungen seiner Aktivitäten. Der Gedanke an sich ist für AXA nicht neu. Bereits seit Gründung der Gruppe im Jahr 1984 beweist das Unternehmen – neben den Aktivitäten innerhalb des Kerngeschäftes – durch soziales und gesellschaftliches Engagement sein übergeordnetes Interesse

am Wohl der Gesellschaft. Mit der Entscheidung, Corporate Responsibility zum festen Bestandteil der Strategie zu machen, hat die AXA Gruppe dieser Überzeugung nun deutlich mehr Ausdruck verliehen.

Auch die AXA in Deutschland hat Anfang 2010 eine CR-Initiative gestartet. Ein Projektteam, das sich aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aller Ressorts des deutschen AXA Konzerns zusammensetzt, hat vor dem Hintergrund konkreter Ziele zum einen die Aufgabe, die bereits existierenden über 80 Initiativen zu bündeln und fortzuführen.



Zum anderen werden im Projekt weitere Aktivitäten in den Bereichen Umwelt, Soziales, Mitarbeiter, Risikoforschung und Bildung entwickelt und umgesetzt.

Das operative Projekt wird durch ein neu eingerichtetes Corporate Responsibility Board überwacht, das sich aus Mitgliedern des Gruppenvorstands der deutschen AXA sowie den Leitern der Bereiche Strategie, Marketing und Kommunikation zusammensetzt. Den Vorsitz hat der Vorstandsvorsitzende des AXA Konzerns, Dr. Frank Keuper. Auch damit belegt der Konzern den Stellenwert dieses Themas.

Auf den folgenden Seiten dieses Reports beschreiben wir, welche Versprechen der AXA Konzern seinen einzelnen Interessenspartnern gibt, und stellen eine Auswahl der Initiativen und Aktivitäten vor. Darüber hinaus publiziert die AXA Gruppe in ihrem jährlichen „Activity and Corporate Responsibility Report“ eine Vielzahl von Daten und Fakten rund um ihr weltweites Engagement. In diesem Report sind unter anderem viele hier nicht näher erläuterte Ergebnisse und Aktivitäten dargestellt – von der Verbrauchsreduzierung bei Energie, Wasser und CO₂ über das Engagement des globalen

AXA Forschungs-Fonds bis hin zur karitativen Arbeit der im Verein „AXA von Herz zu Herz“ tätigen Mitarbeiter und ihrer Projekte. Interessierte Leser finden den „Activity and Corporate Responsibility Report 2010“ (auf Englisch und Französisch) zum Download auf www.axa.com.

Kunden und Vertriebspartner: Klare Kommunikation



Unser Versprechen

AXA verpflichtet sich zu verantwortungsvollen Beziehungen zu Kunden und Vertriebspartnern. Dazu gehören eine klare und transparente Kommunikation, ehrliches Produktmarketing und eine Schadenbearbeitung, die über den finanziellen Schadenersatz hinaus immer häufiger auch praktische, medizinische, soziale und psychologische Unterstützung beinhaltet. Qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen fördern und belohnen gesellschaftlich und ökologisch verantwortungsbewusstes Verhalten der Kunden.

Im Zuge des Klimawandels und anderer gesellschaftlicher Entwicklungen verändern sich auch die Risiken der Menschen. Die Risikomodelle und der Produktentwicklungsprozess von AXA berücksichtigen dies. Mit neuen Produkten und Dienstleistungen erfüllt

AXA nicht nur seine Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft, sondern erschließt auch neue wirtschaftliche Möglichkeiten, mit denen sich das Unternehmen vom Wettbewerb abhebt.

Zukunftsgerechte neue Pflegevorsorge

Auf der Grundlage der Ergebnisse einer Umfrage unter Kunden, Interessenten und Dienstleistern hat AXA 2010 drei neue Produkte zur Absicherung des Pflegerisikos eingeführt. Wichtige Säulen darin sind generationenübergreifende Lösungen, Prävention und sofort greifende Rundum-Absicherungen im Ernstfall. In diesem Zusammenhang hat AXA auch das im Mai 2010 gestartete Internetportal www.axa-pflegewelt.de rund um das Thema Pflege entwickelt. Pflegebedürftige, deren Angehörige und Interessierte finden auf dieser Website eine Reihe nützlicher Tipps und Informationen.

Verständlichkeit und Kundennähe: AXA klipp & klar

Unternehmerische Verantwortung zeigt sich auch darin, wie ein Unternehmen mit seinen Kunden kommuniziert: AXA hat mit seinem Bekenntnis zum Unternehmen erster Wahl ein deutliches Signal für erstklassigen Service und konsequente Kundenzentrierung gesetzt. Ein wichtiger Baustein bei dieser offensiven „Beweisführung“ sind die neu entwickelten, praxisnahen Kommunikations-Standards und Arbeitsmittel der Initiative „AXA klipp & klar“. Diese wurden in enger Zusammenarbeit mit Prof. Gerd Antos vom Germanistischen Institut der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg entwickelt und – bisher einzigartig – als effektiv und kundenfreundlich zertifiziert. AXA hat bisher über 400 Briefe, Bescheide, Rechnungen und Anträge optimiert. Damit übernehmen wir Verantwortung, dass unsere Kunden uns besser verstehen.

Mitarbeiter: Bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Unser Versprechen

Das Engagement der Mitarbeiter ist für AXA das Fundament der Unternehmensstrategie. Dies wird durch die Schaffung eines auf den Unternehmenswerten beruhenden Arbeitsumfelds erreicht, das Vielfalt und Chancengleichheit ebenso fördert wie die Mitarbeiterbeteiligung an Arbeitsprozessen, die persönliche Weiterentwicklung sowie Arbeitsschutz und Mitarbeiterzufriedenheit. Wichtige Punkte in diesem Zusammenhang sind Vielfalt und Gleichbehandlung, zum Beispiel durch Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen, die Verständigung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmern durch den Dialog mit den Mitarbeitervertretungen, Schulung und Karriereentwicklung. Außerdem gehören Arbeitsschutz und Mitarbeiterzufriedenheit durch besondere Programme für gesundes Leben, Stressabbau und Work-Life-Balance dazu. AXA hat hier im vergangenen Jahr eine Reihe von Maßnahmen für die Mitarbeiter initiiert und ausgebaut.

Gesundheitstage für bewusste Lebensführung

Wie man durch gesunde Lebensweise Herz-Kreislauf-Erkrankungen vorbeugen kann, war Thema der AXA Gesundheitstage 2010. Ziel dieses umfangreichen Präventionsprogramms war es, die Mitarbeiter über einen gesünderen Lebensstil zu informieren, um falscher Ernährung und Bewegungsmangel entgegenwirken zu können. Dazu wurde zunächst ein Risikocheck durchgeführt, bei welchem Blutfettwerte, Blutzucker und Blutdruck gemessen wurden. Anschließend wurden diese Werte vom Betriebsarzt zu einem individuellen Profil für das Herzinfarkt- und Schlaganfall-Risiko zusammengefasst.

Die Daten werden selbstverständlich vertraulich behandelt. Im Anschluss wurde in praxisnaher Beratung durch die Mediziner ein optimales Programm für jeden Teilnehmer festgelegt. Ergänzt wurden diese Empfehlungen durch Tipps von Ernährungswissenschaftlern. Auch andere Projekte wie beispielsweise das Bewegungsprogramm „Fit am PC“ sollen dazu anregen, etwas für die eigene Gesundheit zu tun.

Telearbeit fördert Motivation und Leistung

Die Einführung von Telearbeit ist ein wichtiger Schritt zur Verbesserung der Work-Life-Balance der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Telearbeit ist eine zukunftsorientierte Arbeitsweise mit zahlreichen Vorteilen: Neben der Reduzierung des zeitintensiven und meist stressigen Pendelns verbessern auch mit der jeweiligen Führungskraft abgestimmte, flexibel organisierte Arbeitszeiten den Ausgleich von Freizeit und Beruf. Die Betreuung von Kindern und Pflegebedürftigen wird durch eine flexiblere Planbarkeit erleichtert. Die Führungskräfte berichten über eine gestiegene Motivation und bessere Arbeitsleistungen ihrer Mitarbeiter. Doch nicht nur die Mitarbeiter und Führungskräfte profitieren von der Telearbeit, auch das Unternehmen zieht eine positive Bilanz, die über die Optimierung der Arbeitsergebnisse hinausgeht: Wenn in einzelnen Organi-

sationseinheiten Mitarbeiter tageweise zu Hause arbeiten, lässt sich der benötigte Büroraum reduzieren. „Telearbeit kennt nur Gewinner: Mitarbeiter, Führungskräfte, Unternehmen; und auch die Umwelt profitiert durch weniger Berufsverkehr. Deshalb bedeutet Telearbeit für uns Arbeitsorganisation erster Wahl und ist ein wichtiger Baustein für unsere erfolgreiche Zukunft“, so AXA Personalvorstand Ulrich C. Nießen. Nach einer Pilotphase im Jahr 2010 beginnt nun der sukzessive Ausbau von Telearbeit.

Unterstützung bei der Kinderbetreuung

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist für AXA ein sehr wichtiges Thema. Neben flexiblen Arbeitszeiten hat AXA zum Beispiel ein Eltern-Kind-Büro eingerichtet, das genutzt werden kann, wenn die reguläre Kinderbetreuung ausfällt. Falls ein Kind erkrankt, können Eltern temporär von zu Hause arbeiten, indem sie von dem für diesen Zweck eingerichteten Laptop-Pool Gebrauch machen.

Zudem bietet AXA in Kooperation mit dem ElternService AWO seinen Mitarbeitern schnelle und professionelle Unterstützung bei der Organisation qualifizierter Kinderbetreuung sowie bei der Organisation von Familien- und Pflegeleistungen für pflegebedürftige Angehörige an.



Lieferanten: Bewertung ökologischer und sozialer Faktoren

Unser Versprechen

AXA steht dafür ein, die besten Lieferanten für das Unternehmen auszuwählen, sie fair zu behandeln und ihnen beim Management ihrer Risiken zu helfen. In der gesamten AXA Gruppe werden Vertragsverlängerungen mit Leistungserbringern

und Zulieferern unter ökologischen und sozialen Aspekten geprüft. So beinhalten alle neuen Lieferverträge eine Klausel zur Beachtung der Menschenrechte am Arbeitsplatz, die bereits von 81 Prozent aller Lieferanten der AXA Gruppe unterzeichnet wurde.

AXA bewertet alle Glieder der Lieferkette unter Corporate Responsibility-Gesichtspunkten und beauftragt unabhängige Prüfer mit der Beurteilung ökologischer und gesellschaftlicher Risiken bei den wichtigsten Lieferanten. Durch seine große Einkaufsmacht kann AXA weit über die Grenzen des eigenen Unternehmens hinaus Einfluss nehmen und negative Effekte und Risiken verringern helfen.

Gezielter Einkauf ökologisch verträglicher Büroartikel

Die Abteilung Einkauf/Beschaffung (Procurement) hat viele Nachhaltigkeitsprojekte innerhalb des AXA Konzerns und in Zusammenarbeit mit Dienstleistern auf den Weg gebracht. So wurde im vergangenen Jahr im Rahmen des AXA Online-Shoppings (AOS) das Angebot ökologisch verträglicher Büroartikel erweitert und diese besonders kenntlich gemacht.

Im AOS-Büromaterialkatalog sind alle Artikel gekennzeichnet, die mit mindestens einem Umweltsiegel, beispielsweise dem Blauen Engel, dem Energy Star oder dem FSC-Siegel, zertifiziert sind oder weitere durch den Büromateriallieferanten definierte Umweltkriterien erfüllen. Dies sind zum Beispiel Produkte, die aus recycelten Materialien, mittels CO₂-optimierter Herstellungsprozesse oder umweltschonender Betriebsabläufe produziert werden. Bereits mehr als 1.400 Artikel sind mit dem Begriff [eco] gekennzeichnet. Das Programm soll künftig noch weiter ausgebaut und auf andere AOS-Kataloge erweitert werden.



Aktionäre: Corporate Governance und Unternehmensethik



Unser Versprechen

Gegenüber seinen Aktionären verpflichtet sich AXA zu guter Unternehmensführung. Die AXA Gruppe hat hierzu präzise Grundsätze („Corporate Governance“) aufgestellt – der Compliance- und Ethik-Leitfaden definiert strenge Regeln und Standards. Mit dem Compliance Guide hat die AXA Gruppe ein Regelwerk entwickelt, das für alle AXA Gesellschaften weltweit gilt und anzuwenden ist. Darüber hinaus hat das Unternehmen soziale und ökologische Faktoren in sein Risikomanagement integriert.

Verantwortungsbewusstes Investitionsverhalten

Die Verpflichtung zu verantwortungsbewusstem Investitionsverhalten ist ein klares Differenzierungsmerkmal. AXA ist durch die Beitragseinnahmen, die das Unternehmen für seine Kunden anlegt, einer der größten Investoren der Welt. Damit wirkt sich sein Investitionsverhalten durchaus auf die Finanzmärkte aus. Wenn bestimmte Unternehmen, wie beispielsweise umstrittene Waffenhersteller, zum Schutz der Menschenrechte aus dem

Investmentportfolio ausgeschlossen sind, hebt AXA verantwortungsbewusstes Verhalten auf die nächsthöhere Ebene. Die Gruppe hat internationale Leitlinien aufgestellt, die beispielsweise Investitionen in Herstellerfirmen von Clusterbomben und Landminen untersagen. AXA Deutschland investiert darüber hinaus in regenerative Energien wie zum Beispiel Windparks.

Umwelt: Schonender Umgang mit Ressourcen und Engagement als Versicherer

Unser Versprechen

Ökologisches Engagement heißt für AXA zum einen, Verantwortung für die Auswirkungen unseres Handelns auf die Umwelt („ökologischer Fußabdruck“) zu übernehmen. Dies geschieht durch aktives Management der eigenen Ökobilanz, die Senkung des Ressourcenverbrauchs und die Vermeidung von Elektroschrott. Zum anderen wirken sich Umwelteffekte auf das Versicherungsgeschäft aus. Deshalb setzt sich AXA als Versicherer für Umweltziele ein: Indem beispielsweise bei den Kunden Umweltbewusstsein gefördert wird, Versicherungsschutz für umweltfreundliche Anlagen geboten wird und der Kampf gegen den Klimawandel sowie andere Umweltschutzaktivitäten unterstützt werden.

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen, vor denen die Welt heute steht. Jedes Unternehmen und jeder Mensch sind davon auf die eine oder andere Weise betroffen. Es gibt viele vermeidbare Risiken, die gemanagt oder verringert werden können; aber dem stehen unvermeidliche Umweltveränderungen gegenüber, auf die wir uns vorbereiten müssen. AXA hat sich dazu verpflichtet, den Kampf gegen den Klimawandel zu unterstützen, das Umweltbewusstsein zu fördern und den Menschen Möglichkeiten zur Änderung ihres Verhaltens zu eröffnen, damit sie ihre Klimarisiken verringern und auf die Auswirkungen

extremer Wetterereignisse reagieren können. So betrachtet ist der Klimawandel für AXA nicht nur eine Herausforderung, sondern auch eine Chance.

Reduzierung des CO₂-Ausstoßes

Vorrangigste Verantwortung im Bereich Umwelt ist für AXA, den eigenen „ökologischen Fußabdruck“ zu verkleinern. Deshalb hat sich die AXA Gruppe eigene Umweltziele gesetzt und protokolliert deren Erreichung in jährlichen Berichten.

Die AXA Gruppe will bis 2012 ihre CO₂-Emissionen weltweit um 20 Prozent senken. Auch AXA Deutschland trägt zur Reduktion der CO₂-Emissionen bei – zum Beispiel mit schon seit längerem bestehenden Maßnahmen zur Verringerung des Stromverbrauchs oder der Nutzung von Wärmerückgewinnung aus den Kühltürmen des Rechenzentrums zur Gebäudebeheizung. Um die CO₂-Emissionen zu reduzieren, führt AXA Deutschland außerdem CO₂-Höchstwerte für die Firmenwagenflotte ein. Auch die AXA Reiserichtlinie wird den CO₂-Aspekt stärker berücksichtigen – mit Auswirkungen für Flüge, Bahn und Mietwagen. Wann immer möglich und sinnvoll, sollen Telefon- und Videokonferenzen die Reisetätigkeit ersetzen.

Umweltfreundliches Papier

Ein schonender Umgang mit Ressourcen ist für AXA selbstverständlich.

Deswegen werden in diesem Bereich verschiedene Maßnahmen durchgeführt. Dazu zählt neben neuen energiesparenden Beleuchtungsanlagen und umweltfreundlicher Belüftung der Neubauten mittels einer Betonkernkühlung in der Hauptverwaltung auch die Umstellung eines Großteils der Papier auf elektronische Dokumente. Dort, wo dennoch Papier benötigt wird, setzt AXA umweltfreundliches Material ein. So hat AXA beispielsweise seit Dezember 2010 bundesweit das Druckerpapier für den internen Gebrauch auf FSC-zertifiziertes Papier umgestellt. Das FSC (Forest Stewardship Council)-Siegel auf einem Holz- oder Papierprodukt ist ein Indikator dafür, dass das Produkt aus nachhaltiger Forstwirtschaft stammt.

RECS-Zertifikate:

Einkauf von „grünem Strom“

AXA Deutschland kompensiert den CO₂-Ausstoß des jährlichen Stromverbrauchs über den Einkauf sogenannter RECS-Zertifikate (Renewable Energy Certificate System). Ein unabhängiger Gutachter bestätigt hierbei dem Stromlieferanten, dass er eine bestimmte Menge Strom aus einer erneuerbaren Energiequelle und somit CO₂-neutral erzeugt hat. Der Verbraucher hat so die Gewähr, dass die gleiche Menge Strom, die er jährlich verbraucht, nachweislich umweltfreundlich erzeugt wurde.

AXA fördert die Gewinnung regenerativer Energien

Der Konzern hat sich intensiv mit den besonderen Anforderungen des Versicherungsschutzes für erneuerbare Energien auseinandergesetzt, da AXA hier eine Energieversorgung mit Zukunft sieht. AXA Deutschland fördert daher die Entwicklung und den Einsatz erneuerbarer Energien durch umfassende Versicherungsangebote. Dabei steht neben der Wind- und Solarenergie sowie der Energiegewinnung durch Biomasse vor allem die Geothermie im Vordergrund.

Erdwärme gibt es zu jeder Jahreszeit, bei jedem Wetter und rund um die Uhr. Diese Beständigkeit sowie die Möglichkeit, überall mit tiefen Bohrungen auf warme Erdschichten stoßen zu können, macht die Geothermie zu einem bedeutenden Energieträger der Zukunft.

Bei AXA, einem der führenden deutschen Industrierversicherer, steht neben klassischen Versicherungen wie Bauleistungs-Versicherung für die Bohrplatzerrichtung, Niederbringung der Bohrung oder Kraftwerksgebäude auch die Montageversicherung für Kraftwerkstechnik – zum Beispiel Wärmetauscher, Turbine, Generator und Rohrleitungen – im Fokus. Neu entwickelt wurde außerdem eine Fündigkeits-Versicherung, die das Risiko deckt, unter Umständen doch keine



geeigneten Förderbedingungen vorzufinden. Ohne entsprechende Versicherung ließen sich solche Großprojekte nicht finanzieren.

Mitbegründer des HochwasserKompetenzCentrums

Da der Klimawandel und seine Folgen für die Gesellschaft zum alltäglichen Geschäft von globalen Versicherungsunternehmen gehören, ist auch eine entsprechende Forschung und Beobachtung in diesem Bereich unerlässlich. AXA beschäftigt sich beispielsweise mit Fragestellungen rund um das Thema Hochwasser und die daraus entstehenden Folgen. Weil Verantwortung übernehmen für AXA auch heißt, aktiv zu handeln, engagiert sich AXA ehrenamtlich in der Hochwasserforschung. So ist der Konzern Mitbegründer des HochwasserKompetenzCentrums (HKC) in Köln – eines einzigartigen Netzwerks, das Theorie und Praxis im

Hochwasserschutz verbindet. Gemeinsam mit Vertretern aus Verwaltung, Wissenschaft und Wirtschaft sowie technischen Hilfeleistern vor Ort setzt sich AXA in Köln und darüber hinaus aktiv für den Hochwasserschutz ein. Der Konzern bringt des Weiteren seine Erfahrungen ins „Finanz-Forum Klimawandel“ ein, die zentrale Forschungs- und Dialogplattform für die effektive Umsetzung der Klimapolitik im Rahmen der „Hightech-Strategie zum Klimaschutz“ der Bundesregierung. Ebenso ist AXA in der „United Nations Environment Programme Finance Initiative“ (UNEP FI) vertreten. Diese Initiative innerhalb des Umweltprogramms der Vereinten Nationen hat zum Ziel, Umweltaspekte in die Dienstleistungen des Finanzsektors zu integrieren.

Gesellschaft: Soziales Engagement und Risikoforschung

Unser Versprechen

AXA unterstützt das Gemeinwesen, in dem wir leben und arbeiten, auf zweierlei Art: Zum einen lebt AXA eine Unternehmenskultur, in der das ehrenamtliche, insbesondere das soziale Engagement der Mitarbeiter gefördert wird. Zum anderen stellt AXA sein unternehmerisches Know-how zur Verfügung, um ein besseres Verständnis der Risiken zu bewirken, denen Menschen und Gesellschaft als Ganzes ausgesetzt sind.

Soziales Engagement beinhaltet nicht vorrangig Sach- und Geldspenden für wohltätige Zwecke, sondern vor allem ehrenamtliches Engagement, indem Mitarbeiter ihre Zeit und ihre Tatkraft im Verein „AXA von Herz zu Herz“ für gemeinnützige Initiativen zur Verfügung stellen.

Soziale Projekte für mehr Lebensqualität

Der gemeinnützige Verein „AXA von Herz zu Herz“ unterstützt soziale und karitative Initiativen in vier Bereichen: Heimkinder, sozial Schwache, Senioren, Kranke und Behinderte. Die mehr als 700 eingetragenen Mitglieder des hauseigenen sozialen Vereins und mehrere hundert Freiwillige engagieren sich mit unterschiedlichsten Aktivitäten in zahlreichen Partnerorganisationen. Zu diesen Organisationen gehören unter anderem Kinder-, Jugend- und Behinderten-Einrichtungen sowie Obdachlosenheime.

Exemplarische Projekte des vergangenen Jahres sind die Partnerschaften mit der Anlauf- und Beratungsstelle „ZORA“ für Mädchen und junge Frauen in Wiesbaden sowie den Übernachtungs- und Resozialisierungsheimen „Johanneshaus“ und „Eliashaus“ im Kölner Zentrum. Das Johanneshaus ist ein flexibler Wohnhilfeverbund zur Betreuung und Versorgung von Menschen mit sozialen und psychischen Problemlagen, das Eliashaus ein ambulantes Wohnprojekt für Männer mit besonderen sozialen Schwierigkeiten. Neben verschiedenen unterjährig Aktionen wurde 2010 zum zweiten Mal in Folge eine große Weihnachts-Wunschzettelaktion für die Bewohner beider Häuser organisiert. AXA Mitarbeiter erfüllten individuelle Geschenk wünsche und bewirteten am Heiligen Abend über 200 Obdachlose.

„ZORA“ in Wiesbaden unterstützt Mädchen und junge Frauen im Alter von 12 bis 27 Jahren bei der Suche nach individuellen Problemlösungen. Sie werden dort in der Krisenintervention geschult und erhalten Kontakte zu Fachleuten. AXA Mitarbeiter in Wiesbaden organisieren Bücherbasare, Kickerturniere und Flohmärkte und spenden die Erlöse hieraus an „ZORA“.

Auch für überregionale Ereignisse werden von den AXA Mitarbeitern Spenden gesammelt: So sammelte die Belegschaft für die vom Erdbeben betroffenen Opfer auf Haiti. Die von

den Mitarbeitern für den Wiederaufbau eines Waisenheims gespendeten 168.400 Euro wurden vom AXA Konzern Deutschland verdoppelt und von der AXA Gruppe in Paris verdreifacht – so flossen fast eine halbe Millionen Euro in das Krisengebiet.

Schwerpunktinitiative Risikoforschung und Risikoaufklärung

AXA betrachtet Corporate Responsibility als unternehmerische Verantwortung gegenüber den bereits erwähnten Interessenspartnern. Darüber hinaus gibt es das Schwerpunktthema „Risikoforschung und Risikoaufklärung“, das in seiner Umsetzung alle sechs Interessensgruppen, vor allem aber das Gemeinwesen betrifft: AXA will der Gesellschaft sowie seinen Interessenspartnern die vorhandenen Kenntnisse über Risiken und deren Vermeidbarkeit zur Verfügung stellen, damit diese ihre Risiken besser managen und ihre Zukunft freier planen können.

Unser Leitbild ist eine Welt, in der Risiken nicht zur Einschränkung der Handlungsfreiheit führen und in der die Menschen ihr Leben sicher und mit Zuversicht in die Hand nehmen können. AXA kann Risiken nicht aus der Welt schaffen, aber den Menschen helfen, Risiken besser zu bewerten. AXA kann sicherstellen, dass die Menschen auf Risiken vorbereitet und angemessen vor deren Folgen geschützt sind.

Oft neigen Menschen dazu, sich Risiken und ihre Folgen zu wenig bewusst zu machen. Wenn wir Risiken unterschätzen, beschwören wir Gefahren herauf, und wenn wir Risiken überschätzen, engen wir unser Handlungspotenzial ein. Vor allem drei Gruppen leiden am





stärksten unter den Folgen falscher Risikoeinschätzungen: junge Menschen, Menschen in unsicheren Lebensverhältnissen und Unterversicherte.

„Risikokompetenz“ durch Aufklärung fördern

Dieser Mangel an „Risikokompetenz“ – das heißt: an der Fähigkeit, fundierte Entscheidungen über angemessenen Risikoschutz zu treffen – hat unmittelbare Auswirkungen auf den Alltag der Betroffenen. Doch weder Schulen noch Arbeitgeber oder Versicherer vermitteln den Menschen das notwendige Wissen zum selbstbestimmten Umgang mit Risiken. Folglich lassen sich viele unserer Kunden und Interessenspartner in der Entfaltung ihres Lebens von Risiken einschränken. AXA will die „Risikokompetenz“ durch Aufklärung fördern und den Menschen die Angst vor Risiken nehmen.

AXA Forschungsfonds: Auch drei Projekte in Deutschland

Durch Risikoforschung leistet AXA einen Beitrag, dass Menschen ihr Leben durch höheres Risikobewusstsein sicherer, selbstverantwortlicher und finanziell unabhängig leben können. Dies geschieht zum Beispiel durch den 2008 gestifteten AXA Forschungsfonds, eine wegweisende Initiative zur gemeinnützigen Förderung der Spitzenforschung im Bereich des Risikomanagements. Er ist mit 100 Millionen Euro für fünf Jahre ausgestattet. AXA hat auf diesem Weg schon 33,5 Mio. Euro an Forschungsgeldern für 139

Projekte in 15 Ländern zur Verfügung gestellt. In Deutschland werden insgesamt drei Forschungsprojekte mit insgesamt 540.000 Euro unterstützt: zwei davon am Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung in Bremerhaven und eines am Institut für Meteorologie der Freien Universität Berlin.

Risikoforschung für mehr Sicherheit im Straßenverkehr

AXA ist Partner der Charta für Verkehrssicherheit. Das ist eine europäische Plattform von Unternehmen, Verbänden, Forschungseinrichtungen und Behörden. AXA hat in diesem Bereich vielfältige Aktivitäten für mehr Sicherheit im Straßenverkehr entwickelt. Oberstes Ziel ist es, die Zahl der Unfall- und Todesopfer im Straßenverkehr zu senken.

Diese Initiativen reichen vom repräsentativen europäischen Verkehrssicherheits-Report mit über 7.000 befragten Autofahrern über das Sponsoring der Safety Trophy, eines Sicherheitswettbewerbs der Auto Zeitung, bis hin zu jährlichen Live-Crashtests in Wildhaus (Schweiz). Gemeinsam mit der Schwestergesellschaft AXA Winterthur Schweiz und der DEKRA werden vor einem Fachpublikum realistische Unfallsituationen gezeigt, um gezielt auf Verbesserungspotenzial bei der Sicherheit von Verkehrsteilnehmern hinzuweisen. Mit besonderen Versicherungstarifen will AXA zudem finanzielle Anreize für mehr Sicherheit auf deutschen Straßen schaffen: Jeder verhinderte Verkehrsunfall ist dabei ein Erfolg.

Hufeland-Preis 2010 für Studie „Intensivzahnpflege im Kindergarten“

Für richtungweisende Leistungen und herausragende Forschungsergebnisse in der Präventivmedizin verleiht die Deutsche Ärzteversicherung den Hufeland-Preis, der zu den bedeutendsten deutschen Medizinpreisen gehört. Den Hufeland-Preis 2010 erhielt Professor Dr. med. dent. Klaus Pieper, Direktor der Abteilung Kinderzahnheilkunde im Medizinischen Zentrum für Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde der Philipps-Universität Marburg. In seiner prämierten Arbeit „Frühkindliche Gebisszerstörung – Ein neues Konzept der Prävention als Chancengleichheit für alle Kinder“ überprüfte er, ob Kinder, die an einem speziellen Intensivzahnpflegeprogramm im Kindergarten teilnehmen, gesündere Zähne haben als Kinder, die nur gelegentliche Zahnputzunterweisungen erhalten.

Schlussfolgerung aus der zweijährigen Interventionsstudie: Ein Drittel aller Kinder benötigen eine zusätzliche Intensivzahnpflege im Kindergarten. Denn Kinder, die eine Intensivzahnpflege erhielten, hatten 21 Prozent weniger Kariesschäden als die Kinder ohne Intensivbetreuung. Deren Karieszuwachs war dagegen dreimal so häufig. Die Studie zeigt Möglichkeiten auf, wie die frühkindliche Karies erfolgreicher bekämpft werden kann. So sollte die Prävention bereits vor Eintritt in den Kindergarten im Rahmen der Vorsorgeuntersuchungen U5, U6 und U7 beginnen.

AXA Deutschland im Geschäftsjahr 2010





Wachstumskurs fortgesetzt und Nettoergebnis deutlich gesteigert

Die AXA Deutschland ist im Geschäftsjahr 2010 weiter gewachsen und hat ein deutlich höheres Ergebnis erzielt. Die Beitragseinnahmen stiegen um 1,2 % auf 10,4 Mrd. Euro und das Konzernergebnis hat sich auf 413 Mio. Euro nahezu verdreifacht. Dieser Erfolg gelang in einem wirtschaftlichen Umfeld, das für die Versicherungswirtschaft schwierig war.

Deutsche Wirtschaft: Rasanter Aufschwung nach der Finanzmarktkrise

Im Jahr 2010 verbesserte sich die wirtschaftliche Lage weltweit. Schneller als erwartet folgte der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise ein rasanter Aufschwung. Besonders die deutsche Wirtschaft wuchs kräftig und erholte sich überraschend schnell von der stärksten Rezession der Nachkriegszeit. Während das Bruttoinlandsprodukt (BIP) 2009 um 4,7 % gesunken war, konnte es im vergangenen Jahr wieder deutlich zulegen – nach ersten Berechnungen des Statistischen Bundesamtes preisbereinigt um 3,6 %.

Die wichtigste Stütze für den deutschen Wirtschaftsaufschwung war der Außenhandel. Die Exporte nahmen preisbereinigt um 14,2 % zu. Wichtigstes deutsches Exportgut waren erneut Fahrzeuge und Fahrzeugteile. Sie allein machten 16,6 % der Exporte aus und brachten Einnahmen in Höhe von rund 160 Mrd. Euro. Auch die Importe nahmen zu, preisbereinigt um insgesamt 13 %. Deutliche Impulse für das Wachstum kamen zudem aus dem Inland. Insbesondere in Ausrüstungen wurde 2010 mit 9,4 % deutlich mehr investiert als im Vorjahr. Die privaten Konsumausgaben stiegen preisbereinigt um 0,5 %, die staatlichen sogar um 2,2 %.

Aufschwung machte sich auch auf dem Arbeitsmarkt bemerkbar

Der Arbeitsmarkt konnte von dem Aufschwung des vergangenen Jahres profitieren. Rund 40,5 Millionen Erwerbstätige zählte die Bundesagentur für Arbeit, das waren 212.000 Personen oder 0,5 % mehr als im Jahr zuvor. Die Zahl der Erwerbstätigen erreichte damit einen neuen Höchststand. Die Zahl der Erwerbslosen ging demgegenüber weiter zurück. 2010 waren 2,9 Millionen Menschen erwerbslos im Sinne der internationalen Arbeitsorganisation (ILO), rund 9,2 % weniger als im Jahr zuvor. Erwerbslos im Sinne der ILO ist nur, wer gänzlich ohne Arbeit ist. Bereits eine einstündige Beschäftigung führt dazu, dass die Person nicht mehr zu den Arbeitslosen zählt.

Hingegen war die Entwicklung auf den Finanzmärkten erneut von Turbulenzen geprägt. Besonders die hohen Staatsdefizite von Griechenland, Irland, Italien, Portugal

und Spanien sorgten auf den Finanzmärkten für Unruhe. Das Vertrauen in die Staatsanleihen dieser Länder sank spürbar. Börsenspekulanten begannen sogar, auf den baldigen Staatsbankrott der sogenannten GIIPS-Länder zu wetten. Deutsche Staatsanleihen gelten hingegen weiterhin als sichere Anlage und genießen großes Vertrauen auf den Finanzmärkten. Sie wurden 2010 weltweit verstärkt nachgefragt. Die hohe Nachfrage nach den Zinspapieren hat jedoch eine Kehrseite: historisch niedrige Zinssätze, die der Versicherungswirtschaft die Kapitalanlage zu attraktiven Renditen erschweren.

Das gesamte Volkseinkommen stieg im vergangenen Jahr um 6,0 % auf 1,9 Billionen Euro und verzeichnete damit den größten Zuwachs seit 1992. Dabei entfielen 1,3 Billionen Euro auf die Arbeitnehmerentgelte (+2,6 %) und rund 641 Mrd. Euro auf Unternehmens- und Vermögenseinkünfte (+13,2 %). Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte erhöhte sich ebenfalls um 2,6 %, auch die Sparquote lag mit 11,4 % etwas höher als im Vorjahr (11,1 %).

Gleichzeitig stiegen die Verbraucherpreise im Jahresdurchschnitt um 1,1 %. Damit lag die Inflationsrate zwar deutlich höher als im Vorjahr, als die Preise um nur 0,4 % gestiegen waren. Im langfristigen Vergleich blieb die Inflation jedoch weit unter dem Niveau der meisten vergangenen Jahre.

Versicherungswirtschaft erneut mit Beitragswachstum

Von den Auswirkungen der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise blieb auch die deutsche Versicherungswirtschaft nicht unberührt. Unter dem Eindruck der Finanzmarktkrise wollen viele Verbraucher nach wie vor keine langfristigen vertraglichen Bindungen eingehen und halten sich beim Kauf von Vorsorgeprodukten zurück. Im Firmenkundengeschäft ergaben sich im vergangenen Jahr vielfach Beitragsrückgänge bei umsatzabhängigen Policen, da viele Unternehmen im konjunkturschwachen Jahr 2009 rückläufige Umsätze verzeichnet und auf dieser Basis für 2010 niedrigere Beiträge für ihren Versicherungsschutz zu entrichten hatten. In der privaten Krankenversicherung hemmte letztmals die inzwischen abgeschaffte Regel, dass wechselwillige Angestellte mindestens drei Jahre lang oberhalb der Versicherungs-



pflichtgrenze verdienen müssen, das Neugeschäft. Für die deutsche Lebensversicherung stellt sich vor allem die Frage, wie sich in einem ausgeprägten Niedrigzinsumfeld nachhaltig attraktive Renditen für die Kunden erzielen lassen.

Insgesamt aber wies die deutsche Versicherungswirtschaft in einem unverändert labilen gesamtwirtschaftlichen Umfeld einen sehr robusten Geschäftsverlauf auf. Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) geht davon aus, dass die Beiträge um 4,3% auf 178,8 Mrd. Euro gestiegen sind. Gleichzeitig war 2010 infolge zahlreicher Naturereignisse und strenger Wintermonate ein außergewöhnliches Schadenjahr.

Am Beitragswachstum der Branche hatte die Lebensversicherung den größten Anteil. Ihr Geschäft legte einschließlich der Pensionskassen und Pensionsfonds um 6,0% auf 90,4 Mrd. Euro zu. Grund war erneut das starke Einmalbeitragsgeschäft. Rund 27 Mrd. Euro der Beitragseinnahmen und damit mehr als ein Viertel stammten aus Einmalbeiträgen. Über die Hälfte der Einmalbeiträge entfielen auf sofort beginnende und aufgeschobene Rentenversicherungen.

Die Unternehmen der privaten Krankenversicherung erzielten im vergangenen Jahr Beitragseinnahmen von insgesamt 33,3 Mrd. Euro, 5,8% mehr als im Vorjahr. Von den Einnahmen entfielen 31,2 Mrd. Euro auf die Krankenversicherung (+6,1%) und 2,1 Mrd. Euro auf die Pflegeversicherung (+1,7%).

In der Schaden- und Unfallversicherung gab es 2010 nur ein leichtes Wachstum. Das Beitragsvolumen lag bei 55,1 Mrd. Euro und damit nur um 0,7% höher als im Vorjahr. Für das Wachstum war die Kraftfahrtversicherung entscheidend, die erstmals seit sechs Jahren wieder höhere Beitragseinnahmen erzielte. Mit Aufwendungen von 43,2 Mrd. Euro war 2010 für die Schaden- und Unfallversicherer allerdings auch das schadenträchtigste Jahr seit dem Elbe-Hochwasser im Jahr 2002.

Themen, die im vergangenen Jahr die Diskussionen in der Branche beherrschten, waren vor allem die Reform des europäischen Versicherungsaufsichtsrechts Solvency II und das niedrige Zinsniveau. Bei der Umsetzung von Solvency II sehen die Versicherer noch Verbesserungsbedarf. Sie fordern unter anderem eine Vereinfachung bei der Berichterstattung sowie bei der Kalibrierung der Risikomodelle. Im Interesse ihrer Kunden fordern die Versicherer eine Rückkehr zu normalen Zinsen, da die anhaltende Niedrigzinspolitik der Notenbanken die Erträge aus festverzinslichen Kapitalanlagen und damit die Rendite von Altersvorsorgeprodukten schmälert.

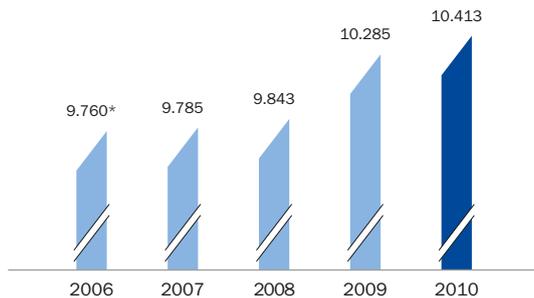
Die Versicherungsbranche hat 2010 an einem besseren Verbraucherschutz gearbeitet. So hat sie unter anderem einen Verhaltenskodex entwickelt, um die hohe Qualität beim Vertrieb von Versicherungsprodukten zu sichern. Diesen Kodex haben auch die Versicherungsgesellschaften und Pensionskassen des AXA Konzerns unterzeichnet.

Mehr Einnahmen, Neugeschäftserfolge und höheres Ergebnis

Einnahmen auf 10,41 Mrd. Euro gesteigert

Im Geschäftsjahr 2010 nahmen die Einnahmen des AXA Konzerns von 10,29 Mrd. Euro auf 10,41 Mrd. Euro (+1,2%) zu. Damit ist der Konzern trotz der vielfach ungünstigen Marktbedingungen und der Kapazitätsbindung durch die erfolgreiche Integration der DBV-Winterthur in den zurückliegenden Jahren weiterhin auf Wachstumskurs geblieben.

Wachstum fortgesetzt (Mio. Euro)



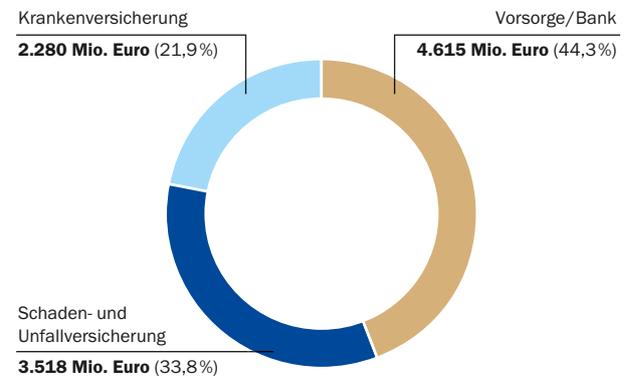
* AXA Konzern plus ehemalige DBV-Winterthur.

In ihrem größten Geschäftsfeld Vorsorge erzielte die AXA Deutschland 2010 ein Beitragsvolumen von 4,60 Mrd. Euro und damit 1,8% mehr als im Vorjahr. Einschließlich der Provisionseinnahmen der AXA Bank, deren Aktivitäten ebenfalls im Vorsorgegeschäft liegen, waren es 4,62 Mrd. Euro. Vor allem Versicherungen gegen Einmalbeitrag waren erneut stärker nachgefragt. Dies entspricht dem demografischen Wandel: Eine alternde Bevölkerung, insbesondere Kunden aus der Generation 50+, legt aufgebaute Vermögensteile zunehmend in regelmäßige Renten an. Diesem Wunsch entspricht die Versicherungswirtschaft mit lebenslang garantierten Auszahlungen. Außerdem besteht vielfach der Wunsch, Altersvorsorge ohne regelmäßige Einzahlungsverpflichtungen zu betreiben, da Erwerbs- und persönliche Biografien der Menschen unregelmäßiger verlaufen als in früheren Jahren. Das Einmalbeitragsvolumen erhöhte sich bei AXA im Jahr 2010 um 14,3% auf 1,07 Mrd. Euro, während die laufenden Beiträge im gleichen Zeitraum um 1,5% auf 3,53 Mrd. Euro zurückgingen.

Einnahmen weiter gesteigert

	2009 (Mio. Euro)	2010 (Mio. Euro)	Veränderung
Vorsorge	4.520	4.599	+1,8%
davon laufende Beiträge	3.582	3.527	-1,5%
davon Einmalbeiträge	938	1.072	+14,3%
Schaden- und Unfallversicherung	3.554	3.518	-1,0%
davon Kraftfahrtversicherung	1.202	1.199	-0,3%
davon andere Sparten	2.352	2.319	-1,4%
Krankenversicherung	2.196	2.280	+3,8%
Bank	15	15	-3,9%
Gesamt	10.285	10.413	+1,2%

Vorsorge weiter größtes Geschäftsfeld



Die Entwicklung in der Schaden- und Unfallversicherung war unterschiedlich. Während das Beitragsaufkommen im Privatkundengeschäft mit 2,13 Mrd. Euro nahezu konstant blieb, ging es im Firmenkundengeschäft um 4,3% auf 1,08 Mrd. Euro zurück. Die Gründe waren zum einen konjunkturbedingte Beitragsrückgänge bei umsatzabhängigen Policen, beispielsweise in der Haftpflicht- und der Transportversicherung. Zum anderen hatte die Entscheidung des AXA Konzerns, an seiner ertragsorientierten Zeichnungspolitik festzuhalten und sich aus Marktsegmenten wie Teilen der Haftpflichtversicherung für Heilwesenerberufe bewusst zurückzuziehen, Einfluss auf die Beitragsentwicklung.

Die Beitragseinnahmen in der privaten Krankenversicherung stiegen um 3,8% auf 2,28 Mrd. Euro. Davon kamen 0,5% aus dem Neugeschäft und 3,3% aus Beitragsanpassungen. AXA und DBV Kunden profitierten davon, dass die AXA Krankenversicherung am Jahresanfang 2010 die notwendige Beitragsanpassung erheblich niedriger halten konnte als der Markt mit schätzungsweise rund 6%. Das erklärt auch, warum das Beitragswachstum der privaten Krankenversicherung bei AXA im vergangenen Jahr unter dem Marktzuwachs lag.

Die Beitragsentwicklung in den Kundensegmenten

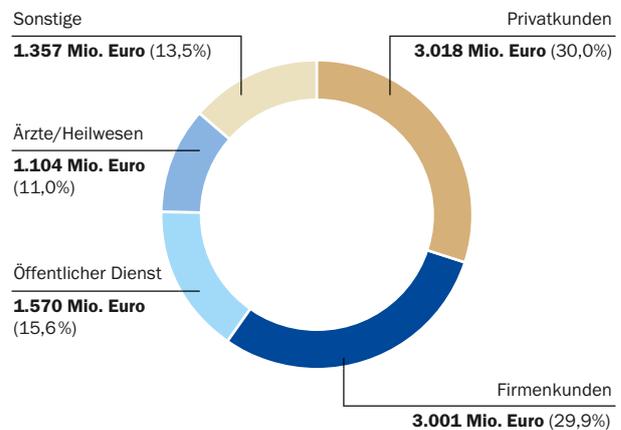
Unterschiedliche Kundengruppen haben ganz verschiedene Bedürfnisse. Deshalb steuert der AXA Konzern entsprechend der strategischen Ausrichtung, für die Kunden und deren Bedürfnisse erste Wahl zu sein, sein Geschäft seit Anfang 2009 nach Kundensegmenten: Privatkunden, Firmenkunden, Öffentlicher Dienst und Ärzte/Heilwesener. Alle Segmente erzielten 2010 in ihren Kerngeschäften (ohne Kapitalisierungsprodukte) teils deutliche Beitragszuwächse.

Ein starkes Wachstum erzielte die AXA Deutschland mit +3,8 % in ihrem nach Beitragseinnahmen größten Segment Privatkunden. Hier nahm das Beitragsvolumen, im Wesentlichen getragen von der hohen Nachfrage nach innovativen Produkten wie BOXplus, Existenzschutz und Pflegevorsorge sowie Kraftfahrtversicherungen, auf 3,02 Mrd. Euro zu.

Das Segment Firmenkunden verzeichnete 2010 Beitragseinnahmen von 3,0 Mrd. Euro (+0,1 %) und bleibt das zweitgrößte Kundensegment der AXA Deutschland. Konjunkturbedingte Rückgänge insbesondere in der Haftpflicht- und der Transportversicherung konnten durch Absatzerfolge beim Zielgruppenprodukt Profi-Schutz ausgeglichen werden.

Das Kundensegment Öffentlicher Dienst führt der Konzern unter der Zielgruppenmarke DBV Deutsche Beamtenversicherung. Hier erreichte das Beitragsvolumen 1,57 Mrd. Euro (+4,6 %). Dieses Segment wuchs – neben einem leichten Anstieg bei den Schaden- und Unfallversicherungen – vor allem in der Krankenversicherung.

Anteile der Kundensegmente an den Beitragseinnahmen*



* Aufgrund weiterer Präzisierungen bei der Zuordnung zu den Kundensegmenten sind nicht alle Werte mit dem Vorjahr vergleichbar.

Das Kundensegment Ärzte/Heilwesener, das durch die Deutsche Ärzteversicherung repräsentiert wird, ist ebenfalls weiter gewachsen. Die Einnahmen stiegen um 0,9 % auf 1,10 Mrd. Euro. Einem Rückgang bei den Sach- und Haftpflichtversicherungen stand hier eine positive Entwicklung im Vorsorgegeschäft gegenüber.

Ein Beitragsvolumen von 1,36 Mrd. Euro (+3,5 %) entfiel auf Bereiche wie die Kunstversicherung, Industriepolicen, übernommene Rückversicherung und Bank und lässt sich nicht eindeutig einzelnen Kundensegmenten zuordnen.

Neugeschäftserfolge dank innovativer neuer Produkte

AXA will der Versicherer sein, der die Kundenbedürfnisse am besten erfüllt, und so zum Unternehmen erster Wahl werden. Dazu gehören attraktive Produkte und passende Lösungen in allen Fragen rund um Vorsorge und Versicherung. Im Jahr 2010 hat der AXA Konzern seine Produktpalette weiter überarbeitet und erneuert und mit mehreren Produktinnovationen spürbare Neugeschäftserfolge erzielt.

So stieg das Neugeschäft im Privatkundengeschäft der Schaden- und Unfallversicherung dank der neuartigen Existenzschutzversicherung und der weiterhin sehr gut im Markt aufgenommenen innovativen BOXplus-Produkte um 3,8 % auf 430 Mio. Euro Jahresbeitrag. BOXplus umfasst Privathaftpflicht-, Hausrat-, Wohngebäude-, Glas- und Unfallversicherungen mit den dazu gehörenden Bausteinen und zeichnet sich durch überdurchschnittliche Leistungen zu fairen Preisen aus. Darüber hinaus konnte der AXA Konzern mit den neuen Tarifen mobil komfort und mobil kompakt seine Marktposition in der Kraftfahrtversicherung deutlich verbessern. Dank dieser Tarife zählte AXA im Jahreswechsler-

geschäft 2010/2011 mit nahezu 100.000 neuen Kraftfahrtversicherungskunden zu den Gewinnern im Markt.

Der konjunkturelle Einbruch des Jahres 2009 führte dazu, dass 2010 das Neugeschäft mit Firmenkunden in mehreren Sparten der Schaden- und Unfallversicherung um 32,0 % auf insgesamt 172 Mio. Euro zurückging. Das Zielgruppenprodukt Profi-Schutz, das durch seine individuell kombinierbaren Module einfach und flexibel auf die Versicherungsbedürfnisse spezieller Kundengruppen wie Handwerker, Handel, Dienstleister oder freie Berufe abgestimmt werden kann, entfaltete auch 2010 positive Wirkung, konnte aber insgesamt die umsatzbedingten Neugeschäftsrückgänge nicht ausgleichen.

Im Geschäftsfeld Vorsorge verzeichnete unser Unternehmen wie auch der Markt ein starkes Wachstum bei den Einmalbeiträgen bei gleichzeitig rückläufigem Geschäft gegen laufenden Beitrag. Im Neugeschäft mit Einmalbeiträgen hielt der positive Trend nun schon im vierten Jahr an und führte im vergangenen Geschäftsjahr zu einem Wachstum von

14,3% auf 107 Mio. Euro APE. AXA misst das Neugeschäft in der Lebens- und Krankenversicherung in Annual Premium Equivalent (APE). Dabei fließt das Neugeschäft an laufenden Beiträgen mit einem Jahresbeitrag pro Vertrag und das Einmalbeitragsgeschäft mit 10% des in den Vertrag eingezahlten Beitrags in die Berechnung ein. Von den neu abgeschlossenen Einmalbeiträgen in Höhe von 107 Mio. Euro APE entfielen 71 Mio. Euro auf Einmalbeiträge in längerfristige Lebens- und Rentenversicherungen. Das waren +52,2% oder mehr als doppelt so viel wie im Vorjahr. 36 Mio. Euro (2009: 47 Mio. Euro) entfielen auf Kapitalisierungsprodukte wie das „AXA KapitalDepot“. Dieses dient vorrangig der kurz- und mittelfristigen Vermögensanlage von Bestandskunden, die beispielsweise noch nicht über die Verwendung oder Wiederanlage ausgezahlter Lebensversicherungen entschieden haben.

Im Neugeschäft gegen laufende Beitragszahlungen weist der AXA Konzern gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang von 3,6% auf 258 Mio. Euro APE aus. Hier zeigt sich als Folge der Finanzmarktkrise noch immer die Zurückhaltung der Verbraucher, langfristige regelmäßige Verpflichtungen einzugehen, obwohl breite Schichten der Bevölkerung über die Einsicht verfügen, dass die gesetzliche Rente später nicht ausreichen wird und eigenverantwortliche zusätzliche Altersvorsorge notwendig ist.

Das Neugeschäft in der privaten Krankenversicherung ging 2010 um 6,3% auf 112 Mio. Euro Jahresbeitrag (APE) zurück und folgte damit dem marktweit rückläufigen Trend. Dieser kam nach dem Neugeschäftsboom zum Jahresanfang 2009 nicht unerwartet. Im Zuge des Wettbewerbsstärkungsgesetzes entschieden sich seinerzeit viele Kunden noch für die alte Tarifgeneration mit Versicherungsbeginn im Jahr 2009. Sie beinhaltete bei einem Wechsel keine Mitnahme der Alterungsrückstellung und konnte deshalb mit etwas niedrigeren Beiträgen kalkuliert werden. Sehr positiven Vertriebspartner und Kunden die neuen Pflegevorsorge-Produkte auf. Sie verzeichnen seit der Markteinführung im Frühjahr 2010 einen kontinuierlich steigenden Anteil am Neugeschäft.

Erfolgreiches Neugeschäft

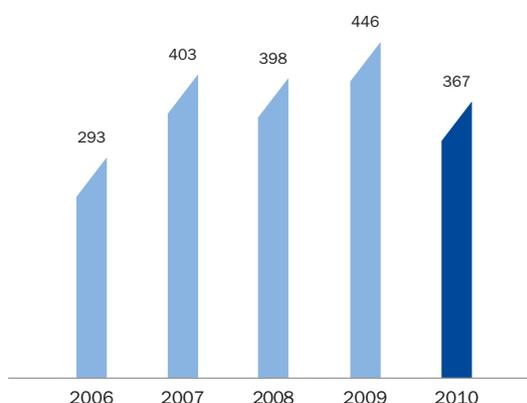
	Mio. Euro	Veränderung
Neuabschlüsse Schaden- und Unfallversicherung Privat	430	+3,8%
Neugeschäft Vorsorge in APE*	365	+1,1%
davon an laufenden Beiträgen	258	-3,6%
davon an Einmalbeiträgen	107	+14,3%
Einmalbeiträge ohne Kapitalisierungsprodukte	71	+52,2%
Neugeschäft Krankenversicherung	112	-6,3%

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

Operatives Ergebnis auf hohem Niveau

Der AXA Konzern verfügt weiterhin über eine hohe operative Ertragskraft. Die Underlying Earnings, die den operativen Geschäftserfolg (ohne Veräußerungsgewinne und -verluste, Zu- und Abschreibungen sowie Marktwertveränderungen bei Kapitalanlagen) ausdrücken, beliefen sich im Geschäftsjahr 2010 auf +367 Mio. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr gingen die Underlying Earnings um 79 Mio. Euro zurück. Die Hauptgründe hierfür waren deutlich gestiegene Schadenaufwendungen durch die strengen Wintermonate, durch Stürme und mehrere Großschäden.

Operatives Ergebnis (Underlying Earnings in Mio. Euro)



2006 AXA Konzern ohne DBV-Winterthur, 2007 ohne Einmaleffekt aus Unternehmensteuerreform

Im Geschäftsfeld Vorsorge erzielte AXA erneut eine Verbesserung des operativen Ergebnisses. Hier erhöhten sich die Underlying Earnings um 22 Mio. Euro auf +134 Mio. Euro (2009: +113 Mio. Euro). Durch die Entspannung auf dem Kapitalmarkt gingen die Kosten für die Absicherung der TwinStar-Garantien, von denen unsere Kunden insbesondere in der Finanzmarktkrise profitierten, stark zurück. Dadurch verbesserten sich die Underlying Earnings für diesen Teil des Vorsorgegeschäfts um 61 Mio. Euro, und zwar von -23 Mio. Euro im Vorjahr auf +38 Mio. Euro. Im Geschäft mit Lebens- und Rentenversicherungen sowie Pensionskassen ohne TwinStar haben wir den Anteil der festverzinslichen Wertpapiere am Kapitalanlagebestand erhöht und hieraus ein höheres Kapitalanlageergebnis erzielt als im Vorjahr. Gleichzeitig haben wir 2010 einen größeren Anteil des Kapitalanlageergebnisses als im Vorjahr zugunsten der Versicherungsnehmer verwendet. Dadurch verringerten sich die Underlying Earnings von +135 Mio. Euro auf +96 Mio. Euro.

Das operative Ergebnis in der Schaden- und Unfallversicherung war im Geschäftsjahr 2010 durch hohe Schadenaufwendungen aufgrund des Orkans Xynthia, mehrerer

Hochwasser und Überschwemmungsereignisse sowie der strengen Wintermonate zu Beginn und Ende des Jahres geprägt. Allein aufgrund der höheren Schadenbelastung durch überwiegend witterungsbedingte Normalschäden sowie die Stürme Xynthia und Norina ging bei AXA das operative Ergebnis in der Schaden- und Unfallversicherung um 83 Mio. Euro zurück. Darüber hinaus war die Situation im Firmenkundengeschäft durch Großschäden beeinträchtigt, deren Anzahl und Schadenhöhe deutlich über dem Durchschnitt der Vorjahre lag. In diesem Umfeld erzielte der AXA Konzern Underlying Earnings von +177 Mio. Euro (2009: +284 Mio. Euro), die damit um 107 Mio. Euro zurückgingen.

Die Krankenversicherung trug mit +40 Mio. Euro (2009: +45 Mio. Euro) zu den Underlying Earnings des AXA Konzerns bei. Der Rückgang um 5 Mio. Euro hat seine Ursache vornehmlich in einem höheren Steueraufwand als im Vorjahr.

Aus Bank- und Holdingaktivitäten erwirtschaftete die AXA Deutschland Underlying Earnings von +15 Mio. Euro (2009: +5 Mio. Euro). Die Verbesserung wurde im Wesentlichen durch höhere Anlageergebnisse und Kostenreduktion erzielt.

Konzernergebnis von +413 Mio. Euro

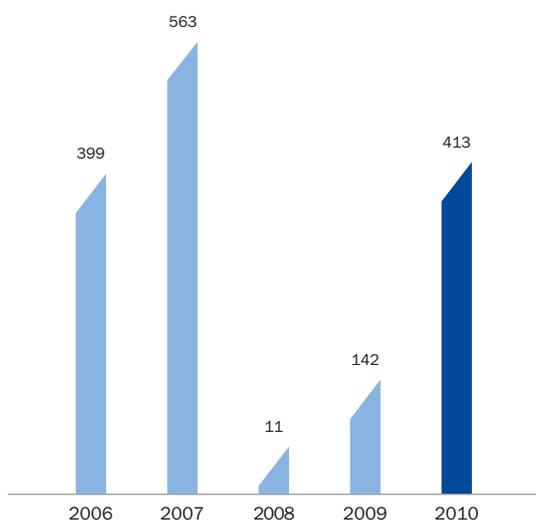
Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die AXA Deutschland ein Konzernergebnis von +413 Mio. Euro (2009: +142 Mio. Euro). Damit hat sich das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr nahezu verdreifacht. Die bereits im Jahr 2009 begonnene und 2010 fortgeschrittene Erholung an den Kapitalmärkten war der Hauptgrund für die starke Verbesserung des Konzernergebnisses. Von der positiven Entwicklung profitierte besonders der Vorsorgebereich. Durch geringere Abschreibungen, erzielte Gewinne bei der Veräußerung von Kapital-

anlagen und Wertaufholungen gelang es, das Nettoergebnis in Vorsorge von -90 Mio. Euro im Vorjahr auf +169 Mio. Euro und damit um 259 Mio. Euro zu verbessern. Aus den gleichen Gründen verbesserte sich das Nettoergebnis der Krankenversicherung von +40 Mio. Euro auf +45 Mio. Euro. In der Schaden- und Unfallversicherung verbesserte sich das Kapitalanlageergebnis durch stark reduzierte Abschreibungen deutlich; dieses konnte jedoch den Rückgang bei den Underlying Earnings nicht ausgleichen. Dadurch ging in diesem Geschäftsfeld das Nettoergebnis um 17 Mio. Euro auf +190 Mio. Euro (2009: +207 Mio. Euro) zurück. Der AXA Konzern hatte auch in den Vorjahren stets positive Nettoergebnisse erzielt. Selbst auf dem Höhepunkt der Finanzmarktkrise im Jahr 2008 konnte der AXA Konzern ein positives Ergebnis erreichen.

Seit Jahren hervorragende Ratings im Bereich AA

Als wichtiger Teil der internationalen AXA Gruppe verfügen die Versicherungsgesellschaften des AXA Konzerns unverändert über hervorragende Ratings im Bereich AA (sehr stark). Die Ratingagentur Fitch Ratings hat am 13. Dezember 2010 das AA- (sehr stark) für das Insurer Financial Strength Rating, das die Finanzkraft eines Versicherungsunternehmens ausdrückt, der AXA Lebensversicherung, AXA Krankenversicherung, AXA Versicherung, DBV Deutsche Beamtenversicherung und DBV Deutsche Beamtenversicherung Lebensversicherung bestätigt und den Ausblick von bisher ‚negativ‘ auf ‚stabil‘ heraufgesetzt. Standard & Poor's hat am 30. März 2010 das Insurer Financial Strength Rating von AA um eine Nuance auf AA- verändert und gleichzeitig den Ausblick von ‚negativ‘ auf ‚stabil‘ angehoben. Das Aa3 (sehr stark) Insurance Financial Strength Rating der Ratingagentur Moody's Investors Service vom 20. Februar 2009 mit stabilem Ausblick hat nach wie vor Gültigkeit.

Konzernergebnis nahezu verdreifacht (Mio. Euro)



2006 AXA Konzern ohne DBV-Winterthur

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 den Risiken als mindestens erforderlichen Eigenmitteln zu sehen – liegen bei den einzelnen Gesellschaften weit über den Mindestanforderungen. Sie betragen bei den einzelnen Versicherungsgesellschaften des Konzerns:

AXA Versicherung	189,4 %
AXA Lebensversicherung	154,2 %
AXA Krankenversicherung	144,4 %
DBV Deutsche Beamtenversicherung	109,4 %
DBV Deutsche Beamtenversicherung Lebensversicherung	153,8 %
Deutsche Ärzteversicherung	160,3 %
Pro bAV Pensionskasse	204,2 %
winsecura Pensionskasse	144,7 %
Rheinisch-Westfälische Sterbekasse	201,2 %

Die Entwicklung in den einzelnen Geschäftsfeldern

Vorsorge: Einmalbeiträge wachsen erneut dynamisch

Der AXA Konzern konnte sein Beitragsvolumen in seinem größten Geschäftsfeld Vorsorge (Lebens- und Rentenversicherungen einschließlich Pensionskassen) von 4,52 Mrd. Euro im Vorjahr auf 4,60 Mrd. Euro im Geschäftsjahr 2010 steigern. Das bedeutete ein Wachstum von 79 Mio. Euro oder 1,8%. Wie im Markt insgesamt verlief auch bei AXA die Beitragsentwicklung unterschiedlich. Während die laufenden Beiträge um 1,5% auf 3,53 Mrd. Euro zurückgingen, war das Wachstum bei den Einmalbeiträgen erneut sehr dynamisch. Ihr Volumen nahm um 14,3% auf 1,07 Mrd. Euro zu.

Besonders stark war das Wachstum im Einmalbeitragsgeschäft bei konventionellen Rentenversicherungen und fondsgebundenen Versicherungen einschließlich TwinStar. Diese wuchsen um 52,2% auf 711 Mio. Euro (2009: 467 Mio. Euro). Daran zeigt sich, dass immer mehr Kunden den Vorteil erkennen, den ihnen bei der Gestaltung ihrer Altersvorsorge nur eine Versicherung bieten kann: die Zahlung einer lebenslangen Rente selbst bei Erreichen eines sehr hohen Alters. Auf Kapitalisierungsprodukte wie das Kapital-Depot entfielen 361 Mio. Euro (2009: 471 Mio. Euro) und damit erheblich weniger als im Vorjahr. Durch das starke Wachstum bei den Einmalbeiträgen ohne Kapitalisierungsprodukte ergaben sich auch deutliche Verschiebungen innerhalb des gesamten Einmalbeitragsvolumens. War das Verhältnis zwischen Einmalbeiträgen und Kapitalisierungsprodukten 2009 noch nahezu 50:50, entfielen im vergangenen Jahr mit 66,3% knapp zwei Drittel auf Einmalbeiträge ohne Kapitalisierungsprodukte.

Anteile der Versicherungsformen am Lebensversicherungsbestand

	lfd. Beitrag 2010 (Mio. Euro)	Anteil 2010 (%)	Anteil 2009 (%)
Fondsgebundene Versicherungen einschließlich TwinStar	802	23,0%	21,2%
Rentenversicherungen	525	15,1%	14,9%
Einzelkapitalversicherungen	1.353	38,8%	40,9%
Risikoversicherungen	78	2,2%	2,2%
Berufsunfähigkeitsversicherungen	134	3,8%	3,5%
Kollektivversicherungen	559	16,0%	15,9%
Fondsgebundene Versicherungen, kollektiv	35	1,0%	1,4%
Gesamt	3.484	100%	100%

4,6 Mrd. Euro Leistungen für Kunden

Die gesamten Leistungen, die die Lebensversicherer und Pensionskassen des AXA Konzerns zugunsten ihrer Kunden für Abläufe, Renten, Rückkäufe und Todesfälle erbrachten, betragen im Geschäftsjahr 2010 einschließlich der Überschussanteile und Direktgutschrift 4,6 Mrd. Euro (2009: 4,5 Mrd. Euro).

Das operative Ergebnis (Underlying Earnings) des Vorsorgebereiches verbesserte sich erneut und erhöhte sich auf +134 Mio. Euro (2009: +113 Mio. Euro). Hauptgrund hierfür waren vor allem die geringeren Absicherungskosten für die Garantien der TwinStar-Produkte. Die Preise für die Absicherungsinstrumente waren in den Jahren der Finanzmarktkrise drastisch gestiegen und hatten das Ergebnis der AXA belastet, während die mit den TwinStar-Produkten gegebenen Garantien für die Kunden gerade auch in dieser Zeit einen besonderen Wert darstellten.

Schaden- und Unfallversicherung: Höhere Schaden-Kostenquote

Die Beitragsentwicklung in der Schaden- und Unfallversicherung war bei der AXA Deutschland im Geschäftsjahr 2010 vor allem durch konjunkturelle Einflüsse, den weiter andauernden Preiswettbewerb in der Kraftfahrtversicherung und die Entscheidung geprägt, anhaltend unwirtschaftliche Teile des Heilwesen-Haftpflichtversicherungsgeschäfts aufzugeben. Die hierdurch entstandenen Beitragsrückgänge konnten teilweise aber durch deutliche Zuwächse in der Gebäudeversicherung des Privatkundengeschäfts und Verkaufserfolge bei unserem innovativen Produktkonzept BOX-plus ausgeglichen werden.

Insgesamt verringerte sich das Beitragsaufkommen um 1,0% auf 3,52 Mrd. Euro (2009: 3,55 Mrd. Euro). Die Ursachen für den Rückgang waren zum einen rezessionsbedingt, da im Firmenkundengeschäft zahlreiche Verträge an die Umsatzentwicklung gekoppelt sind. So meldeten zahlreiche Firmen rückläufige Umsätze für das Krisenjahr 2009, die sich bei uns in geringeren Beitragseinnahmen für 2010 niederschlugen. Die konjunkturelle Erholung im Jahr 2010 mit wieder höheren Umsätzen der Firmen wird erst zeitverzögert in Form wieder höherer Beitragseinnahmen bei den Versicherern ankommen.

Auf dem nach wie vor sehr wettbewerbsintensiven Kraftfahrtversicherungsmarkt konnte die AXA Deutschland ihre Position behaupten und das Beitragsvolumen mit 1,20 Mrd. Euro (-0,3%) nahezu stabil halten. Hier überzeugte der Konzern mit der überarbeiteten Produktpalette mit den Tarifen mobil komfort und mobil kompakt. Somit konnte AXA im Jahresverlauf 2010 ein gutes Neu- und Ersatzgeschäft erzielen und die im Jahreswechslergeschäft 2009/2010 verlorenen Verträge ausgleichen. Im Jahreswechslergeschäft

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

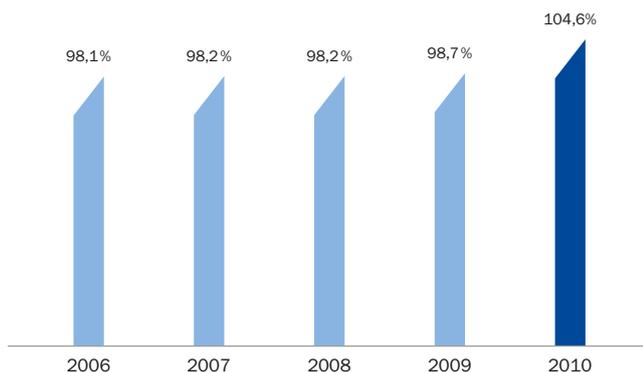
	2009	2010	Veränderung
Gesamt	3.554	3.518	-1,0%
davon Kraftfahrtversicherung	1.202	1.199	-0,3%
davon andere Sparten	2.058	2.011	-2,3%
Sachversicherung Firmen und Privat	982	992	+1,0%
Haftpflichtversicherung	653	607	-7,0%
Transportversicherung	124	119	-4,0%
Luftfahrtversicherung	9	8	-11,1%
andere	290	285	-1,7%
davon sonstige	294	308	+4,8%
Kunstversicherung	138	142	+2,9%
übernommene Rückversicherung	156	168	+7,9%

2010/2011 gehörte der AXA Konzern mit seinen attraktiven Tarifen mobil komfort und mobil kompakt zu den Gewinnern und errang fast 100.000 neue Verträge insbesondere über den Maklervertrieb hinzu.

Das Geschäftsjahr 2010 war ein außergewöhnliches Schadenjahr. Durch die strengen Winter 2009/2010 und 2010/2011 kam es in den ersten und den letzten Monaten des Jahres zu einer Vielzahl von Glatteisschäden, die sich vor allem auf die Kraftfahrt- und die Unfallversicherung auswirkten. Die Winterkälte führte darüber hinaus zu erheblichen Leitungswasserschäden in der Wohngebäudeversicherung. Ende Februar richtete der Sturm Xynthia vor allem im Südwesten und Westen Deutschlands erhebliche Schäden an. Das Firmenkundengeschäft war durch eine ungewöhnlich hohe Zahl von Großschäden geprägt. Dies gilt vor allem für die Feuer- und Feuerbetriebsunterbrechungsversicherung.

Insgesamt stieg der Aufwand für Schäden im vergangenen Jahr auf 2,28 Mrd. Euro (2010: 2,20 Mrd. Euro). Durch die ungewöhnliche Häufung von Schäden erhöhte sich die Schaden-Kostenquote (Net Combined Ratio) gemäß IFRS-Reporting der AXA Gruppe um 5,9 Prozentpunkte auf 104,6%.

Entwicklung Schaden-Kostenquote



Der ungünstige Schadenverlauf war auch der Hauptgrund dafür, dass sich das operative Ergebnis in der Schaden- und Unfallversicherung deutlich verringerte. Nach +284 Mio. Euro im Vorjahr beliefen sich die Underlying Earnings im Geschäftsjahr 2010 auf +177 Mio. Euro.

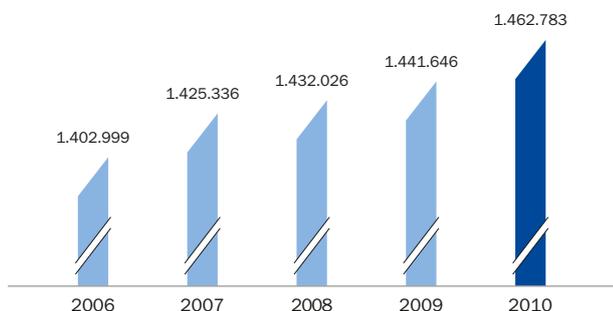
Krankenversicherung: Zuwachs von 21.137 versicherten Personen

Im Geschäftsfeld Krankenversicherung erhöhten sich die Beitragseinnahmen im Jahr 2010 um 3,8% auf 2,28 Mrd. Euro. Neben den moderaten Beitragsanpassungen in der Voll- und Zusatzversicherung – in der Pflegepflichtversicherung blieben die Beiträge 2010 ein weiteres Mal stabil – trugen auch die Neugeschäftsentwicklung und die hohe Bestandsfestigkeit zum Beitragswachstum bei. In dem gesamten Beitragsvolumen von 2,28 Mrd. Euro sind 171 Mio. Euro (2009: 164 Mio. Euro) aus der Pflegepflichtversicherung enthalten.

Das Neugeschäft in der Krankenversicherung ging um 6,3% auf 112 Mio. Euro Jahresbeitrag zurück und folgte damit dem marktweit rückläufigen Trend. Dieser war nach dem Neugeschäftsboom zum Jahresanfang 2009 in Zusammenhang mit dem Wettbewerbsstärkungsgesetz allerdings erwartet worden. Viele Kunden entschieden sich seinerzeit noch für die alte Tarifgeneration mit Versicherungsbeginn im Jahr 2009. Diese beinhaltete bei einem Wechsel keine Mitnahme der Alterungsrückstellung und konnte deshalb mit etwas niedrigeren Beiträgen kalkuliert werden.

Am Jahresende 2010 hatten 1.462.783 Personen eine Voll- oder Zusatzversicherung bei der AXA Krankenversicherung und ihrer Zweigniederlassung DBV Deutsche Beamtenversicherung Krankenversicherung. Das waren 21.137 Personen oder 1,5% mehr als ein Jahr zuvor. 737.573 Personen (+1,8%) waren voll- und 725.210 Personen (+1,2%) Zusatzversichert. Nachdem wie in den vergangenen Jahren die Anzahl der Vollversicherten weiter ausgebaut werden konnte, zeichnet sich nun auch bei den Zusatzversicherten

Zahl der versicherten Personen (Voll- und Zusatzversicherung)



eine Trendwende ab. Durch die erfolgreiche Markteinführung der neuen AXA Pflegevorsorge im 2. Halbjahr erzielte der AXA Konzern zum Jahresende 2010 auch ein Wachstum bei den Zusatzversicherten.

Leistungen für Versicherte von 1,44 Mrd. Euro

Für ihre Versicherten erbrachte die AXA Krankenversicherung im vergangenen Jahr Leistungen von insgesamt 1,44 Mrd. Euro (+4,0%). Der Anstieg der Leistungen war damit annähernd gleich hoch wie das Beitragswachstum (+3,8%). Zum operativen Ergebnis des AXA Konzerns trug die Krankenversicherung mit Underlying Earnings von +40 Mio. Euro (2009: +45 Mio. Euro) bei.

Kapitalanlagen: Bestand +5,4 %, Ergebnis +33,7 %

Im Laufe des Jahres 2010 hat sich die Situation an den internationalen Kapitalmärkten zunehmend entspannt. Das Jahr war jedoch geprägt von den Sorgen um die Zahlungsfähigkeit einiger europäischer Länder. Die Schuldenkrise in der Eurozone führte vorübergehend zu einem deutlich sinkenden Zinsniveau in den Kernländern. Dem entgegen stiegen die Risikoaufschläge der Peripherieländer.

Die Aktienmärkte entwickelten sich 2010 unterschiedlich. Während der Deutsche Aktienindex (DAX) im Jahresverlauf einen Zuwachs von 16,1% erzielte und am Jahresende bei 6.914 Punkten notierte, sank der für den europäischen Aktienmarkt maßgebliche EuroStoxx 50 um 6,2% auf 2.793 Punkte. Der für den amerikanischen Aktienmarkt repräsentative S&P 500 Index notierte um 12,6% höher als zu Jahresbeginn. Die unterschiedliche Entwicklung an den Aktienmärkten hatte jedoch im Gegensatz zu der Zinsentwicklung keinen signifikanten Einfluss auf die Kapitalanlagen des AXA Konzerns.

Im vergangenen Geschäftsjahr blieben die Leitzinsen im US-Raum wie im Vorjahr unverändert bei 0 bis 0,25%. Im Euro-Raum blieb der Leitzinssatz der Europäischen Zentralbank ebenfalls unverändert bei 1%. Der Zinssatz für 10-jährige Bundesanleihen erreichte im August mit 2,1% seinen historischen Tiefstand und stieg bis Ende Dezember wieder auf ein Niveau von rund 3% an.

Unser Unternehmen hat auf die Erholung der Kapitalmärkte entsprechend reagiert und hat durch ein ausgewogenes Kapitalanlageportfolio die an ihre Kunden gegebenen Leistungsversprechen erfüllt. Zudem nutzte unsere Gesellschaft

die Vorteile als Unternehmen eines internationalen Versicherungskonzerns, um die zur Verfügung stehenden Mittel in Kapitalanlagen mit attraktiven Konditionen zu investieren. So wurden verstärkt Investitionen in Hypothekendarlehen, Staatsanleihen der Euro-Kernländer und Unternehmensanleihen in Euro und US-Dollar vorgenommen. Der Aktienbestand blieb im Vergleich zum Vorjahr mit 3,7% unverändert.

Der Bestand an Kapitalanlagen erhöhte sich bei der AXA Deutschland im Jahr 2010 um 5,4% auf 64,2 Mrd. Euro (2009: 60,9 Mrd. Euro). Mehr als drei Viertel seines Anlagevolumens hat der Konzern in Rententiteln angelegt. Sie dominieren mit einem Anteil von 77,6% weiterhin den Kapitalanlagebestand.

Kapitalanlagen: Anteile (IFRS-Buchwerte)

	2009	2010
Renten	79,1%	77,6%
Darlehen und Ausleihungen	10,5%	10,0%
Aktien und Beteiligungen	3,7%	3,7%
Publikumsfonds	0,7%	1,9%
Kapitalanlagen fondsgebundener Versicherungen	3,8%	4,8%
Fremdgenutzter Grundbesitz	2,2%	2,0%

Gesamter Kapitalanlagebestand: 64,2 Mrd. Euro (2009: 60,9 Mrd. Euro)

Kapitalanlageergebnis um ein Drittel verbessert

Der AXA Konzern erzielte 2010 ein Kapitalanlageergebnis von 2,88 Mrd. Euro. Das waren 725 Mio. Euro oder 33,7 % mehr als im Jahr zuvor. Zur Verbesserung des Kapitalanlageergebnisses trug entscheidend die Position „Zu- und Abschreibungen sowie realisierte Gewinne und Verluste“ bei. Während die AXA Deutschland im Vorjahr entsprechend den Bilanzierungsregeln des International Financial Reporting Standards (IFRS) Abschreibungen und realisierte Verluste auf Wertpapiere in einer Größenordnung von -720 Mio. Euro vornehmen musste, wurde hier für 2010 ein Gewinn von 82 Mio. Euro erzielt. Aus Marktwertanpassungen resultierte ein positiver Ertrag von +260 Mio. Euro (2009: +417 Mio. Euro). Das laufende Kapitalanlageergebnis verbesserte sich trotz der schwierigen Entwicklung auf dem Zinsmarkt um 3,3 % auf 2,53 Mrd. Euro.

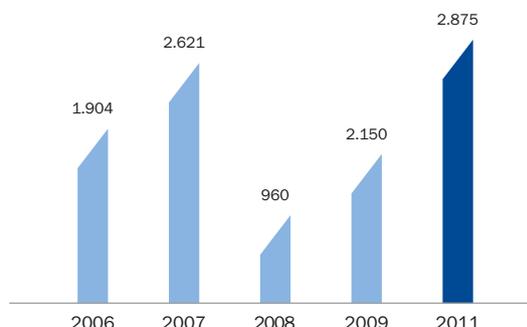
Kapitalanlageergebnis deutlich verbessert (Mio. Euro)

	2009	2010
Laufendes Kapitalanlageergebnis	2.453	2.533
Zu-/Abschreibungen und realisierte Gewinne/Verluste	-720	+82
Marktwertanpassungen	+417	+260
Gesamtes Kapitalanlageergebnis	2.150	2.875

Zum deutlich verbesserten Kapitalanlageergebnis trugen der Bereich Vorsorge mit 1,98 Mrd. Euro (2009: 1,46 Mrd. Euro), die Krankenversicherung mit 463 Mio.

Euro (2009: 382 Mio. Euro) und die Schaden- und Unfallversicherung mit 406 Mio. Euro (2009: 298 Mio. Euro) bei.

Kapitalanlageergebnis weiter gestiegen (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.

Mitarbeiter und Vermittler

11.209 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Am Jahresende 2010 waren insgesamt 11.209 (2009: 11.483) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für den AXA Konzern tätig. Die natürliche Fluktuationsrate lag mit 2,9% (2009: 3,0%) erneut leicht unter dem Wert der Vorjahre. Zum Jahresende beschäftigte der AXA Konzern darüber hinaus 616 (2009: 581) Auszubildende. Allein im Jahr 2010 wurden 201 Auszubildende eingestellt; im Jahresdurchschnitt waren 522 Auszubildende im Unternehmen. Die Übernahmequote nach Abschluss der Ausbildung betrug 76%. Zudem bot der AXA Konzern 233 Praktikanten und 83 Stipendiaten die Möglichkeit, wertvolle praktische Erfahrungen zu sammeln.

Ende April 2010 wurde die AXA Service AG, die als Dienstleistungsgesellschaft den größten Teil der Mitarbeiter des AXA Konzerns beschäftigte, auf die Holdinggesellschaft AXA

Konzern AG verschmolzen. Seitdem sind die Mitarbeiter der ehemaligen AXA Service AG Mitarbeiter der AXA Konzern AG.

Zahl der Exklusiv-Vermittler auf 4.649 erhöht

Mit bundesweit 4.649 Exklusiv-Vermittlern verfügt der AXA Konzern über eine der größten Vertriebsorganisationen in der deutschen Versicherungsbranche. Ihre Zahl hat sich zum Jahresende 2010 gegenüber dem Vorjahr um 27 Vermittler erhöht. Um weiter zu wachsen und die Kundenbetreuung im Rahmen der Konzernstrategie „AXA - erste Wahl“ weiter zu verbessern, wird AXA in den nächsten Jahren seine Exklusivorganisation kontinuierlich qualitativ und quantitativ ausbauen. Dabei will der Konzern zusätzliche Vermittler insbesondere aus dem eigenen Nachwuchs (Auszubildende und Trainees) rekrutieren.

AXA – ein führender Versicherer in Deutschland

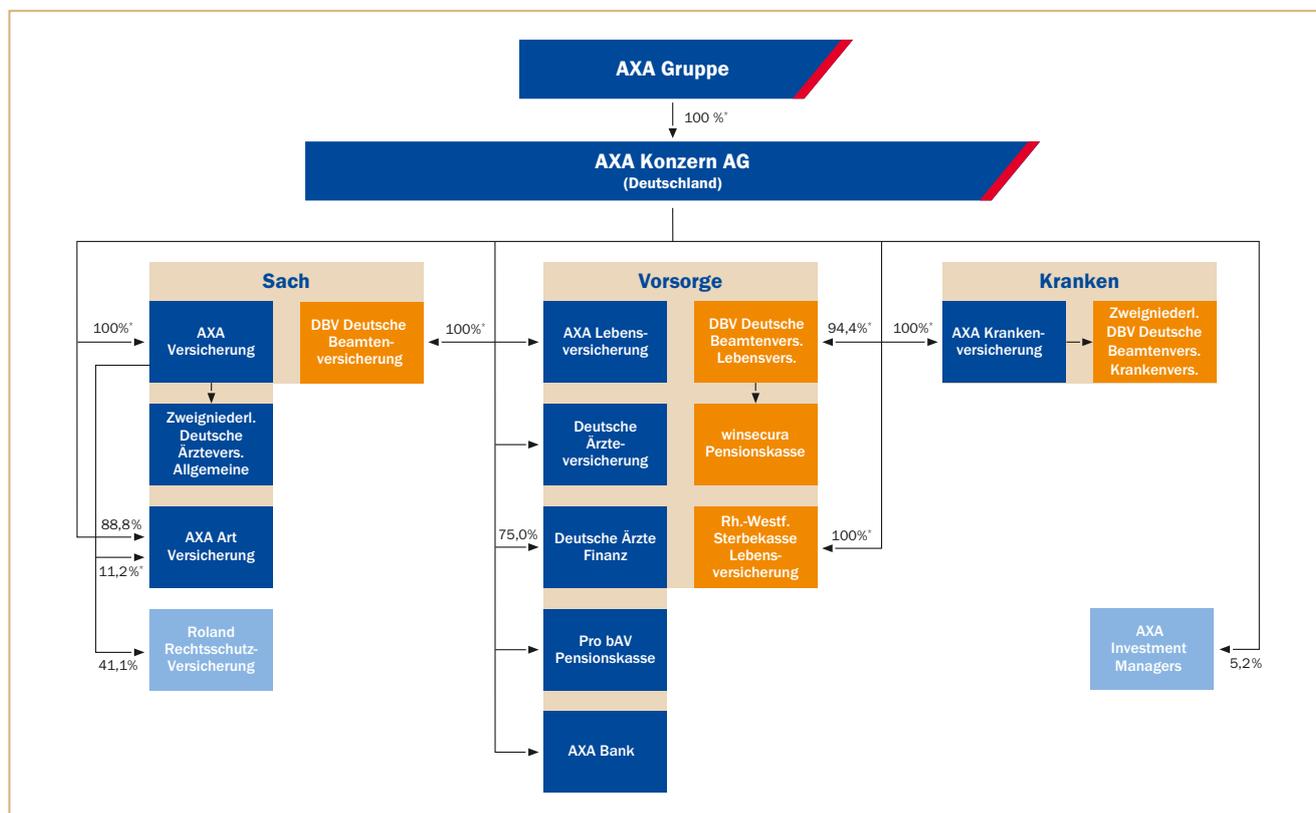
Der AXA Konzern gehört zu den führenden Versicherern in Deutschland und ist ein bedeutender Teil der internationalen AXA Gruppe. Mit einem Marktanteil von 5,9 % belegt der Konzern Rang 4 unter den deutschen Erstversicherern. Weit mehr als acht Millionen Kunden vertrauen hierzulande auf die Leistungen der AXA. Mit ihrem Beitragsvolumen von 10,4 Mrd. Euro steht die AXA Deutschland für mehr als 11 % des Umsatzes der AXA Gruppe.

In allen Geschäftsbereichen zählt der Konzern zu den größten Anbietern im deutschen Markt. So kommt die AXA Deutschland in der Schaden- und Unfallversicherung auf einen Marktanteil von 5,5 % und belegt damit Rang 4. In der Krankenversicherung ist der Konzern mit einem Marktanteil von 6,8 % die Nummer 4. Im Geschäftsfeld Vorsorge nimmt AXA mit einem Marktanteil von 5,3 % Platz 6 ein.

Die AXA Deutschland bietet sowohl im Segment Privatkunden als auch im Segment Firmenkunden eine breite

Produktpalette an. Seit 2007 gehört die DBV Deutsche Beamtenversicherung zum Konzern, ein Spezialversicherer für Beamte und Arbeitnehmer des Öffentlichen Dienstes. Mit 1,2 Millionen Kunden stellt das Kundensegment Öffentlicher Dienst mit der Marke DBV einen großen Erfolgsfaktor für den Konzern dar. Eine weitere wichtige Zielgruppe ist das Kundensegment Ärzte/Heilwesene, repräsentiert durch die Deutsche Ärzteversicherung. Mit rund 150.000 Kunden ist sie der führende Versicherer für die akademischen Heilberufe in Deutschland.

Der AXA Konzern und seine wichtigsten Gesellschaften



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

Das Geschäftsjahr 2010 für die wichtigsten Versicherungsgesellschaften des AXA Konzerns (HGB-Abschlüsse)

	Beitragseinnahmen (Mio. Euro)	Veränderung	Ergebnis nach HGB (Mio. Euro)
AXA Versicherung AG	3.176	-2,5%	+97,9
AXA Lebensversicherung AG	2.286	+20,8%	+50,0
AXA Krankenversicherung AG	2.280	+3,8%	+33,0
DBV Deutsche Beamtenversicherung AG	203	+27,2%	-9,7
DBV Deutsche Beamtenversicherung Lebensversicherung AG	1.275	+22,7%	+28,0
Deutsche Ärzteversicherung AG	505	+5,0%	+3,5
Pro bAV Pensionskasse AG	165	+0,6%	+0,04
Rheinisch-Westfälische Sterbekasse Lebensversicherung AG	17	+3,5%	+0,1
winsecura Pensionskasse AG	62	+6,4%	+0,03

Ursprung als Feuerversicherer

Die Geschichte des AXA Konzerns in Deutschland begann vor mehr als 170 Jahren. 1839 gründeten Kaufleute und Bankiers die Kölnische Feuer-Versicherungs-Gesellschaft, genannt Colonia. Als erstes Unternehmen versicherte die Colonia in ihren Policen auch Schäden, die durch Löscharbeiten verursacht wurden. Die junge Versicherung konnte sich schnell auf dem Markt behaupten, ein Jahr nach der Gründung arbeiteten bereits 42 Hauptagenturen für die Colonia.

Nicht nur die Feuerversicherung entwickelte sich positiv. Auch in anderen Sparten entstanden Versicherungsgesellschaften, die im Laufe der Geschichte mit der Colonia fusionierten. So wurde im Jahr 1853 die Lebensversicherung Condordia in Köln gegründet. In Berlin entstand 1866 die Nordstern Lebensversicherungs-AG. In Hamburg wurde 1901 die Albingia Versicherungs-AG gegründet, ein Transport- und Unfallversicherer. Diese drei Gesellschaften spielten eine wichtige Rolle bei der Entwicklung der Colonia von einer lokalen Feuerversicherung zu einem großen deutschen Versicherungsunternehmen.

Eine ähnlich lange Tradition hat auch die DBV-Winterthur, die ab 2007 in den deutschen AXA Konzern integriert wurde. Seit ihrer Gründung im Jahr 1871 war die DBV-Winterthur ein Lebensversicherer für die Armee und die Marine. Bis heute ist das Unternehmen dem Öffentlichen Dienst verbunden. Das Kerngeschäft führt AXA unter der Marke DBV Deutsche Beamtenversicherung fort.

Teil einer starken Gruppe

Die AXA Deutschland ist seit 1997 Teil der globalen AXA Gruppe, der Nummer 2 unter den europäischen Erstversicherern und einer der führenden Versicherer und Vermögensverwalter weltweit. Die AXA Gruppe erzielte 2010 einen Umsatz von 91,0 Mrd. Euro, ein operatives Ergebnis (Underlying Earnings) von 3,9 Mrd. Euro sowie ein Nettoergebnis von 2,7 Mrd. Euro. Die Schwerpunkte der AXA Gruppe liegen

in Europa, Nordamerika und dem asiatisch-pazifischen Raum. Das verwaltete Vermögen (Assets under Management) der Gruppe hatte Ende 2010 ein Volumen von 1,1 Billionen Euro. Insgesamt betreut die Gruppe 95 Millionen Kunden in 56 Ländern.

AXA ist der erste Versicherungskonzern, der sich weltweit einen einheitlichen Markennamen gab. Damit unterstreicht das Unternehmen nicht nur seine Größe und Stärke, sondern gibt den Mitarbeitern und Kunden auch ein Zeichen zur Identifikation. Denn wo immer AXA vertreten ist, verfolgt die Gruppe ein ehrgeiziges Ziel: Maßstab der Branche werden.

Die Ursprünge der AXA Gruppe reichen bis in die 70er Jahre zurück. Damals übernahm Claude Bébéar im französischen Rouen die Führung des kleinen Gegenseitigkeitsversicherers Ancienne Mutuelle. Sein Unternehmen fusionierte schon kurze Zeit später mit mehreren regionalen Gegenseitigkeitsversicherern. Wenig später erwarb Ancienne Mutuelle die fast doppelt so große Unternehmensgruppe Drouot. 1984 nannte Bébéar die Gruppe in AXA um – ein eingängiger Name, der sich auf der ganzen Welt gut aussprechen lässt. In den Jahren danach begann die Expansion der AXA Gruppe: erst in Frankreich, dann in Europa und später auf der ganzen Welt.

Im Laufe der Expansion gab es viele Akquisitionen, die für Aufmerksamkeit sorgten. Dazu zählte zum Beispiel der Einstieg in die amerikanische Equitable Gruppe im Jahr 1992 oder die Fusion mit dem größten französischen Versicherer Union des Assurances de Paris (UAP) im Jahr 1996, der Großaktionär der Colonia war. Zu den größten Akquisitionen zählte zudem die Übernahme der Winterthur im Jahr 2006.

Seit 2000 wird die AXA Gruppe von Henri de Castries geführt. Claude Bébéar wechselte in den Aufsichtsrat. 2008 legte er dieses Amt aus Altersgründen nieder.

Gremien des AXA Konzerns

Aufsichtsrat

Jacques de Vacleroy

Vorsitzender
Mitglied des Management Board und Chief Executive
Officer der Region Northern, Central and Eastern Europe
(NORCEE) der AXA, Paris

Herbert Mayer*

stellv. Vorsitzender
Angestellter, Karlsruhe

Uwe Beckmann*

Angestellter, Hannover

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

Peter Freyaldenhoven*

Angestellter, Köln

Michael Garrecht*

Angestellter, Mannheim

Peter Heesen

Bundenvorsitzender der dbb beamtenbund und tarifunion,
Berlin

Patrick Lemoine

Head of Business Support & Development
der Region Northern, Central and Eastern Europe
(NORCEE) der AXA, Paris

Hans-Peter Lenssen*

Gewerkschaftssekretär der ver.di Bundesverwaltung,
Glienicke

Friedrich Merz

Rechtsanwalt bei Mayer, Brown LLP, Berlin

Frank D. Meyer*

Angestellter, Wiesbaden

Dr.-Ing. Ekkehard D. Schulz

Krefeld

Klaus Weber*

Bundesbeamtensekretär der ver.di, Berlin

Claas Kleyboldt

Ehrevorsitzender des Aufsichtsrates, Köln

* Vertreter der Arbeitnehmer

Gruppenvorstand



Dr. Frank Keuper

Vorsitzender
Konzernkommunikation, Konzernrevision,
Konzernstrategie und Portfoliosteuerung



Rainer Brune

Kundensegment Öffentlicher Dienst
Privatkundengeschäft Sach, Unfall,
Haftpflicht, Kraftfahrt



Dr. Markus Hofmann

Kundensegment Firmenkunden
Schaden- und Unfallversicherungen,
Rückversicherung, Schaden



Dr. Patrick Dahmen

Rechnungswesen, Controlling,
Steuern, Risikomanagement



Thomas Michels

Krankenversicherung



Thomas Gerber

Kundensegment Privatkunden
Vorsorge, Bank, AXA Privatanlage



Ulrich C. Nießen

Personal, Recht und Compliance,
Zentrale Dienste



Wolfgang Hanssmann

Vertrieb, Marketing



Dr. Heinz-Jürgen Schwering

Kapitalanlagen, Asset Liability Management



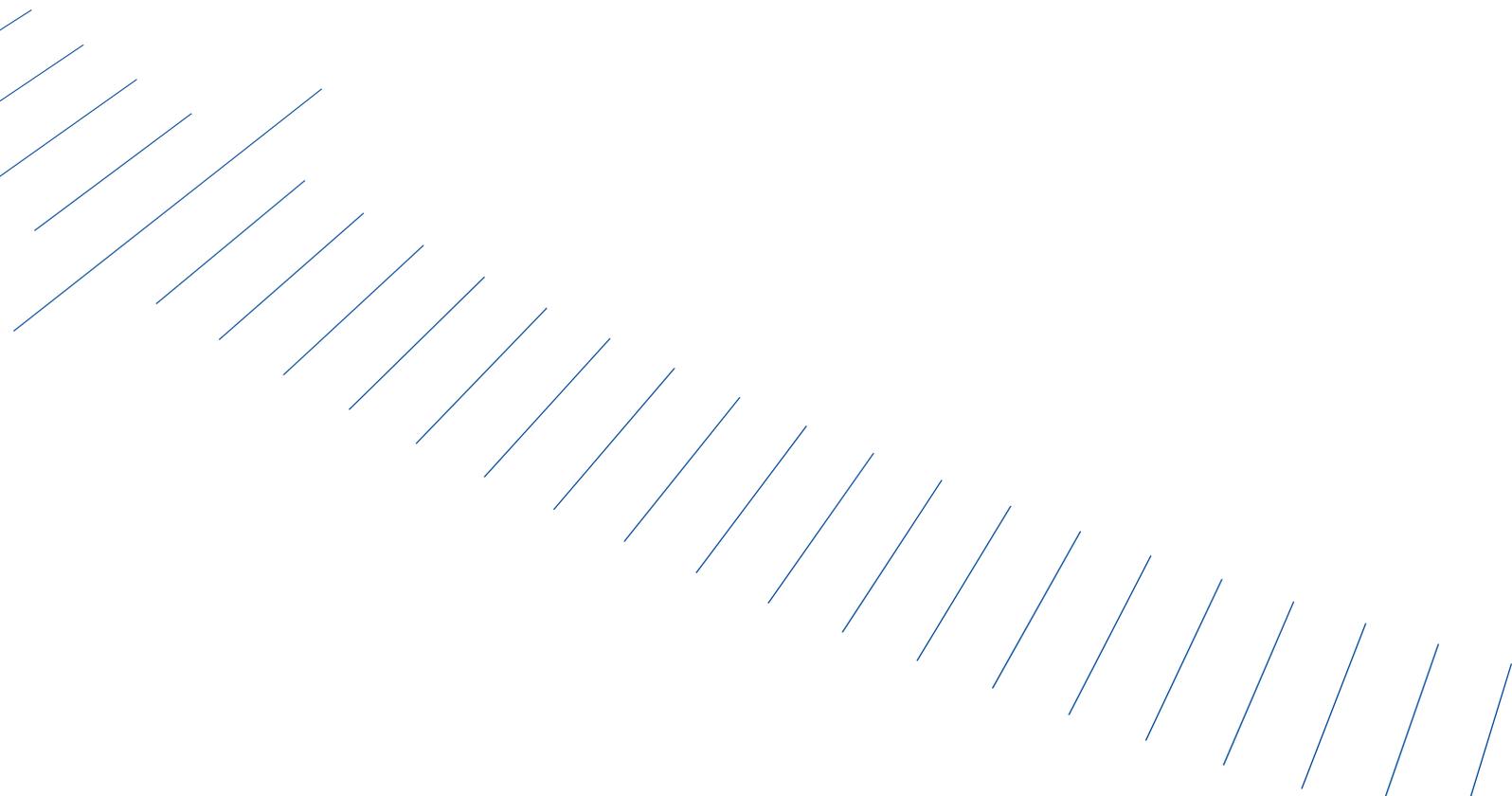
Jens Hasselbächer

Kunden- und Partnerservice



Jens Wieland

Informationstechnologie,
Organisation und Prozesse



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

Heyne-Druck GmbH, Ferdinand-Porsche-Str. 15,
63073 Offenbach am Main

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